



UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA CENTROAMERICANA

ESCUELA DE ARTE Y DISEÑO

PROYECTO DE GRADUACIÓN

FABRICA CREATIVA

ARQUITECTURA PARA EMPRENDEDORES DE LA ECONOMÍA CREATIVA

TEGUCIGALPA HONDURAS

PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO

ARQUITECTO

PRESENTADO POR:

11211328

JOSÉ ANTONIO INTERIANO MARTÍNEZ

ASESOR: ARQ. JESSICA BARAHONA

CAMPUS TEGUCIGALPA;

OCTUBRE, 2020

ÍNDICE DE CONTENIDO

I.	Introducción	1
II.	Planteamiento del Problema.....	3
2.1	Antecedentes.....	3
2.1.1	Economía Naranja.....	3
2.1.2	Honduras y la Economía Creativa.....	6
2.1.3	Emprendimiento en Honduras.....	8
2.2	Definición del Problema	9
2.2.1	Desarrollo del Emprendimiento en Honduras	10
2.2.2	El Espacio de Cocreación Y Cotrabajo (Cocreation and Coworking).....	13
2.2.2.1	Espacios de Cotrabajo en Tegucigalpa, Honduras	14
2.2.3	Las zonas de Exhibición de Productos de Emprendedores en Tegucigalpa.....	23
2.3	Delimitación	24
2.3.1	Temática	24
2.3.2	Geografía.....	24
2.3.3	Poblacional	24
2.3.4	Temporal	25
2.4	Objetivos	26
2.4.1	Objetivo General	26
2.4.2	Objetivos Específicos	26
2.5	Justificación	26
III.	Marco Teórico	30
3.1	Definición del tipo de Edificación	31
3.2	Análisis de Edificios Similares.....	32
3.2.1	Koil (Kashiwa-no-ha Open Innovation Lab).....	32

3.2.2	Incuboxx The Business Incubator.....	37
3.2.2.1	Publik Office en SAIGON	43
3.2.3	La Maquinita	47
3.3	Contexto-Ecología-Medio Físico.....	53
3.3.1	Ubicación, Impacto Urbano	53
3.3.1.1	Terreno A.....	54
3.3.1.2	Terreno B	57
3.3.1.3	Terreno C.....	60
3.3.1.4	Poderación de Terreno.....	63
3.3.2	Medio Físico-Topografía.....	64
3.3.3	Medio Físico-Climatología.....	65
3.3.3.1	Temperaturas.....	65
3.3.3.2	Asoleamiento	67
3.3.3.3	Vientos.....	68
3.3.3.4	Régimen Pluvial.....	69
3.4	Legislación	71
IV.	Función-Análisis	73
4.1	Definición de Usuario	73
4.2	Determinación del usuario	79
4.2.1	Criterios de Selección del Usuario.....	80
4.3	Programa de Necesidades.....	83
4.4	Programa Arquitectónico inicial	85
V.	Metodología.....	87
VI.	Resultados y Análisis	88
6.1	Análisis de Entorno.....	88

6.1.1	Equipamiento del Entorno.....	89
6.2	Análisis de Sitio.....	93
6.3	Diagrama de Relaciones.....	94
6.4	Diagrama de Flujos y Adyacencias.....	95
6.5	Zonificación General.....	96
6.6	Filosofía y Concepto.....	97
6.7	Conceptualización (Evolución de la Forma).....	99
6.8	Descripción de los Niveles.....	101
6.8.1	Perspectivas.....	110
6.8.2	Programa Arquitectónico Final.....	114
6.9	Criterios Estructurales.....	115
6.10	Criterios de Instalaciones Eléctricas e Hidrosanitarias.....	116
6.10.1	Instalaciones Eléctricas:.....	116
6.10.2	Instalaciones Hidrosanitarias.....	116
6.11	Presupuesto del Proyecto.....	117
6.12	Financiamiento del Proyecto.....	119
VII.	Conclusiones.....	120
VIII.	Recomendaciones.....	121

ÍNDICE DE IMÁGENES

Ilustración 1: Gráfico Empleos Creativos en Centroamérica.....	2
Ilustración 2 Economía Naranja como País del Mundo	4
Ilustración 3 El Campo Cultural en Honduras: Sectores y Subsectores	7
Ilustración 4 Cómo los Emprendedores Creativos Aprenden a Hacer Negocios.....	11
Ilustración 5 Banner Honduras Startup, Antiguo Local de SENACIT.....	12
Ilustración 6 Banner Honduras Startup, Hotel Clarión	12
Ilustración 7 Croquis de Ubicación Espacios de Coworking en Tegucigalpa	15
Ilustración 8 Workbox.....	15
Ilustración 9 Talleres y Charlas	16
Ilustración 10 Área de Trabajo Común.....	16
Ilustración 11 Área de Cocineta	16
Ilustración 12 Sala Grupal para 4 Personas	16
Ilustración 13 Oficina Privada	16
Ilustración 14 Widú.....	17
Ilustración 15 Widú, sala de espera	17
Ilustración 16 Widú, Espacio de recepción	17
Ilustración 17 Charla en área de trabajo comunal	18
Ilustración 18 Zona de descanso/sala grupal	18
Ilustración 19 Espacio de cotrabajo 2.....	18
Ilustración 20 Espacio de cotrabajo 1	18
Ilustración 21 La Rampa.....	19
Ilustración 22 Espacios para Comer.....	19
Ilustración 23 Talleres-Exposiciones.....	20
Ilustración 24 Mesas de Trabajo Compartido.....	20

Ilustración 25 Mesas Individuales.....	21
Ilustración 26 Salas de Espera.....	21
Ilustración 27 Sala de Trabajo Grupal.....	21
Ilustración 28 Sala de Conferencia.....	21
Ilustración 29 Espacios de Descanso.....	21
Ilustración 30 Sala Comunal de Trabajo	21
Ilustración 31 Salón de Danza y Yoga	22
Ilustración 32 Oficinas Privadas.....	22
Ilustración 33 Terraza Casa Quinchon	22
Ilustración 34 Croquis de Ubicación Bazar del Sábado de Tegucigalpa	23
Ilustración 35 Inauguración del Bazar del sábado de Tegucigalpa	23
Ilustración 36 Kashiwa-no-ha Open Innovation Lab.....	32
Ilustración 37 Croquis de Ubicación KOIL.....	33
Ilustración 38 KOIL Espacio Comunal	34
Ilustración 39 KOIL Vestíbulo-Recepción	34
Ilustración 40 KOIL Zona de Coworking	35
Ilustración 41 KOIL Taller de Impresiones.....	35
Ilustración 42 KOIL Espacio de Conferencias.....	35
Ilustración 43 KOIL Planta de Distribucion.....	36
Ilustración 44 Mapa Croquis de Ubicación Incuboxx.....	37
Ilustración 45 Incuboxx Exterior	38
Ilustración 46 Elevación Sur	38
Ilustración 47 Incuboxx Patio Interno	39
Ilustración 48 Fachada de Policarbonato Translúcido	40
Ilustración 49 Incuboxx Planta Baja	41

Ilustración 50 Incuboxx Planta de Sótano	41
Ilustración 51 Incuboxx Sección 1-1	42
Ilustración 52 Incuboxx Planta Nivel 2	42
Ilustración 53 Incuboxx Planta Nivel 1	42
Ilustración 54 Publik Office	43
Ilustración 55 Mapa de Ubicación Publik Office	44
Ilustración 56 Fachada Principal Publik Office	44
Ilustración 57 Publik Office Sala de descanso	45
Ilustración 58 Publik Office Recepción	45
Ilustración 59 Publik Office, Área de trabajo modular	45
Ilustración 60 Publik Office Terraza	45
Ilustración 61 Corte Perspectivado	46
Ilustración 62 Plantas Arquitectónicas	46
Ilustración 63 Mapa de Ubicación La Maquinita	47
Ilustración 64 La Maquinita Fachada Principal	48
Ilustración 65 La Maquinita Diagrama del Espacio	49
Ilustración 66 La Maquinita Área de Cocina	49
Ilustración 67 Espacio abierto de Coworking	50
Ilustración 68 Salones de trabajo	50
Ilustración 69 Mesas de trabajo	50
Ilustración 70 La Maquinita Plano de Distribución	51
Ilustración 71 Perfil Topográfico Axial	54
Ilustración 72 Perfil Topográfico Longitudinal	54
Ilustración 73 Vista aérea del terreno	55
Ilustración 74 Croquis de Ubicación Terreno A	55

Ilustración 75 Panorama Visual del terreno A	56
Ilustración 76 Perfil Topográfico Transversal Terreno B	57
Ilustración 77 Perfil Topográfico Longitudinal Terreno B	57
Ilustración 78 Croquis de Ubicación Terreno B.....	58
Ilustración 79 Vista del terreno	58
Ilustración 80 Vistas del Terreno.....	59
Ilustración 81 Vista Frontal del Terreno	59
Ilustración 82 Perfil Topográfico Transversal Terreno C.....	60
Ilustración 83 Perfil Topográfico Longitudinal Terreno C	60
Ilustración 84 Terreno C Vista de Esquina.....	61
Ilustración 85 Croquis de Ubicación Terreno C.....	61
Ilustración 86 Vista Lateral Terreno C	62
Ilustración 87 Vista Frontal Terreno C.....	62
Ilustración 88 Plano Topográfico del Terreno	64
Ilustración 89 Temperatura máxima y mínima promedio	65
Ilustración 90 Temperatura promedio por hora	66
Ilustración 91 Recorrido solar en Tegucigalpa	67
Ilustración 92 Velocidad promedio del viento	68
Ilustración 93 Dirección del viento	69
Ilustración 94 Precipitación de lluvia mensual promedio	70
Ilustración 95 Parámetros Normativos.....	71
Ilustración 96 Tabla de Alturas.....	72
Ilustración 97 Distribución de los emprendedores creativos por género.....	75
Ilustración 98 Edad media de los emprendedores creativos por país	75
Ilustración 99 Formación Profesional.....	76

Ilustración 100 Situación laboral.....	76
Ilustración 101 Metodología de Aprendizaje.....	76
Ilustración 102 Distribución por industria.....	77
Ilustración 103 Número de socios además del fundador	77
Ilustración 104 Distribución de rubros por estudio de 50 emprendimientos creativos.....	78
Ilustración 105 Ciudadanos del distrito central por rango de edad	80
Ilustración 106 Metodología de Diseño Arquitectónico José Zarate.....	87
Ilustración 107 Análisis de Entorno	88
Ilustración 108 Supermercado Paiz	89
Ilustración 109 Estadio los Ángeles	89
Ilustración 110 Supermercado Diprova.....	89
Ilustración 111 Restaurante Ming Xuan.....	90
Ilustración 112 Farmacia Simán.....	90
Ilustración 113 OABI: Antigua Casa Ramón Matta	90
Ilustración 114 Metrocinemas Plaza América.....	91
Ilustración 115 Edificio XCALA.....	91
Ilustración 116 Análisis del Sitio	93
Ilustración 117 Diagrama de Zonificación.....	96
Ilustración 118 Battersea Power Station	97
Ilustración 119 Museo Autostadt Fábrica Volkswagen	97
Ilustración 120 Ejemplo Estilo Industrial 1	98
Ilustración 121 Ejemplo Estilo Industrial 2	98
Ilustración 122 Ejemplo de empleo de color en el mobiliario.....	98
Ilustración 123 Proceso de Conceptualización Volumétrica 1	99
Ilustración 124 Proceso de Conceptualización Volumétrica 2	99

Ilustración 125 Proceso de Conceptualización Volumétrica 4	100
Ilustración 126 Proceso de Conceptualización Volumétrica 3	100
Ilustración 127 Perspectiva Exterior 1	110
Ilustración 128 Perspectiva Exterior 2	110
Ilustración 129 Recepción	111
Ilustración 130 Sala de Espera	111
Ilustración 131 Comedor	111
Ilustración 132 Cocineta.....	111
Ilustración 133 Coworking Espacios de Sillones.....	111
Ilustración 134 Coworking mesas de trabajo.....	111
Ilustración 135 Espacio de Incubación	112
Ilustración 136 Administración: Zona Ejecutiva	112
Ilustración 137 Administración: Zona de Empleados.....	112
Ilustración 138 Terraza	112
Ilustración 139 Vista Conjunto 1.....	113
Ilustración 140 Vista Conjunto 2.....	113

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Clasificación GEDI Centroamérica 2019	9
Tabla 2 Contribución de la Cultura a la Economía Nacional.....	27
Tabla 3 Ponderación de Terrenos.....	63
Tabla 4 Perfil Usuario Permanente.....	82
Tabla 5 Perfil de Usuario Temporal	82
Tabla 6 Espacios del Proyecto	114

GLOSARIO

Aceleradora: Empresa dedicada al apoyo de startups que ya están desarrolladas que necesitan ideas nuevas para acelerar el proceso de crecimiento.

Ángel inversionista: Individuo que invierte en el aporte capital de un startup con potencial de crecimiento y que brinda tanto apoyo financiero como administrativo. El inversionista es un usuario secundario

Autoempleo / freelance: El régimen de trabajo freelance se basa en la autonomía del trabajador: al no formar parte de la planilla fija de empleados de una empresa, puede ofrecer sus servicios a distintos empleadores. La independencia es factor clave, así como la flexibilidad de los ingresos, gestión de proyectos y tiempo dedicado a cada uno. Dado que carece de un jefe o superior directo, se le considera autoempleado.

Capital semilla: Monto inicial de dinero utilizado para el arranque de una nueva empresa, que cubre solamente los gastos iniciales, y es entregado por un ente financiero.

Comercialización: Oferta y demanda constituyen la posibilidad de comprar o vender un bien o servicio. Siempre que se ofrezca un bien y un consumidor posible lo demande, la comercialización de ese bien se lleva a cabo por medio de la venta y distribución.

Coworking (Cotrabajo/Trabajo Colaborativo): Se trata de un espacio de trabajo compartido, cuya renta puede ser por día, semana, mes u año. Estos espacios ofrecen la infraestructura y servicios digitales para que los emprendimientos y trabajadores independientes tengan, además de un sitio para trabajar, un punto de encuentro con proyectos similares que les permitan formar redes.

Crowdfunding (Financiación Colectiva/Micro mecenazgo): Tipo de financiamiento colectivo que surgió en la era de internet y las redes sociales: se compone de pequeños o grandes donativos que se efectúan, por medio de una convocatoria, en una plataforma determinada para la financiación de un proyecto. Sitios como Kickstarter nacieron como parte de la cultura del crowdfunding.

Crowdsourcing (Externalización masiva): Basado en el concepto del poder de la gente, el crowdsourcing utiliza la colaboración abierta a partir de una convocatoria para obtener

soluciones, diseños o ideas para resolver problemas determinados. De este modo, no restringe la selección de colaboradores y sus tareas a empleados o contratistas. Por lo habitual se lleva a cabo en comunidades en línea donde abundan los usuarios afines al tema de la convocatoria.

Derechos de propiedad intelectual: Toda creación intelectual está cubierta por estos derechos legales. La propiedad intelectual en las creaciones artísticas se protege mediante derechos de autor, mientras que la propiedad industrial (marcas, patentes) remite a productos registrados y protegidos en el mercado.

Economía creativa: Se basa en las actividades de las industrias culturales y todas aquellas que emplean la imaginación y la creatividad; por ejemplo, el diseño, el software, el arte y la gastronomía. La economía creativa busca abrir posibilidades de orden económico, propulsa la calidad de vida en las grandes ciudades y valora las ideas como un bien que trasciende su capacidad económica.

Economía naranja: Es el conjunto de actividades que de modo encadenado permiten que las ideas se transformen en bienes y servicios culturales, cuyo valor está determinado por su contenido de propiedad intelectual. El universo naranja está compuesto por la economía cultural y las industrias creativas, en cuya intersección se encuentran las industrias culturales convencionales; y por las áreas de soporte para la creatividad.

Ecosistema emprendedor: El medio físico en el cual se desenvolverá el emprendedor, donde desarrollará sus ideas y capacidades, y recibirá todos los instrumentos necesarios para su correcto desenvolvimiento.

Emprendedor: se definirá como emprendedor al usuario principal que se desenvolverá en el sector de estudio, y para el cual estará siendo diseñado y pensado cada aspecto del proyecto. La finalidad del emprendedor es la creación de nuevas empresas e ideas innovadoras.

Hot desking (Ocupación temporal): Modalidad de trabajo en que, al interior de una oficina o espacio compartido, los empleados no tienen asignados escritorios o sitios fijos, sino que pueden moverse por estaciones laborales de acuerdo a sus necesidades y funciones del momento.

Hub (nodo): Centro estratégico y punto de encuentro para emprendedores que efectúan investigación, colaboración e innovación. Además de ser lugares de referencia para startups y pequeños emprendimientos que buscan apoyo, los HUBS son sitios donde se espera que los

miembros aporten conocimientos, experiencia, recursos, y estén dispuestos a formar parte de proyectos y redes comunes.

Incubadora: A diferencia de una aceleradora, una incubadora apoya a los emprendimientos que se encuentran en su fase inicial de formación, cuando carecen de estructura, modelo de negocios y recursos. Por el potencial que ofrecen, las incubadoras facilitan a los startups no solo con financiamiento, sino asimismo con coaching, capital intelectual, gestión de recursos y hasta espacios de trabajo.

Producto Interno Bruto: Calculo de la producción de bienes y servicios de un país en un determinado periodo de tiempo.

Propiedad intelectual: Se refiere al conocimiento, las ideas y expresiones creativas que, además de tener un valor económico, están protegidos legalmente para la explotación de sus autores.

Startup (Puesta en marcha): Empresa innovadora en etapa prematura, que se encuentra en búsqueda de crecimiento administrativo y financiero. Es el estado inicial de una compañía, cuando está en la fase de desplazamiento de la concepción de la idea hacia un esquema de financiamiento. Su probabilidad de éxito depende no solo de la creatividad o innovación del bien o servicio que ofrecerá, sino de su modelo de negocio y capacidad de atraer financiamiento e inversión.

I. INTRODUCCIÓN

El intelecto y la inventiva es el recurso inagotable de mayor importancia que el ser humano posee.

La economía creativa es un concepto que muchas organizaciones y expertos económicos han buscado definir al pasar de las últimas décadas. UNESCO define a las industrias culturales y creativas como aquellas que combinan la creación, la producción y la comercialización de contenidos creativos que sean intangibles y de naturaleza cultural. Estos contenidos están normalmente protegidos por el derecho de autor y pueden tomar la forma de un bien o servicio. Incluyen además toda producción artística o cultural, la arquitectura y la publicidad.

La Conferencia de las Naciones Unidas para el Comercio y el Desarrollo (UNCTAD) Define a las industrias creativas como ciclos de producción de bienes y servicios que usan la creatividad y el capital intelectual como principal insumo. Se clasifican por su papel como patrimonio, arte, medios y creaciones funcionales. (*Informe Economía Creativa 2010*, 2010, p. 34)

La Economía Naranja; término acuñado por Buitrago Restrepo, (2013), hace referencia a las economías culturales y creativas donde explica que es el conjunto de actividades que de manera encadenada permiten que las ideas se transformen en bienes y servicios culturales cuyo valor está determinado por su contenido de propiedad intelectual. Este último término se ha ido popularizando a lo largo de la última década, sobre todo en los países de América Latina y el Caribe (ALC).

Como elementos claves de las definiciones, se observa que la propiedad intelectual, el arte y el diseño son los nexos que describen el activo de la economía naranja además que está fuertemente ligada al emprendimiento.

El emprendimiento es determinado como una oportunidad, una oportunidad de crecimiento económico donde se busca la escalabilidad de negocios de alto crecimiento. Donde el emprendedor tiene la capacidad de tener visión para la innovación y poder posicionarla en el mercado donde son un puente entre invención y comercialización. (Ács et al., 2019).

Una de las maneras en las que Honduras busca desarrollarse y crecer económicamente es por medio de los emprendimientos de la economía naranja, aunque esta economía aún tiene mucho que alcanzar, puesto que un estudio realizado por Rodríguez Oliva, (2018) en colaboración con el BID estimó que apenas el 1.0% del total de empleos en Honduras correspondían a actividades relacionadas con la cultura, mientras que en otros países de Centroamérica como Guatemala el 7.14% de los empleos correspondían a industrias creativas.

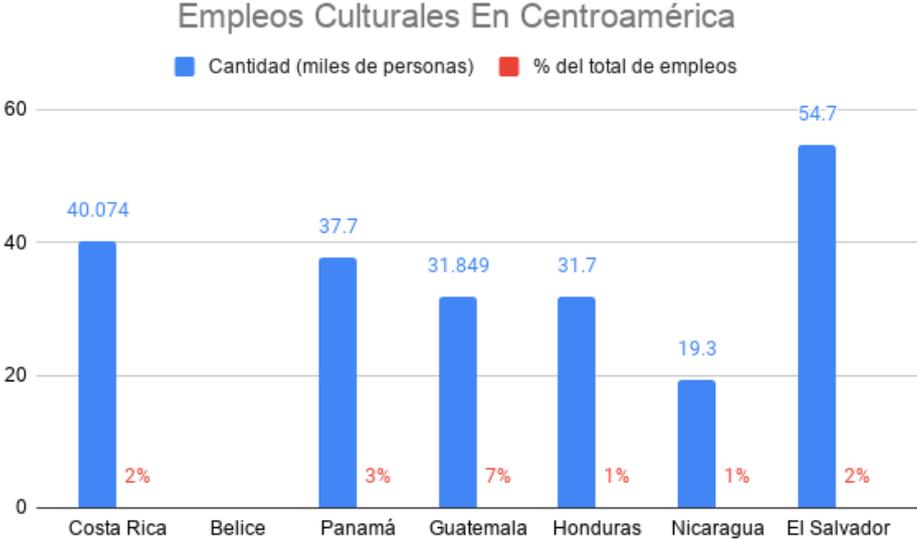


Ilustración 1: Gráfico Empleos Creativos en Centroamérica

Fuente: Elaboración propia con datos extraídos de documento: "Economía Creativa en América Latina: Mediciones y Desafíos (Rodríguez Oliva, 2018)".

La apuesta es grande, pero la Economía Naranja es el medio por el cual los países de América Latina y el Caribe podrán desarrollarse y crecer. "Latinoamérica y el Caribe es una región creativa llena de talento e imaginación. Incluso nos aventuramos a decir que estos son sus activos más valiosos [...] En el BID hemos entendido desde hace mucho tiempo que la cultura y la creatividad son un vehículo para el avance social y económico de la región."(Luzardo et al., 2017, p. 21).

II. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

2.1 ANTECEDENTES

2.1.1 ECONOMÍA NARANJA

Muchas organizaciones han tratado de definir qué es y qué abarca el universo de la economía naranja, conocida también como economía creativa, se trata nada más que los rubros artísticos y culturales donde la propiedad intelectual es parte esencial para definir este concepto. Una de las organizaciones que ha buscado definirlo de forma más puntual, ha sido El Banco Interamericano de Desarrollo (BID) que además ha jugado un papel importante como promotor de la Economía Naranja. En la última década el BID ha realizado diversos estudios e investigaciones y ha elaborado documentos disponibles para todo el público por medio de su plataforma en línea, dando a conocer este tema, donde ha buscado explicar qué es la economía naranja, quienes son sus participantes, porqué es importante y que desafíos y oportunidades han tenido los trabajadores de esta economía; enfatizando que se puede lograr mejorar el desarrollo económico de los países de América Latina y el Caribe si se fomenta el desarrollo y crecimiento de esta economía, buscando así que la región de América Latina y el Caribe sea conocida como el Clúster creativo de la Economía naranja.

El informe sobre la economía creativa 2008 de la Conferencia de las Naciones Unidas sobre Comercio y Desarrollo (UNCTAD por sus siglas en inglés) fue el primero en abordar desde la perspectiva de las Naciones Unidas lo que denominaron la economía creativa, un concepto en evolución centrado en las dinámicas de las industrias creativas (UNCTAD, 2008, p. 6), enfatizando que “la globalización y la conectividad son nuevas realidades que han traído cambios profundos en los estilos de vida en todo el mundo [...] En esta era de transformación, la creatividad y el conocimiento se están convirtiendo rápidamente en medios poderosos para fomentar las ganancias del desarrollo.” (UNCTAD, 2008, p. 5). En términos generales, el informe define a las industrias creativas como una encrucijada entre las artes, la cultura, los negocios y la tecnología, generando bienes y servicios donde el insumo primario es el capital intelectual. La unión entre la creatividad, cultura, y tecnología, tienen un factor en común, la capacidad de crear, y al emplear la economía, hacer circular el capital intelectual (el mayor bien de los emprendedores creativos, además de ser un recurso, inagotable) tiene el potencial de generar

ingresos, empleos y ganancias de exportación, al mismo tiempo que promueve la inclusión social, la diversidad cultural y desarrollo humano.

Buitrago Restrepo, (2013) autor del libro titulado *“La Economía Naranja, Una oportunidad Infinita”*, define la economía naranja como “el conjunto de actividades que de manera encadenada permiten que las ideas se transformen en bienes y servicios culturales, cuyo valor está determinado por su contenido de propiedad intelectual”.

Hace énfasis que, si la Economía Naranja fuese un país del mundo, este sería la cuarta economía más grande a nivel global.

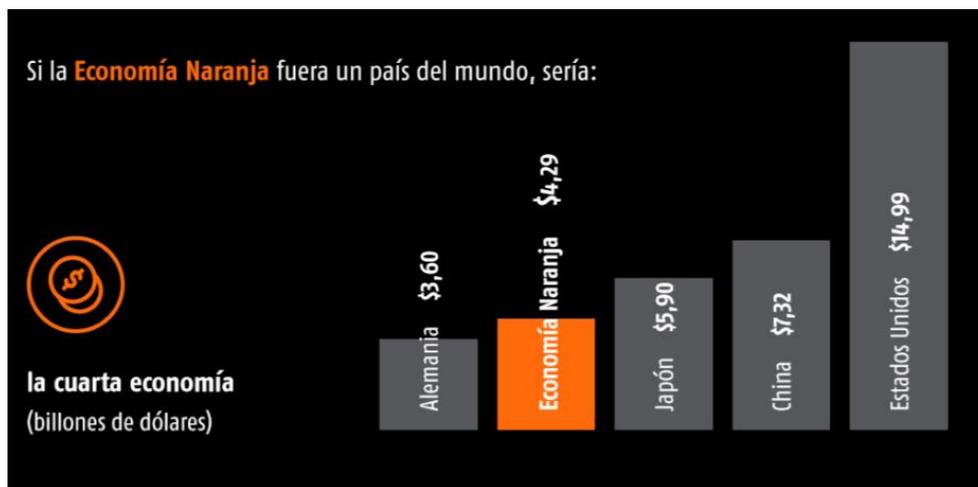


Ilustración 2 Economía Naranja como País del Mundo

Fuente: (Buitrago Restrepo, 2013, p. 98)

Dentro del universo naranja existen 3 pilares esenciales para clasificar los diferentes subsectores económicos y cada uno se subdivide en su rubro específico:

- Arte y Patrimonio:
 - Artes Visuales
 - Artes Escénicas y Espectáculos
 - Turismo y Patrimonio Cultural material e inmaterial
 - Educación Artística y Cultural
- Industrias Culturales Convencionales
 - Editorial
 - Audiovisual
 - Fonográfica

- Creaciones Funcionales, Nuevos medios y Software
 - Diseño
 - Software de Contenidos
 - Agencias de noticias y Otros Contenidos de Información
 - Publicidad
 - Moda-prêt-à-porter (Listo para llevar).

Rodríguez Oliva, (2018) menciona que la *Actualización de la estrategia institucional 2010–2020*, del BID, identifica tres desafíos de desarrollo para la zona de América Latina y el Caribe, siendo estas la exclusión social y desigualdad, bajo nivel de productividad e innovación e integración económica rezagada, donde estos países desean soluciones innovadoras para su desarrollo y el BID apuesta a buscar formas de financiamiento, fomento y desarrollo de las economías creativas como factor de impulso al desarrollo de los países de América Latina y el Caribe. Además, la Agenda 2030 para el Desarrollo Sostenible de las Naciones Unidas tiene como dos objetivos principales que para el 2020 mejorar la disponibilidad de datos demográficos, ubicación geográfica y otras características pertinentes en los contextos de cada nación y para el 2030, aprovechar las iniciativas existentes para elaborar indicadores que permitan medir los progresos en materia de desarrollo sostenible y complementen el producto interno bruto, y apoyar la creación de capacidad estadística en los países en desarrollo.

Enfatiza también la urgencia de actores del desarrollo para encontrar vías alternativas para el cumplimiento de las metas de transformación como es el caso de la economía creativa.

UNCTAD (2010), citado por Rodríguez Oliva, (2018) menciona que: "El Informe de las Naciones Unidas sobre economía creativa de 2010 ya reconocía que "el análisis de la economía creativa en Latinoamérica adquiere gran importancia dentro de las políticas culturales regionales y un desarrollo visible de las estrategias en áreas sociales y económicas" (p. 8).

2.1.2 HONDURAS Y LA ECONOMÍA CREATIVA

Honduras aún no cuenta con bastantes datos e información suficiente referente a la producción de bienes y servicios del sector creativo de la economía ni a una demografía precisa de la población que es participe en la economía creativa o a que rubro específico se dedica. Mejía, (2018) menciona que:

El potencial del sector cultural y creativo para contribuir al desarrollo humano y crecimiento económico no ha sido explorado lo suficiente en Honduras; los diagnósticos que se aproximan dan cuenta de una débil industria cultural que suma los escasos recursos disponibles a la producción y presenta serias debilidades en cuanto a la distribución y el consumo. Como señala el PNUD, "es oportuno decir que Honduras es un país con una escasa y débil industria cultural que contribuya a fortalecer las identidades y dinámicas socioculturales" (PNUD, 2003:24). (p. 2)

El Convenio Andrés Bello (CAB); un organismo intergubernamental el cual busca generar consensos y cursos de acción en cultura, educación, ciencia y tecnología, con el propósito de que sus beneficios contribuyan a un desarrollo equitativo, sostenible y democrático de los países miembros (todos de la región de América Latina y el Caribe, desarrolló una cuenta satélite de cultura, una metodología común para la medición económica de la cultura, que acorde con las particularidades y necesidades propias del contexto latinoamericano, permitiera establecer líneas de base, series históricas y puntos de referencia para el diseño, la ejecución y la evaluación de políticas culturales, bajo los mismos estándares de medición de otros sectores económicos tradicionales (De Libreros, 2015).

Empleando esta metodología se obtiene diversa información, como ser una cuenta de producción y la distribución por ingreso por actividad económica, balance de oferta y utilización de productos culturales, cuadros de gasto público y privado de la cultura y su financiación, una matriz de empleo: ocupados, desempleados, cualificaciones por actividad económica e Indicadores no monetarios. Muchos países ya han adoptado esta metodología, como Argentina, Chile, Costa Rica, Colombia, España, México y Uruguay. Por su parte, Bolivia, Ecuador, El Salvador, Guatemala, Honduras, Panamá, Paraguay, Perú y República Dominicana están organizando sus estadísticas culturales de base, ejecutando sus planes de trabajo y haciendo los primeros cálculos para ofrecer información económica en la materia.

En Honduras, las posibilidades asociadas con el desarrollo de las industrias culturales y creativas están actualmente limitadas por la ausencia de políticas públicas y marcos legales y programas que fomenten la creatividad asociada con los sectores productivos, con la excepción del sector turístico que presenta mayores niveles de desarrollo y oportunidades. a través de incentivos fiscales expresados en una ley especial.

Generalmente, la disponibilidad de datos e indicadores culturales, no es una práctica gubernamental o del propio sector cultural producir información estadística que guíe al sector de inversión privada o a los propios empresarios; Honduras aún sigue adoptando la metodología de la cuenta satélite de cultura, por ende, todavía existe una falta generalizada de conocimiento de los beneficios económicos de los bienes y servicios culturales frente a aspectos como la productividad, las cadenas de valor y la competitividad.(Mejía, 2018)

Mejía, (2017) realizó el estudio *"Necesidades de formación en gestión cultural y economía creativa en Honduras"* donde realizó un ejercicio de caracterización a fin de identificar los sectores y subsectores de la economía creativa en el país, sus oportunidades/limitaciones y el papel de la gestión cultural en este proceso:

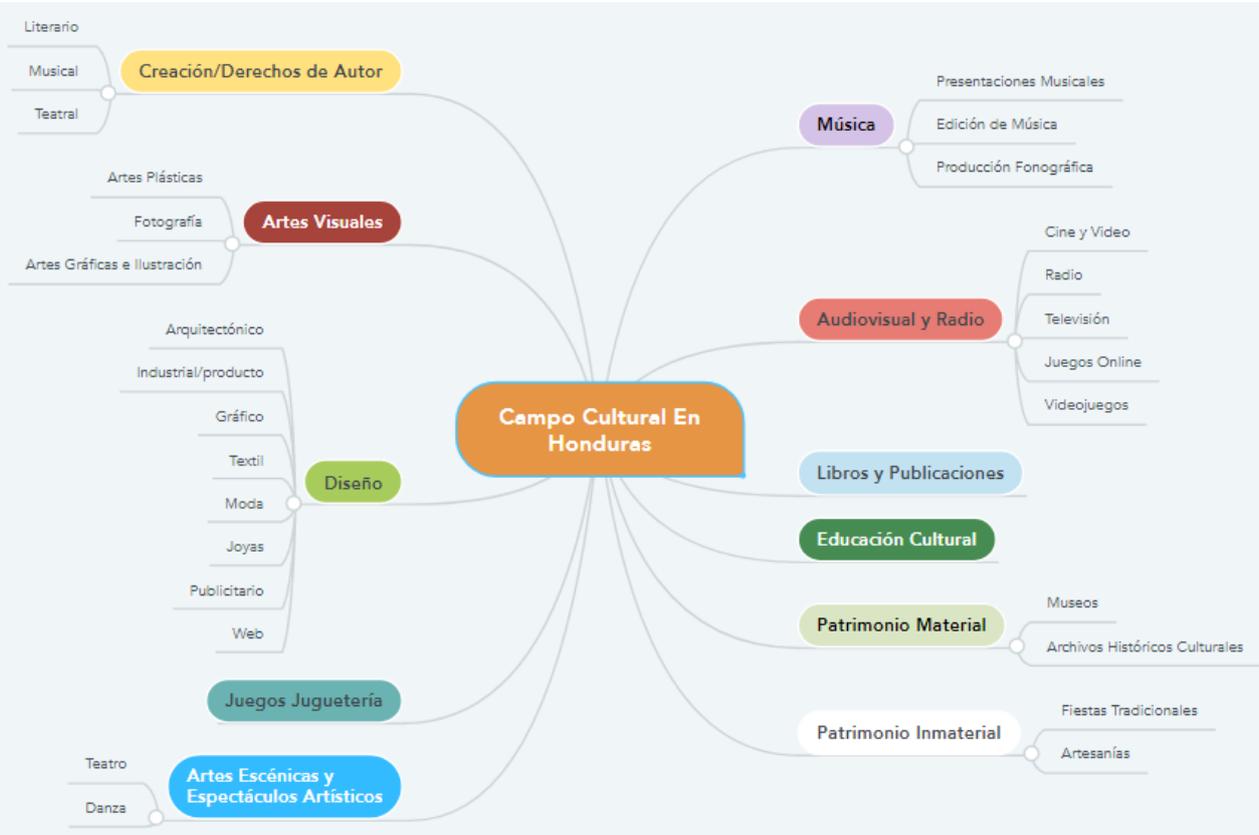


Ilustración 3 El Campo Cultural en Honduras: Sectores y Subsectores

Fuente: Elaboración propia con datos extraídos de (Mejía, 2018, pp. 9-10)

Dentro de su estudio en los diferentes sectores culturales de Honduras, Mejía, (2018) concluye que el problema crítico del medio es lo poco estructurados que se hallan estos sectores en el circuito básico de creación, producción, distribución y consumo de bienes y servicios culturales los eslabones de distribución y consumo, lo que se traduce en la falta de mercados de identificación de la demanda al no existir estudios empíricos al respecto. Además, menciona que se pueden añadir estrategias para crear nichos de mercados nacionales y/o regionales diferenciados como el comercio justo para las artesanías, *World Music* para la música, circuitos y nichos de turismo especializado, sostenible y cultural, o de investigación. Honduras y su producción de bienes y servicios culturales, puede identificar mercados y oportunidades cercanas poco exploradas en países vecinos con mayor desarrollo en cuanto a consumo cultural, como son los casos de Costa Rica, Panamá y Guatemala; participación en eventos como festivales y ferias internacionales o impulsar acciones de *merchandising* alrededor de los eventos y/o espacios más importantes. Lo anterior apunta a diversificar las actividades de los sectores culturales y creativos hacia las necesidades de recreación de entretenimiento y desarrollo de valor agregado a partir de la creatividad en los sectores no creativos.

2.1.3 EMPRENDIMIENTO EN HONDURAS

“El Instituto Global de Emprendimiento y Desarrollo (The GEDI Institute) es la principal organización de investigación que promueve el conocimiento sobre la relación entre emprendimiento, desarrollo económico y prosperidad” (Ács et al., 2019, p. 5).

Cada año el GEI publica una lista clasificadora de 137 países donde evalúa la calidad del nivel de ecosistema emprendedor que posee cada uno de estos países midiendo tanto la calidad del emprendimiento en un país como el alcance y la profundidad del ecosistema emprendedor de apoyo. Chile ocupa el primer lugar en América del Sur y Central y El Caribe (19º en general). Este ranking lo evalúa por medio de 14 pilares compuestos en tres bloques esenciales que son actitudes empresariales, habilidades empresariales y aspiraciones empresariales.

El ranking lo presentan en términos de desarrollo del país, medidos por el PIB per cápita y en el ranking del 2019, Honduras se encuentra ubicado en la posición 112 de 137 países evaluados

(Ács et al., 2019, p. 19) En la siguiente tabla, se muestra cómo está clasificado el desarrollo emprendedor de honduras con respecto a los demás países de Centroamérica.

Tabla 1 Clasificación GEDI Centroamérica 2019

Clasificación del Índice Global de Emprendimiento 2019			
Puesto Global	Puesto Regional	País	Puntaje
65	1	Costa Rica	28.8
72	2	Belice	26.2
76	3	Panamá	25.5
104	4	Guatemala	18.7
112	5	Honduras	17.2
119	6	Nicaragua	16.1
120	7	El Salvador	15.7

Fuente: Elaboración Propia con datos sacados de "The Global Entrepreneurship Index" (2019) (P.21)

2.2 DEFINICIÓN DEL PROBLEMA

La economía creativa aún es un concepto nuevo en Honduras, aún no se presenta datos exactos y completo del ecosistema creativo de la nación. Honduras aún está en proceso de adoptar metodologías para establecer una Cuenta Satélite de Cultura.

Luzardo & Gasca, (2018) explica diferentes retos que enfrentan los países de Latinoamérica y el Caribe, primero que nada, en su libro *"Emprender un Futuro Naranja: 15 Preguntas para Entender Mejor a los Emprendedores Creativos en América Latina y el Caribe"* se menciona que la contribución promedio de las industrias creativas o culturales al PIB de América Latina y el Caribe apenas oscila alrededor del 2,2%. Sin embargo, varía de extremo a extremo en varios países de ALC ya que de acuerdo con el Observatorio de Industrias Creativas de Buenos Aires, en 2011 las industrias creativas contribuían al 9,2% del producto geográfico bruto (PGB) de la capital argentina en contraste con Costa Rica, que apenas alcanzaba un 1,39%. De su PIB.

Luzardo & Gasca, (2018) Cita a Ricardo Hausmann (2017) argumenta que "los países que han logrado el enriquecimiento son aquellos que han podido implementar la tecnología de manera creciente, y que para ello, tuvieron que crear una red amplia de personas con habilidades complementarias que colaboraran entre sí" (p. 15).

También recalca que 58% de la muestra encuestada de emprendedores creativos en ALC afirmó que su trabajo creativo no le genera un ingreso suficiente para vivir y que el 29.4% aprendió a hacer negocios sobre la marcha (prueba y error) el 23% fue autodidacta y el 15% en Talleres y cursos presenciales.

Latinoamérica y el Caribe, y sobre todo Honduras presenta muchas brechas por superar para lograr desarrollar su potencial de emprendimientos creativos exitosos. Simplificando los desafíos a superar se puede detallar de la siguiente manera:

1. Es necesario espacios de enseñanza y capacitación en habilidades gerenciales y desarrollo de emprendimiento para creación de negocios escalables.
2. Es necesario conectar a los emprendedores creativos con el mercado por lo que zonas y espacios de exhibición y exposición de sus bienes y servicios para atraer al consumidor y
3. Contar con zonas de colaboración brindará un apoyo a los diferentes creativos para desarrollar trabajos en conjunto o contar con retroalimentación de otros creativos.

2.2.1 DESARROLLO DEL EMPRENDIMIENTO EN HONDURAS

Honduras tiene un bajo desempeño en la cantidad y calidad de emprendimientos que genera. Esto radica a que gran parte de la población hondureña no cuenta con los conocimientos necesarios para crear un negocio escalable o si quiera como hacer un negocio que llegue a ser sustentable que le permita vivir de su propio emprendimiento. Esto no es un problema único de la nación, puesto que es algo existente en toda la región de América Latina y el Caribe. Como lo afirma Luzardo & Gasca, (2018):

El 23% de los emprendedores es autodidacta. En este estudio, muchos confesaron haber desarrollado sus habilidades "sobre la marcha". Esto se debe, en parte, a que los programas educativos que preparan a los jóvenes para el emprendimiento son pocos y no siempre reciben suficiente promoción. (p.20)

El deseo de emprender un negocio propio, conlleva a que se necesite buscar varias fuentes de información, capacitaciones, talleres, charlas, etc. Para estudiar y comprender los diversos aspectos que se necesitan para llevar a cabo un emprendimiento exitoso, como buscar un plan

de negocios adecuado, determinar un nicho de mercado, usar medios digitales para márketing, como gestionar el tiempo, tratar con clientes, llevar la contabilidad y finanzas de la empresa, entre otras. En el siguiente gráfico se muestra que un 52% (29.4% prueba y error y 23% autodidacta) de los emprendedores creativos han tenido que solventar sus carencias de conocimiento a cuenta propia.

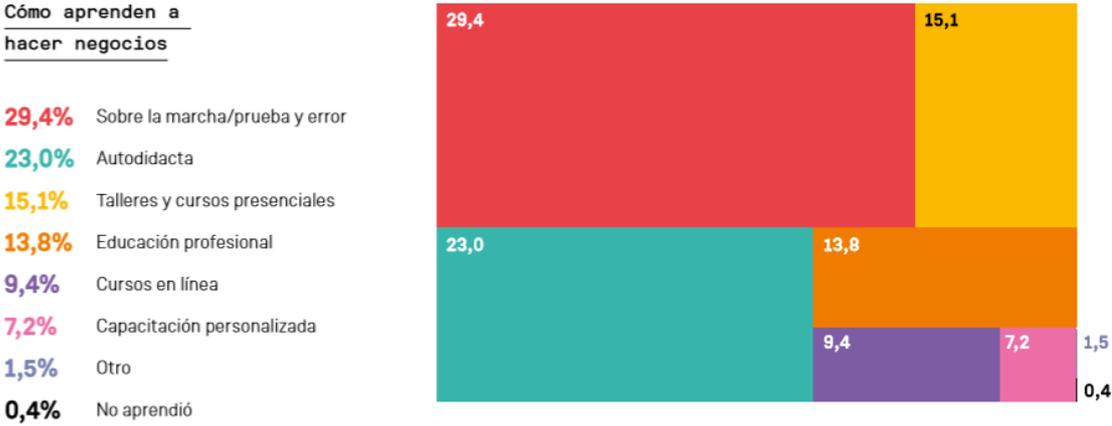


Ilustración 4 Cómo los Emprendedores Creativos Aprenden a Hacer Negocios

Fuente: (Luzardo & Gasca, 2018, p. 21)

En Honduras solo existe una incubadora de Startups ubicada en SPS, llamada Startup SPS. Sin embargo, la Ciudad Capital de Tegucigalpa no cuenta con un HUB emprendedor que brinde servicios de apoyo a la creación de ideas de negocio escalables para los emprendedores creativos de Tegucigalpa. El sistema de capacitación de emprendimiento en Honduras a nivel nacional, generalmente se basa en pequeños programas de competencia anuales donde se brindan conferencias explicando los aspectos fundamentales del emprendimiento y como emprender, para posteriormente dirigirse a una participación competitiva para desarrollar ideas de negocio en donde el premio para la mejor idea de negocio es una gratificación monetaria que sirva como capital semilla para llevar a cabo el emprendimiento.

Esta es la forma de trabajo del programa Honduras Startup lanzado por El Instituto Hondureño de Ciencia, Tecnología y la Innovación (IHCIETI) el cual es un proyecto diseñado para fortalecer y contribuir al desarrollo integral de las capacidades productivas y emprendedoras de los hondureños, mediante la asesoría técnica y el financiamiento estratégico a las mejores iniciativas. El programa es anual y consiste en recibir, mediante una convocatoria nacional, ideas de negocios, proyectos empresariales o emprendimientos en el área de la tecnología

específicamente en los temas automatización y robótica, soluciones de software, aplicaciones móviles y videojuegos. (REVISTA-HONDURAS-START-UP.pdf, s. f., p. 6)

El programa Honduras Startup si brinda pequeñas conferencias sobre temas de emprendimientos enfocados en tecnología y plataformas digitales, los cuales son expuestos por expertos nacionales e internacionales que ya han pasado por su proceso de creación de startup, sin embargo, es necesario mencionar que dichas conferencias se dan en salones de eventos rentados como en el caso de Honduras Startup 2019, cuyas capacitaciones iniciales comenzaron en el salón de conferencias del Hotel Clarión y posteriormente en el antiguo local del SENACIT ahora la Secretaria de Coordinación General de Gobierno (SCGG) para Tegucigalpa puesto que no cuenta con un lugar propio para dichas capacitaciones además que no brinda áreas de reunión y trabajo para que los participantes puedan trabajar en un espacio físico en sus propuestas emprendedoras.



Ilustración 6 Banner Honduras Startup, Hotel Clarión



Ilustración 5 Banner Honduras Startup, Antiguo Local de SENACIT

Fuente: Honduras Startup, (2019) Recuperado de www.facebook.com/hondurastartup/

Honduras startup ha sido un buen programa de competencia para obtener capital semilla lo cual ha generado que pequeñas startups puedan desarrollarse en negocios escalables con esta ayuda, sin embargo, al ser este su enfoque principal, (programa anual competitivo para una recompensa monetaria) deja a fuera a las demás necesidades de los emprendedores creativos, como lugares de trabajo para que solos o con su equipo puedan desarrollar, hacer crecer y trabajar en sus negocios, como también poder tener contacto con redes de profesionales y potenciales clientes.

2.2.2 EL ESPACIO DE COCREACIÓN Y COTRABAJO (COCREATION AND COWORKING)

Luzardo & Gasca, (2018) asevera que: “Los datos del estudio muestran que los emprendedores creativos en América Latina y el Caribe han desaprovechado el potencial y las ventajas de los espacios compartidos de coworking (espacios de cotrabajo), pues apenas 7% de quienes fueron consultados los utilizan” (p. 39).

Los espacios de coworking sirven como puntos neurálgicos donde la colaboración y la creación entre los emprendedores, tan cruciales para la innovación, pueden realizarse. Estos sitios presentan ventajas importantes para los profesionales independientes. La más evidente es que ofrecen un espacio profesional de trabajo, aunque lo más valioso que tienen es que allí se promueve el intercambio de ideas.

El artículo del periodo Neoyorquino PR Newswire, (2020) afirma que: “La gente está contenta en general en su espacio de coworking, lo que demuestra que las empresas no necesitan un espacio de oficina tradicional para tener empleados satisfechos, según una nueva encuesta de Clutch, la plataforma líder de calificaciones y reseñas B2B (Business to Business).” En el artículo afirma que son varias las razones por las cuales los empleados de Coworking están satisfechos en trabajar en dichos espacios siendo los 5 principales beneficios los siguientes:

1. Beneficios de la oficina como café abierto, bocadillos, eventos y juegos.}
2. Ubicación conveniente
3. Oportunidad de interactuar con otras empresas
4. Mayor flexibilidad
5. Sentido de comunidad

También el no tener que preocuparse por el funcionamiento de servicios como el internet, o la factura eléctrica, o la limpieza de los espacios (como los baños o zonas comunales) genera que las personas se enfoquen en el funcionamiento de sus negocios.

Como valor agregado menciona que los espacios de coworking no solo se enfocan en el espacio de trabajo en sí, sino que también en generar áreas para generar una red de contactos amplia y realizar eventos sociales, como otras amenidades como zonas de recreación o de actividad física como gimnasios. “La mayoría de los espacios de coworking ofrecen una variedad de espacios de trabajo, desde escritorios individuales hasta habitaciones privadas.

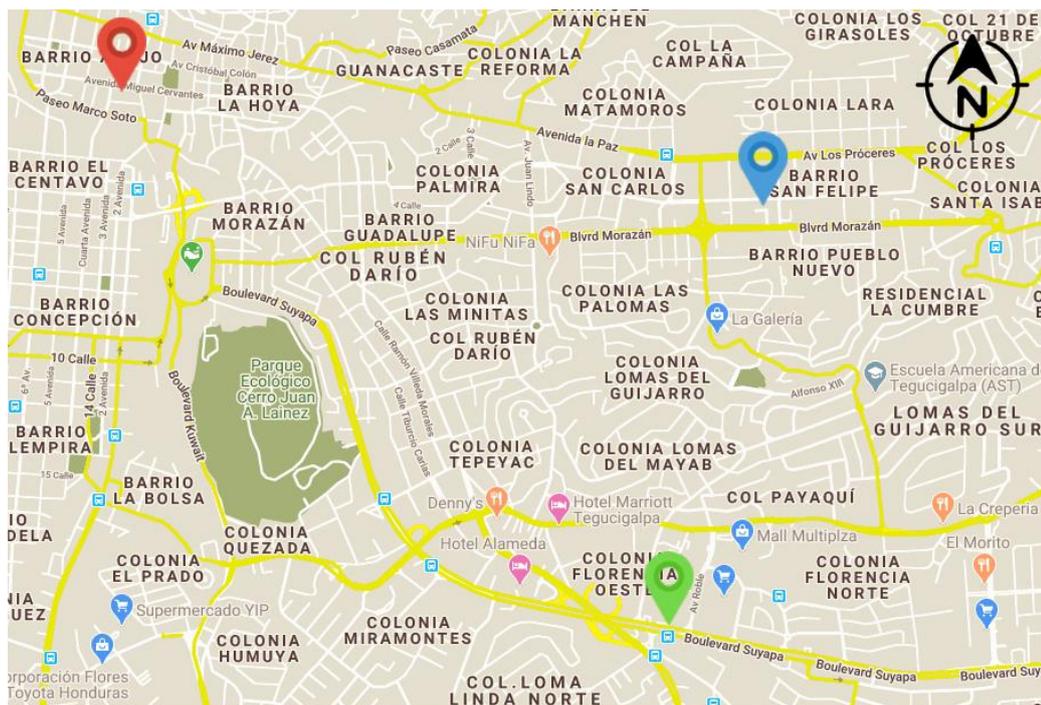
Alrededor del 53% de los empleados de coworking dicen que la flexibilidad es un beneficio de su espacio de oficina compartido." (PR Newswire, 2020).

En una entrevista hecha a Nayeli Quinto, cocreador de Aldea Creativa (un espacio de cotrabajo) afirmó que el trabajar en un mismo espacio sirvió para detonar la colaboración entre las empresas que conforman Aldea Creativa. Nayeli explica que hace algunos años dejaban pasar proyectos que parecían muy grandes o para los que no tenían suficiente capacidad técnica. Hoy eso ha cambiado: los socios saben que pueden recurrir al espectro de empresas de Aldea Creativa para enfrentar tareas mayores. La cercanía física ha hecho que trabajar juntos sea casi natural y constantemente hay interacción. "Si no sé cotizar [el precio de] una tipografía, cruzo el salón y le pregunto a alguien cómo se hace. Lo bueno de este espacio es que, si no sabes algo, se lo puedes ir a preguntar al experto, que está ahí, y que con muchísimo gusto te va a ayudar" (Luzardo & Gasca, 2018, pp. 119-120).

Esto demuestra que no solo estar en un espacio comunal permite la reducción de gastos de oficina y demás servicios para que esta funcione, sino que, además, brinda oportunidades de colaboración y cocreación generando así un fuerte sentido de comunidad.

2.2.2.1 Espacios de Cotrabajo en Tegucigalpa, Honduras

En Honduras, los espacios de cotrabajo aún son un concepto nuevo, que se ha estado haciendo popular al pasar de la última década (2010-2020). Actualmente (2020) en Tegucigalpa, existen 3 empresas que brindan espacios de cotrabajo, Connect Cowork ubicado en Casa Quinchon, Ave Cervantes, en el centro de la ciudad capital, Workbox ubicado en Barrio Pueblo Nuevo, Centro Morazán, Torre I, Nivel 16, Tegucigalpa, y Widú ubicado en Torre Metrópolis, 1er piso área comercial Metrópolis.



Vista Global Tegucigalpa

Simbología

-  Connect Cowork
-  WorkBox
-  Wídú

Espacios de Coworking en Tegucigalpa

Ilustración 7 Croquis de Ubicación Espacios de Coworking en Tegucigalpa

Fuente: Elaboración Propia

A pesar de brindar espacios de coworking variados y de diferentes precios, estos llegan a ser limitados en la cantidad de personas a que brindan el servicio, puesto que, en el caso de Wídú y Workbox, son espacios de un local de oficina que fue adaptado con pequeñas mesas y cubículos de reunión para 5 personas.



Ilustración 8 Workbox

Fuente: Workbox (s.f.)
recuperado de
www.workboxhn.com/

Workbox, ubicado en el barrio Pueblo Nuevo, en el 16vo nivel de la torre 1 del Centro Morazán, es un espacio aproximadamente de 60m² donde brinda diversas zonas de trabajo para individuos que buscan un lugar donde trabajar por un determinado tiempo, entre las diversas zonas se encuentra un área de trabajo común para 16 personas, 2 oficinas privadas, una sala de juntas para 4 personas, y una cocineta, cuenta con su área de recepción que además brinda servicios de escaneado, impresión y encuadernaciones, además que es un lugar conocido por brindar el espacio para charlas, capacitaciones y talleres de diversas temáticas impartidas por terceros (remarcando que se renta todo el local para dichas charlas, puesto que el tamaño del

local difícilmente permite tener al mismo tiempo el evento asignado y el área libre para individuos que llegan a trabajar.



Ilustración 10 Área de Trabajo Común

Fuente: Archivo propio



Ilustración 9 Talleres y Charlas

Fuente: Workbox (sin fecha) www.workboxhn.com/



Ilustración 13 Oficina Privada



Ilustración 12 Sala Grupal para 4 Personas



Ilustración 11 Área de Cocineta

Fuente de Imágenes: Archivo propio

El diseño general del espacio es sencillo, la distribución de las zonas aprovecha al máximo cada metro cuadrado del local, y el empleo del mobiliario y el uso del color blanco le da una sensación de mayor espacialidad de lo que en verdad posee, la decoración es mínima empleando el color en algunas sillas y en algunos posters en las paredes, generando así limpieza y claridad.

Sin embargo, el espacio es estrecho, aprovecha al máximo cada centímetro que posee, por lo que no es posible el proyectarse a una expansión o distribución distinta, y esto genera problemas para las personas cuya movilidad se vea condicionada al uso de andadores o sillas de rueda.



Ilustración 14 Widú

Fuente: Widú (2017)

Widú, ubicado en Torre Metrópolis, Diagonal a NiFu- NiFa Local C-131, Boulevard Suyapa, Tegucigalpa, Honduras. Es una oficina flexible para emprendedores, freelancers, consultores, profesionales independientes y estudiantes. En este pequeño espacio de oficina cuenta con una superficie estimada de 30m² donde se ha adaptado el local comercial para tener en un área comunal diversos escritorios

para los clientes que deseen rentar un espacio para trabajar, cuenta con espacio de recepción con casilleros y sala de espera, además de que cuenta con una cabina para recibir llamadas telefónicas y no interrumpir la concentración de los demás usuarios del espacio y una sala de reunión grupal para 4 personas. El estilo de su interiorismo está influenciado por tendencias modernas-industriales, donde emplea detalles de madera y metal y resalta los materiales de construcción empleados en su interiorismo con paredes de ladrillo visto y de concreto pulido. En cuanto a su iluminación, emplea diferentes fuentes de luz artificial con tonalidades cálidas brindando sensaciones de comodidad y relajación. Algo que podría llegar a ser contraproducente en un espacio de trabajo, donde la iluminación de tonalidades blancas es más recomendada.



Ilustración 16 Widú, Espacio de recepción



Ilustración 15 Widú, sala de espera

Fuente: Widú (s.f.)



Ilustración 18 Zona de descanso/sala grupal



Ilustración 17 Charla en área de trabajo comunal



Ilustración 20 Espacio de cotrabajo 1



Ilustración 19 Espacio de cotrabajo 2

Fuente de Imágenes: Widú (2017)



Casa Quinchon, Ubicada a 2 cuadras abajo del parque central de Tegucigalpa era una antigua ferretería conocida por los capitalinos, sin embargo se planteo un proyecto de remodelación y en julio del 2018 fue inaugurado como un ecosistema creativo como parte del proyecto Vuelve al Centro donde en sus siete pisos prestan diversos espacios diferentes para el disfrute de la población capitalina enfocado principalmente para el desarrollo del emprendimiento y además fomentando la cultura, arte y gastronomía.(Casa Quinchon, 2018)

En cada piso se presentan elementos diferentes, los primeros dos pisos conforman **“La Rampa”** el cual es el primer mercado gastronómico que existe en Tegucigalpa. La Rampa está destinada para brindar al público un espacio familiar y ameno, en el cual se puede disfrutar de diferentes puestos de comida para todos los gustos.

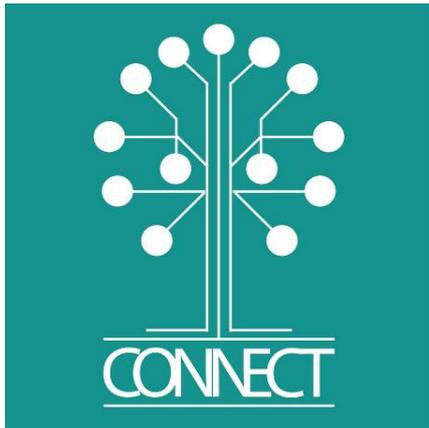
El diseño de estos dos pisos tiene una esencia tipo industrial, debido al diseño del espacio interior, donde emplea el uso de la madera y el metal, vista en su mobiliario, la tubería vista del sistema eléctrico, las lámparas con un estilo moderno y el empleo de colores primarios además de que juega con la vegetación de plantas a media sombra para darle vida al espacio interno.



Ilustración 21 La Rampa



Ilustración 22 Espacios para Comer



En el tercer y cuarto piso se presenta el espacio de trabajo de Connect Cowork, un espacio dedicado al profesional independiente que buscan oportunidades para socializar, al emprendedor que aún no toma el paso siguiente para lanzar su idea o proyecto y las empresas establecidas que buscan el beneficio de la comunidad que se forma en un coworking y las oportunidades de negocio. Estos pisos son un habitat de trabajo, puesto que por medio de una

membresía brinda oficinas privadas de diferentes tamaños o escritorios de áreas compartidas por diferentes profesionales independientes, brindando una amplia gama de opciones en cuanto a espacios y servicios se refiere, donde el usuario puede emplear los espacios por medio de una tarifa por día, semanal, mensual o inclusive hasta de un año.

Los espacios son variados, presentan una planta abierta de mesas conocida como zona de trabajo común, escritorios dedicados a reuniones que varían de diversos tamaños, oficinas privadas, también cuenta con áreas comunales de recreación, servicios de impresiones, de casilleros y áreas de cocina para uso compartido.



Ilustración 24 Mesas de Trabajo Compartido



Ilustración 23 Talleres-Exposiciones

Cabe mencionar que en esta zona comunal cuenta con cabinas telefónicas para que las personas puedan tomar llamadas dentro de este espacio sin interrumpir el trabajo de los demás usuarios. Además, es espacio en general cuenta con un diseño industrial, visto en el uso de la madera tanto como en el mobiliario como en la decoración del lugar, y también el uso del metal y cristal, generando así una amplia iluminación dentro del espacio.



Ilustración 30 Sala Comunal de Trabajo



Ilustración 29 Espacios de Descanso



Ilustración 25 Mesas Individuales



Ilustración 26 Salas de Espera

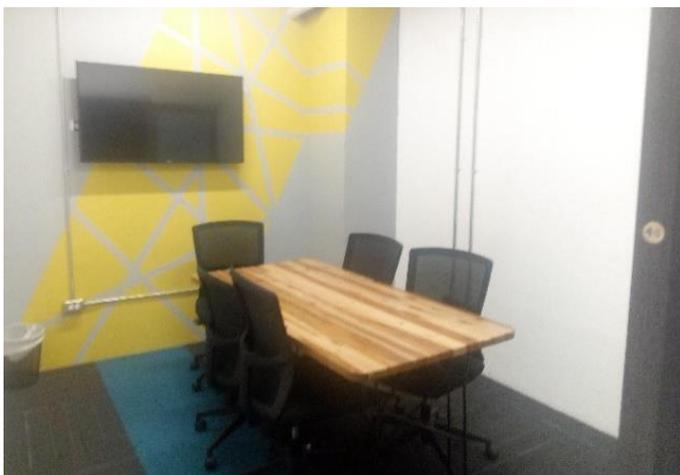


Ilustración 27 Sala de Trabajo Grupal



Ilustración 28 Sala de Conferencia



Ilustración 32 Oficinas Privadas



Ilustración 31 Salón de Danza y Yoga

En el quinto y sexto nivel de la Casa Quinchon están siendo alquilados por empresas financieras, por lo que estos pisos están cerrados al público en general. En el último piso se encuentra la terraza, un lugar abierto que permite apreciar los alrededores del centro, donde este espacio está disponible para renta de eventos y actividades varias.

Desde que fue inaugurado a mitad del año 2018, el atractivo de este inmueble ha ido creciendo, puesto que cada semana diversas organizaciones emplean los espacios de Casa Quinchon para realizar diversas actividades para el público en general, desde charlas y talleres, a conferencias y exposiciones, a actividades recreativas como clases de salsa o yoga, noches de cine, música en vivo y demás.



Ilustración 33 Terraza Casa Quinchon

2.2.3 LAS ZONAS DE EXHIBICIÓN DE PRODUCTOS DE EMPRENDEDORES EN TEGUCIGALPA

La Cámara de Comercio e Industrias de Cortés (CCIC), inauguró el Bazar del Sábado en la ciudad de Tegucigalpa, el cual está ubicado en el bulevar Juan Pablo II, donde antes se ubicaba la Villa Navideña. Esta localización es para acoger más emprendedores. Asimismo, que los capitalinos tengan mejor acceso a compra de productos. (Tiempo Digital, 2018)

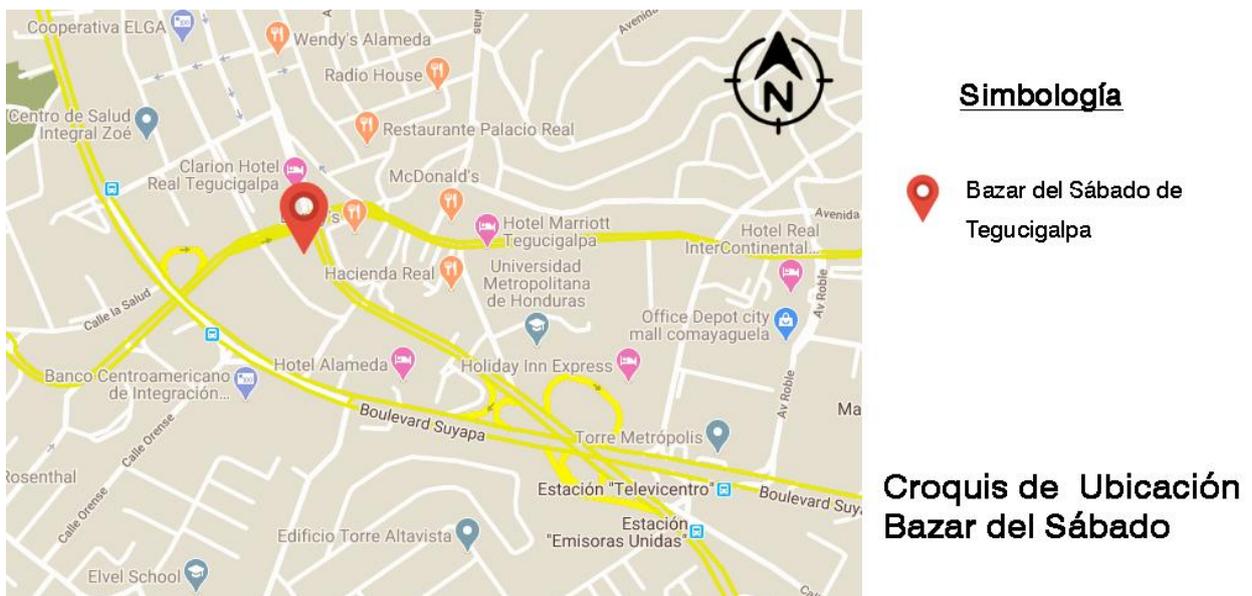


Ilustración 34 Croquis de Ubicación Bazar del Sábado de Tegucigalpa

Fuente: Elaboración Propia

El propósito de este espacio es que las personas que lo visiten puedan elegir entre más de 200 pequeños y medianos emprendedores, donde ofrecen sus productos a la población en un



Ilustración 35 Inauguración del Bazar del sábado de Tegucigalpa

Fuente: El Tiempo (2018)

espacio seguro y familiar. Estos comerciantes tienen una amplia variedad de productos, tales como: cafés, zapatos, ropas, carteras de cuero, artesanías, bebidas naturales, vinos y repostería. El Bazar del Sábado está abierto todos los sábados de 10:00 de la mañana hasta las 6:00 de la tarde. El enfoque de este espacio es enfocado para la venta de productos de comerciantes locales, se hace énfasis en comerciante puesto que no se considera

como emprendedor, ni menos emprendedor creativo. Ács et al., (2019) define al emprendedor como un individuo que tiene la capacidad de tener visión para la innovación. Pocos de estos establecimientos en el Bazar del Sábado son emprendedores según la definición de Zoltán J. Ács porque no hay nada nuevo, innovador y escalable en ellos. La mayoría de estas personas son comerciantes o dueños de tiendas, que realizan una especie de gestión de pequeñas empresas.

2.3 DELIMITACIÓN

Para la realización exitosa del proyecto es imperativo la delimitación del campo de estudio, la tipología arquitectónica a desarrollar, su ubicación geográfica, la población/el usuario a quien está destinado este proyecto y la vida útil de la realización del mismo.

2.3.1 TEMÁTICA

La investigación y desarrollo del proyecto está enfocado en la economía naranja, de forma más específica, los emprendimientos dentro de las industrias creativas tomando de referencia casos de estudio a nivel de la región de Latinoamérica y el Caribe, llevándolos al contexto hondureño, en los rubros de las creaciones funcionales, nuevos medios y software. En otras palabras, los emprendimientos relacionados a diseño en general (como ser gráfico, interiores, industrial) y al de desarrollo de software (contenidos interactivos, aplicaciones móviles y plataformas digitales). Donde la propuesta arquitectónica y el marco teórico de estudio será enfocado en edificaciones de uso mixto, orientado a uso de oficinas y nuevos espacios de trabajo.

2.3.2 GEOGRAFÍA

La zona de desarrollo del proyecto se centra en la ciudad de Tegucigalpa, Honduras para lograr una propuesta que contribuya a cubrir los requerimientos y necesidades de los pobladores del sector.

2.3.3 POBLACIONAL

Para determinar la población meta, debido que no se cuenta con datos demográficos y estadísticos exclusivamente de personas dedicadas a los rubros creativos en Tegucigalpa se limitará el estudio a los emprendedores creativos en los rubros de diseño general y desarrollo

de contenidos digitales, por lo que se usaran datos estadísticos y demográficos levantados por instituciones como el BID sobre emprendimientos latinoamericanos de mayor impacto y de adaptar al contexto de la ciudad de Tegucigalpa.

2.3.4 TEMPORAL

El periodo de tiempo de desarrollo del proyecto se dividirá en dos fases, comprendidas en 2 trimestres por fase (siendo un promedio de 3 meses por fase y un total de 6 meses para el desarrollo del proyecto), donde la primera fase del proyecto se desarrollará a cabo una investigación, análisis y estudio de datos referentes a las industrias creativas y los emprendedores participes a esta economía, justificando el impacto de desarrollo económico que puede conllevar la realización de proyectos que fomenten el crecimiento de este rubro en países como Honduras, ciudades como Tegucigalpa, argumentando con ejemplos de países latinoamericanos que han desarrollado proyectos similares y han generado un incremento al desarrollo de sus ciudades. Además de fundamentará con estudios teóricos la importancia y adaptabilidad de los espacios de cotrabajo para las necesidades de los emprendedores creativos.

Para la segunda fase del proyecto de tesis, se desarrollará una propuesta de proyecto arquitectónico ejemplificando una opción de edificación que cumpla con los elementos y criterios investigados en la primera fase del proyecto.

2.4 OBJETIVOS

2.4.1 OBJETIVO GENERAL

Diseñar un proyecto arquitectónico en un período de 6 meses de un Hub Creativo (espacio de cotrabajo e incubadora de startups de aproximadamente 4,000m²) para 300 emprendedores de la economía naranja en los rubros de diseño y software de contenido.

2.4.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Diseñar espacios de capacitación de habilidades empresariales, gestión de negocios y recursos digitales.
- Diseñar Espacios de exhibición y exposición de bienes y servicios para integración del consumidor
- Diseñar espacios para colaboraciones, co-creación, y trabajo compartido para los emprendedores creativos

2.5 JUSTIFICACIÓN

“La economía latinoamericana de las Industrias Culturales y Creativas (ICC) genera unos ingresos de 124.000 millones de USD (el 6% del mercado total de las ICC) y 1,9 millones de empleos (el 7% de los empleos totales de las ICC)” (EY, 2015, p. 16). Cabe mencionar que el recurso más valioso de la economía creativa, es el intelecto del humano, un recurso inagotable, por lo que realizar diversos proyectos para impulsar esta economía es un alto beneficio para el mejoramiento económico de los países en vías de desarrollo. Como lo manifiesta UNCTAD, (2008) en su Reporte de Economía Creativa del 2008 evidencia la importancia del crecimiento en el comercio de bienes y servicios creativos como indicadores de la fortaleza de las industrias creativas en países de vías de desarrollo.

En los diez años hasta 2005, las exportaciones mundiales de bienes y servicios creativos crecieron a tasas anuales de 6.1 y 9.1 por ciento, respectivamente, con tasas de crecimiento en el conjunto de los países en desarrollo superiores a las de los países desarrollados. Estos resultados proporcionan una pista del potencial para una mayor expansión de sus exportaciones creativas de valor agregado que les espera a los países en desarrollo. Sin embargo, hoy existe una paradoja en el mundo: a pesar de la riqueza

de su creatividad y la abundancia de sus recursos culturales, muchos países en desarrollo no aprovechan el potencial para el desarrollo de sus industrias creativas (UNCTAD, 2008, p. 19).

Luzardo et al., (2017) menciona que según el Foro Económico Mundial. (2016) La creatividad es la tercera de diez habilidades Necesarias para el trabajo en el 2020. Sin embargo, por una variedad de razones, las posibilidades de usar estas industrias para generar mayor producción, exportaciones y empleo permanecen subexplotadas, y se pierden las oportunidades para lograr ganancias de desarrollo genuinas a través del crecimiento en la economía creativa.

El Programa conjunto de las naciones unidas "creatividad e identidad para el desarrollo local" (2008-2011) propició un estudio que permitió hacer la primera cuantificación económica para las actividades del sector cultural en Honduras y una valoración prospectiva sobre los potenciales impactos de la propuesta de ley general de Fomento a la cultura (2011), con el propósito de contar con una herramienta que permitiera identificar el valor económico de la cultura que traería al país la aprobación de una ley especial en la materia. De acuerdo a datos recopilados en el estudio, el aporte al PIB del sector cultural en honduras ha evolucionado del 001 % en la década de los noventa del siglo XX al 1.69 % registrado en 2011: (Mejía, 2018 p. 5-6)

De acuerdo a datos recopilados en el estudio, el aporte al PIB del sector cultural en honduras ha evolucionado del 001 % en la década de los noventa del siglo XX al 1.69 % registrado en 2011:

Tabla 2 Contribución de la Cultura a la Economía Nacional

Indicador Cultural	Aporte a la economía
Contribución del sector cultural al PIB	1.69%
Contribución de la Economía sombra cultural	0.56%
Empleo Cultural	1.03%
Valor agregado cultural	3,040 millones de lempiras
Valor agregado per cápita	191,143 lempiras por trabajador cultural
Gasto público cultural	0.09% del PIB o 326 lempiras por individuo

Fuente: (Mejía, 2018, p. 6)

El experto español en creatividad e innovación Juan Pastor Bustamante afirmó que la creatividad será el motor de la economía en el siglo XX "Queremos que la gente sea consciente

de que la creatividad va a ser el motor de la economía del siglo XXI, al igual que el petróleo ha sido el motor de la economía del siglo XX", dijo Bustamante en una conferencia celebrada en el Centro Cultural de España de Tegucigalpa (CCET) (EFE NEWS, 2018b).

Además, el Gobierno de Honduras también es consciente de la importancia de brindar recursos de apoyo para el desarrollo de la economía naranja. El presidente (actual) de Honduras, Juan Orlando Hernández, firmó un decreto ejecutivo que fomentará en el país la economía naranja o industria cultural y creativa como vía de desarrollo y generación de empleo. Con este proyecto el Gobierno de Honduras busca impulsar las industrias creativas, culturales, turísticas y de innovación, según un comunicado de la Presidencia. El proyecto de economía naranja, que dependerá del Programa Nacional Honduras 20/20, tendrá tres pilares: economía creativa; innovación y tecnología, y emprendimiento creativo. Esos tres pilares tendrán a la vez tres ejes transversales: propiedad intelectual, atracción de inversión y generación de empleo y conectividad, según la información oficial. (EFE NEWS, 2018a)

Generar un proyecto arquitectónico de un HUB creativo en Tegucigalpa conllevará a un gran desarrollo a la economía creativa de la ciudad.

Luzardo & Gasca, (2018) afirma:

Trabajar en un coworking ofrece un alto nivel de autonomía para que el emprendedor decida cómo llevar a cabo sus funciones; sin embargo, al ser una oficina, igual plantea disciplina y estructura, que son cruciales para llevar adelante un emprendimiento. Muchos de estos sitios buscan crear vínculos entre quienes asisten a ellos. Dado que emprender es a menudo una tarea solitaria, los espacios de coworking son importantes como espacios donde se genera un sentido de comunidad. Estar rodeados por personas con intereses y estilos de vida similares sirve para sentirse apoyado y favorece la integración, así como la posibilidad de trabajar en proyectos conjuntos. (p. 39)

Además de la incorporación de espacios de coworking, la necesidad de aprender a cómo hacer negocios empleando la innovación y la tecnología en los emprendimientos creativos, es una necesidad latente en la población hondureña. Hay una gran demanda de hondureños que desean capacitarse para saber emprender.

El Gobierno de la República a través del Instituto Hondureño de Ciencia, Tecnología y la Innovación (IHCIETI), lanza la tercera edición de Honduras Startup, con el objetivo de

impulsar 4 mil emprendimientos y generar nuevas oportunidades de empleos. [...] En 2017 se incorporó el evento tecnológico más grande en la historia de Honduras, Honducamp.Tech, que logró reunir a más de 5,000 participantes, 30 expositores de alto nivel entre los que destacó el creador de WAZE, Uri Levine, y el doctor David Hanson, quien estuvo con su robot SOFIA, entre múltiples exposiciones tecnológicas (Honduras Startup, 2018).

A pesar del gran impacto del programa Honduras Startup, se recuerda que este es un programa-concurso de participación anual, que carece de espacios propios para desarrollar sus actividades, por lo que emplea la renta de salones de eventos para realizar sus actividades, además de que no brinda servicios de espacios de trabajo ni de exposición de productos y servicios de sus participantes (solo al final del concurso en un evento para determinar a los ganadores del programa).

Una incubadora de negocios para los emprendedores creativos les permitirá desarrollar su negocio con apenas la idea inicial del emprendimiento que se quiera realizar. Vigilar el crecimiento y asegurar el éxito de proyectos empresariales, desde ideas hasta compañías, es la ayuda que brindan las incubadoras y aceleradoras para que los negocios comiencen con el pie derecho.

Anónimo, (2018) menciona que de acuerdo con la revista Proteja su Dinero, de la Comisión Nacional para la Protección y Defensa de los Usuarios de Servicios Financieros (Condusef), si se desea comenzar un negocio que sea innovador y que aproveche el uso de la tecnología, pero que no se tengan claras las ideas para organizarlo o dónde obtener capital, las incubadoras son buenas opciones. Condusef explica que la naturaleza de las incubadoras es vigilar el crecimiento y asegurar el éxito de los proyectos de los emprendedores brindando diversos recursos y servicios los cuales pueden ser desde espacios físicos de enseñanza/mentoría y de cotrabajo hasta capitalización, coaching y networking. Las incubadoras evalúan la viabilidad técnica, financiera y de mercado con tres fases: La pre incubación, incubación y post incubación. Donde se genera una serie de pasos desde la afinación de la idea de negocio, dónde y cómo se realizará el proyecto midiendo el impacto real con métricas y parámetros y posteriormente busca la forma en que el proyecto crezca exponencialmente.

III. MARCO TEÓRICO

El desarrollo del proyecto contempla un profundo énfasis en el diseño del espacio interior del inmueble a diseñar, debido a que uno de sus enfoques principales son los espacios de cotrabajo, es imperativo contar con criterios de diseño que permitan el correcto funcionamiento y confort espacial del usuario que use el espacio de trabajo. Stouhi, (2020) menciona que el hombre promedio pasa el 70% a 80% de su vida en espacios interiores, y que de ese tiempo dedica un promedio de 9 horas al día dedicadas al trabajo (además existe un hecho colectivo que el ser emprendedor dedica 12 horas o más de su día a su trabajo) y diferentes estudios han indicado que la calidad del entorno laboral tiene efectos positivos a corto, mediano y largo plazo en la vida, la salud y la productividad de las personas que lo ocupan.

Por lo que Stouhi menciona 5 principales criterios a considerar para que los espacios de trabajo tengan calidad espacial y confort a para los usuarios.

- **Confort Térmico:** Estima que el espacio interior debe tener una temperatura promedio de 37° centígrados. Estos se definen en seis factores, 4 de los cuales corresponden a parámetros ambientales, (Temperatura del aire, radiación promedio, humedad relativa y velocidad el aire) y los otros 2 corresponden a factores personales.
- **Confort acústico:** Donde la importancia radica en la reducción del ruido interno y externo y brinda 3 estrategias para controlar el nivel del ruido, las cuales son, techo acústico, paneles acústicos entre estaciones de trabajo y sistemas electrónicos de enmascaramiento de ruido. Menciona también que las plantas cuadradas generalmente tienen un mejor rendimiento acústico que los espacios largos y estrechos, porque el sonido se distribuye equitativamente en todos sus lados. Y en el material empleado para el piso, menciona que entre más duro sea el material empleado, menos podrá absorber el sonido.
- **Confort visual:** Este está definido por las condiciones de iluminación y el rango de ángulos visuales del lugar de trabajo. Donde la luz juega un papel importante en el estado de ánimo y la productividad de los trabajadores.
- **Calidad del aire:** Menciona dos estrategias elementales. La primera consta de aumentar la tasa de ventilación del espacio, y el segundo es combatir la fuente de

contaminación dentro y alrededor del edificio. Donde una ventilación natural más abundante en entornos no industriales mejora en gran medida la calidad del aire, reduciendo la concentración de contaminantes.

- **Síndrome del edificio enfermo (SED):** Considerado como el conjunto de enfermedades desencadenadas por la proliferación de microorganismos y partículas suspendidas en edificios cerrados. Por lo que el empleo de ventilación natural es necesario para la reducción de este síndrome.

3.1 DEFINICIÓN DEL TIPO DE EDIFICACIÓN

Un clúster creativo es, simplemente, un edificio, un barrio o cualquier espacio geográfico relativamente pequeño que contiene una concentración de negocios basados en la Economía Naranja. Estos negocios interactúan unos con otros de manera “coopetitiva” (cooperar para crecer el pastel, competir para dividirlo), permitiendo que sus recursos se sumen para optimizar su capacidad de crear bienes y servicios. Un Hub creativo es un centro de conexiones, en el que clústeres, infraestructuras especializadas, capitales, talentos y tecnologías se concentran, independientemente de su proximidad geográfica. En estos hubs se desarrollan, producen y/o comercializan los bienes y servicios más sofisticados de la economía creativa (el ejemplo más reconocido es, sin duda, Silicon Valley).

El proyecto *“Fabrica Creativa: Arquitectura para Emprendedores de la Economía Creativa”* será la integración de tres componentes de desarrollo del emprendedor creativo: Incubadora de empresas, Espacio de cocreación y cotrabajo y zona de exhibición de bienes y servicios creativos.

La zona detrás de la estación de tren Kings Cross en Londres es un ejemplo de clúster tecnológico y creativo. La Nación, (2017) menciona “Hace veinte años esta área de la ciudad era particularmente peligrosa y pululaba la prostitución y la droga. En la actualidad, la zona se ha transformado en un clúster con foco en la música, tecnología y empresas creativas. Muchos lo llaman Londres Digital”. Además, recalca que para que una zona, o edificación se convierte en un clúster como el de King Cross existe tres soportes que son clave para lograrlo: generar capacidades; ampliar la colaboración, y generar conectividad.

- **Generar Capacidades:** La generación de talento que combine habilidades creativas y tecnológicas es crítica para que el clúster funcione. Las posibilidades que da tener un

centro de formación de excelencia son atractivas para la instalación de empresas y startups.

- **Colaboración:** Generar espacios de colaboración entre empresas, startups y universidades es crítico para ampliar el ámbito de colaboración y el surgimiento de nuevas ideas.
- **Conectividad:** Mejorar las condiciones de conectividad para generar innovación digital es crítico para un clúster.

3.2 ANÁLISIS DE EDIFICIOS SIMILARES

A continuación, se procede a analizar 4 edificaciones dentro de la tipología de oficinas de coworking y de incubadoras de empresas, donde sirve como marco de referencia en el proceso de diseño del proyecto arquitectónico.

3.2.1 KOIL (KASHIWA-NO-HA OPEN INNOVATION LAB)



Arquitecto: Naruse Inokuma

Área de Construcción: 2,576m²

Año: 2014

Ubicación: Kashiwa, Japón

Ilustración 36 Kashiwa-no-ha Open Innovation Lab

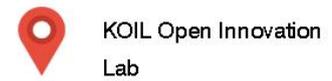
Fuente: Nishikawa (2014)

Koil es un centro de innovación destinado a apoyar la creación de emprendedores, promover desarrollos empresariales, y estimular actividades económicas en Japón. Es un lugar como una plataforma donde las empresas y los individuos trabajan juntos más allá de un arco tradicional,

y fusionan ideas, habilidades y conocimientos para producir productos y servicios innovadores, lo cual es facilitado y realizado por el sistema con el apoyo de inversores.



Simbología



Croquis de Ubicación KOIL Open Innovation Lab

Ilustración 37 Croquis de Ubicación KOIL

Fuente: Modificado de Google maps

Koil, por lo tanto, incluye varias funciones para una comunicación fluida que cruza los campos, como comer, fabricar, hacer presentaciones y relajarse. Los usuarios pueden elegir su lugar de varias ubicaciones dentro del complejo libremente y trabajar compartiendo los espacios y las instalaciones con otros usuarios, lo que les permite contactar otros de manera diversa. El centro se convierte en un lugar como una miniatura de ciudad urbana, donde varias actividades y eventos ocurren simultáneamente. Para que el lugar permita tales actividades, se ha creado un espacio diverso con áreas que tienen diferentes aplicaciones e intersecan dentro de la zona pública central y con varias alturas de techo, el color de las luces y acabados del interior diseñados para que coincidan con las funciones de las áreas. (KOIL, 2014)

En cuanto a los elementos visuales, la atmósfera inacabada se enfatiza en el diseño con el objetivo de hacer que las actividades de las personas sean propias del encanto del espacio. El techo del área compartida tiene tuberías de ductos expuestas que reflejan las luces. Los otros elementos simplemente se terminan usando los materiales de base, como tableros de cemento de lana de madera, tableros de cemento reforzados con fibra y paneles de yeso nivelados con masilla cubierta con pintura transparente. A través de dichos detalles, el diseño intenta evitar significados restringidos o un estilo particular fotografiado desde el acabado final.



Ilustración 38 KOIL Espacio Comunal



Ilustración 39 KOIL Vestíbulo-Recepción



Ilustración 42 KOIL Espacio de Conferencias



Ilustración 41 KOIL Taller de Impresiones

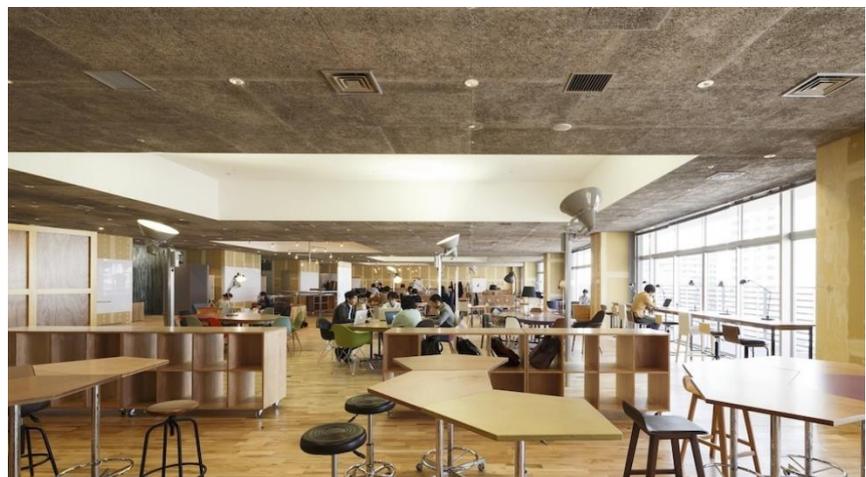


Ilustración 40 KOIL Zona de Coworking

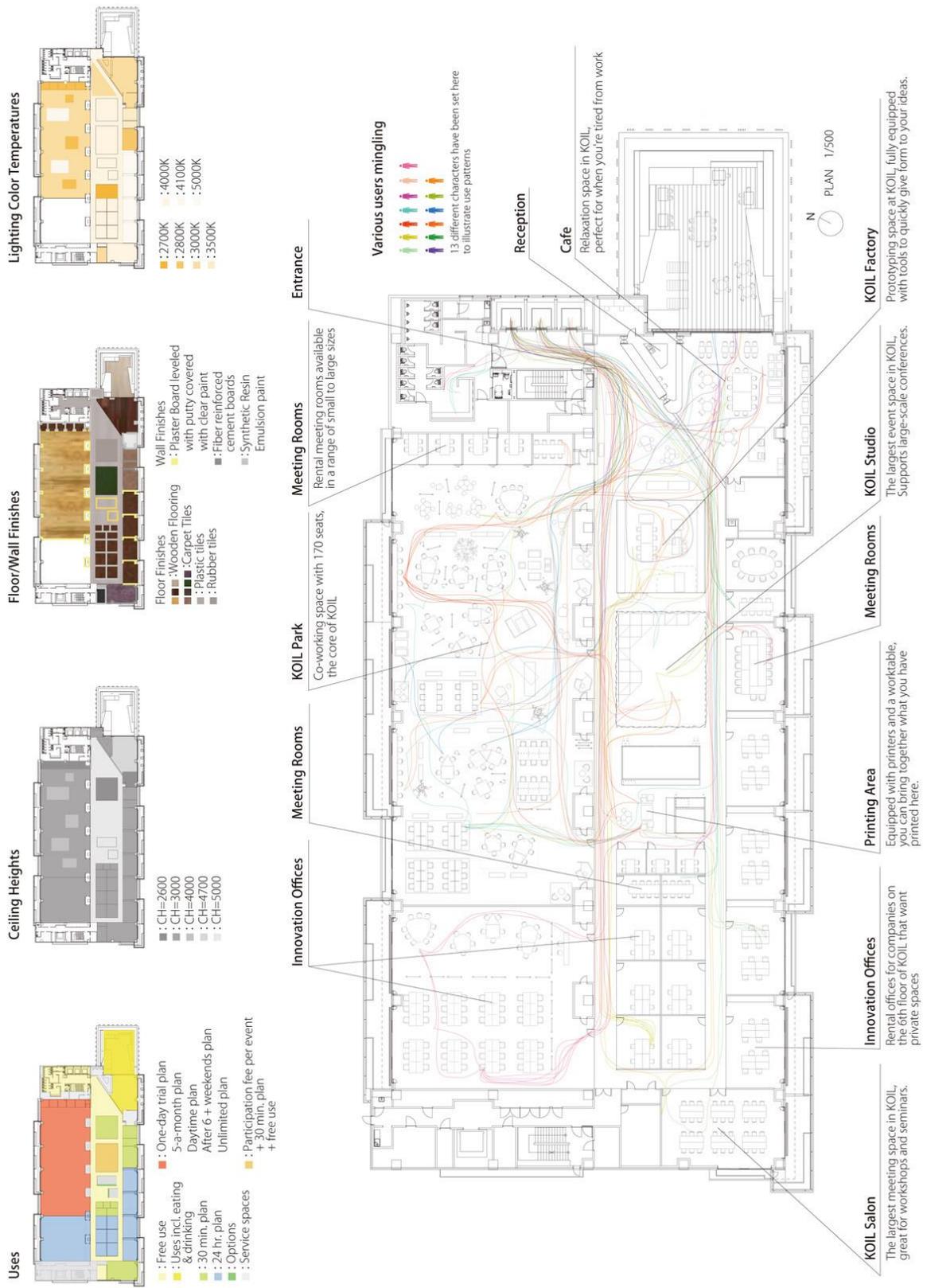
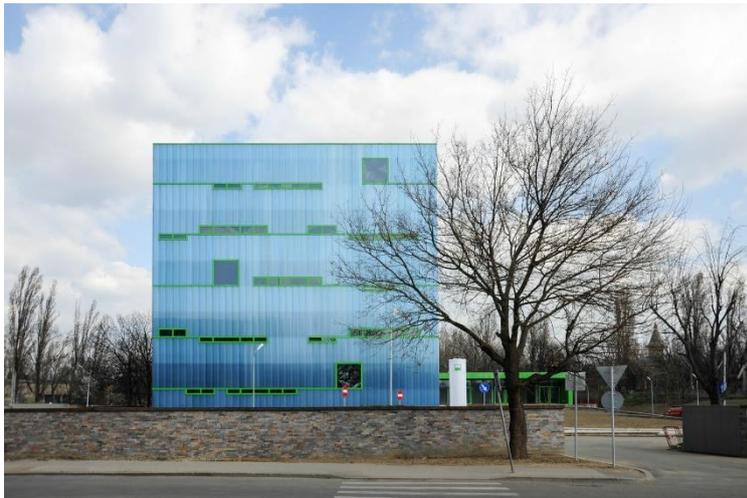


Ilustración 43 KOIL Planta de Distribucion

Fuente de Imágenes 25 al 30: Nishikawa (2014)

3.2.2 INCUBOXX THE BUSINESS INCUBATOR



Arquitecto: Andreescu & Gaivoronschi

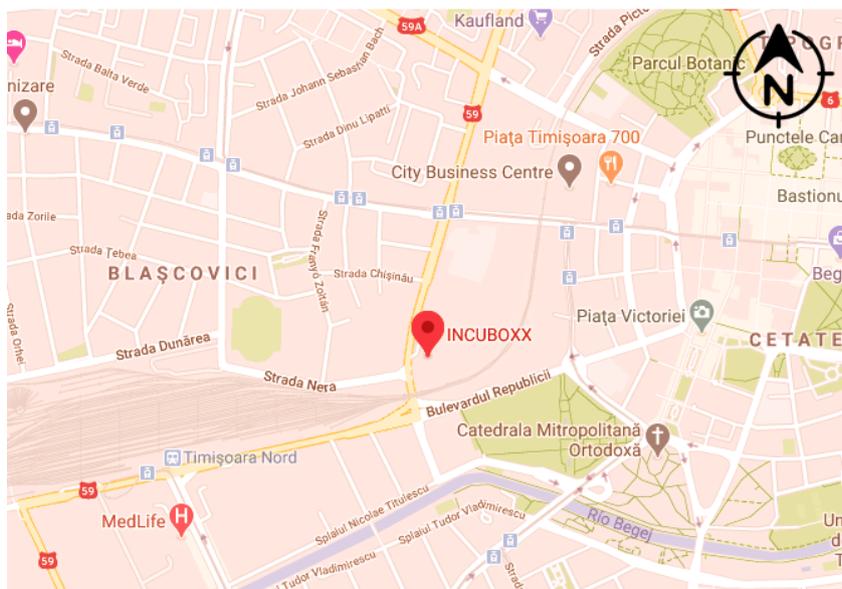
Área de Construcción: 6,311m²

Año: 2014

Ubicación: Timisoara, Romania

Fuente: Ovidiu Micsa (2014)

INCUBOXX es un edificio del consejo destinado a jóvenes graduados que desean iniciar un negocio dentro del sector de IT&C (Tecnología de la información y comunicaciones por sus siglas en inglés). Por esta razón, el edificio está equipado para servir a las empresas en dos etapas comerciales: la etapa de incubación (3 años) y la etapa de consolidación y desarrollo (2 años). Los espacios de exposición, salas de conferencias, una cafetería, un gimnasio, un muro para escalar y una terraza están a disposición de cualquier joven empresario en INCUBOXX. Como resultado, la selección de color y material para el diseño está inspirada en dos conceptos principales: juventud y sostenibilidad.



Simbología

 INCUBOXX

Croquis de Ubicación Incuboxx

Ilustración 44 Mapa Croquis de Ubicación Incuboxx

Fuente: Modificado de Google maps

Ubicado en un sitio problemático, entre la pendiente de una vía de tren y un concurrido bulevar que cruza un área industrial abandonada, el propósito del edificio es mejorar el terreno en el que se encuentra tanto visual como funcionalmente mientras contiene su actividad dentro de un volumen de tamaño mediano (21,070 metros cúbicos).



Ilustración 45 Incubox Exterior

Fuente: Ovidiu Micsa (2014)

El diseño sigue los principios de paisajismo: El suelo doblado artificialmente integra la pendiente de la vía del tren y sube a la planta baja. La fachada oeste del edificio de oficinas principal da al bulevar, ofreciendo un fondo colorido para la actividad urbana. La piel azul translúcida, que cambia de color durante el día y brilla durante la noche, está hecha de policarbonato. Recordando una placa de circuito, está montada en la rejilla estructural horizontal que se expresa a través de la horizontalidad de las ventanas. Desde el interior, estas ventanas enmarcan vistas de la ciudad a la altura de los ojos.



Ilustración 46 Elevación Sur

Fuente: Andreescu & Gaivoronschi (2014)

Para ingresar a INCUBOXX, uno debe subir una pendiente gradual hacia un volumen transparente más bajo que contenga funciones auxiliares como la cafetería y el gimnasio. Desde este nivel, los espacios de estacionamiento y las salas de servicio se vuelven visibles a través de las grietas y pliegues de la tierra de abajo. El ascenso continúa por todo el edificio. Desde la entrada informal, uno es recibido por el atrio de varios pisos que trae aire fresco y luz al interior. Literalmente, se puede subir por el pozo de luz en el muro de escalada y llegar a la parte superior del edificio donde se encuentra la terraza y donde se desarrolla el paisaje urbano. (Andreescu & Gaivoronschi, 2014)

Estrategia ambiental

Una de las principales características del edificio es el hecho de que es sustentable mediante enfriamiento pasivo e iluminación natural. El atrio interior es el elemento que suministra luz y ventilación al núcleo del edificio. Para el espacio de oficina rentable, las ventanas proporcionan el intercambio de aire óptimo y la iluminación natural, mientras que la fachada de policarbonato translúcido filtra y optimiza los niveles de luz. A nivel del suelo, la sistematización vertical dentro del paisaje permite que el estacionamiento esté oculto a la vista, cubierto por la tierra y también ventilado naturalmente. Además, el paisaje plegado y la plantación intensiva crean un microclima en el que se controla el movimiento del aire para mantener una temperatura estable alrededor del edificio durante el verano y al mismo tiempo proteger el espacio interior del ruido del tráfico.



Ilustración 47 Incuboxx Patio Interno

Fuente: Ovidiu Micsa (2014)

Estrategia económica

INCUBOXX es un edificio rentable debido a dos aspectos principales: era más barato de construir y tiene costos de funcionamiento más bajos que otros edificios de oficinas en Timisoara. El presupuesto de construcción se cumplió mediante la sustitución de la fachada de vidrio típica con un material más eficiente y rentable: el policarbonato multicapa fuertemente aislado. Además, debido a que los costos de funcionamiento debían ser lo más bajos posible para los inquilinos recién graduados, el diseño gira en torno a los principios de las energías renovables. El atrio es un buen ejemplo de la estrategia de enfriamiento pasivo del diseño. Usando el efecto de pila, ventila naturalmente el área central del edificio al tiempo que trae luz natural, eliminando la necesidad de ventilación mecánica durante el verano y la iluminación



artificial durante el día. Otro buen ejemplo es el espacio de oficina, donde las ventanas excluyen la necesidad de ventilación artificial, mientras que el policarbonato translúcido proporciona luz natural filtrada. Para resumir, la luz dentro del espacio, el atrio, la cafetería que domina la secuencia de entrada, el gimnasio, los materiales utilizados y el nivel del equipo definen un espacio de trabajo único para las nuevas empresas de TI y proporcionan el apoyo ambiental necesario para desarrollar la creatividad y habilidades de jóvenes graduados de Timisoara.

Ilustración 48 Fachada de Policarbonato Translúcido

Fuente: Ovidiu Micsa (2014)

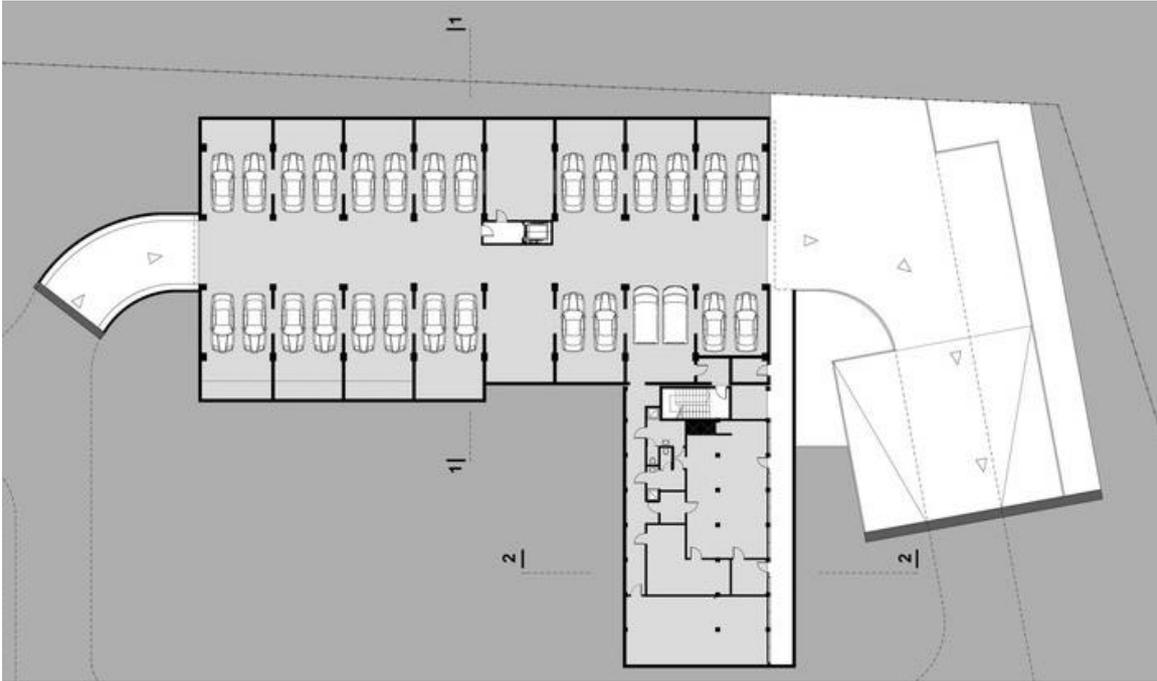


Ilustración 50 Incuboxx Planta de Sótano

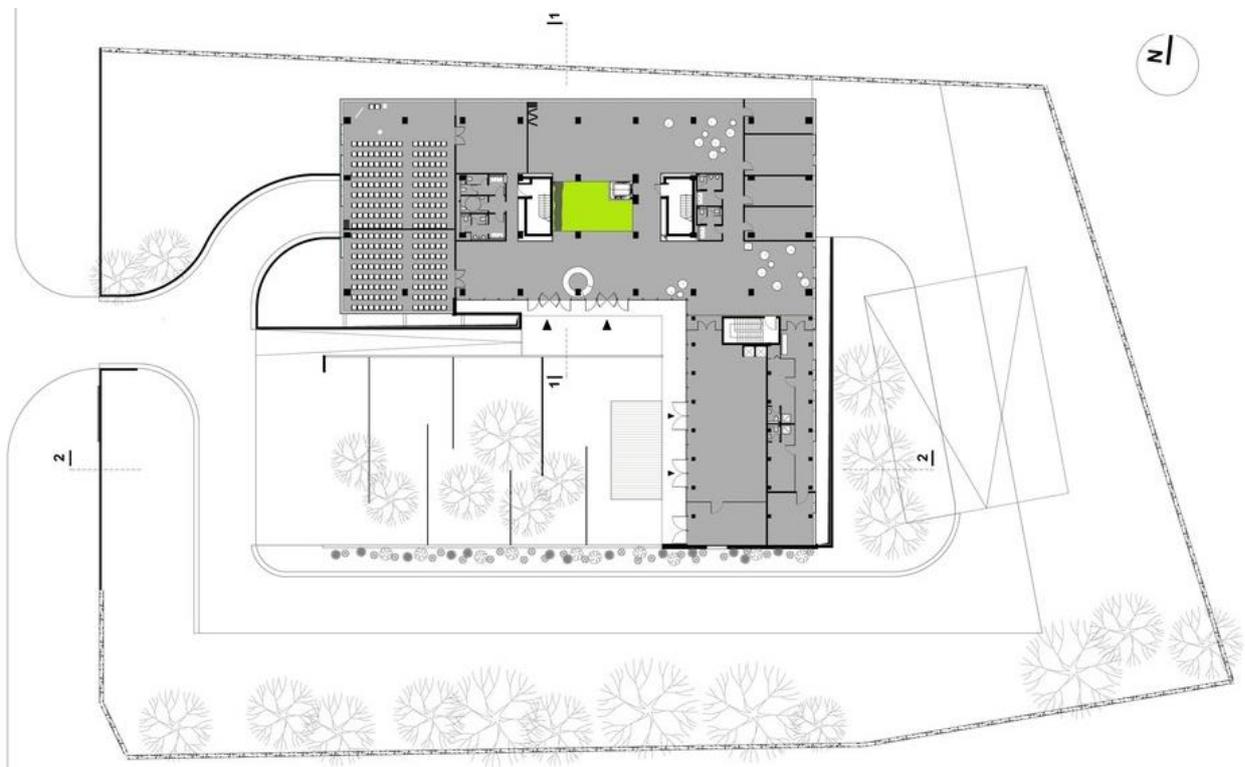


Ilustración 49 Incuboxx Planta Baja

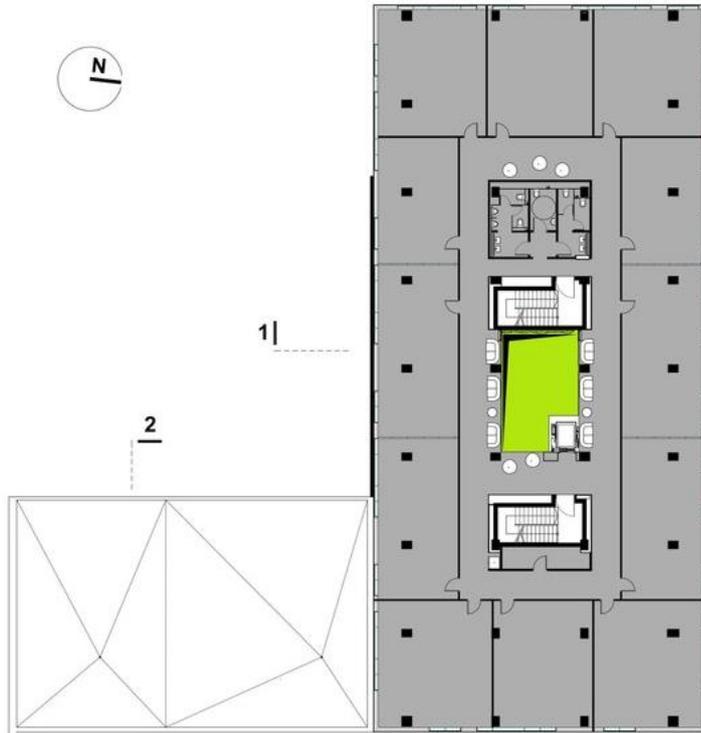


Ilustración 53 Incuboxx Planta Nivel 1

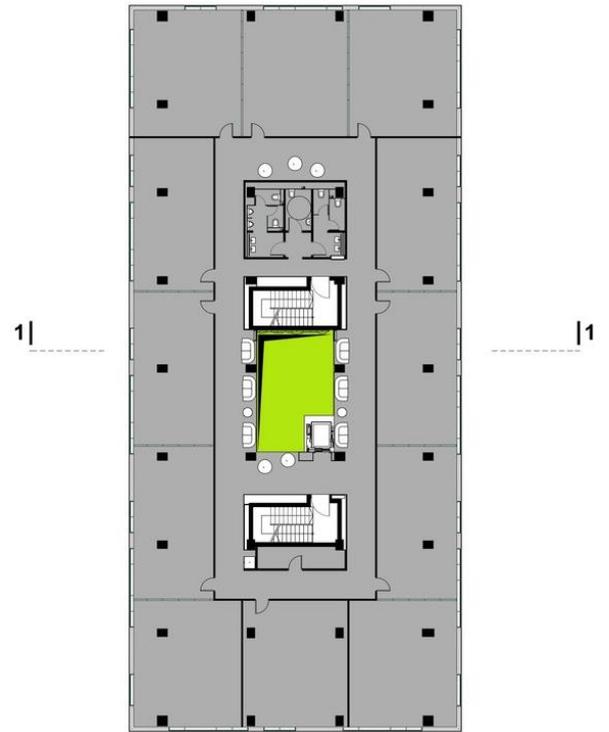


Ilustración 52 Incuboxx Planta Nivel 2



SECTION 1-1

Ilustración 51 Incuboxx Sección 1-1

Fuente de Imágenes 36-40: Andreescu & Gaivoronschi (2014)

3.2.2.1 Publik Office en SAIGON



Ilustración 54 Publik Office

Fuente: Hiroyuki Oki (2018)

Arquitecto: Sanuki Daisuke architects

Área de Construcción: 945 m²

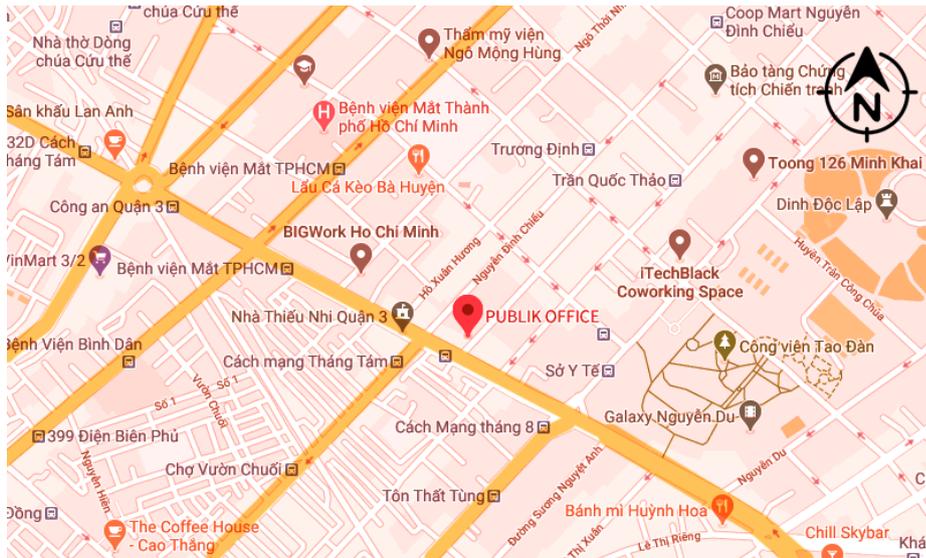
Año: 2018

Ubicación: Vietnam

Este es un proyecto para un espacio de trabajo conjunto que se construyó en el centro de Ho Chi Minh. Donde jóvenes creadores que viven en la ciudad, compañías de riesgo y empresas fundadoras locales de compañías extranjeras usarán este local, con cada piso para un diferente espacio.

El edificio original fue construido en los años 1990, y sus repetidas remodelaciones olvidaron su forma original. Debido a que el lugar no está

frente a la calle principal y la visibilidad es mala, el diseño de la fachada presentó un desafío. Como el edificio original era antiguo y sufrió repetidas adiciones y renovaciones, todos los espacios interiores y exteriores tuvieron que ser completamente renovados, dejando sólo la estructura. Aprovechando el hecho de que la profundidad del balcón existente en la parte central era diferente, se extendió el balcón de cada piso a la izquierda y a la derecha, y se instalaron macetas para vegetación en cada una de ellas. Además, en la elevación, se fijó una chapa de acero inoxidable en una forma especular, como un origami zigzag. Este espacio de coworking llamado Publik (c) Office fue diseñado no para ser un edificio cerrado, sino para tener una intensa vitalidad abierta a la ciudad, en respuesta al ambiente (Sanuki Daisuke architects, 2019).



Simbología



Croquis de Ubicación Publik Office

Ilustración 55 Mapa de Ubicación Publik Office

Fuente: Modificado de Google maps



Ilustración 56 Fachada Principal Publik Office

Fuente: Hiroyuki Oki (2019)

La lámina de acero inoxidable se fabrica soldando piezas con forma de montaña de diferentes ángulos en la parte posterior. Al cambiar la proporción de tipos de piezas en cada capa, están diseñadas para reflejar diferentes paisajes. Además, el verde en los canteros instalados controla la luz solar directa del lado oeste, y la profundidad disminuye en los pisos superiores, siendo posible ver los árboles coloreados con luz natural desde cualquier lugar desde el interior. Este proyecto es un espacio de coworking, a diferencia de oficinas y cafés. Cuando los usuarios están allí trabajando, pueden cambiar de lugar sintiendo y encontrando su espacio según les acomode. Por lo tanto, los arquitectos proyectaron incentivar la creatividad del usuario con cada piso diseñándolo de manera diferente.

La planta baja es un espacio de trabajo con una cafetería, el primer piso es un espacio de trabajo abierto con impresionantes luminarias tubulares, el segundo piso es un espacio de trabajo más individual, separado por divisores móviles y el tercer piso es un espacio de trabajo libre en el que es posible mover las mesas libremente, integrado a la terraza externa que también sirve como sala de presentaciones.



Ilustración 58 Publik Office Recepción



Ilustración 57 Publik Office Sala de descanso

Fuente: Hiroyuki Oki (2019)

Los usuarios pueden descubrir espontáneamente su propio espacio de concentración y elegir sus propios lugares. El proyecto fue cuidadosamente pensado para eliminar el exceso de decoración tanto como sea posible y usar materiales locales vietnamitas, como terrazo de diferentes colores, madera, cemento, etc.



Ilustración 60 Publik Office Terraza

Fuente: Hiroyuki Oki (2019)



Ilustración 59 Publik Office, Área de trabajo modular



Ilustración 62 Plantas Arquitectónicas



Ilustración 61 Corte Perspectivo

Fuente: Hiroyuki Oki (2019)

3.2.3 LA MAQUINITA



Arquitectos: Estudio Montevideo,
Pablo Dellatorre

Área de Construcción: 1300 m²

Año: 2018

Ubicación: Argentina

El proyecto se encuentra ubicado en pleno microcentro de la ciudad de Buenos Aires, donde se diseñó este espacio de coworking. Por lo que el concepto del espacio intenta recrear la experiencia de estar caminando por una calle de cualquier parte del mundo, en donde te encuentras con personas de todos lados, vivís diversas experiencias, vas descubriendo diferentes espacios, paisajes y sensaciones. Buscamos recrear diferentes microclimas dentro de un gran espacio, trasladando al usuario a diferentes escenarios y estados de ánimo.

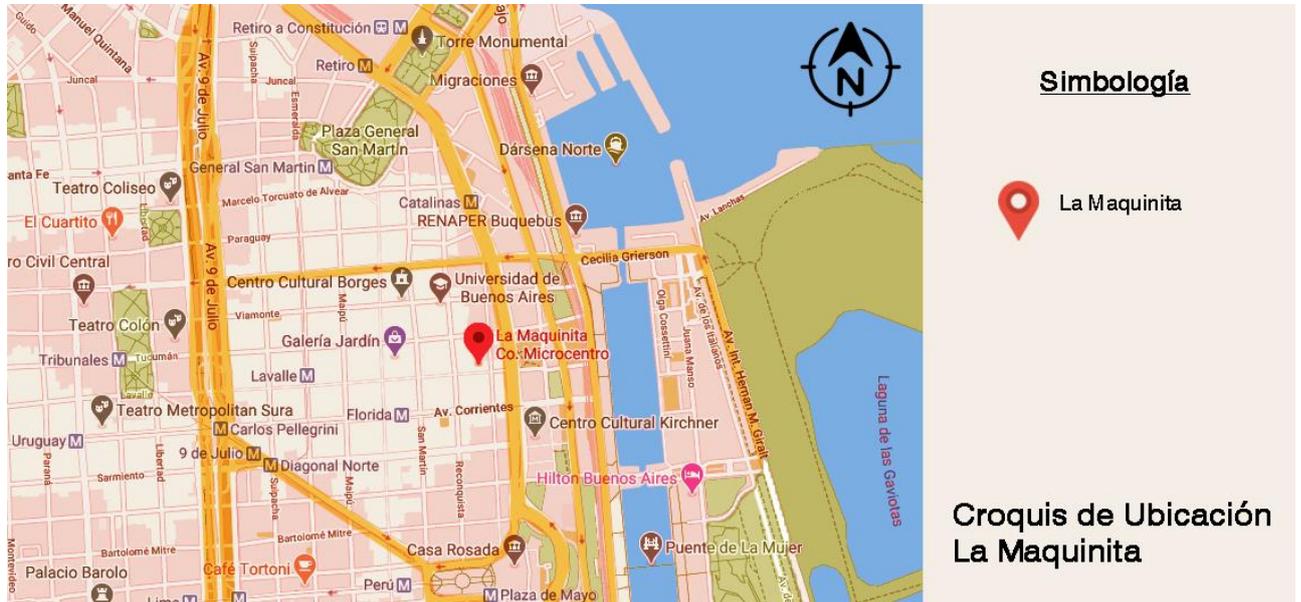


Ilustración 63 Mapa de Ubicación La Maquinita

Fuente: Modificado en Google maps

Por su ubicación en plena peatonal, la fachada es sobria pero refleja los materiales e intenciones que luego se van a ver en el interior. Por cuestión de seguridad, y como requerimiento del cliente, se creó un foyer de entrada como espacio de transición entre la calle y el área de trabajo, lo que permite mayor control y a su vez, generar un living y una antesala para pequeñas reuniones con personas externas al coworking. (Estudio Montevideo & Pablo Dellatorre, 2018)



Ilustración 64 La Maquinita Fachada Principal

Fuente: Gonzalo Viramonte (2018)

El espacio se estructura atravesado por 2 calles por la cuales circulan los usuarios, y diferentes espacios que contemplan los diferentes estados de ánimo y actividades a desarrollar. (lugares para concentrarse, para distender, para reunirse, para hacer llamadas, zonas comunes, etc.) Los espacios comunes de recreación y distención, se ubican entre medio de dichas calles junto con las salas de reuniones. Hacia los laterales, se disponen salas de capacitaciones, oficinas privadas y puestos de trabajo. Hacia el final del gran espacio, y siguiendo con la misma idea, se desarrolló un sector exclusivo para una empresa privada, y cuenta con cocina, salas de

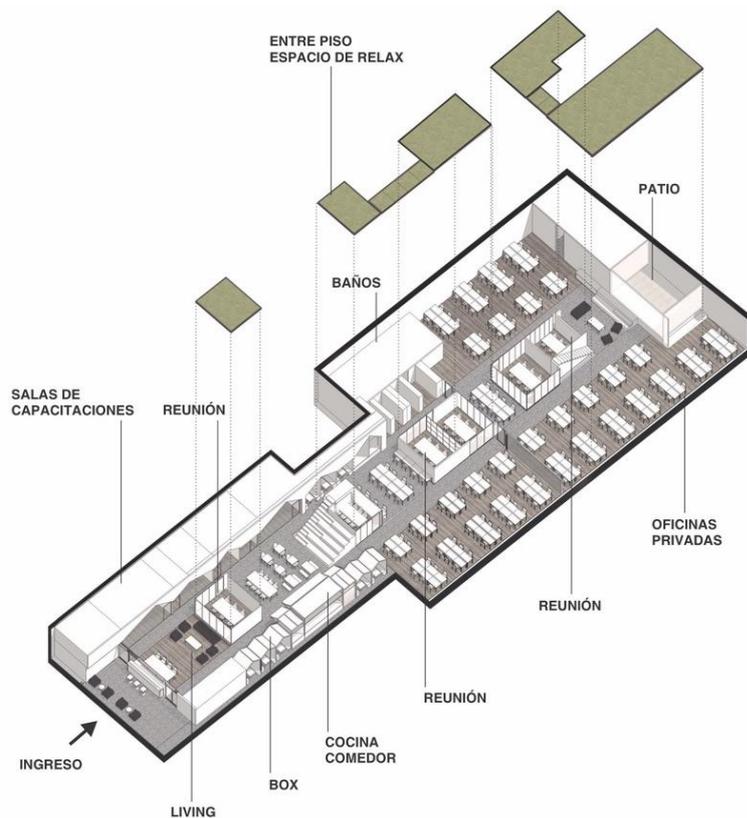


Ilustración 65 La Maquinita Diagrama del Espacio
 Fuente: Estudio Montevideo & Pablo Dellatorre (2018)

reuniones, y espacios de trabajos privados. También se generaron los entresijos de relax y espacios tipo living para distensión y usos múltiples. Todo el local cuenta con doble altura, por lo que utilizamos los techos de las salas de reuniones como espacios accesibles a través de puentes y escaleras/gradas para generar áreas de recreación. Todas estas áreas, forradas con pasto sintético, cuentan con sillones y equipamientos para relajación. Buscando

reinterpretar la idea de mercado como punto de referencia de todas las ciudades del mundo, en el corazón del lugar, se ubicó la cocina y comedor, lugar de encuentro, intercambio e integración por excelencia dentro del coworking. Una barra alta, y una serie de boxes con forma de casitas y mesas tipo de picnic, buscan generar un ambiente relajado y distendido para reunirse, almorzar, etc.

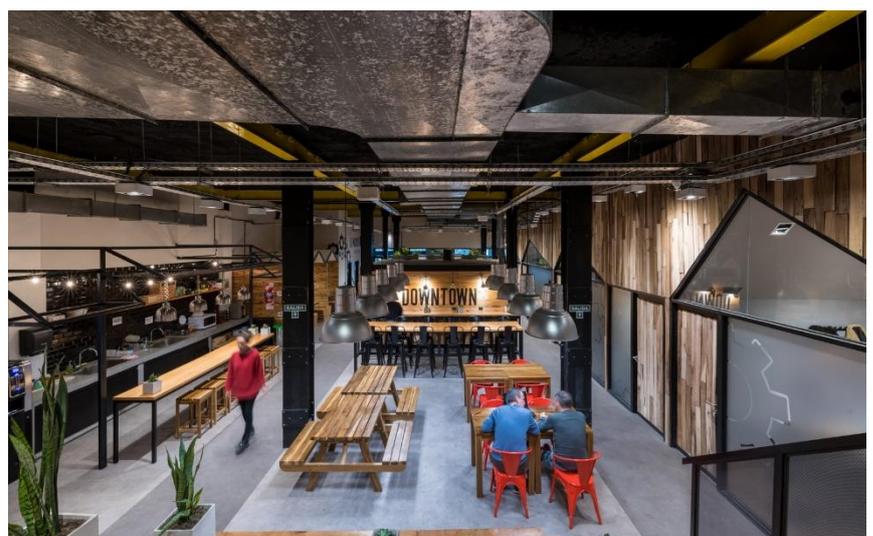


Ilustración 66 La Maquinita Área de Cocina

Fuente de imagen: Gonzalo Viramonte (2018)



Ilustración 67 Espacio abierto de Coworking



Ilustración 68 Salones de trabajo



Ilustración 69 Mesas de trabajo

Fuente de imagen: Gonzalo Viramonte (2018)

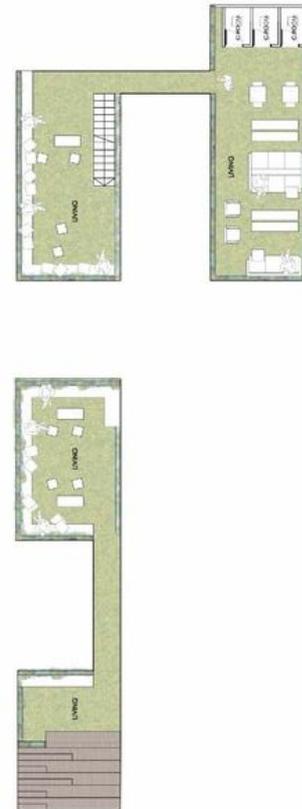


Ilustración 70 La Maquina Plano de Distribución

Fuente: Estudio Montevideo & Pablo Dellatorre (2018)

Características de los Casos de Estudio		
Koill	Incuboxx	Publik Office
Área: 2,576m2	Área: 6,311m2	Área: 945m2
Desarrollo en 1 nivel	Desarrollo en 5 niveles	Desarrollo en 5 niveles
Características Espaciales:	Usuario joven recién graduado	Remodelación de un edificio existente
-Espacios abiertos	Características Espaciales:	Características Espaciales:
-Colores neutros	-Espacios de uso múltiple	-Uso diferente en cada nivel
-Instalaciones vistas	-Empleo de luz natural	-Uso de materiales locales
-Altura promedio de cielo 4m	-Enfriamiento pasivo	-Uso de iluminación natural en la mayoría de sus espacios
-Empleo de iluminación con temperatura cálida (2700k-3500k)	-Colores neutros	-Jardineras en fachada principal
-Divisiones móviles	-Cubo de luz natural	-Instalaciones vistas en planta baja
Materialidad	Materialidad	Materialidad
-Piso de madera	-Fachada de policarbonato translucido, color azul	-Terrazo de colores
-Cielo de concreto visto	-Piso de porcelanato, tonos grisáceos	-Madera en piso, paredes y cielo
-Paredes de madera y tabla yeso		-Concreto visto
		-Lamina de aluminio zigzagueada
Resumen de espacios:	Resumen de espacios:	Resumen de espacios:
-Recepción	-Espacio-taller de Incubación (empresas)	-Sala de trabajo tipo lounge
-Café	-Espacio- taller de consolidación (empresas)	-Café
-Taller de elaboración de prototipos	-Zonas de Exhibición	-Cabinas de trabajo separadas por particiones móviles
-Sala de eventos	-Salas de conferencias	-Espacio de uso múltiple
-Sala de reuniones	-Cafetería	-Terraza para seminarios
-Área de impresiones	-Gimnasio/pared para escalar	
-Espacios de oficina para renta	-Terraza	
-Espacio de cotrabajo (170 asientos)		
-Salas de reunión para renta		

3.3 CONTEXTO-ECOLOGÍA-MEDIO FÍSICO

3.3.1 UBICACIÓN, IMPACTO URBANO

Para el desarrollo del proyecto, se procede a hacer un análisis comparativo de 3 terrenos potenciales para la ubicación del proyecto arquitectónico en diferentes zonas de la ciudad en el cual brinden las mejores condiciones para la implantación del edificio y genere un impacto urbano en la zona propuesta.

Plazola Cisneros, (1999) menciona que para ubicar un edificio de oficinas se debe realizar un estudio de localización cuidadosamente que considere el tipo de negocio que se desee hacer y que debe situarse próximo a organizaciones con las que los usuarios tendrán relaciones de negocios. Por ende, el terreno se debe de encontrar, de preferencia, en una zona de uso mixto con preferencia comercial.

A continuación, se describe los criterios de selección del terreno:

- Por la tipología del proyecto (Oficina) el terreno debe de estar en una zona de desarrollo comercial.
- Es necesario que tenga a su alrededor un variado equipamiento urbano como restaurantes, centros comerciales, y demás, que aporte a la plusvalía de la ubicación del proyecto.
- El terreno debe ubicarse cerca de una vía de circulación vehicular principal, además que tenga proximidad en los recorridos de transporte público para la facilidad de llegada de los usuarios a la edificación.
- Como parámetro de elección se buscarán terrenos que oscilen con un área de predio aproximado de 1,000m²
- También es importante que ubique en una zona que tenga varios puntos de expansión y que fomente el crecimiento comercial del sitio.

3.3.1.1 Terreno A

El terreno A se encuentra ubicado en Lomas del Mayab, cuenta con un área aproximada de 2,000m² con una inclinación topográfica aproximada del 12% en sus secciones transversal y longitudinal y su morfología es casi rectangular.

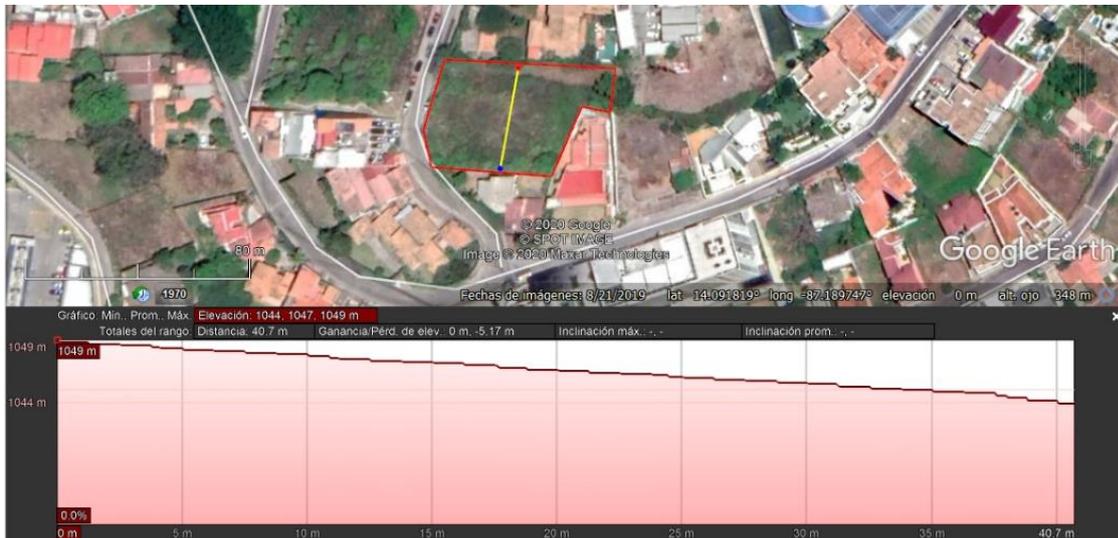


Ilustración 71 Perfil Topográfico Axial

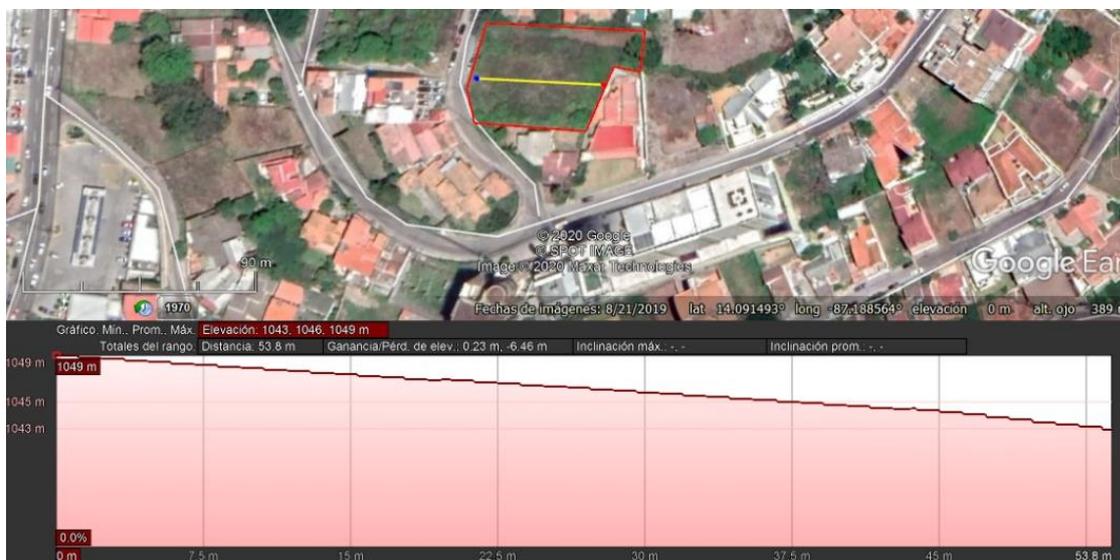


Ilustración 72 Perfil Topográfico Longitudinal



Ilustración 74 Croquis de Ubicación Terreno A

Al estar ubicado en la colonia Lomas del Mayab tiene la ventaja de estar próximo al Bulevar Juan Pablo II a pesar de que no esté en una conexión directa en el mismo, ya que este cuenta con un equipamiento comercial prominente, puesto que es una zona distribuidora D1, donde se encuentran algunas zonas de restaurantes como ser Denny's, Popeyes y McDonald's. Esta cerca del Hotel Marriott, el Centro Cívico Gubernamental, el Hotel Intercontinental y el Mall Multiplaza, por lo que estas zonas hay un prominente tráfico vehicular y de personas que visitan estos puntos.



Ilustración 73 Vista aérea del terreno

El terreno está ubicado en una esquina, precisamente en cuesta curva elevada, donde está rodeado de múltiples residencias, y solo tiene un lateral que da acceso a la calle, por donde las opciones de acceder al predio son bajas. Cuenta con poca vegetación en sus perímetros colindantes con las residencias. Su morfología es en forma de rectángulo con uno de sus lados redondeados debido a la calle principal.



Ilustración 75 Panorama Visual del terreno A

Debido a que se encuentra en una colina, este tiene una vista general del paisaje urbano de la zona comercial del boulevard Juan Pablo II, por lo que, al llegar a desarrollar un edificio en altura, este tendría un gran panorama visual del contexto que le rodea.



Al tener una pendiente pronunciada del 12% en sus dos lados, conllevará a tener que generar un movimiento de tierra para generar terracerías, o de buscar la optativa de generar estacionamientos subterráneos aprovechando el desnivel originado entre su punto más alto a su punto más bajo.

3.3.1.2 Terreno B

El terreno B se encuentra ubicado en Altos de Miramontes, con un área aproximada de 1,183.907m² el cual se encuentra cercano al boulevard Fuerzas Armadas y el Mall Cascadas.

La pendiente topográfica del terreno es bastante pronunciada, con una inclinación del 14% en su sección longitudinal, pero del 7% en su sección transversal, por lo que es imperativo una intervención topográfica para generar terracerías para poder implantar la edificación.

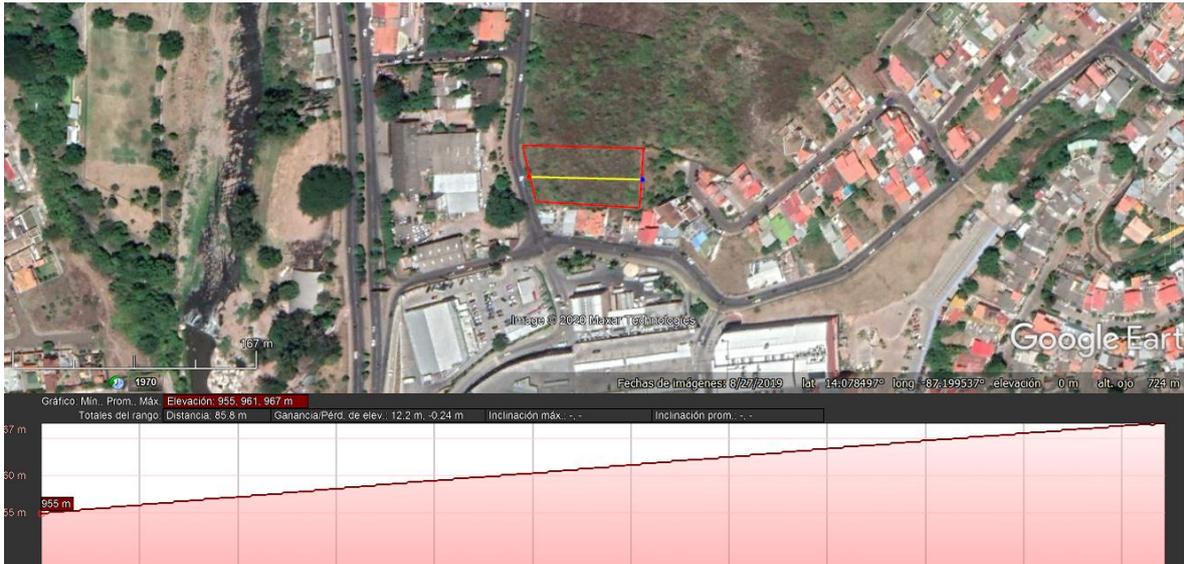


Ilustración 77 Perfil Topográfico Longitudinal Terreno B



Ilustración 76 Perfil Topográfico Transversal Terreno B



Simbología

-  Terreno
-  Blvd Kuwait
-  Universidad José Cecilio del Valle
-  Cascadas Mall
-  LQ Hotel

Ilustración 78 Croquis de Ubicación Terreno B

Este predio se encuentra en proximidad con el boulevard Fuerzas Armadas, y dentro de su contexto urbano, cuenta con un variado equipamiento urbano. Cercano al predio se encuentra el Mall Cascadas, por lo que los usuarios del proyecto tienen a la mano un lugar de conveniencia para cualquier necesidad que se les presente, además de que está próximo a la Universidad José Cecilio del Valle, por lo que los estudiantes de dicha Institución podrían aprovechar los espacios del proyecto como punto de reunión y trabajo.



Ilustración 79 Vista del terreno

La morfología del terreno es regular, presentando una forma rectangular, con una única vía de acceso. No presenta vistas de gran impacto ya que su mayor punto focal es el Mall cascadas, Sin embargo, al no tener colindancias directas, las vistas hacia el terreno son favorables para que la edificación se logre apreciar desde su calle principal.



Ilustración 80 Vistas del Terreno

El terreno antes tenía una vasta vegetación, sin embargo, actualmente se encuentra en un estado árido, esto puede ser debido para mantener una visualización clara del predio para su posible compra y se aprecie la magnitud del mismo.



Ilustración 81 Vista Frontal del Terreno

3.3.1.3 Terreno C

El terreno C se encuentra localizado en la zona sur de la ciudad de Tegucigalpa, en la Colonia América, una zona distribuidora D3, el cual ha tenido un desarrollo y crecimiento comercial marcados en los últimos años. La topografía del terreno es casi plana, presentando una pendiente del 2% en su sección longitudinal y un 0.15% de pendiente en su sección transversal, además de que su morfología es casi de un cuadrado teniendo aproximadamente unos 30 metros de frente y unos 25 metros de fondo, con un área de lotificación aproximada de 750m², por lo que la construcción del inmueble deberá de contemplarse en altura y buscar la opción de estacionamiento subterráneo.

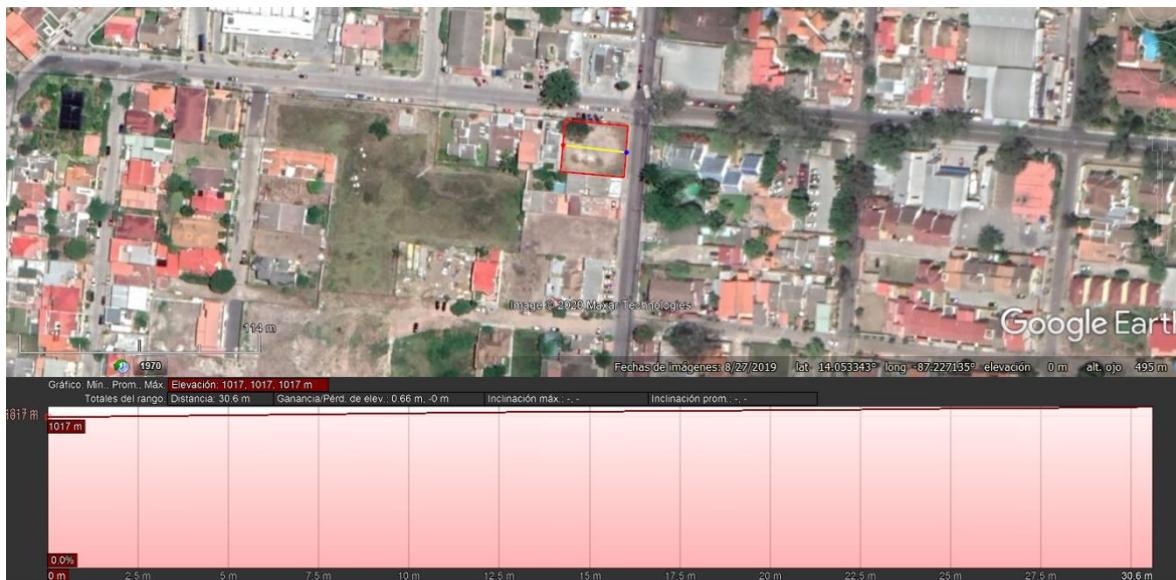


Ilustración 83 Perfil Topográfico Longitudinal Terreno C

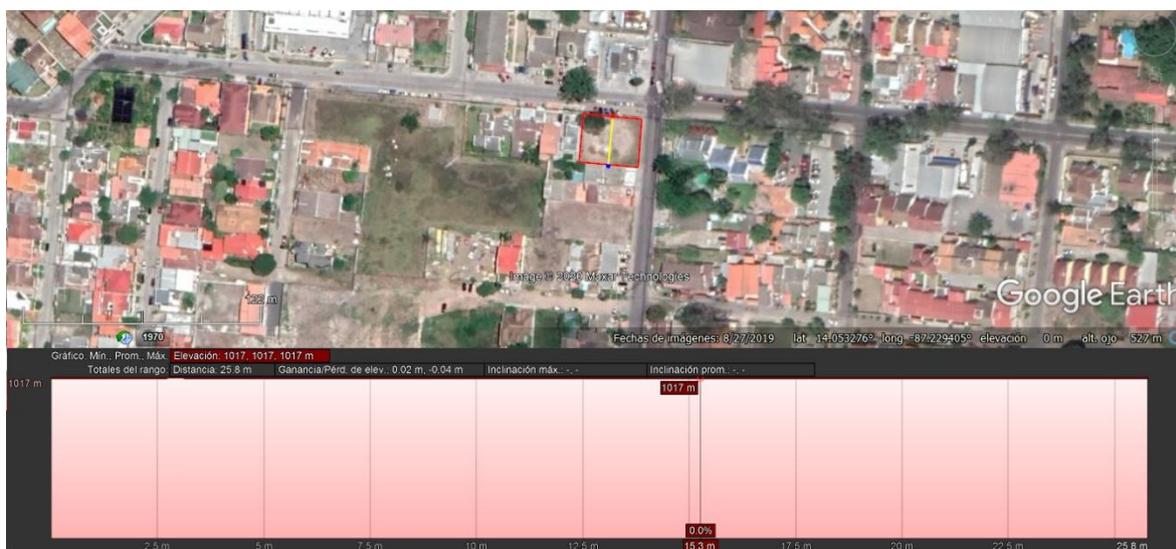


Ilustración 82 Perfil Topográfico Transversal Terreno C

La colonia América cuenta con un variado equipamiento de uso comercial, entre ellas, cuenta con plazas comerciales, talleres mecánicos, una diversa variedad de restaurantes y cadenas de comida rápida, zonas de hospedaje como el Hotel América, abastecimiento como el Supermercado Paiz y Diprova y zonas de entretenimiento como el estadio Los Ángeles y los cines Metrocinemas.

Cuenta con residencias en su alrededor y por la cercanía de las diferentes edificaciones, las personas pueden recorrer la avenida a pie y esta avenida conecta con la calle principal CA5 donde la circulación vehicular de uso público transita frecuentemente permitiendo que las personas que usan transporte público puedan llegar a esta región sin mayor inconveniente.



Ilustración 85 Croquis de Ubicación Terreno C



Ilustración 84 Terreno C Vista de Esquina



Ilustración 87 Vista Frontal Terreno C



Ilustración 86 Vista Lateral Terreno C

La ventaja de este terreno, aparte de tener una pendiente del 2% en uno de sus lados, es que tiene dos calles de acceso, y al ser un terreno en esquina, permite que tenga un gran foco visual hacia el predio. Entre sus colindancias, solo cuenta con edificios destinados a residencia por lo que su altura no opacará a la del inmueble proyectado en este sitio.

3.3.1.4 Poderación de Terreno

En la siguiente tabla se comparan las características de cada terreno donde se pondera cada una con una valorización de 5 (buena), 3 (regular) y 1 (mala) para la determinación del terreno que se adapte de mejor manera a las condiciones requeridas para el proyecto.

Tabla 3 Ponderación de Terrenos

Variable	Terreno A	Terreno B	Terreno C
Extensión	3	3	1
Tipo de Suelo	3	3	3
Topografía del terreno	3	1	5
Accesibilidad	3	3	5
Clima	3	3	3
Vegetación	1	1	1
Uso de Suelo	3	3	3
Equipamiento de la zona	5	3	5
Distancia caminable a zonas comerciales	1	3	5
Cercanía a parada de transporte público	1	3	3
Vistas desde el terreno	5	3	1
Vistas hacia el terreno	3	3	5
Área de Influencia	5	3	5
Total	39	35	45

En base a la tabla anterior, se determinó que el terreno que cumple de mejor manera con las características para el desarrollo del proyecto es el terreno C ubicado en la colonia América, debido a su topografía relativamente plana, contar con un equipamiento comercial cuyo radio caminable está en los 400m de distancia del terreno, lo que equivale a 5 minutos de caminata, además de su área de influencia está marcada por los residentes de la zona, y las personas que llegan a los diferentes comercios de consumo, como son restaurantes, tiendas, farmacias, etc. Por lo que el terreno presenta una mayor plusvalía debido a las variadas zonas de comercio y consumo que presenta.

3.3.2 MEDIO FÍSICO-TOPOGRAFÍA

El terreno es relativamente plano, presentando una inclinación del 2% hacia el oeste. Su área es de 802.42m² y su morfología es de casi un rectángulo, contando con un frente de 30.30m y un fondo promedio de 26.225m.

Siendo un terreno de esquina, presenta la ventaja de poder contar con dos accesos, debido a la avenida principal ubicada al norte del predio y la calle auxiliar de acceso ubicada al este.

Sus colindancias son viviendas que no superan los dos niveles de construcción (aprox. 6m de altura, y a sus alrededores colinda al norte con Farmacia Siman, al noreste con el Restaurante Ming Xuan y al este con OABI antigua casa de Ramón Mata.

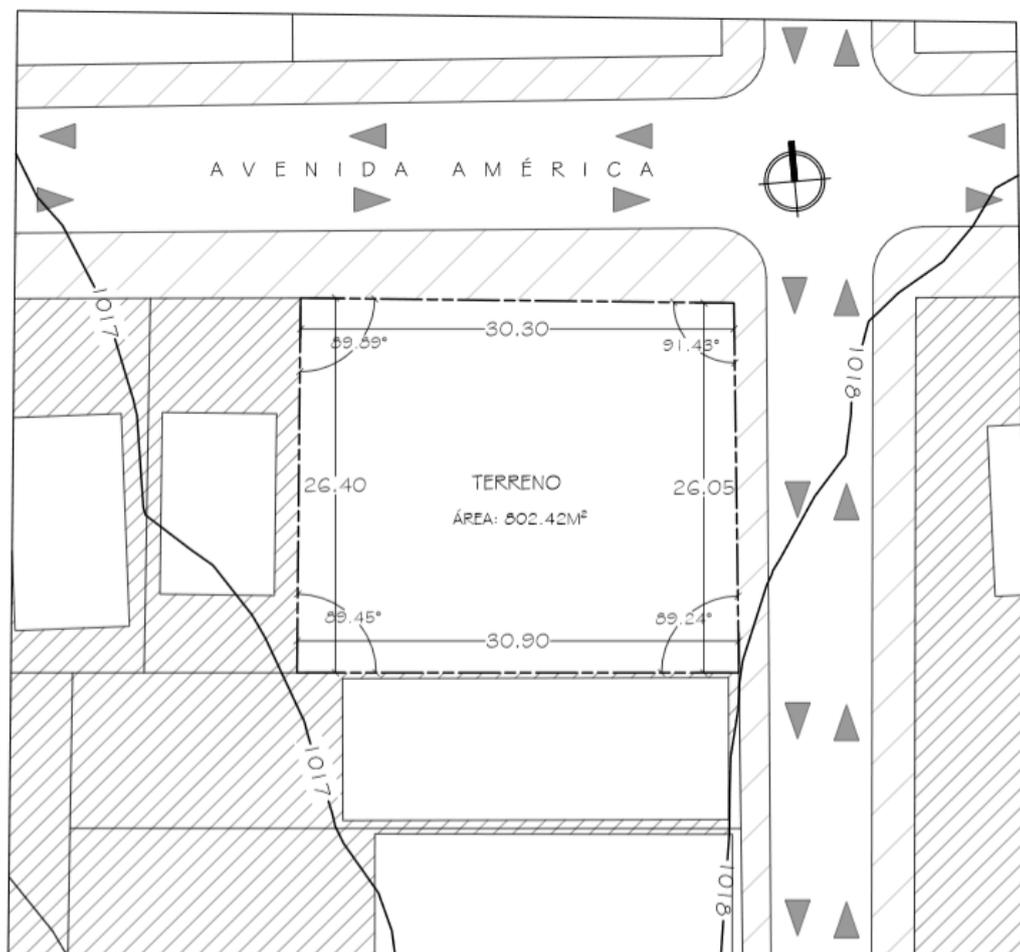


Ilustración 88 Plano Topográfico del Terreno

3.3.3 MEDIO FÍSICO-CLIMATOLOGÍA

El clima de Honduras puede clasificarse como tropical con tendencia monzónica. Y se caracteriza por altas temperaturas durante todo el año, altos niveles de humedad y altas precipitaciones. Aunque en Honduras se distinguen hasta seis zonas climáticas diferentes y en cada uno de ellas estas características varían notablemente, comparte entre sí una doble estacionalidad: la estación seca (aproximadamente de noviembre a abril) y la estación húmeda (de mayo a octubre). En la zona central, comprendida por los departamentos de Francisco Morazán, La Paz, Comayagua y la parte noroccidental de El Paraíso. Presenta un clima de Sabana Tropical o tropical seco. La temperatura media ronda los 26°C. Las máximas promedio son de 30°C, mientras que la mínima es de 22°C. En cuanto a su precipitación pueden alcanzar los 1000 msnm.(Clima-de, 2016)

En las siguientes subsecciones se detalla con mayor detalle las características climáticas de la ciudad de Tegucigalpa.

3.3.3.1 Temperaturas

En Tegucigalpa, la temporada de lluvia es húmeda y nublada, la temporada seca es mayormente despejada y es caliente durante todo el año. Durante el transcurso del año, la temperatura generalmente varía de 15 °C a 30 °C y rara vez baja a menos de 12 °C o sube a más de 33 °C.

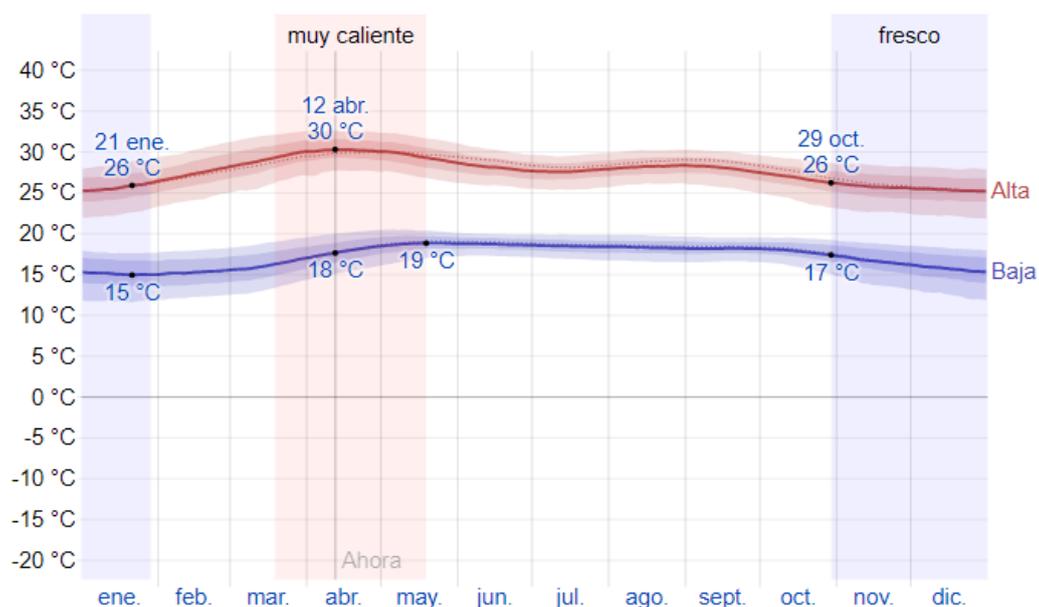


Ilustración 89 Temperatura máxima y mínima promedio

Fuente: Weather Spark, (s. f.-a)

La temporada calurosa dura 2 meses, del 19 de marzo al 19 de mayo, y la temperatura máxima promedio diaria es más de 29 °C. El día más caluroso del año es el 12 de abril, con una temperatura máxima promedio de 30 °C y una temperatura mínima promedio de 18 °C. La temporada fresca dura 3 meses, del 29 de octubre al 28 de enero, y la temperatura máxima promedio diaria es menos de 26 °C. El día más frío del año es el 21 de enero, con una temperatura mínima promedio de 15 °C y máxima promedio de 26 °C.

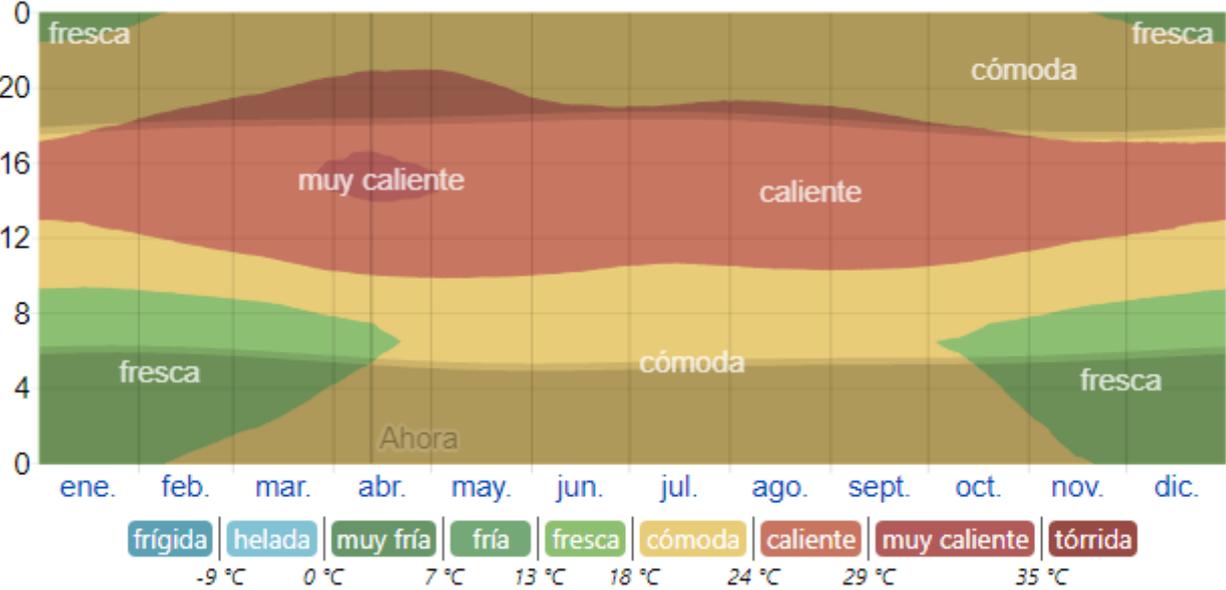


Ilustración 90 Temperatura promedio por hora

Fuente: Weather Spark, (s. f.-a)

La figura anterior muestra una ilustración compacta de las temperaturas promedio por hora de todo el año. El eje horizontal es el día del año, el eje vertical es la hora y el color es la temperatura promedio para ese día y a esa hora. Concluyendo que el período de tiempo con mayor nivel de temperatura es desde las 12pm hasta las 6pm siendo las 2pm la hora más caliente.

3.3.3.2 Asoleamiento

La duración del día en Tegucigalpa varía durante el año. En 2020, el día más corto es el 21 de diciembre, con 11 horas y 18 minutos de luz natural; el día más largo es el 20 de junio, con 12 horas y 58 minutos de luz natural.

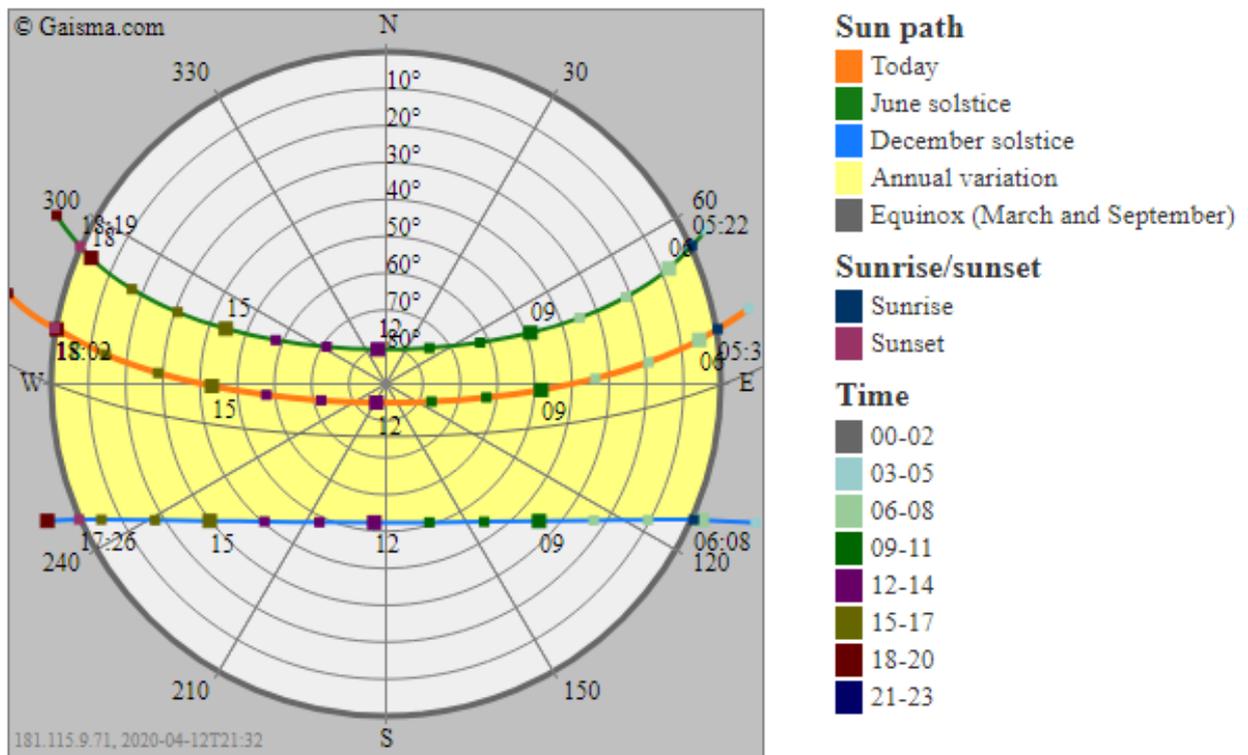


Ilustración 91 Recorrido solar en Tegucigalpa

Fuente: GAISMA, (2020)

En la Ilustración anterior, se muestra el recorrido solar en Tegucigalpa en el transcurso de un año donde mostrando que el recorrido solar predomina en el hemisferio sur, presentando una inclinación solar de 50° en el zenit del día a las 12:00m y de 30° a las 3:00pm durante el solsticio de diciembre. En cuanto al equinoccio de marzo y septiembre, el sol se encuentra a 85° de inclinación en Zenit del día a las 12:00pm y de 55° de inclinación a las 3:00pm. Y, por último, el solsticio de junio donde la inclinación del sol es de 80° en el Zenit a las 12:00pm y de 55° de inclinación a las 3:00pm.

3.3.3.3 Vientos

La velocidad promedio del viento por hora en Tegucigalpa tiene variaciones estacionales considerables en el transcurso del año. La parte más ventosa del año dura 5.1 meses, del 2 de noviembre al 5 de abril, con velocidades promedio del viento de más de 11.6 kilómetros por hora. El día más ventoso del año es el 14 de enero, con una velocidad promedio del viento de 15.2 kilómetros por hora. El tiempo más calmado del año dura 6.9 meses, del 5 de abril al 2 de noviembre. El día más calmado del año es el 14 de septiembre, con una velocidad promedio del viento de 8.1 kilómetros por hora. (Weather Spark, s. f.)

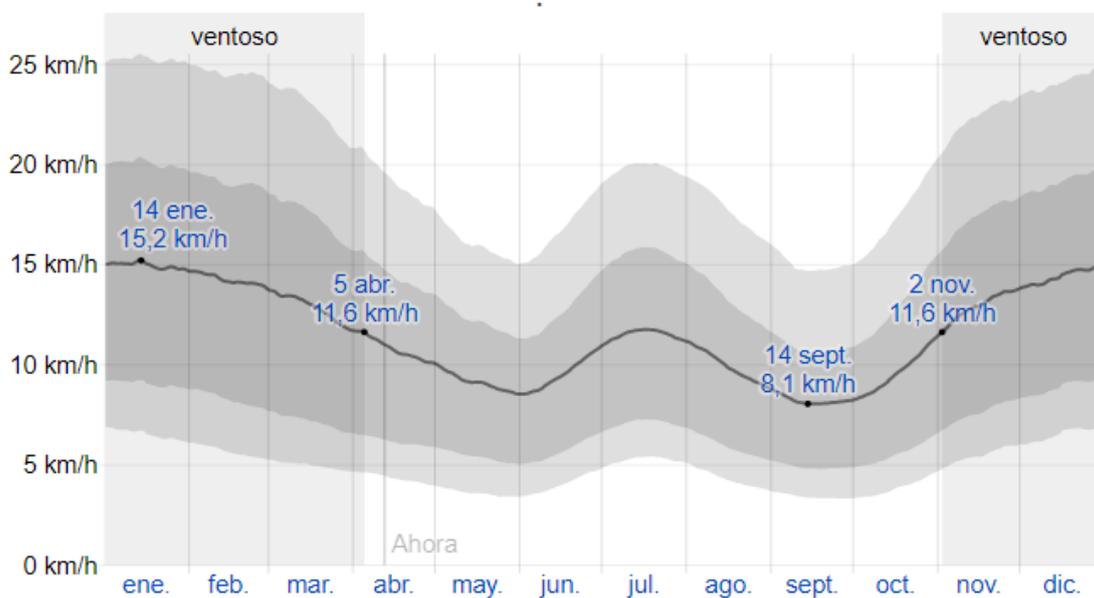


Ilustración 92 Velocidad promedio del viento

Fuente: Weather Spark, (s. f.-a)

La dirección predominante promedio por hora del viento en Tegucigalpa varía durante el año. El viento con más frecuencia viene del este durante 8.2 meses, del 7 de febrero al 14 de octubre, con un porcentaje máximo del 79 % en 21 de julio. El viento con más frecuencia viene del norte durante 3.8 meses, del 14 de octubre al 7 de febrero, con un porcentaje máximo del 60 % en 1 de enero.

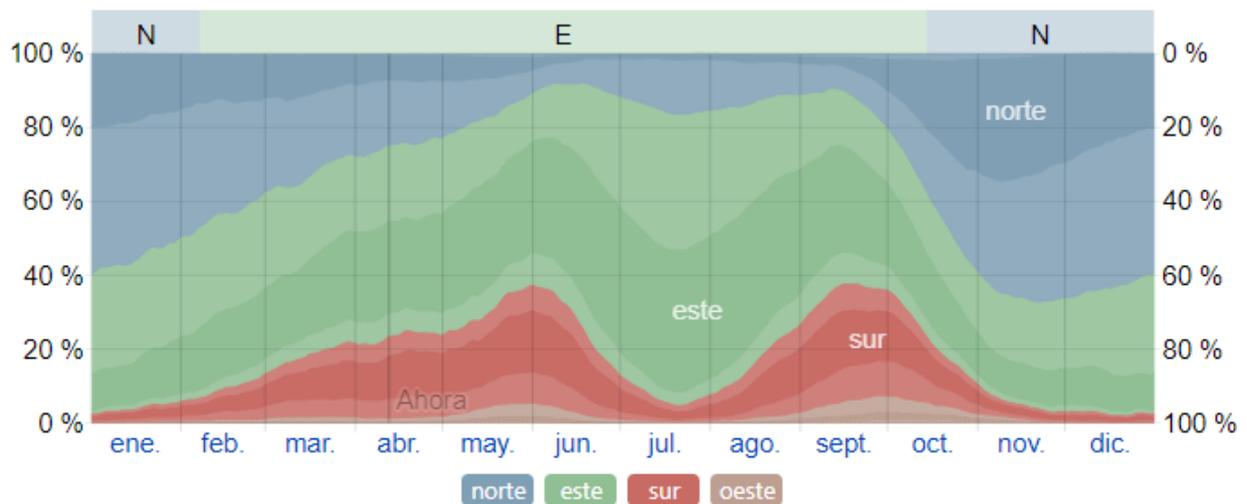


Ilustración 93 Dirección del viento

Fuente: Weather Spark, (s. f.-a)

El porcentaje de horas en las que la dirección media del viento viene de cada uno de los cuatro puntos cardinales, excluidas las horas en que la velocidad media del viento es menos de 1,6 km/h. Las áreas de colores claros en los límites son el porcentaje de horas que pasa en las direcciones intermedias implícitas (noreste, sureste, suroeste y noroeste).

3.3.3.4 Régimen Pluvial

La zona central de Honduras como se mencionó con anterioridad presenta dos estaciones marcadas, una conocida como estación seca y la otra como estación húmeda. Un día mojado es un día con por lo menos 1 milímetro de líquido o precipitación equivalente a líquido. La probabilidad de días mojados en Tegucigalpa varía muy considerablemente durante el año.

La temporada más mojada dura 5.5 meses, de 11 de mayo a 27 de octubre, con una probabilidad de más del 26 % de que cierto día será un día mojado. La probabilidad máxima de un día mojado es del 52 % el 11 de septiembre.

La temporada más seca dura 6.5 meses, del 27 de octubre al 11 de mayo. La probabilidad mínima de un día mojado es del 1 % el 14 de enero.

El diagrama de precipitación para Tegucigalpa muestra cuántos días al mes, se alcanzan ciertas cantidades de precipitación, encontrándose que los meses que mayor cantidad de lluvias presentan son los de mayo a octubre.

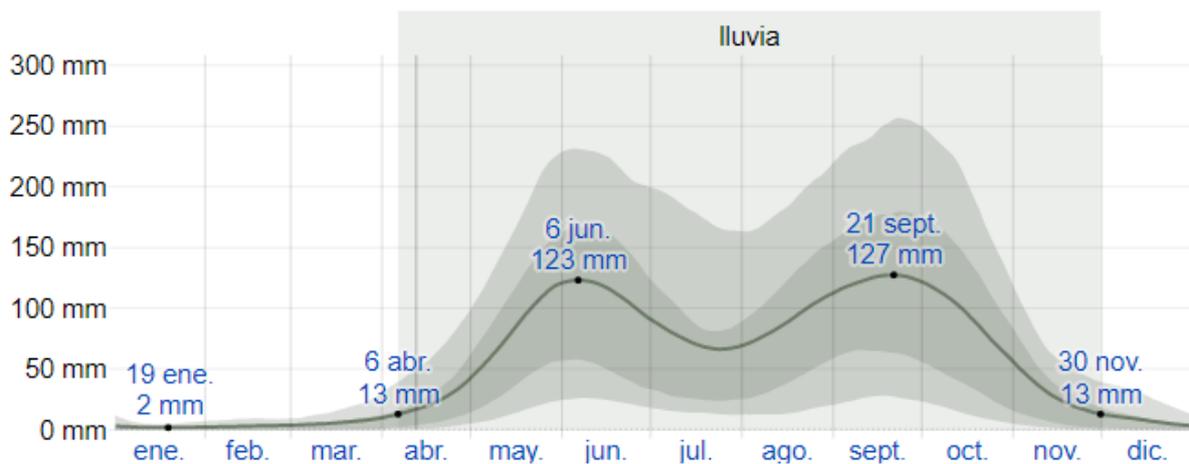


Ilustración 94 Precipitación de lluvia mensual promedio

Fuente: Weather Spark, (s. f.-a)

Tegucigalpa tiene una variación extremada de lluvia mensual por estación. La temporada de lluvia dura 7.8 meses, del 6 de abril al 30 de noviembre, con un intervalo móvil de 31 días de lluvia de por lo menos 13 milímetros. La mayoría de la lluvia cae durante los 31 días centrados alrededor del 21 de septiembre, con una acumulación total promedio de 127 milímetros.

El periodo del año sin lluvia dura 4.2 meses, del 30 de noviembre al 6 de abril. La fecha aproximada con la menor cantidad de lluvia es el 19 de enero, con una acumulación total promedio de 2 milímetros.

3.4 LEGISLACIÓN

El desarrollo del proyecto en la ciudad de Tegucigalpa debe seguir las regulaciones y normas establecidas por la alcaldía dictadas por la Corporación Municipal del Distrito Central (conocido también como la Gerencia de Metroplan) siendo estas las Normas de Actualización de la Zonificación y Normas de Fraccionamiento, Obras y Uso del Suelo en el Distrito Central.

Como criterio principal se deben de respetar el uso de ocupación del suelo (FOS) y el uso de ocupación total (FOT)

	PARAMETROS NORMATIVOS						
	ZONAS DISTRIBUIDORAS			ZONAS RESIDENCIALES			
	D-1	D-2	D-3	R-1	R-2	R-3	
FRENTE MINIMO DEL LOTE PARA VIVIENDA INDIVIDUAL	15.00 m ²	15.00 m ²	10.00 m ²	15.00 m ²	10.00 m ²	3.00 m ²	
ÁREA MINIMA DEL LOTE PARA VIVIENDA INDIVIDUAL	400 m ²	400 m ²	200 m ²	400 m ²	200 m ²	45 m ²	
FOS	1.0 hasta 16.00 m de altura	1.0 hasta 16.00 m de altura	1.0 hasta 8.00 m de altura	0.80	0.90	0.95	
	0.7 desde 16.00 m de altura	0.7 desde 16.00 m de altura	0.7 desde 16.00 m de altura				
FOT	6.00	4.00	3.00	6.00	4.00	3.50	
RETÍFOS	AL FRENTE	0.0 m hasta 16.00 m de altura	0.0 m hasta 16.00 m de altura	0.0 m hasta 8.00 m de altura	5.0 m	3.0 m	0.0 m
		5.0 m desde 16.00 m de altura	5.0 m desde 16.00 m de altura	3.0 m desde 8.00 m de altura			
	LATERALES	0.0 m hasta 16.00 m de altura	0.0 m hasta 16.00 m de altura	0.0 m hasta 8.00 m de altura	0.0 m hasta 8.00 m de altura	0.0 m	0.0 m
		5.0 m desde 16.00 m de altura	5.0 m desde 16.00 m de altura	3.0 m desde 8.00 m de altura	3.0 m desde 8.00 m de altura	0.0 m	0.0 m
	POSTERIORES	0.0 m hasta 16.00 m de altura	0.0 m hasta 16.00 m de altura	0.0 m hasta 8.00 m de altura	3.00 m desde 8.00 m de altura	0.00 m	0.0 m
		5.0 m desde 16.00 m de altura	5.0 m desde 16.00 m de altura	3.0 m desde 8.00 m de altura			

Ilustración 95 Parámetros Normativos

Estando el terreno ubicado en una zona D3 y teniendo un área de predio de 802.42m², empleando los criterios de los parámetros normativos se determina que el FOS es de 561.694m², y el FOT de 2,407.26m², siendo este la cantidad máxima de metros cuadrados de construcción permisible de área útil para el terreno. De acuerdo al Artículo 154 de Metroplan: Se entenderá como "Área Útil" a la suma de todas las áreas dentro de un lote o inmueble

incluyendo tanto las libres como las construidas sujetas al aprovechamiento según su uso, exceptuando las siguientes áreas:

- a. Áreas de Circulación o pasillos peatonales, plazas de aparcamiento, carriles vehiculares, áreas de carga y descarga, gradas, rampas, elevadores, etc.
- b. Áreas de servicio como guardianías, cocinas, dormitorios de personal, servicios sanitarios, patios y bodegas menores a cuatro metros cuadrados
- c. Áreas libres de construcción, como jardines, patios, espacios baldíos, etc. Siempre y cuando no estén o vayan a estar aprovechados según su uso (eventos especiales, arrendamiento de kioscos o similares)
- d. Áreas verdes y deportivas de centros educativos, siempre y cuando estos no vayan a ser utilizados para actividades ajenas a las del establecimiento educativo.

Alturas Máximas: Acorde al artículo 137. En las zonas residenciales, las de las edificaciones deberán ser menores o iguales a las indicadas en la tabla siguiente:

**Tabla No. 7
TABLA DE ALTURAS**

R-1, R-2 y R-3 Multifamiliar				
Derecho de vía	Calle hasta 5.00m	Calle de 5.01m a 10.00m	Calle de 10.01m a 15.00m	Calle mayor a 15.01m
Altura máxima autorizable	14.00m	28.00m	35.00m	Mayor a 35.01m

Ilustración 96 Tabla de Alturas

A pesar a que esto hace referente a zonas residenciales, se tomará este criterio como referencia a la altura del proyecto a realizar, el cual se encuentra ubicado en una zona D-3.

Medios de Salida del edificio: En todo edificio con "superficie de piso" mayor que mil metros cuadrados (1,000m²) por piso, excluyendo el piso bajo, tendrá a disposición de los usuarios, por lo menos 2 salidas exigidas. Todos los edificios que en adelante se usen para comercio o industria cuya "superficie de piso" exceda de 600m² excluyendo el piso bajo, tendrán dos escaleras.

Requerimientos de plazas de aparcamiento: se considera 1 estacionamiento por cada 30m² de área útil. Y se empleará uno por cada 25 estacionamiento exclusivo para personas con discapacidad

IV. FUNCIÓN-ANÁLISIS

John Howkins menciona que la economía creativa, comprende los sectores en los que el valor de sus bienes y servicios se fundamentan en la propiedad intelectual: arquitectura, artes visuales y escénicas, artesanías, cine, diseño, editorial, investigación y desarrollo, juegos y juguetes, moda, música, publicidad, software, TV y radio, y videojuegos. Y recalcó que representó el 6,1% de la economía global en el año 2005. (Howkins, John. *The Creative Economy*. Allen Lane The Penguin Press, Londres, 2007 Pag. 86)

Reconocido autor británico, autor de "La economía creativa" (2001 con edición actualizada en 2007), texto que acuña el término por primera vez, ofreciendo importantes definiciones y conceptos que son la base de numerosos trabajos, entre ellos los reportes *La Economía Creativa 2008* y *La Economía Creativa 2010* de la Conferencia de Naciones Unidas para el Desarrollo y el Comercio (UNCTAD).

Descrito en el Libro: *La Economía Naranja: Una oportunidad Infinita* se Clasifica a la economía naranja en dos partes, la Economía Cultural y las Industrias Creativas.

Las Industrias Creativas a su vez se subdividen en Creaciones Funcionales, Nuevos Medios y Software. Estas son las actividades que tradicionalmente no hacen parte de la cultura, pero definen su relación con el consumidor a partir de su valor simbólico en lugar de su valor de uso. Sus rubros son el Diseño (Interiores, Artes Gráfica e Ilustración, Industrial, etc.) Software de contenido (Videojuegos, Contenidos interactivos audiovisuales) Agencias de noticias y otros servicios de información, Publicidad, y Moda-Prêt-a-porter

4.1 DEFINICIÓN DE USUARIO

Debido a que Honduras aún no cuenta con datos suficientes que se refieran específicamente al emprendimiento creativo del país, se definirá al usuario del proyecto mediante los estudios elaborados por el BID y trasladándolos a los datos demográficos de la ciudad de Tegucigalpa. Conjuntamente, EY, (2015), p. 18) Describe a los trabajadores culturales y creativos, con cuatro cualidades especiales:

- **Juventud:** Las actividades creativas contribuyen de manera significativa al empleo de los jóvenes. En Europa, los sectores de las Industrias Culturales y Creativas (ICC) suelen emplear a

más gente de entre 15 y 29 años que cualquier otro sector (19,1% del empleo total en las ICC en comparación con un 18,6% en el resto de la economía) en 2013. En Europa Central y Oriental, en promedio, la gente joven representa un 1,3 % más de empleos en la economía creativa que en la economía en su totalidad.

- **Productividad elevada:** los empleos de las ICC en determinados sectores contribuyen más al PIB que el promedio de la economía en general. En China, el sector del cine y la televisión generó un 78% más de valor añadido por empleado que el resto de la economía en 2011, según Oxford Economics. En Corea del sur, la productividad de los trabajadores del cine y de la televisión es dos veces más elevada que el promedio nacional.

- **Independencia y espíritu emprendedor:** las ICC siempre han estado fragmentadas y la creación ha sido liderada por pequeñas empresas o por individuos. Más de la mitad (53%) de los desarrolladores canadienses de juegos dicen que son operadores independientes. En E.E.U.U., los artistas tienen 3,5 veces más probabilidades de ser independientes que el resto de trabajadores de E.E.U.U. en general.

Internet, las tecnologías digitales y el turismo de masas han reducido las barreras de entrada, facilitando claramente que un individuo inicie un negocio creativo o cultural, y consiga públicos y reputación a escala global.

- **Alto nivel de educación:** Los trabajadores de las ICC suelen tener más formación que la media. En Brasil, los trabajadores de las ICC tenían un 17% más de años de formación que el promedio nacional de la mano de obra en 2010.

Luzardo & Gasca, (2018) junto con el Instituto del Fracaso, elaboraron una encuesta para estudiar y comprender a los emprendedores creativos de América Latina y el Caribe donde participaron distintas empresas superando los 250 emprendedores de 18 países de la región (incluido Honduras). A continuación, se muestra los datos obtenidos de dicha encuesta:

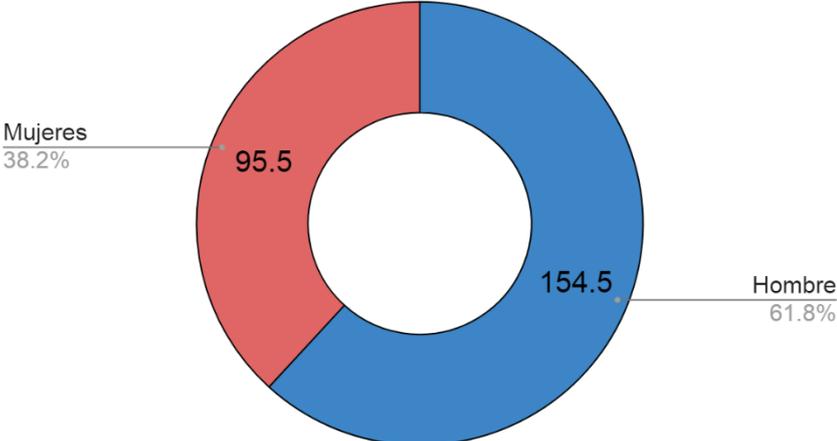


Ilustración 97 Distribución de los emprendedores creativos por género

Se encontró que hay más hombres que mujeres emprendedoras siendo 61.8% hombres y 38.2% mujeres. En cuanto a su edad, la media en los países de estudio, indica que tienen una edad alrededor de los 35 años. En el caso de Honduras, la edad media es de 24 años.

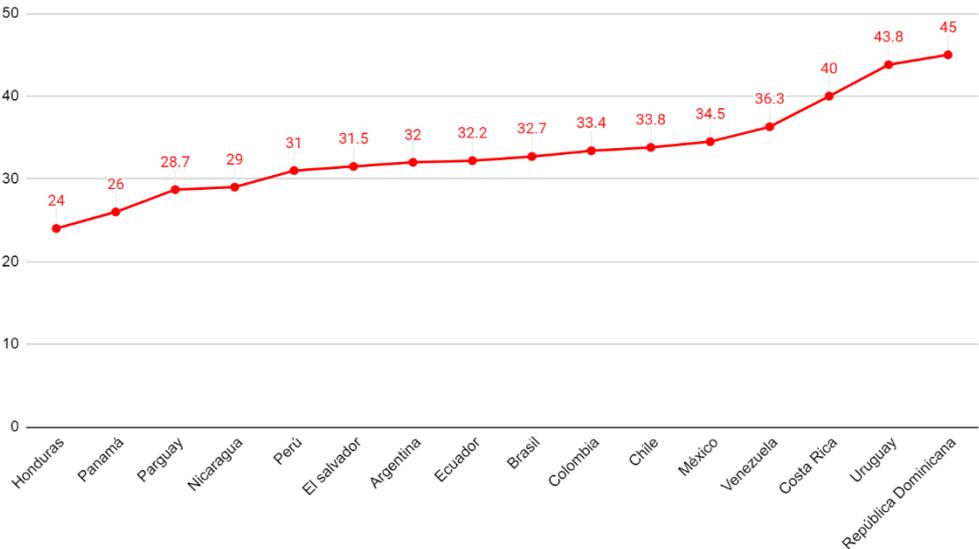


Ilustración 98 Edad media de los emprendedores creativos por país

En cuanto al desarrollo académico de estos emprendedores creativos, el 69.4% de ellos alcanzó una educación universitaria, y un 43.5% trabaja a cuenta propia, sin embargo, el 29.4% aprendió a desarrollar su emprendimiento a prueba y error por sobre la marcha donde solo el 15.1% adquirió estos conocimientos mediante cursos presenciales y un 7.2% en capacitaciones personalizadas.

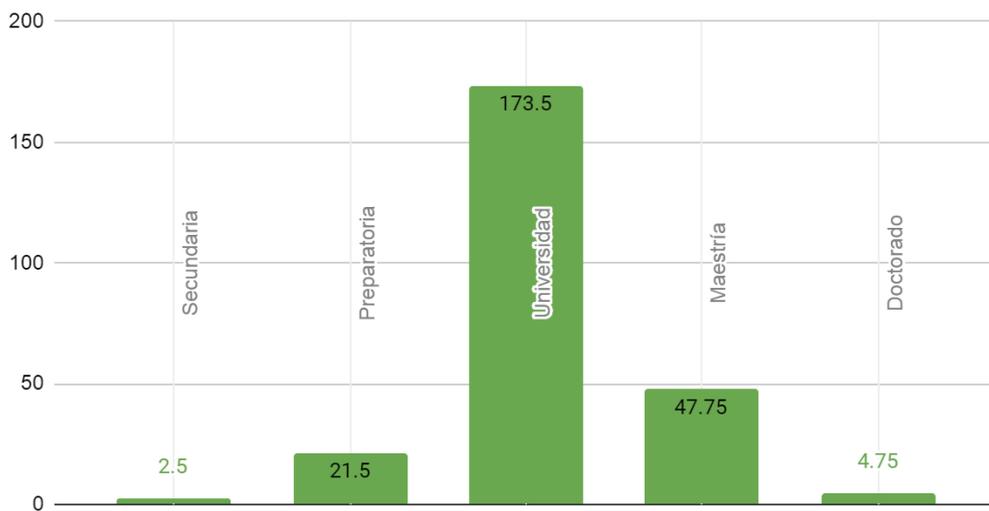


Ilustración 99 Formación Profesional

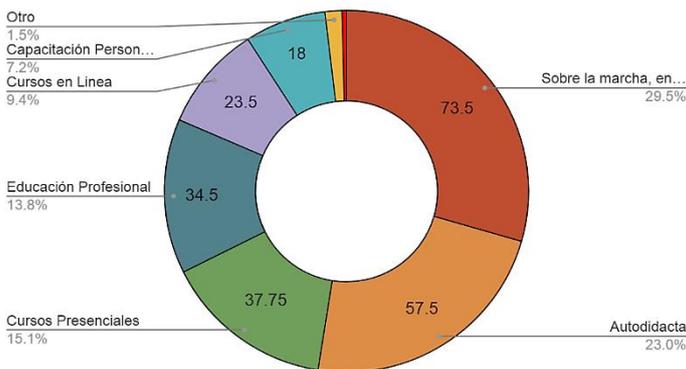


Ilustración 101 Metodología de Aprendizaje

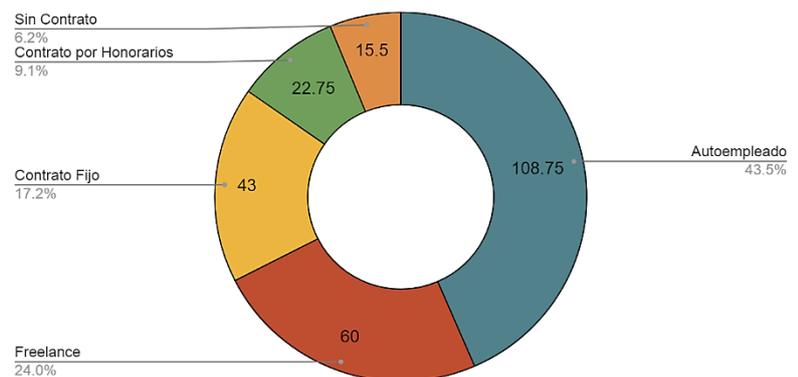


Ilustración 100 Situación laboral

En cuanto a los rubros que desempeñan los emprendedores creativos, se encuentra que las tres industrias con mayor cantidad de trabajadores son los de diseño con un 23.4%, en turismo y patrimonio cultural un 14.4%, y en software de contenido un 12%. Además, el 56.8% de los encuestados cuentan con un socio dentro de su emprendimiento y un 7.2% de la muestra tienen 4 o más socios.

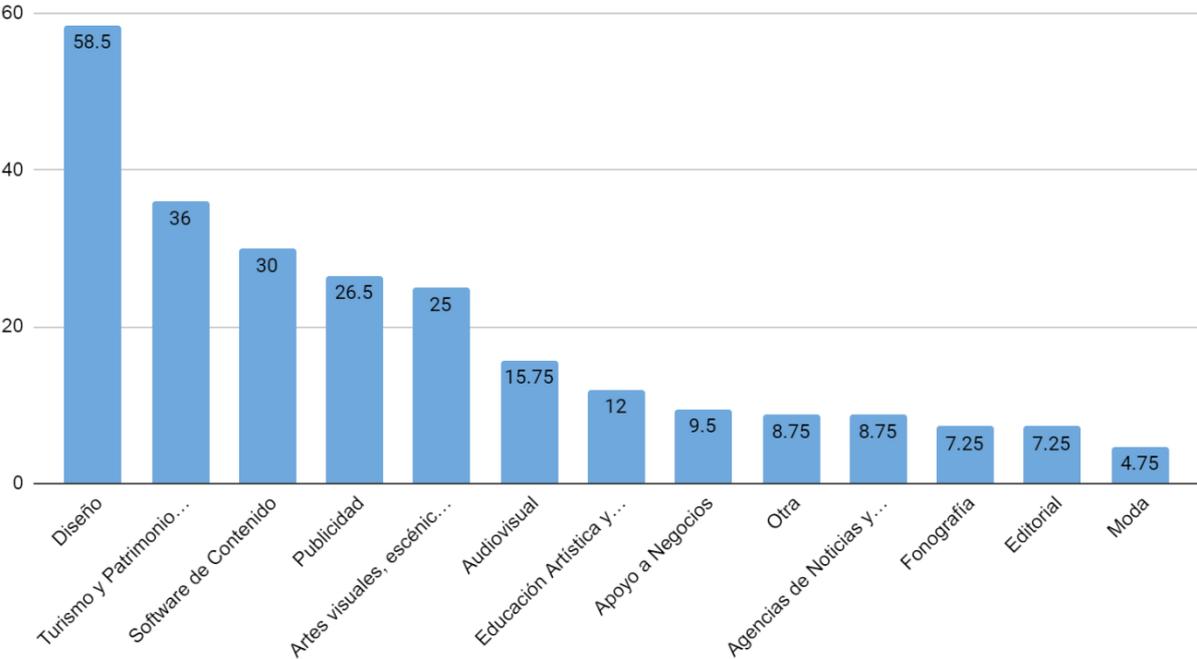


Ilustración 102 Distribución por industria

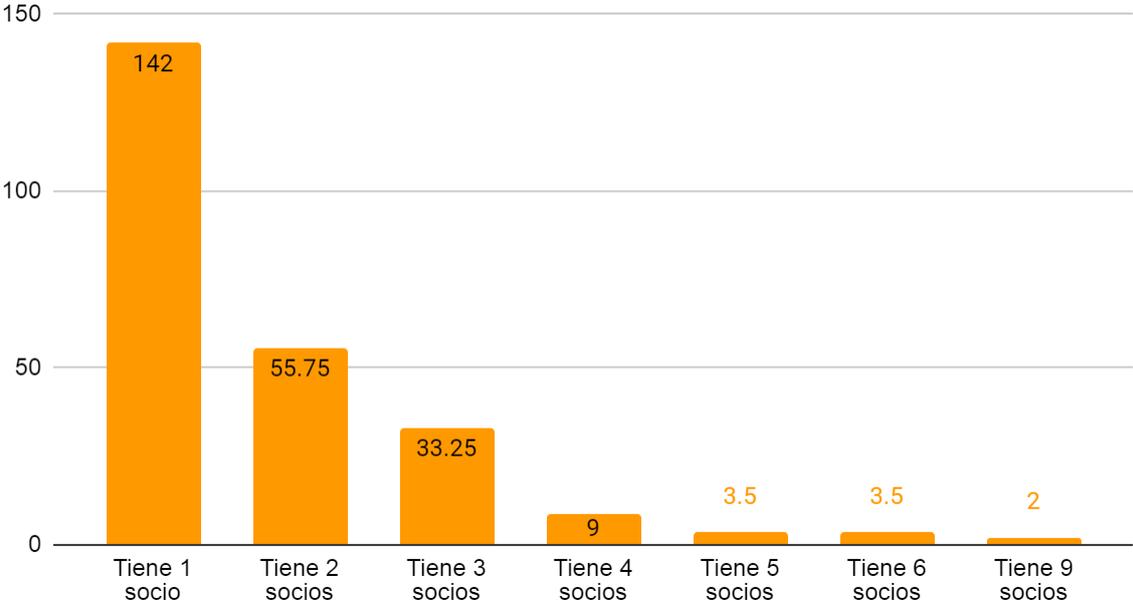


Ilustración 103 Número de socios además del fundador

Otro estudio realizado por Luzardo et al., (2017) registró 50 emprendimientos de gran innovación e impacto social en América Latina y el Caribe, y dentro de ese estudio, se encontró que el mayor número de emprendimientos creativos eran en los rubros de Software y Plataformas Digitales con un 26% del total de la muestra, seguido de forma equitativa los rubros de diseño, música, arquitectura y moda con un 12% cada uno.

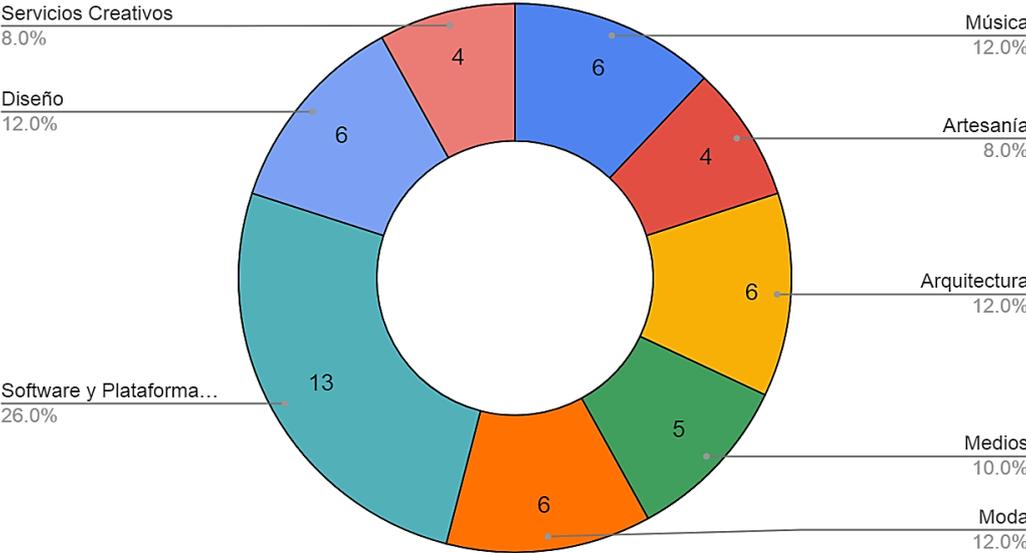


Ilustración 104 Distribución de rubros por estudio de 50 emprendimientos creativos

4.2 DETERMINACIÓN DEL USUARIO

El Banco Central de Honduras, (2019) desde el año 2,000 ha estado publicando un informe titulado "*Honduras en Cifras*" de manera anual donde recopila datos y describe estadísticamente a Honduras en diferentes áreas como ser su demografía, su PIB, actividad económica, producción, transporte, salud y demás. Para determinar al usuario del proyecto se emplearán los datos obtenidos de la encuesta del Instituto del Fracaso en el contexto de la situación demográfica de Honduras, específicamente de la ciudad de Tegucigalpa para determinar al emprendedor creativo para el proyecto.

- **Demografía:** El departamento de Francisco Morazán cuenta con una población de 1,625,700 individuos.
 - **Hombres:** 774,100 individuos
 - **Mujeres:** 851,500 individuos
- **Demografía por municipios:** El Distrito Central cuenta con una población de 1,242,400 individuos,
 - **Zona Urbana:** 1,128,800
 - **Zona Rural:** 113,600
- **Población Económicamente activa Total:** 4,336,400
 - **Zona Urbana:** 2,420,900
 - **Zona Rural:** 1,915,400
- **Por Nivel Educativo:**
 - **Sin Nivel:** 379,900
 - **Primaria:** 2,331,600
 - **Secundaria:** 1,157,700
 - **Superior:** 446,200
 - **No sabe/no responde:** 20900
- **Por Actividad Económica:**
 - **Construcción:** 230,000
 - **Actividades profesionales, científicas y técnicas:** 35,900
 - **Actividades artísticas, de entretenimiento y recreativas** 26,300
 - **Otras actividades de servicios:** 227,100

- **Rango de Edades Distrito Central:** En la siguiente figura se muestran a los ciudadanos del Distrito Central por rango de edad:

AREA # 0801		DISTRITO CENTRAL		
Edades quinquenales	Sexo		Total	
	Hombres	Mujeres		
00 - 04	59,456	57,037	116,494	
05 - 09	59,088	57,248	116,336	
10 - 14	61,427	58,697	120,124	
15 - 19	58,625	62,310	120,935	
20 - 24	55,497	64,028	119,525	
25 - 29	55,563	64,200	119,763	
30 - 34	49,485	58,645	108,130	
35 - 39	39,514	47,114	86,628	
40 - 44	33,078	40,161	73,239	
45 - 49	27,415	34,392	61,807	
50 - 54	22,965	28,952	51,916	
55 - 59	18,835	23,777	42,612	
60 - 64	14,951	19,180	34,131	
65 - 69	10,881	14,974	25,855	
70 - 74	6,978	10,214	17,193	
75 - 79	4,772	7,232	12,004	
80 - 84	5,648	10,057	15,704	
Total	584,177	658,219	1,242,397	

Ilustración 105 Ciudadanos del distrito central por rango de edad

Fuente: INE (s.f) Recuperado de <http://170.238.108.227/binhnd/RpWebEngine.exe/Portal?BASE=PROYPOB&lang=ESP>

4.2.1 CRITERIOS DE SELECCIÓN DEL USUARIO

Criterio 1: Para determinar el usuario del proyecto, se tomará de base la población total del distrito central, siendo esta 1,242,400 individuos.

Criterio 2: De la población económicamente activa (PEA) total, se seleccionará las personas del sector urbano del distrito central:

- Total PEA: 4,336,400 (lo que representa un 48.12% del total de hondureños)

Criterio 3: Se tomará a la población económicamente activa (PEA) que haya alcanzado el nivel de educación Superior.

- PEA con nivel académico universitario: 446,200 (que representa el 10.29% del total de las PEA)

Criterio 4: Se seleccionarán las personas cuya actividad económica se encuentren dentro de las siguientes actividades profesionales:

- Actividades profesionales, científicas y técnicas: 35,900 (que representa un 0.8% del total)
- Actividades artísticas, de entretenimiento y recreativas: 26,300 (que representa un 0.6% del total)
- Personas que se dedican a otras actividades de servicios: 227,100 (que representa un 5.24% del total de la PEA)

Sumando los porcentajes de estas profesiones, resulta un 6.64% del total de personas dedicadas a estos rubros.

Criterio 5: se utilizará a la población del Distrito Central con la edad media del emprendedor creativo según los estudios del BID para la región de honduras (24 años) como base:

- Edad de 20-24 (119,525 individuos) + edad de 25-39 (119,763) = 239,288 individuos (lo que representa un 19.25% del total de ciudadanos del distrito central)

Criterio 6: Ya que en el criterio 4, no se especifica con exactitud las profesiones de las personas dentro de estas actividades económicas, se utiliza el porcentaje de los emprendimientos y rubros creativos brindados en el BID con la encuesta del Instituto del Fracaso.

Formula:

(Población del Distrito Central) X (% PEA en Honduras) X (% PEA con educación universitaria) X (% PEA en actividades económicas mencionadas en el criterio 4) X (% Ciudadanos del Distrito Central entre 20-29 años) X (% rubros creativos de la encuesta del Instituto del Fracaso) = Cantidad de usuarios para el proyecto.

Empleando los datos a continuación:

$1,242,400 \times 48.12\% \times 10.29\% \times 6.66\% \times 19.25\% \times 35.4\% = 279.19 \sim 280$ usuarios + 20 usuarios destinados a personal permanente del proyecto = **300 usuarios**

Como un resumen, a continuación, se muestra los diversos perfiles de los usuarios del proyecto:

Tabla 4 Perfil Usuario Permanente

Usuario Permanente		Cantidad
+ Personal administrativo		11
- Gerente General		1
- Jefe Administrativo		1
- Jefe Finanzas		1
- Jefe de Operaciones		1
- Recepcionista		2
- Otros Empleados/Mentores en temas de emprendimiento		5
+ Personal de mantenimiento		4
- Mantenimiento Técnico		2
- Mantenimiento de equipo		2
+ Personal de seguridad		3
+ Personal de limpieza		2
TOTAL		20

Tabla 5 Perfil de Usuario Temporal

Usuario Temporal	Hombres	Mujeres	Edad H 20-24	Edad M 20-24	Edad H 25-29	Edad M 25-29	Total
Total	130	150	65	75	65	75	280
+ Emprendedor en periodo de incubación	38	44	19	22	19	22	83
+ Emprendedor Creativo Rubro de Diseño	61	70	30	35	30	35	130
-Diseño Gráfico	21	24	11	12	11	12	46
-Arquitectura	18	21	9	10	9	10	39
-Diseño de Productos	12	14	6	7	6	7	26
-Otros Servicios Creativos	9	10	5	5	5	5	20
+ Emprendedor Creativo Rubro de Software de contenido	31	36	16	18	16	18	67

4.3 PROGRAMA DE NECESIDADES

PROGRAMA DE NECESIDADES							
Código	Zona	Usuario	Espacio	Sub-Espacio	Necesidad	Actividad	Cantidad
AP-01	Acceso Principal	Repcionista	Vestíbulo de recepción	Modulo de Información	Recibir personas	brindar información	2
AP-02		Guardia de seguridad	Control y Vigilancia	unidad de vigilancia	controlar acceso	vigilar entrada	1
AP-03		Todos	Núcleo circulación vertical				
AP-04		Personal del edificio	Núcleo de servicios				
A-01	Administración	Gerente General	Privados	s.s	Trabajar	Supervisar y gestionar	1
A-02		Jefe Administrativo	Cubiculo del administrador		Trabajar	Administrar el edificio/personal	1
A-03		Jefe Finanzas	Cubiculo del financista		Trabajar	Gestionar las finanzas	1
A-04		Jefe de Operaciones	Cubiculo del operario		Trabajar	Gestionar operaciones del personal	1
A-05		Recepcionista	Recepción	Modulo de información/sala de espera	Recibir visitantes	Brindar información	2
A-06		Otros Empleados	Salas de Trabajo	Área libre para auxiliares	Trabajar	Realizar labores	5
A-07		Secretario	Área secretarial	Archivo/ Papeleria	Trabajar	Redactar, organizar, custodiar documentos	1
A-08			Sala de espera				12
A-09			Vestibulo	Cocineta, área de comedor	registrar llegada-salida	registrar acceso, guardar objetos personales	
A-10		Todos	Sala de descanso		Comer	dencanzar, comer	
A-11			Bodega		almacenar objetos		
A-12			Servicios sanitarios	necesidades fisiológicas		2 inodoros y 2 lavatorios	
Aux-01	Auxiliar	Mantenimiento técnico	Despacho de trabajo	Bodega	Trabajar	Brindar soporte técnico al personal	2
Aux-02		Mantenimiento de equipo	Despacho de trabajo	Taller de reparación, bodega	Trabajar	reparar equipo mobiliario	2
Aux-03			sala de descanso	Compartido con administración	Comer	dencanzar, comer	
Aux-04			Cuarto de vigilancia	Bodega, casilleros	trabajar	vigilar, guardar equipo	2
Aux-05		Personal de seguridad	unidad de vigilancia		recibir visitantes	controlar acceso	1
Aux-06			sala de descanso		comer	dencanzar, comer	3
Aux-07		Personal de limpieza	cuarto de aseo	Bodega, casilleros	trabajar, almacenar equipo		2
Aux-08			sala de descanso		comer	dencanzar, comer	2
Aux-09		N/A	Cuarto de máquinas	Generador electrico, A/C, Agua potable	recolectar servicios		
Aux-10		N/A	Cámara de revisión		revisar instalaciones		
Aux-11		N/A	Control de redes		revisar distribución de red		
Aux-12		N/A	Cuarto de basura		almacenar desechos		
Inc-01	Incubadora	Mentores	salón de mentoría		trabajar	capacitar futuros emprendedores	5
Inc-02			salón de mentoría		aprender	aprender a emprender	83
Inc-03		Emprendedores en periodo de incubación	espacios de trabajo		trabajar con su equipo	realizar sus startups	83
Inc-04			sala de exposición		exponer ante inversionistas	hacer presentaciones cortas	30
Inc-05		Todos	casilleros		guardar objetos personales		42
Inc-06			sala de descanso	cocineta	dencanzar, comer		42
CW-01	Coworking	Diseñador Gráfico	Sala de coworking		Trabajar	trabajo individual	46
CW-02			Sala de trabajo grupal		Trabajar	trabajo grupal	12
CW-03			Cubiculo de llamadas		recibir llamadas	recibir llamadas sin interrumpir	2
CW-04			Cubiculo individual		trabajar aislado		5
CW-05			Casilleros		almacenar objetos		23
CW-06			Sala de impresión gráfica		imprimir elementos gráficos		2
CW-07			comedor		comer		23
CW-08	Coworking	Arquitecto	Sala de coworking		Trabajar	trabajo individual	39
CW-09			Sala de trabajo grupal		Trabajar	trabajo grupal	8
CW-10			Cubiculo de llamadas		recibir llamadas	recibir llamadas sin interrumpir	2
CW-11			Cubiculo individual		trabajar aislado		4
CW-12			Casilleros		almacenar objetos		20
CW-13			Sala de impresión gráfica		imprimir elementos gráficos		2
CW-14			Sala de impresión 3D		Imprimir modelos 3D		2
CW-15			comedor		comer		20
CW-16	Coworking	Diseñador de Productos	Sala de coworking		Trabajar	trabajo individual	26
CW-17			Sala de trabajo grupal		Trabajar	trabajo grupal	6
CW-18			Cubiculo de llamadas		recibir llamadas	recibir llamadas sin interrumpir	1
CW-19			Cubiculo individual		trabajar aislado		3
CW-20			Casilleros		almacenar objetos		13
CW-21			Sala de impresión gráfica		imprimir elementos gráficos		2
CW-22			Sala de impresión 3D		Imprimir modelos 3D		2
CW-23			comedor		comer		13

CW-24			Sala de coworking		Trabajar	trabajo individual	20
CW-25			Sala de trabajo grupal		Trabajar	trabajo grupal	4
CW-26			Cubiculo de llamadas		recibir llamadas	recibir llamadas sin interrumpir	1
CW-27	Coworking	Otros creativos	Cubiculo individual		trabajar aislado		2
CW-28			Casilleros		almacenar objetos		10
CW-29			Sala de impresión gráfica		imprimir elementos gráficos		2
CW-30			Sala de impresión 3D		Imprimir modelos 3D		2
CW-31			comedor		comer		10
CW-32					Sala de coworking		Trabajar
CW-33			Sala de trabajo grupal		Trabajar	trabajo grupal	16
CW-34	Coworking	Desarrolladores de software (apps y plataformas digitales)	Cubiculo de llamadas		recibir llamadas	recibir llamadas sin interrumpir	3
CW-35			Cubiculo individual		trabajar aislado		7
CW-36			Casilleros		almacenar objetos		34
CW-37			Sala de impresión gráfica		imprimir elementos gráficos		2
CW-38			Sala de impresión 3D		Imprimir modelos 3D		2
CW-39			comedor		comer		34
CW-40	Coworking	Hombres	Servicios Sanitarios	4/6 inodoros, 2 urinarios, 6 lavatorios	necesidades fisiológicas		130
CW-41		Mujeres	Servicios Sanitarios	6 inodoros, 6 lavatorios	necesidades fisiológicas		150

4.4 PROGRAMA ARQUITECTÓNICO INICIAL

PROGRAMA ARQUITECTÓNICO							
Código	Zona	Espacio	No. Usuario	Cantidad	Dimenciones	subtotal	Total
AP-01		Control de acceso	1	1	2.00x2.00	4	4
AP-02		Vestibulo	10	1	8.00x8.00	64	64
AP-03		Repeción	1	1	2.00x4.00	8	8
AP-04	Acceso Principal	Bodega	1	1	2.00x2.00	4	4
		Subtotal					80
		Circulacion					24
		Total Zona					104

A-01		Oficina Gerente	1	1	4.00x4.00	16	16
A-02		S.S Gerente	1	1	1.50x1.50	2.25	2.25
A-03		Oficina Administrador	1	1	3.00x4.00	12	12
A-04		Oficina Financista	1	1	3.00x4.00	12	12
A-05		Oficina Jefe Operaciones	1	1	3.00x4.00	12	12
A-06		Secretaria	1	1	3.00x3.00	9	9
A-07		Piso de trabajo	5	1	5.00x8.00	40	40
A-08		Sala de reunión	2	2	2.00x2.50	5	10
A-09		Sala de Juntas	8	1	4.00x5.00	20	20
A-10		Repeción	1	1	2.00x3.00	6	6
A-11	Admistración	Sala de espera	5	1	3.00x3.00	9	9
A-12		Vestibulo	5	1	4.00x4.00	16	16
A-13		Sala de descanso	20	1	8.00x10.00	80	80
A-14		Casilleros	20	1	2.00x4.00	8	8
A-15		Archivos	1	1	2.00x3.00	6	6
A-16		Bodega	1	1	2.00x3.00	6	6
A-17		Cuarto de redes	1	1	2.00x3.00	6	6
A-18		Servicios sanitarios	1	2	2.00x3.00	6	12
A-19		Cuarto de aseo	1	1	2.00x2.00	4	4
		Subtotal					286.25
		Circulacion					85.875
		Total Zona					372.125

Aux-01		Oficina de Técnico	1	2	3.00x3.00	9	18
Aux-02		Taller de mantenimiento	2	1	4.00x4.00	16	16
Aux-03		Bodega	1	1	3.00x3.00	9	9
Aux-04		Cuarto de Vigilancia	2	1	4.00x4.00	16	16
Aux-05		Cuarto de Aseo	1	1	3.00x3.00	9	9
Aux-06		Casilleros	5	1	1.50x3.00	3	3
Aux-07	Auxiliar	sala de descanso	10	1	4.00x4.00	16	16
Aux-08		Cuarto de electrico	1	1	3.00x3.00	9	9
Aux-09		Cuarto de maquinas	1	1	5.00x5.00	25	25
Aux-10		Ducto de revisión	1	1	1.00x1.50	1.5	1.5
Aux-11		Cuarto de basura	1	1	2.00x2.00	4	4
		Subtotal					126.5
		Circulacion					37.95
		Total Zona					164.45

Inc-01		Taller de enseñanza	45	2	10.00x14.00	140	280	
Inc-02		Sala de Exposición	30	1	7.50x10.00	75	75	
Inc-03		Sala de descanso	80	1	10.00x10.00	100	100	
Inc-04	Incubadora	Casilleros	40	1	3.00x3.00	9	9	
Subtotal							464	
Circulacion							139.2	
Total Zona							603.2	

CW-01		Sala de Coworking	158	1	16.50x20	792	792	
CW-02		Phone booths	1	9	1.20x1.20	1.44	12.96	
CW-03		Cubículo individual	1	20	2.40x2.40	5.76	115.2	
CW-04		Salas de trabajo grupal (4)	4	6	2.5x4.00	10	60	
CW-05		Salas de trabajo grupal (2)	2	5	2.00x2.50	5	25	
CW-06		Casilleros	25	4	2.00x2.00	4	16	
CW-07	Coworking	Sala de Impresión gráfica	3	1	4.00x5.00	20	20	
CW-08		Sala de Impresión 3D	3	1	4.00x5.00	20	20	
CW-09		Comedor	45	1	15.00x20.00	135	135	
CW-10		Baños Hombres	Global	2	1.80x4.00	7.2	14.4	
CW-11		Baños Mujeres	Global	2	1.80x4.00	7.2	14.4	
Subtotal							1224.96	
Circulacion							367.49	
Total Zona							1592.45	

SUBTOTAL GLOBAL						2181.71
CIRCULACIÓN GLOBAL						654.513
TOTAL ÁREA INTERIOR						2836.22
Estacionamientos	1 por cada 30m2	73	2.50x5.00	12.5		909.05
TOTAL PROYECTO						3,745.27

V. METODOLOGÍA

La metodología empleada para este proyecto es composición arquitectónica del arquitecto José Zarate, sintetizada a continuación:

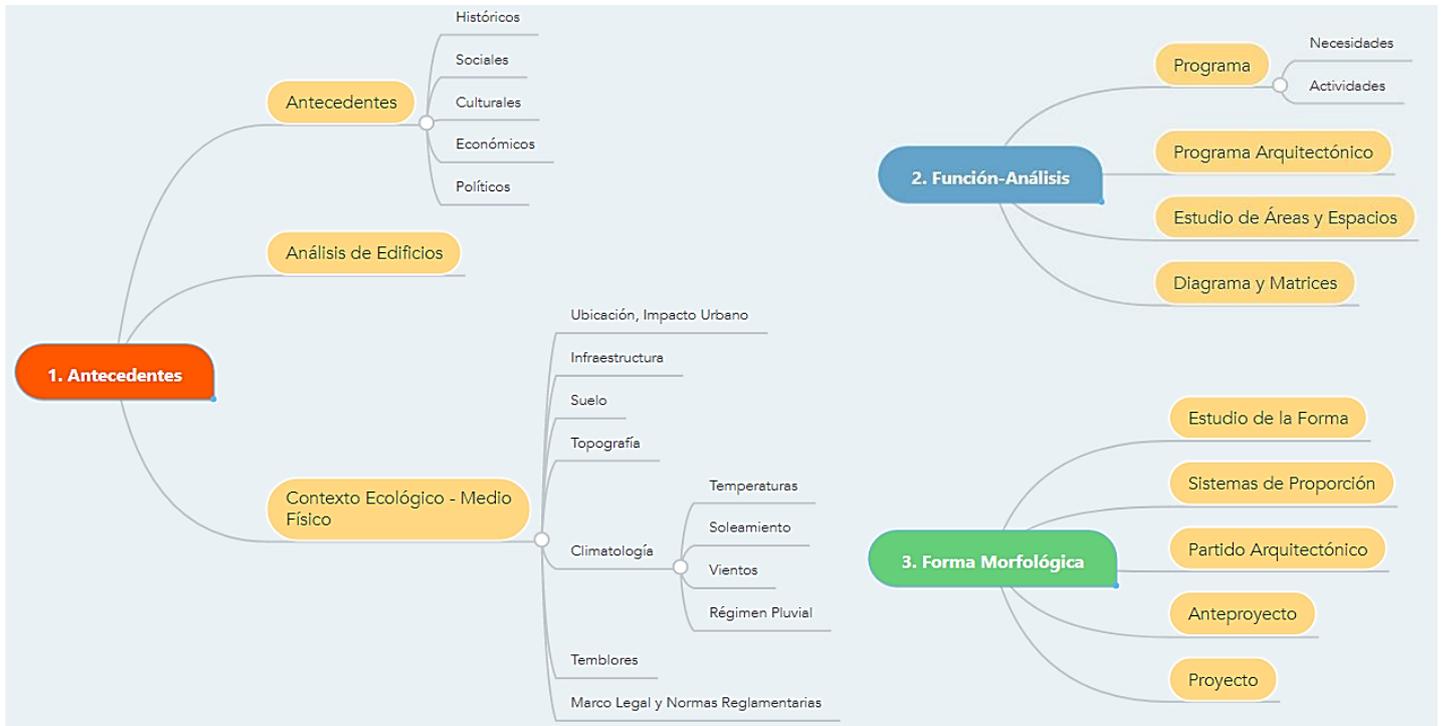


Ilustración 106 Metodología de Diseño Arquitectónico José Zarate

Fuente: Elaboración Propia

VI. RESULTADOS Y ANÁLISIS

6.1 ANÁLISIS DE ENTORNO

Se propone como sitio de emplazamiento la zona sur de la ciudad de Comayagüela en la Colonia América, Una zona distribuidora D-3 donde, en los últimos años, ha generado un considerable crecimiento comercial y de uso mixto en sus alrededores, principalmente en su avenida principal. Se presenta la remodelación de los cines Metrocinema Plaza América, el cual, ha incorporado distintos locales de consumo alimenticio, como RadioHouse, Mr. Panda, Circle-K, entre otros. Además de que la zona cuenta con variadas y nuevas plazas comerciales, edificios comerciales y remodelaciones generales en la zona de la Avenida América.

Esta zona estratégica cuenta con un uso de suelo mixto, entre residencial, comercial, institucional, recreativo, etc. Donde los habitantes de la región pueden desarrollar diversas actividades con la factibilidad de poder desplazarse cómodamente a pie. Por lo que la ubicación del proyecto permite que tenga visitantes de manera constante por el variado movimiento de personas durante el día.

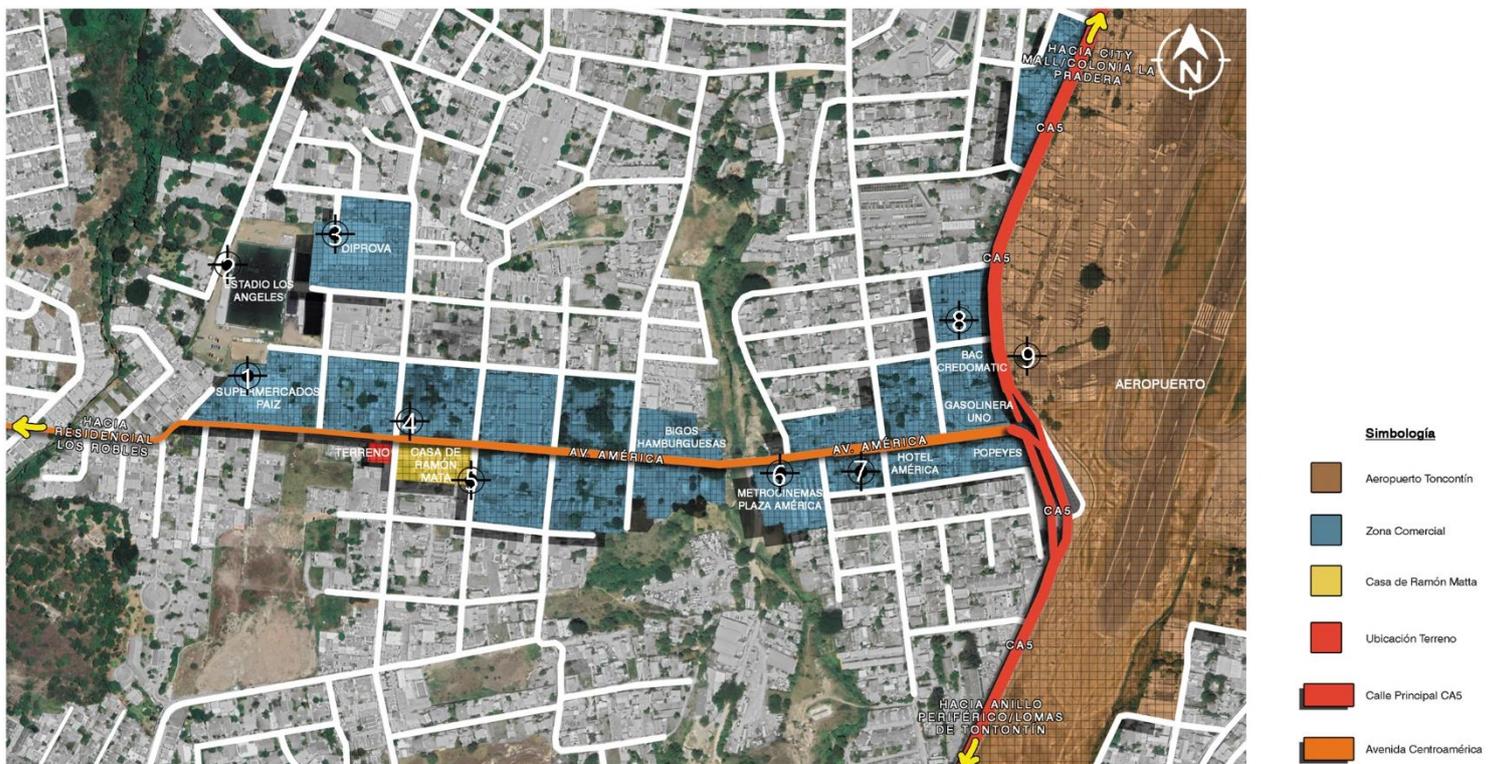


Ilustración 107 Análisis de Entorno

6.1.1 EQUIPAMIENTO DEL ENTORNO

En la ilustración anterior, se muestra el mapa del entorno donde se remarca el uso de suelo y además se indican puntos de interés y equipamiento variado el cual proporcionan una plusvalía para la incorporación del proyecto:

1. Supermercado Paiz

El Supermercado Paiz Permite que las personas que residen en la zona puedan abastecerse de



productos de consumo básico. Esta edificación cuenta con dos niveles y una altura aproximada de 7m, siendo el nivel inferior dedicado a estacionamiento y el superior como desarrollo de la edificación. Presenta colores neutros puesto que en su fachada emplea el bloque visto, contrastando con la fascia de lámina troquelada color azul celeste.

Ilustración 108 Supermercado Paiz

1. Estadio los Ángeles

La Colonia América cuenta con un estadio de futbol donde jóvenes y adultos pueden realizar campeonatos y entrenamientos, por lo que la actividad física es un factor importante para los habitantes de la zona.



Ilustración 109 Estadio los Ángeles

2. Supermercado Diprova



Ilustración 110 Supermercado Diprova

La zona también cuenta con el Supermercado Diprova, donde los habitantes pueden satisfacer sus necesidades de abastecimiento. Su altura varía aproximadamente desde 6 metros hasta 8 metros en su punto mas alto. Emplea colores neutrales contrastando con su entrada la cual cuenta con una estructura de acero recubierta de ACM (Aluminium Composite Material) color rojizo.

3. Restaurante Ming Xuan

Ubicado en la esquina opuesta de terreno, se presenta este restaurante de 2 niveles con una



altura aproximada de 7 metros en su punto más alto donde presenta una materialidad vista, contando con ladrillo visto, teja y madera como recubrimiento de su fachada, el cual se le ha implementado diversos colores. Lo que hace de esta edificación un fuerte contraste visual por este recubrimiento empleado.

Ilustración 111 Restaurante Ming

Farmacia Simán

Ubicando en frente al predio, se encuentra esta farmacia, la cual es de un nivel y tiene una altura aproximada de 6 metros. Su morfología es simplista, resalta por su color blanquecino y el rotulo en su fachada. Como contraste, cuenta con una fascia de color azul real correspondiente a la identidad de su marca.



Ilustración 112 Farmacia Simán

4. OABI, Antigua casa Ramón Matta

El predio se encuentra próximo al edificio del OABI (Oficina Administradora de Bienes



**Ilustración 113 OABI: Antigua Casa Ramón
Matta**

Incautados) Conocida como la antigua residencia familiar del narcotraficante Ramón Ballesteros. Esta residencia es un Hito dentro de la zona, es un punto de referencia para ubicar y referenciar las diferentes localidades de esta colonia. Este inmueble presenta una fachada con recubrimiento de piedra y se puede apreciar la inclinación pronunciada del techo de esta residencia.

5. Metrocinemas Plaza América

Este cinema también representa un Hito y punto de referencia de la zona. Este ha presentado una remodelación en el transcurso del año 2018, donde además de solo ser un cinema, incorporó diversos locales de consumo alimenticio, entre los que se encuentran el restaurante RadioHouse, el restaurante Mr. Panda, Pupusas La Cabaña y Señor Ceviche, además de contar con un Circle K.



Presenta una paleta de colores neutra, contrastando con el volumen de la esquina colindante a la avenida principal, el cual es de azul cielo. En cuanto a su materialidad presenta un recubrimiento de ACM (el cual le brinda el color a la edificación), concreto repellido y pulido, como de un aventanamiento pronunciado en la esquina de esta edificación.

Ilustración 114 Metrocinemas Plaza América

6. Edificio Corporativo XCALA

XCALA es un edificio corporativo que se actualmente (2020) se encuentra en periodo de construcción. Este es un edificio comercial y de oficinas que contará con 15 plantas distribuidas en 8 pisos de oficina, 2 de áreas comerciales y restaurantes, 4 sótanos de estacionamiento y área de juegos con plaza central.



Ilustración 115 Edificio XCALA

Blanco es el color base de la edificación y su fachada estará en su mayoría recubierta de muro cortina. Su morfología es simple usando formas prismáticas regulares. Por su gran altura esta edificación sobresale en magnitud y rompe con la escala urbana de la zona, por lo que este llegaría a ser y busca ser un hito y uno de los puntos de reunión más importantes de la zona sur de la capital.

Concluyendo en el análisis del entorno. Se encontró que no existe una tendencia, parámetro o estilo definido característico de la zona. Como puntos en común se presenta que la morfología de las edificaciones es regular, tiene colores neutrales contrastando con un color primario que resalte un punto del inmueble y que emplea materialidad vista en algún punto o en toda su fachada. No superan los 3 niveles de construcción ni 10m de altura en su punto más alto con excepción del futuro edificio XCALA.

El proyecto Fábrica Creativa buscará implementar materialidad vista en su exterior, una morfología con composiciones regulares para enmarcar los diferentes espacios del inmueble y buscará superar los 3 niveles de construcción para romper con el esquema y escala urbana para que resalte como hito y punto de referencia de la zona.

6.2 ANÁLISIS DE SITIO

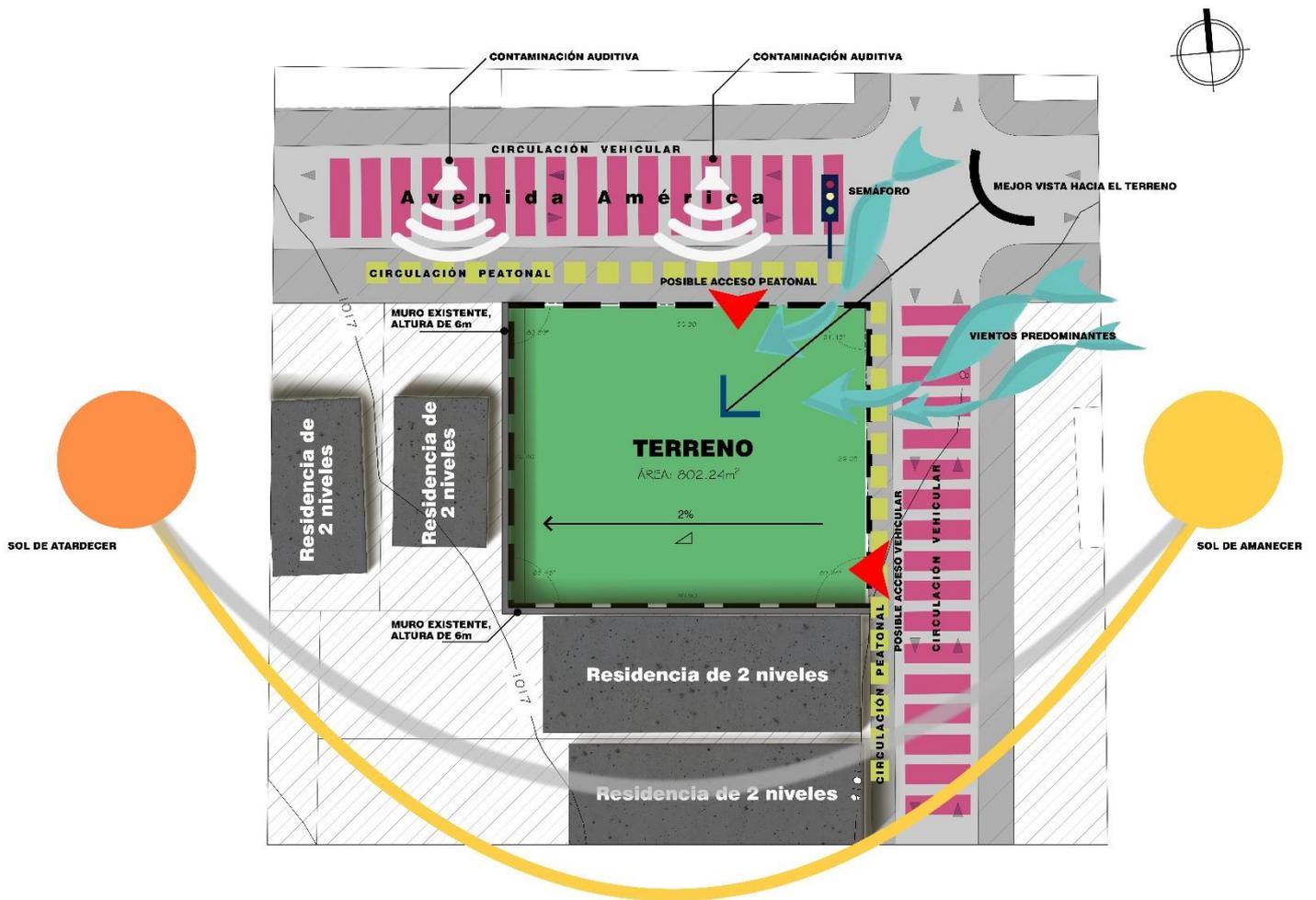


Ilustración 116 Análisis del Sitio

El Terreno es relativamente plano, contando con una pendiente del 2% de inclinación dirigida hacia el Oeste. La fachada principal del terreno está orientada al Norte, donde se encuentra la Ave. América, por lo que la intensidad del asoleamiento será baja. Sin embargo, al ser un predio terreno de esquina y esta frente a un semáforo vehicular en una intersección, condiciona a que el acceso vehicular se encuentre en la calle secundaria al ubicada al Este del predio. Además de que se presenta moderada contaminación auditiva causada por el trafico vehicular en este punto.

El predio cuenta con un amplio ancho de acera (5m) por lo que permite el implemento de una bahía vehicular que no interrumpa el flujo vial.

Por las condiciones presentes del terrero, este presentaría la mayor incidencia solar en la fachada posterior, por lo que se considerará reducir el aventanamiento en esta región para amortiguar el asolamiento generado en esta zona.

6.4 DIAGRAMA DE FLUJOS Y ADYACENCIAS

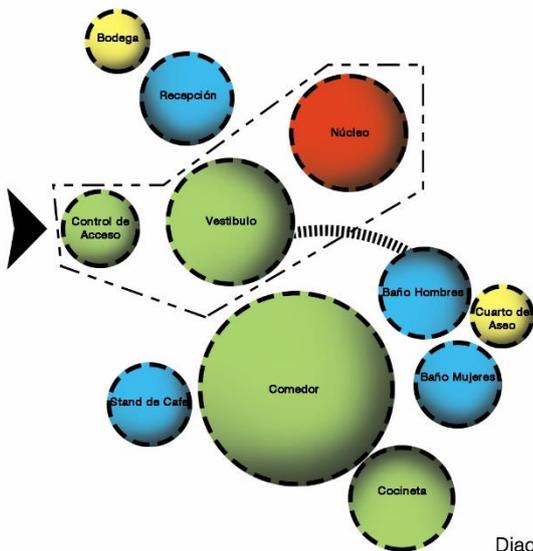


Diagrama de Planta Baja

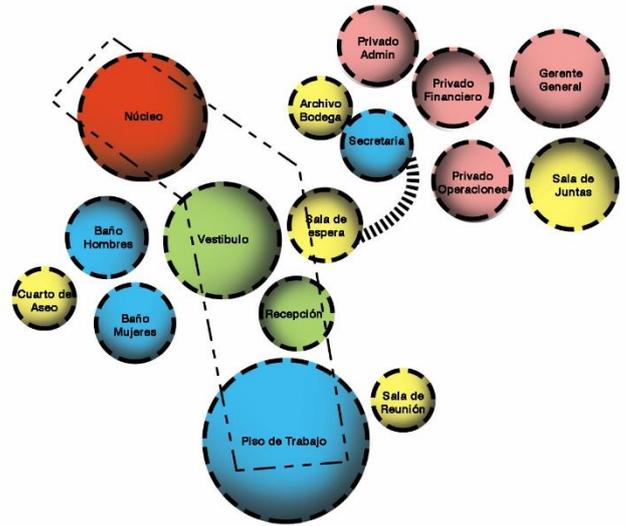


Diagrama de Piso Administrativo

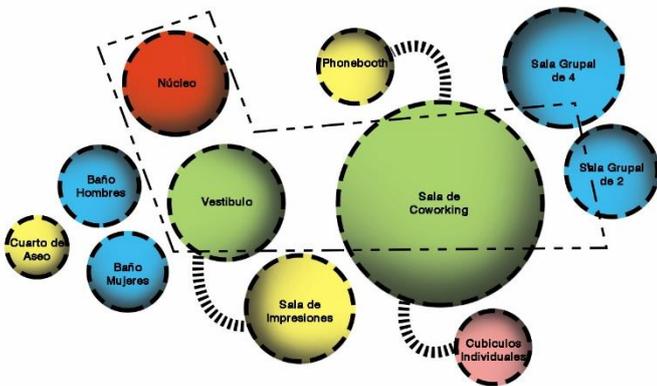


Diagrama de Piso de Coworking

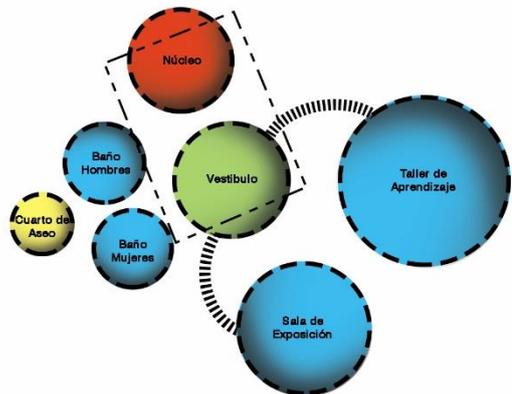
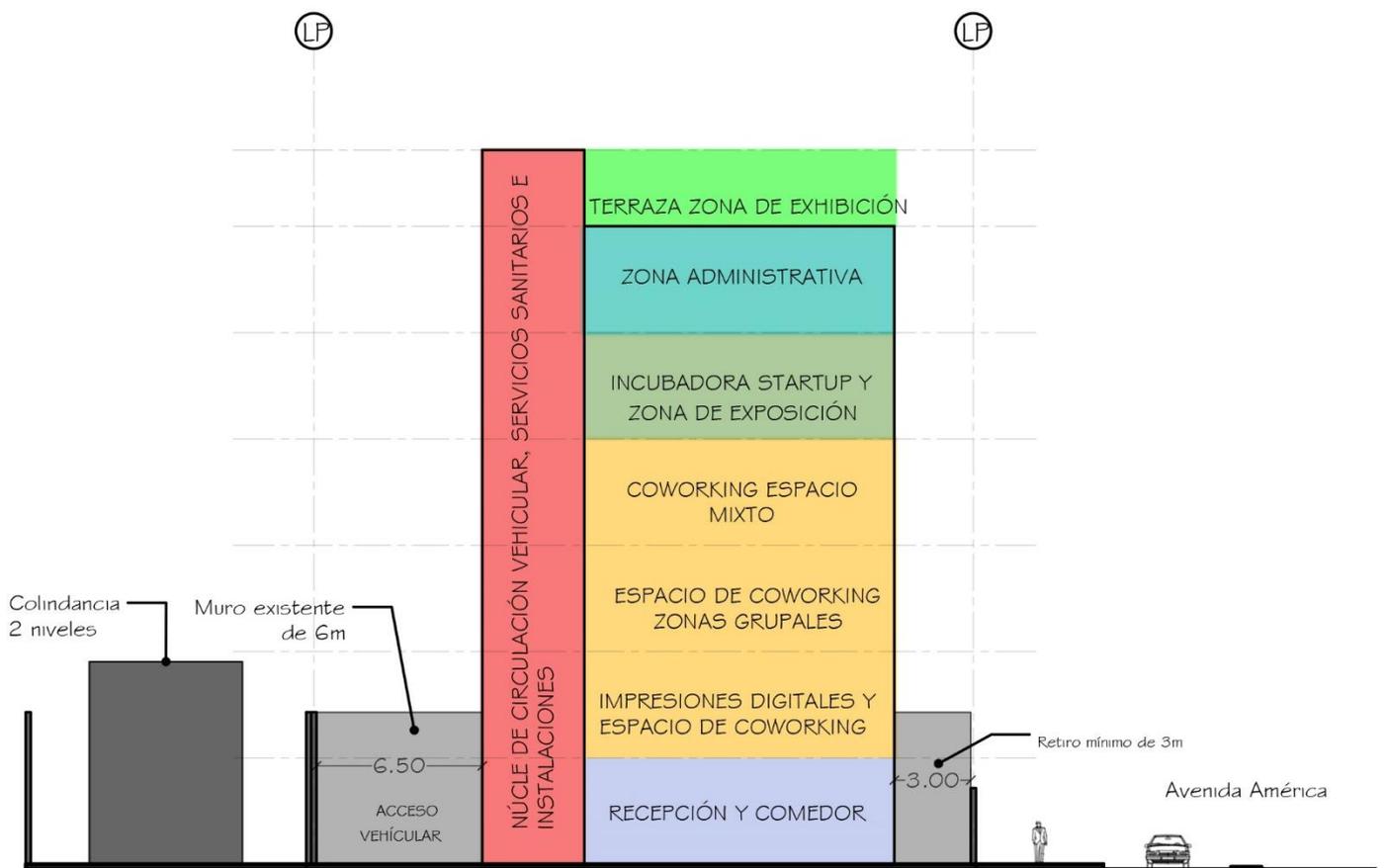


Diagrama de Piso Incubadora de Startups

6.5 ZONIFICACIÓN GENERAL



ZONIFICACIÓN GENERAL

Ilustración 117 Diagrama de Zonificación

Se busca plantear en la edificación 6 niveles de altura para romper con el esquema urbano y realzarlo del entorno. Debido a que colinda frente a la Ave. América y esta en un predio de esquina en un punto de intersección, se plantea el acceso vehicular en la calle secundaria colindante a la fachada Este, generando el acceso vehicular en la parte posterior del edificio. Además de la zona de circulación vertical, baños y suministro de instalaciones conformados por un núcleo común, se plantea 5 zonas que componen la edificación. Comenzando la planta baja como zona de acceso a recepción y área comunal de comedor. En los 3 niveles subsiguientes se desarrolla el espacio de coworking (cotrabajo) donde brinda espacios para trabajo individual, grupal y mixto. Subsiguientemente la zona para el espacio destinado a la incubación y creación de empresas. En un sexto nivel se desarrollará el área administrativa del complejo y en su zona de terraza se proyectará para actividades de exposición y eventos al aire libre.

6.6 FILOSOFÍA Y CONCEPTO

Como lo definió Felipe Buitrago y la UNCTAD, La economía naranja es una encrucijada entre las artes, la cultura, los negocios y la tecnología, generando bienes. Es el conjunto de actividades que de manera encadenada permiten que las ideas se transformen en bienes y servicios culturales. Cuyo insumo primario es el capital intelectual, el valor esta determinado por su contenido de propiedad intelectual.

El intelecto y creatividad es el bien, el insumo, el capital inagotable que el ser humano posee.

-El ser humano está hecho para crear es una máquina de crear-

De esto nace el concepto para el desarrollo del proyecto. El usuario es una maquina de ideas, el proyecto es la fábrica donde el usuario crea, desarrolla, y hace crecer sus ideas en propuestas de negocio tangibles para su desarrollo económico creativo.

La edificación busca asemejarse a una fábrica. Al menos, a los conceptos esenciales que la definen.



**Ilustración 119 Museo Autostadt Fábrica
Volkswagen**



Ilustración 118 Battersea Power Station

Una fábrica es concebida por su geometría pura e imponente, el cual hace uso de materiales vistos en su exterior, colores neutros, muchas veces dados por el mismo material de construcción por el cual son erguidos.



Ilustración 120 Ejemplo Estilo Industrial 1

El concepto también se llevara a su interior, empleando materiales vistos y estructura vista, lo que se es conocido como un diseño estilo industrial. El cual, por lo general, emplea el uso de estructura de acero vista, paredes de bloque, ladrido, o concreto visto, utilizando grandes ventanales para aprovechamiento de la luz natura. Y generando acabados de madera en pequeños detalles como el mobiliario o el piso.

Además, el color en el espacio interior debe jugar un papel esencial para enfatizar que este es un espacio creativo, por lo que el empleo del mismo podrá ser utilizado en elementos como el mobiliario mismo.



Ilustración 121 Ejemplo Estilo Industrial 2

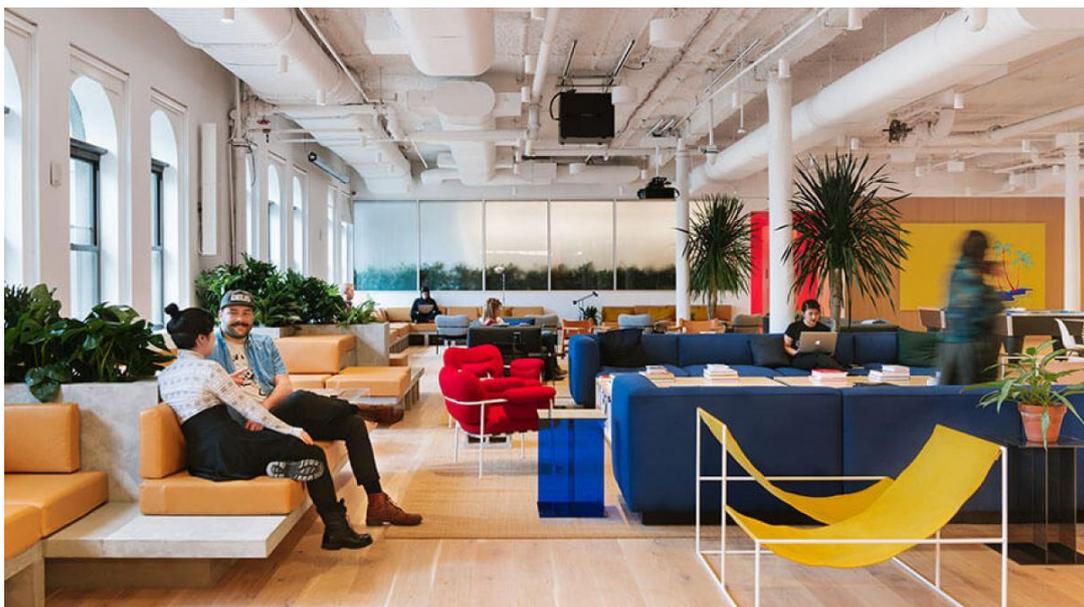


Ilustración 122 Ejemplo de empleo de color en el mobiliario

6.7 CONCEPTUALIZACIÓN (EVOLUCIÓN DE LA FORMA)

1. VOLUMETRÍA CON SEIS NIVELES.

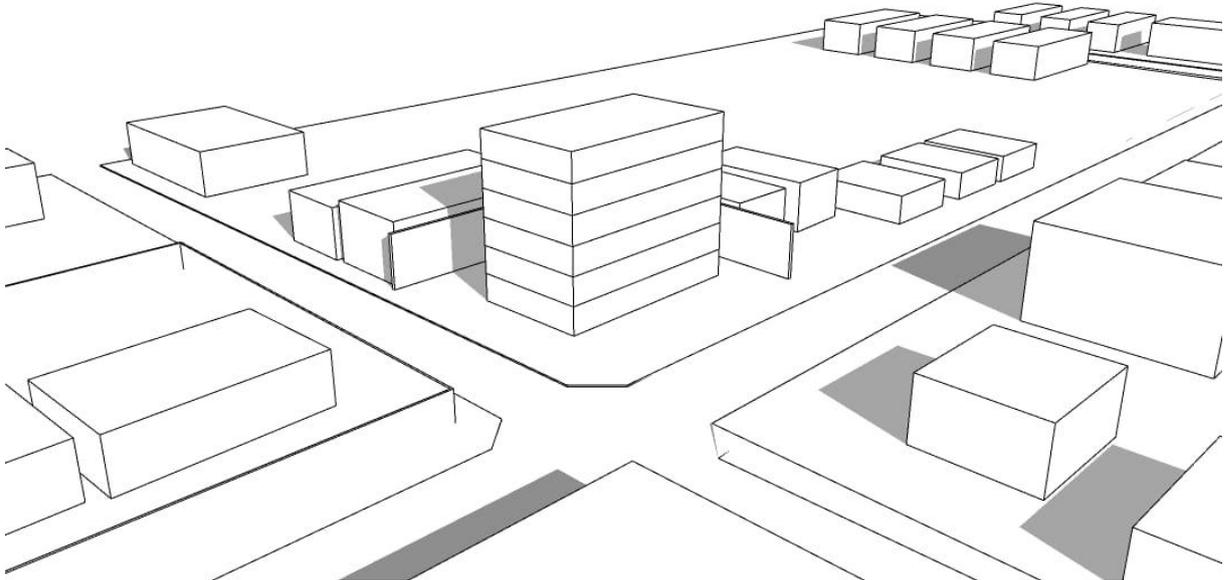


Ilustración 123 Proceso de Conceptualización Volumétrica 1

2. EXPANSIÓN Y RETRACCIÓN DE FORMAS.

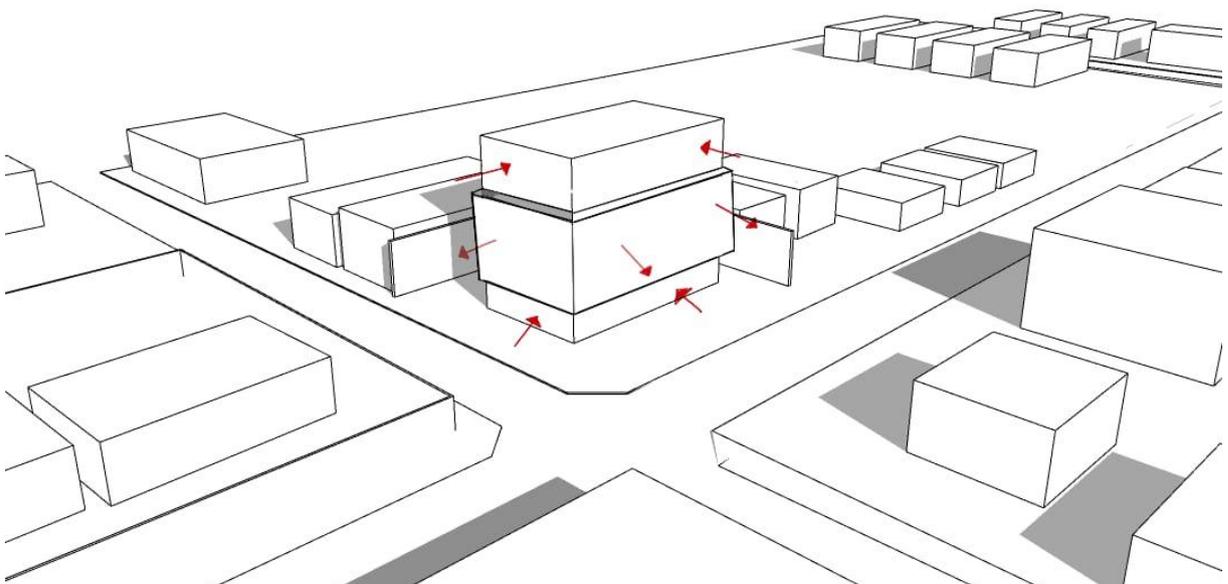


Ilustración 124 Proceso de Conceptualización Volumétrica 2

3. DEFINICIÓN DE ELEMENTOS DE CIRCULACIÓN.

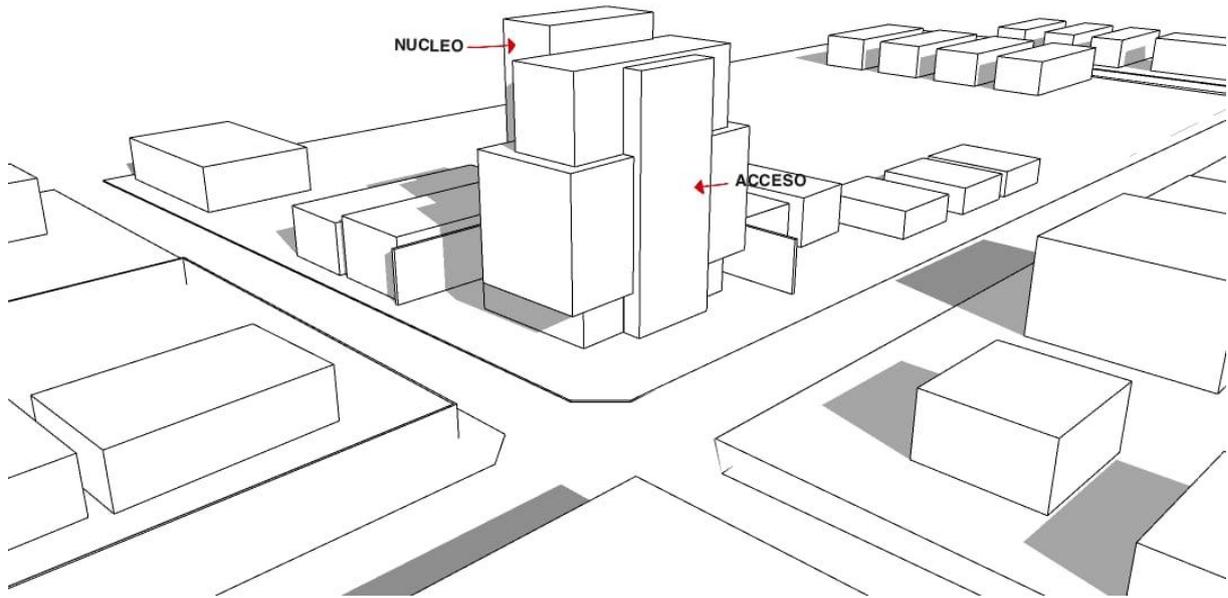


Ilustración 126 Proceso de Conceptualización Volumétrica 3

4. AVENTANAMIENTO FORMAL.

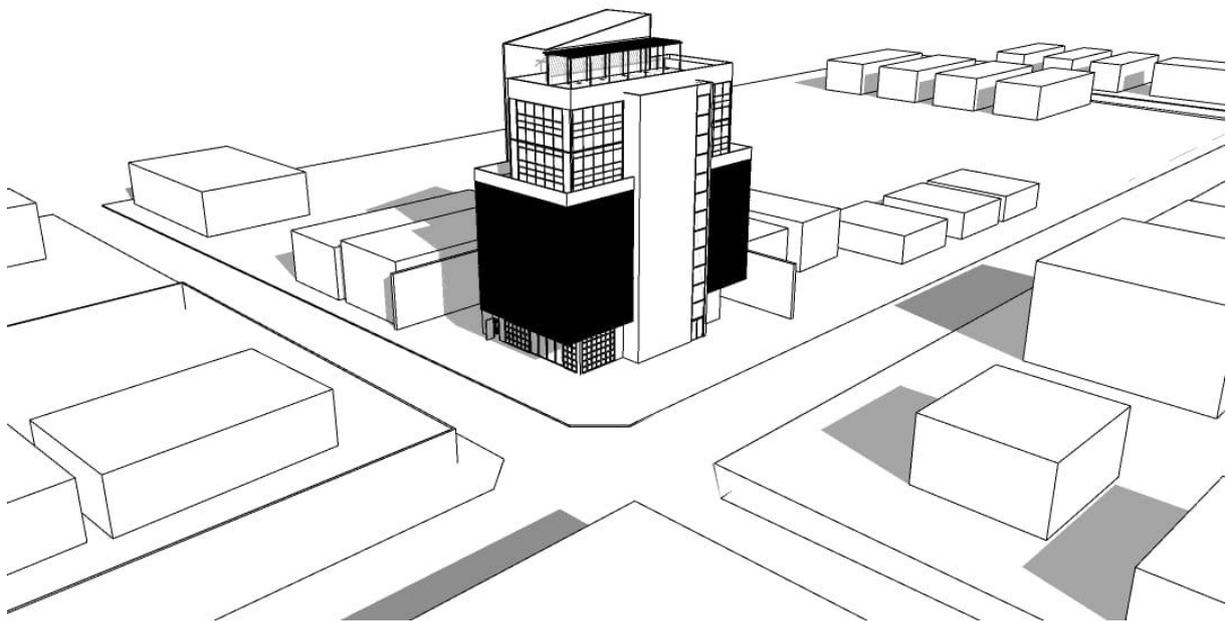


Ilustración 125 Proceso de Conceptualización Volumétrica 4

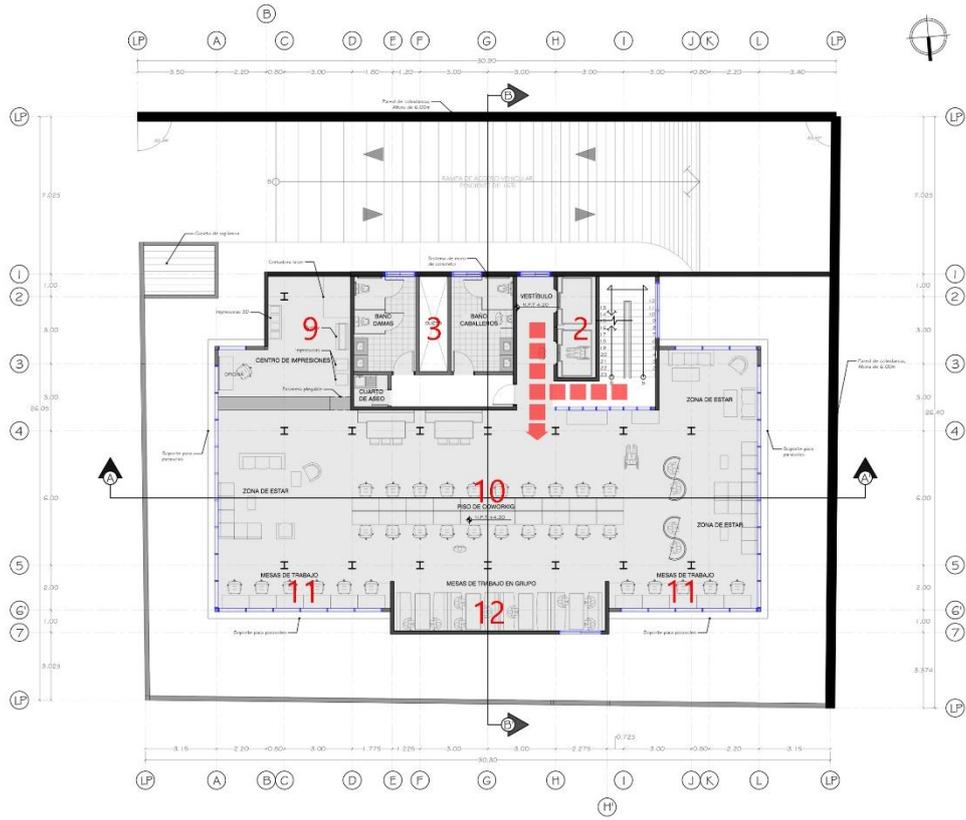
6.8 DESCRIPCIÓN DE LOS NIVELES

A continuación, se muestran los diferentes niveles del proyecto y las áreas que conforman cada nivel:

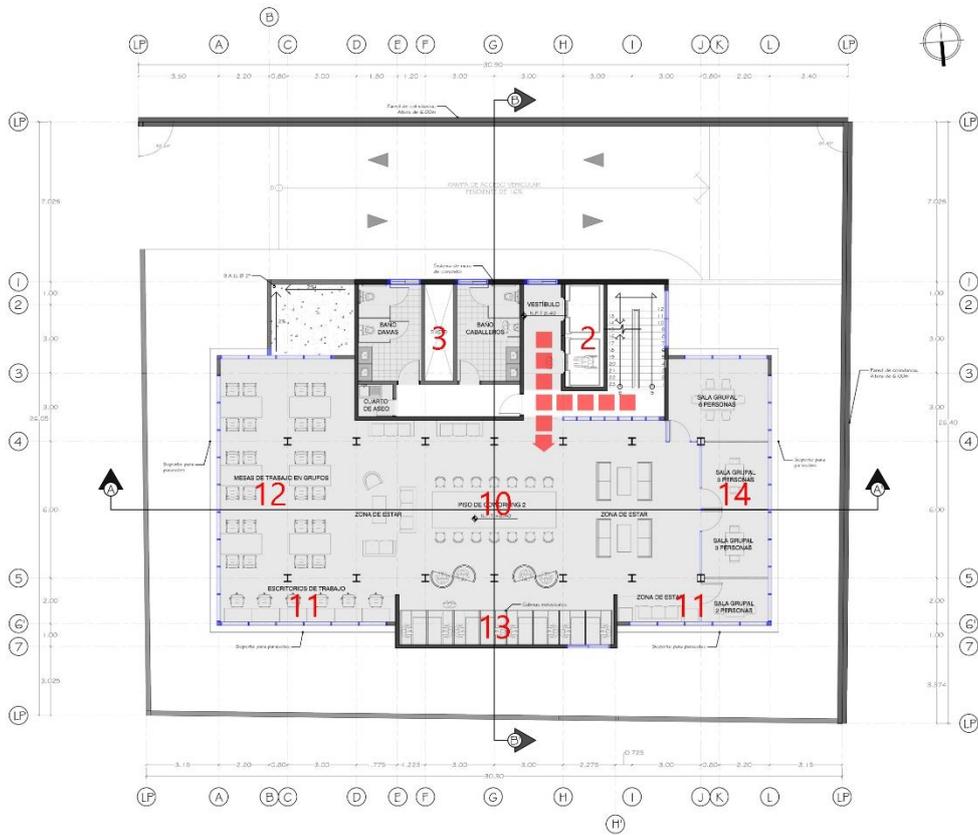


PLANTA ARQUITECTÓNICA NIVEL I

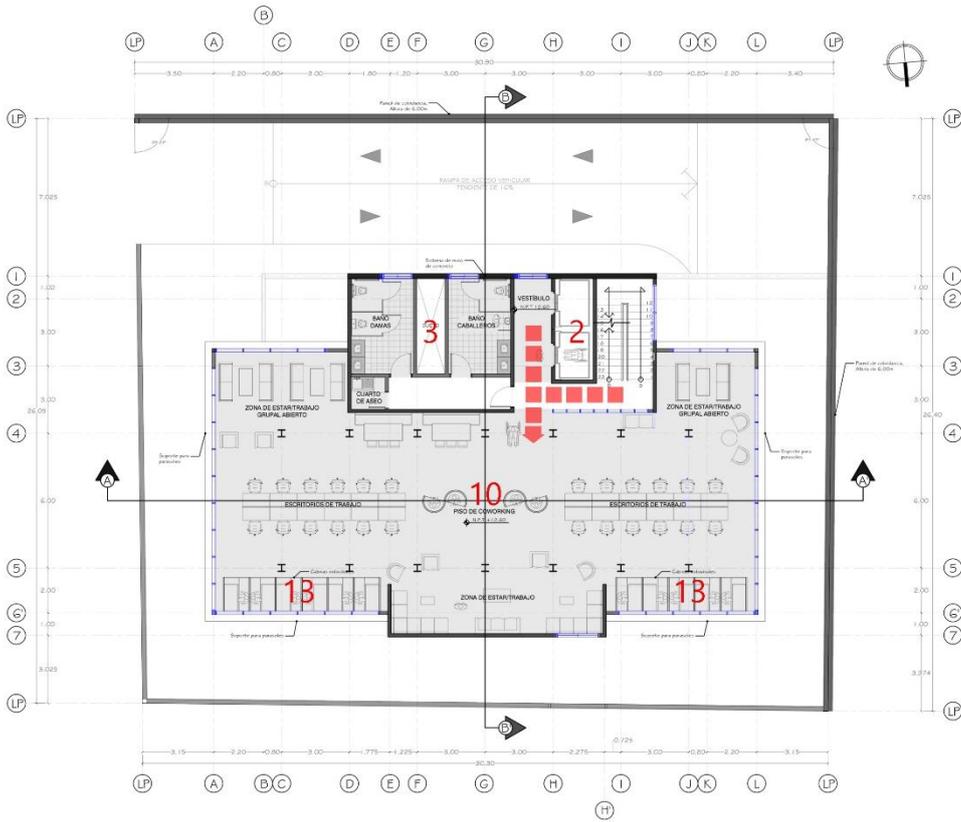
1. RECEPCIÓN | 2. NUCLEO DE CIRCULACIÓN VERTICAL | 3. BAÑOS | 4. COMEDOR | 5. STAND DE CAFÉ | 6. COCINETA | 7. CASETA DE VIGILANCIA | 8. ZONA EXTERIOR | 9. CENTRO DE IMPRESIONES | 10. ZONA DE COWORKING | 11. MESAS DE TRABAJO INDIVIDUAL | 12. MESAS DE TRABAJO GRUPAL | 13. CABINAS INDIVIDUALES | 14. CUBICULOS GRUPALES | 15. INCUBADORA DE STARTUPS | 16. ADMINISTRACIÓN | 17. TERRAZA DE EXHIBICIÓN Y EVENTOS | 18. ESTACIONAMIENTO SUBTERRANEO | 19. CUARTO DE MÁQUINAS | 20. CUARTO DE VIGILANCIA



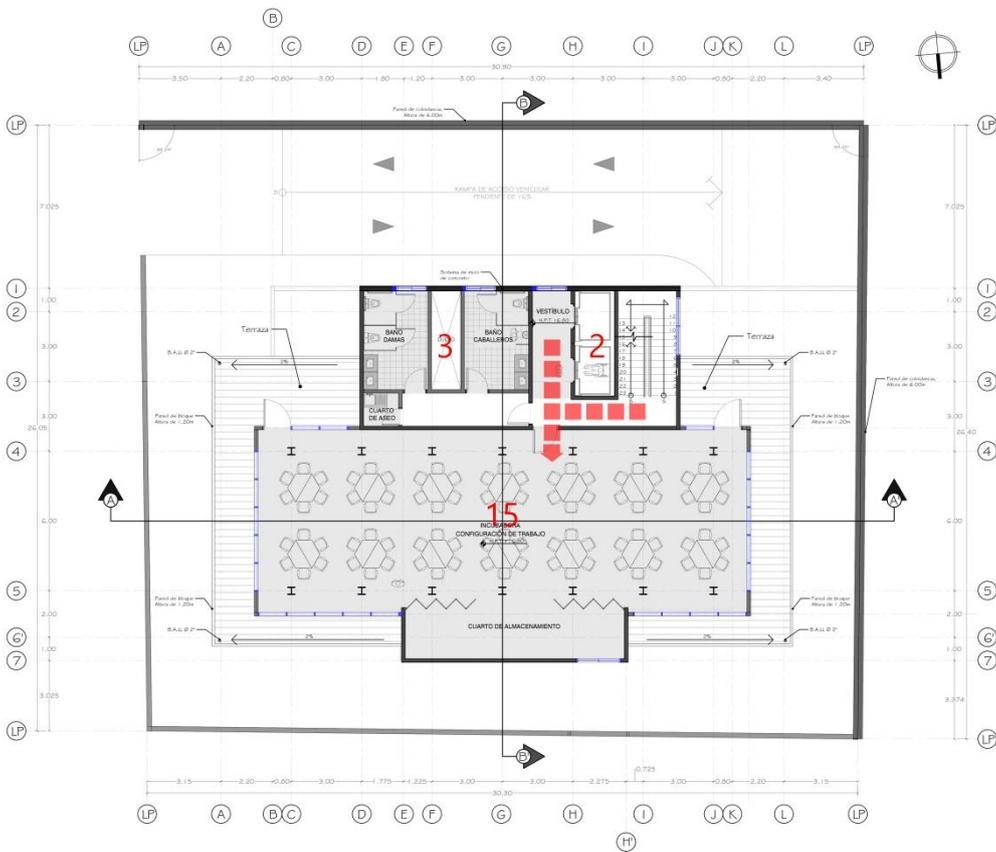
PLANTA ARQUITECTÓNICA NIVEL 2



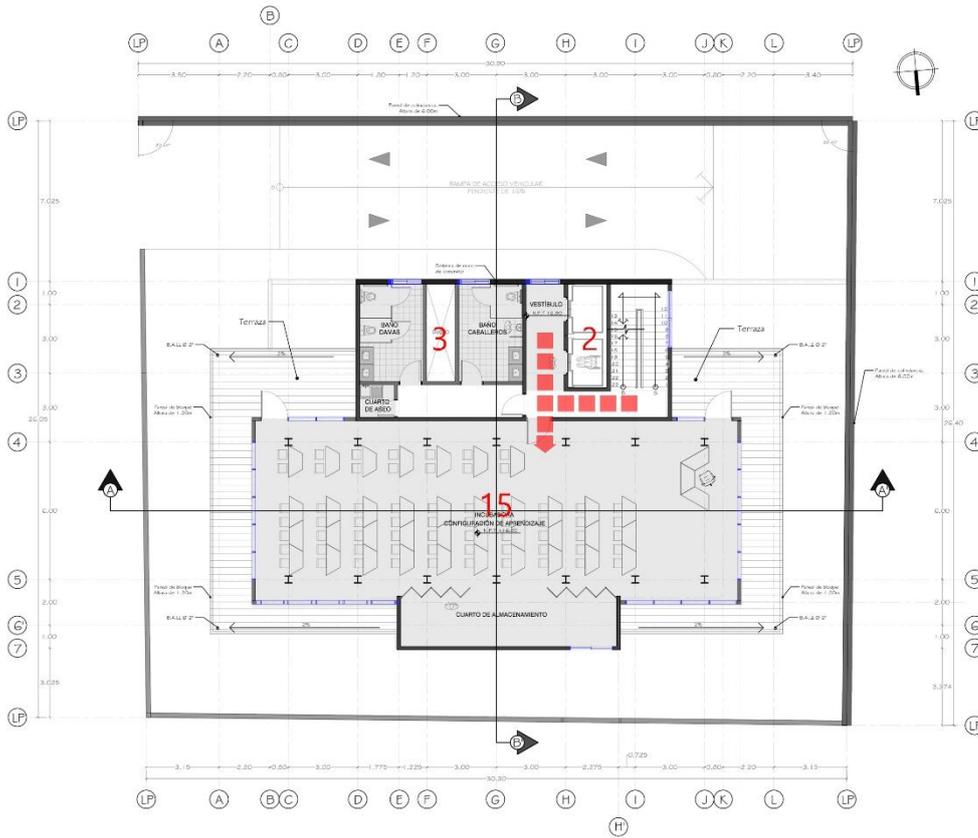
PLANTA ARQUITECTÓNICA NIVEL 3



PLANTA ARQUITECTÓNICA NIVEL 4



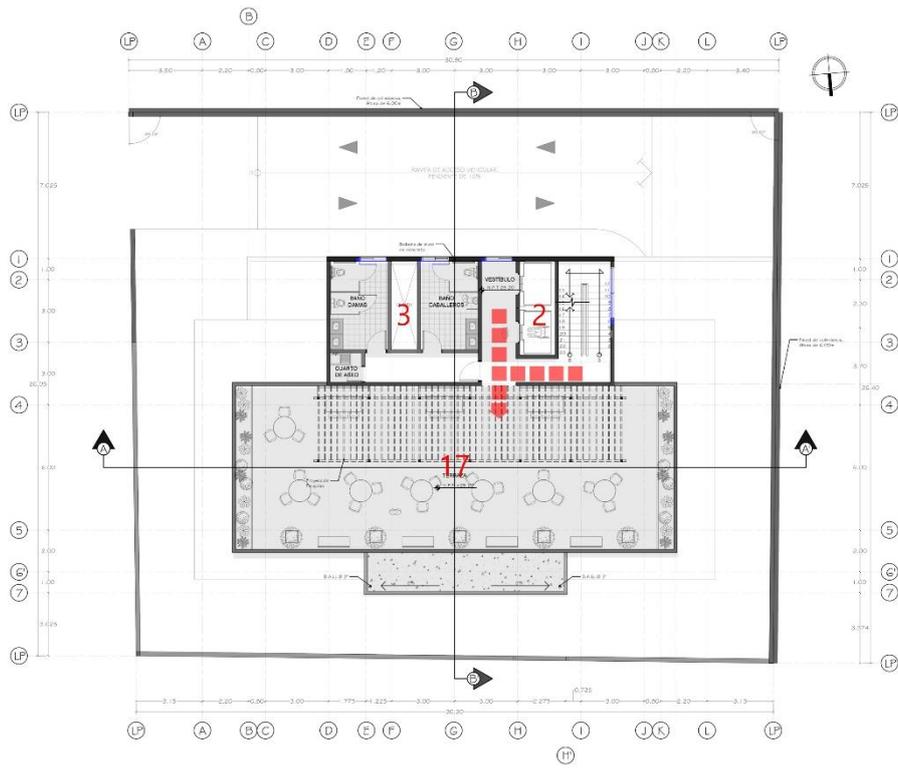
PLANTA ARQUITECTÓNICA NIVEL 5
OPCION DE DISTRUBUCIÓN I



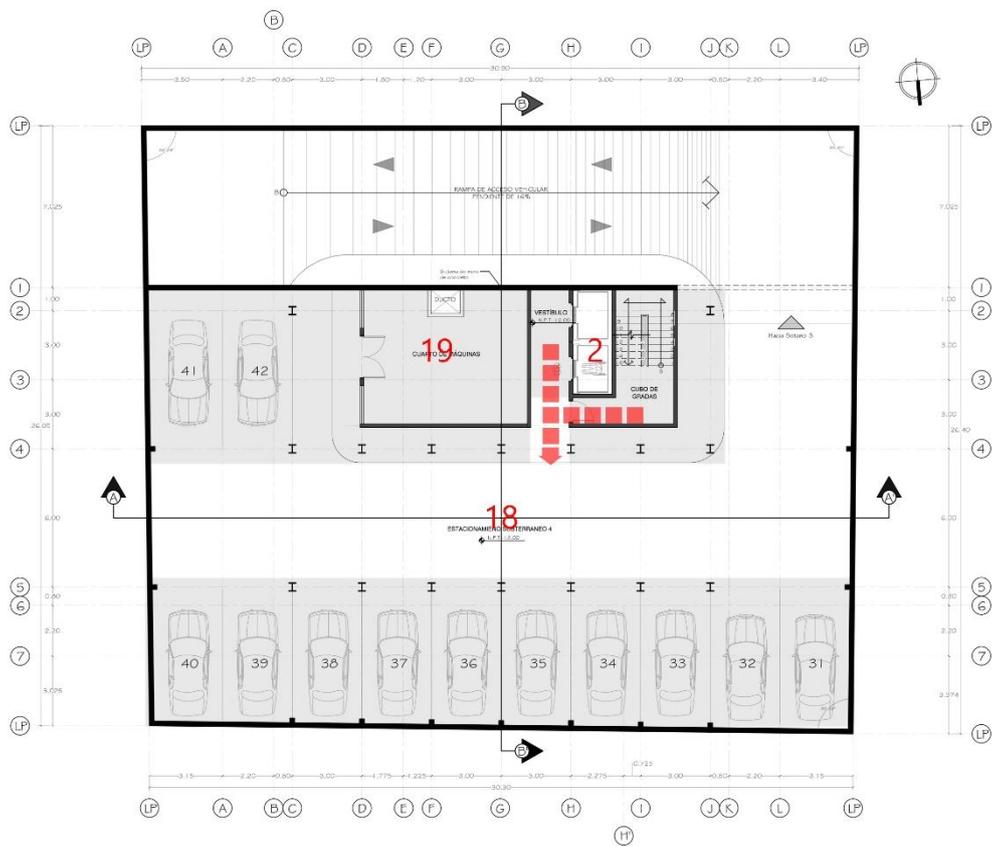
PLANTA ARQUITECTÓNICA NIVEL 5
OPCION DE DISTRUBUCIÓN 2



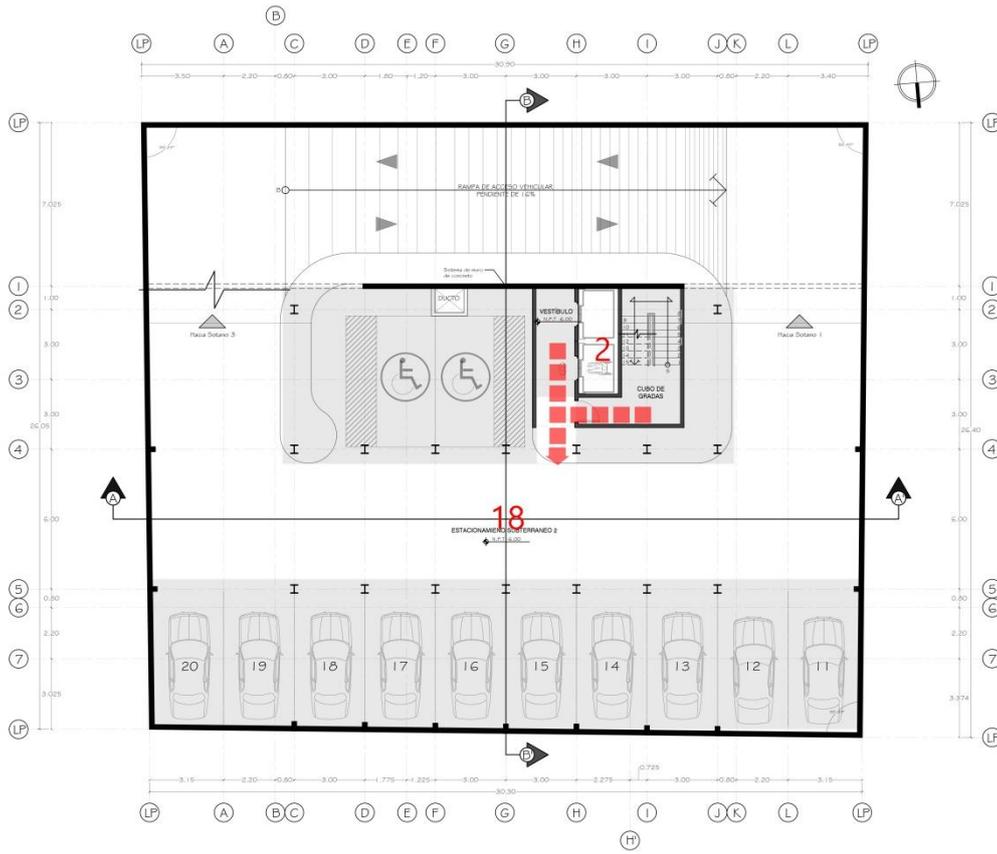
PLANTA ARQUITECTÓNICA NIVEL 6



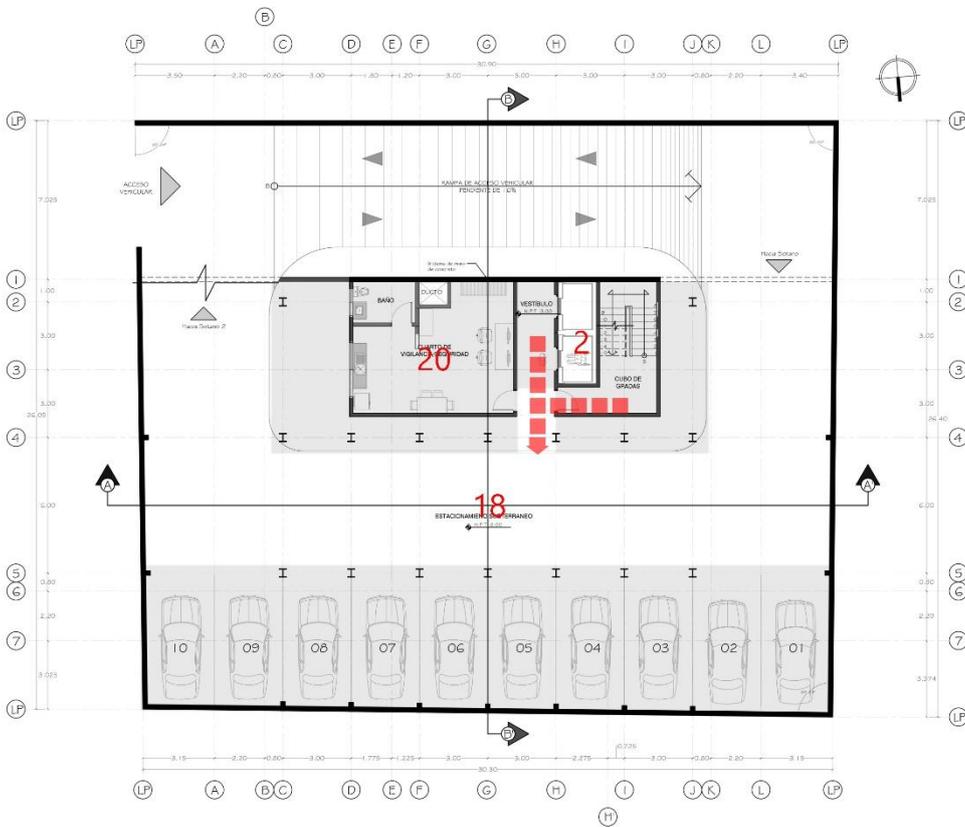
PLANTA ARQUITECTÓNICA NIVEL 7



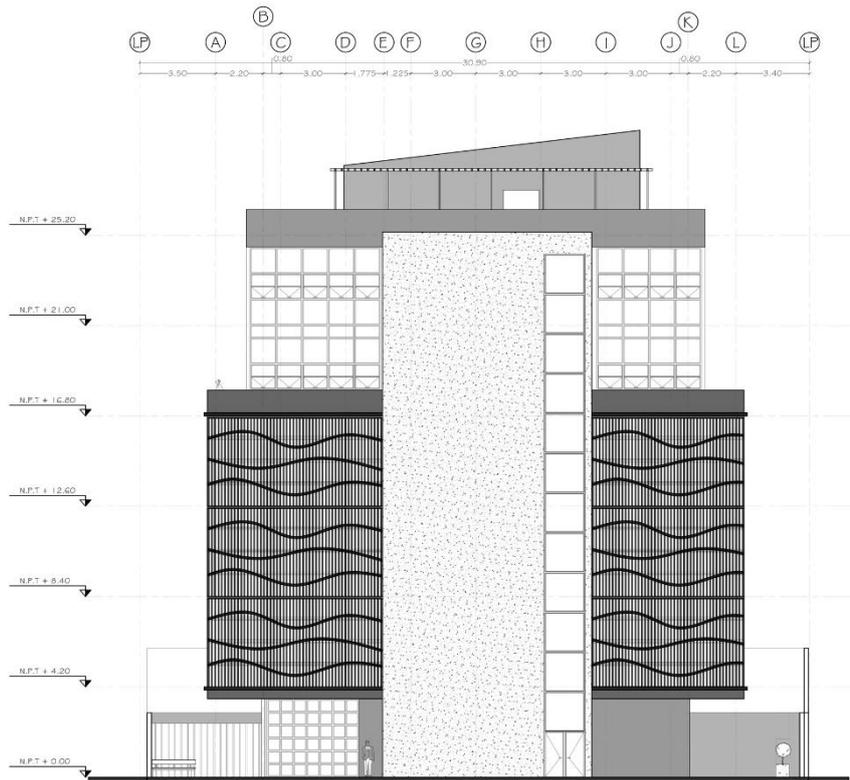
PLANTA ARQUITECTÓNICA SOTANO 4



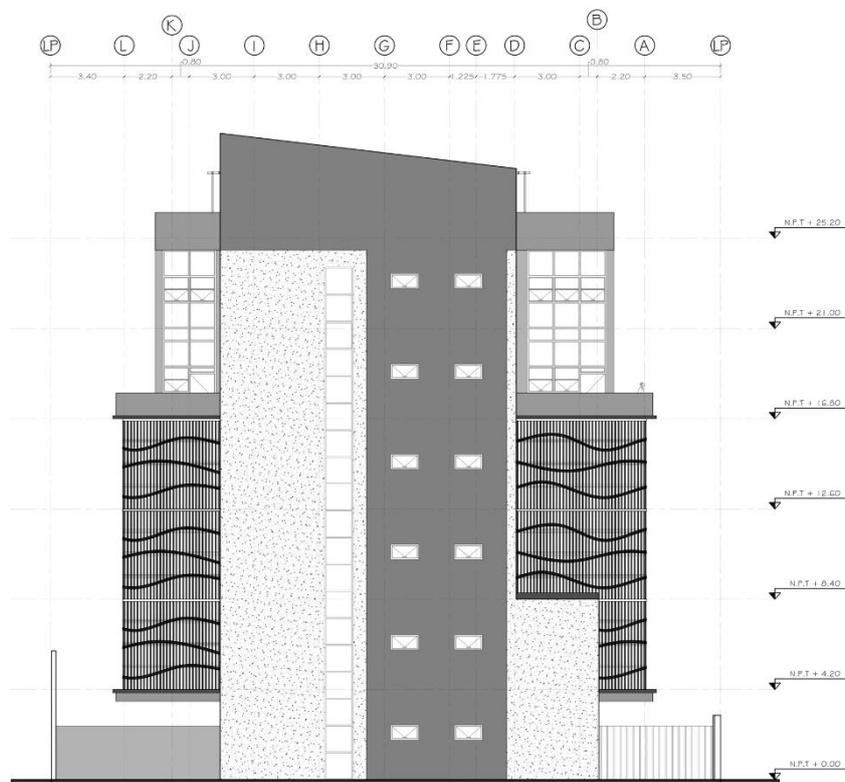
PLANTA ARQUITECTÓNICA SOTANO TIPO, NIVELES 2-3



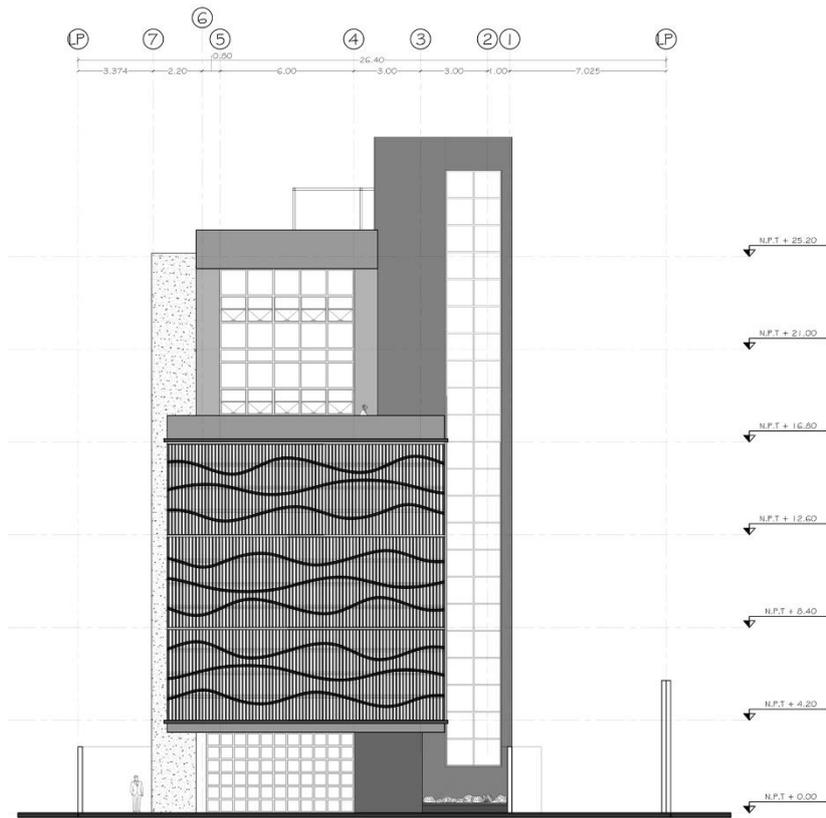
PLANTA ARQUITECTÓNICA SOTANO I



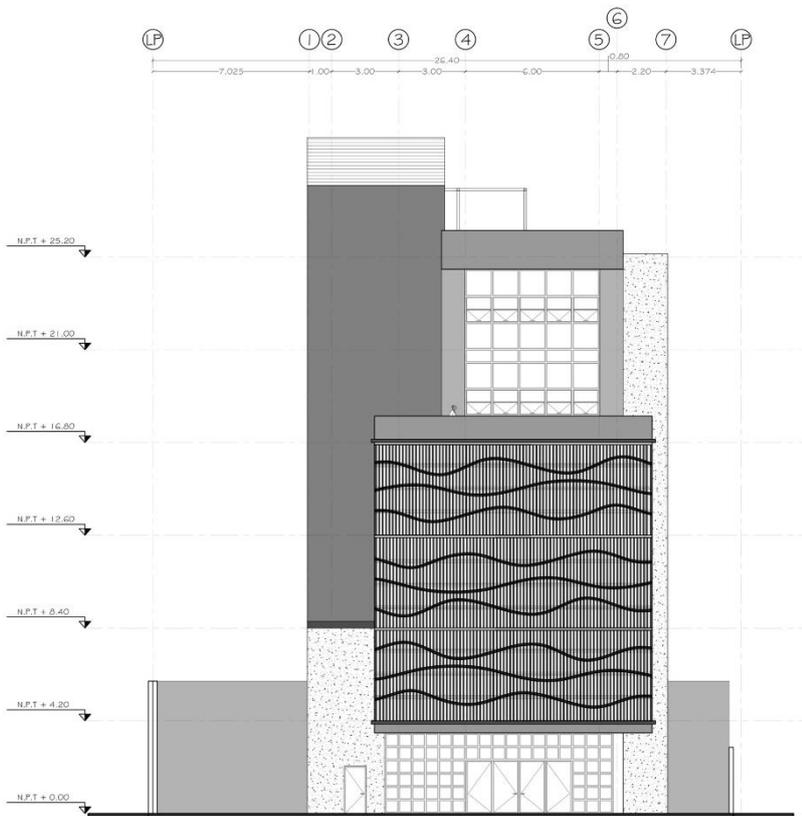
FACHADA PRINCIPAL (NORTE)



FACHADA POSTERIOR (SUR)



FACHADA LATERAL (ESTE)



FACHADA LATERAL (OESTE)

6.8.1 PERSPECTIVAS



Ilustración 127 Perspectiva Exterior 1



Ilustración 128 Perspectiva Exterior 2



Ilustración 129 Recepción



Ilustración 130 Sala de Espera



Ilustración 131 Comedor



Ilustración 132 Cocineta



Ilustración 134 Coworking mesas de trabajo



Ilustración 133 Coworking Espacios de Sillones



Ilustración 135 Espacio de Incubación



Ilustración 136 Administración: Zona Ejecutiva



Ilustración 137 Administración: Zona de Empleados



Ilustración 138 Terraza



Ilustración 139 Vista Conjunto 1



Ilustración 140 Vista Conjunto 2

6.8.2 PROGRAMA ARQUITECTÓNICO FINAL

A continuación, se muestra el Programa Arquitectónico de las áreas diseñadas del proyecto, divididas por el nivel donde se encuentran ubicadas.

Tabla 6 Espacios del Proyecto

Programa Arquitectónico Proyecto Diseñado				
Nivel 1	Espacio	Área (m²)		
	Recepción	26.00		
	Bodega	4.30		
	Área de Espera	26.00		
	Cafetería	101.75		
	Stand de Café	11.17		
	Cocineta	21.81		
	Subtotal	191.03		
Nivel 2	Espacio	Área (m²)		
	Coworking	231.81		
	Centro de impresión	27.75		
	Subtotal	259.56		
Nivel 3	Espacio	Área (m²)		
	Coworking	247.60		
Nivel 4	Espacio	Área (m²)		
	Coworking	247.60		
Nivel 5	Espacio	Área (m²)		
	Incubadora	182.31		
	Terraza	77.2		
	Subtotal	259.51		
Nivel 6	Espacio	Área (m²)		
	Oficina Administrativa	182.31		
Nivel 7	Espacio	Área (m²)		
	Terraza	163.67		
Zona Comunal	Espacio	Área (m²)	No. Niveles	Total
	Núcleo de circulación	35.82	7	250.74
	Núcleo de baños	41.07	7	287.49
	Cuarto de Vigilancia	41.07	1	41.07
	Cuarto de Máquinas	41.07	1	41.07
	Subtotal	76.89		620.37
Subtotal General		1551.28		
Núcleos		620.37		
Total Interior		2171.65		
Área Exterior		488.26		
Estacionamiento	Área Util del proyecto	1306		
	1 por cada 30m2 de área útil	44		
	Área resultante de estacionamientos por Nivel	357.4	4	1429.6
	Área de circulación estacionamientos por nivel	258.74	4	1034.96
	subtotal	616		2465
TOTAL DE PROYECTO		5,124.47		

6.9 CRITERIOS ESTRUCTURALES

El Proyecto busca el empleo de estructura vista, para concordar con los criterios del concepto. Por lo que se implementa estructura de acero vista bajo los criterios siguientes:

- El módulo estructural estará trazado por una retícula de 6m x 3m, donde se empleará perfiles de patín ancho (perfil W) Acero A573 G-50.
- Las trabes tendrán un peralte de 0.20m con un ancho de 0.10m (Perfil W200 x 22.5) mientras que las vigas tendrán un peralte de 0.30m con un ancho de 10m (Perfil W310 x 21)
- La losa de entrepiso de concreto será fundida a un espesor de 5cm sobre una losa colaborante de lámina metálica con peralte de 5cm
- Para los sótanos se usará un muro de concreto con espesor mínimo de 20cm y como mínimo, varillas del número 3 espaciadas no más que 3 veces el espesor (60cm) del muro.
- Para las columnas de los niveles 1 al 6 se empleará perfiles W310 x 192 con una altura de 4.20m. (Esta altura de entrepiso permite la instalación de equipo y ductos de ventilación.
- Para las columnas de los sótanos 1 al 4 se empleará perfiles W360 x 179 con una altura de 3.00m
- Los muros de concreto reforzado se deben anclar a las losas de piso, a las columnas y a los muros existentes con varillas del número 3@30cm mínimo centro a centro para cada placa de refuerzo del muro.
- Para los elementos de concreto (columnas de cimentación, zapatas, muros de carga, cadenas de desplante, etc.) Se buscará una resistencia del concreto $f'c = 280\text{kg/cm}^2$ con un refuerzo de acero $f_y = 4200\text{kg/cm}^2$

6.10 CRITERIOS DE INSTALACIONES ELÉCTRICAS E HIDROSANITARIAS

6.10.1 INSTALACIONES ELÉCTRICAS:

La iluminación del proyecto juega un papel importante para el correcto funcionamiento de los diversos espacios y para proporcionar la adecuada sensación para cada área, empleando iluminación con tonalidades más cálidas en las zonas de coworking y tonalidades más frías en espacios de trabajos administrativos y el área de incubación de startups.

- Las Lámparas de pared en los espacios exteriores serán bidireccionales y tendrán una separación de 1.50m de centro a centro. Contarán con una temperatura cálida entre 2000k-3000k cuya intensidad de luz será baja entre 200-250 lux/m²
- La iluminación general del nivel 1 en la zona de Comedor contará con una tonalidad cálida entre 2000k-3000k con un nivel de iluminación de 200 lux/m². Mientras que el área de Recepción contará con una tonalidad neutra entre 3100k-4500k con un nivel de iluminación de 500 lux/m²
- La iluminación general de los niveles de Coworking tendrá una tonalidad cálida entre 2000k-3000k con un nivel de iluminación de 1000 lux/m²
- El piso de Incubadora de Emprendimientos Emergentes tendrá una tonalidad de iluminación neutra, entre los 3100-4500k, con una intensidad lumínica de 1000 lux/m²
- El piso de Oficinas Administrativas contará con una tonalidad de iluminación fría entre 4600k-6500k con una intensidad lumínica de 1000 lux/m²

6.10.2 INSTALACIONES HIDROSANITARIAS

- El almacenamiento de agua contra incendio será por medio de tanque elevado con capacidad de 15,000lts cuya presión requerida será de 3.50kg/cm²
- La separación entre los rociadores contra incendio será de 3.00m o según especificación de manufactura.
- El reservorio de agua potable será por medio de una cisterna con una capacidad de 142,000Lts considerando que el suministro de agua potable al edificio se dará cada 5 días.
- El abastecimiento al edificio se dará por medio de sistema hidroneumático para mantener una presión constante del flujo del agua por el recorrido de la red de agua

potable. Además de que se implementará un sistema de bombeo con dos bombas que trabajaran a 50% de capacidad.

6.11 PRESUPUESTO DEL PROYECTO

PRESUPUESTO FÁBRICA CREATIVA: ARQUITECTURA PARA EMPRENDEDORES CREATIVOS	
Proyecto de Graduación	José Antonio Interiano Martínez 11211328
Ubicación	Colonia América, Ave. América
Área Total de Construcción (m2)	5,124.47
Precio m2	L8,072.28

Categoría	Código	Descripción	Unidad	Cantidad	Precio Unitario (L)	Total
Obras Preliminares	OP-01	Limpieza del Predio	m2	802.42	L1.83	L1,466.02
	OP-02	Bodega Provisional	Global	1	L11,495.18	L11,495.18
Total Obras Preliminares						L12,961.20
Terracería	T-01	Excavación material tipo II (semi-duro)	m3	12,036.30	L273.08	L3,286,857.76
	T-02	Excavación para cisterna	m3	150.00	L263.24	L39,485.25
	T-03	Relleno compactado con material selecto (incluye acarreo)	m3	1,444.36	L442.84	L639,615.00
Total Terracería						L3,965,958.01
Obras Civiles	OC-01	Zapata corrida ZC-1	ml	113.65	L5,852.45	L665,130.72
	OC-02	Zapata corrida ZC-2	ml	30.9	L5,852.45	L180,840.64
	OC-03	Zapata Aislada Z-1	Unidad	14	L8,392.91	L117,500.78
	OC-04	Pedestal de Concreto (dado de cimentación)	Unidad	14	L2,952.09	L41,329.20
	OC-05	Tensor de Cimentación (Cadena de desplante)	ml	238.88	L713.12	L170,349.63
	OC-06	Muros portantes de concreto reforzado en sótanos	m2	1981.2	L1,806.75	L3,579,524.18
	OC-07	Muro de concreto reforzado	m2	229.11	L2,194.38	L502,755.43
	OC-08	Firme de concreto sótano S5, espesor de 10cm con malla de alamb	m2	802.42	L1,316.83	L1,056,647.52
	OC-09	Construcción de gradas de concreto	Global	1	L76,406.59	L76,406.59
	OC-10	Columna de concreto C-1 (0.40x0.40m)	ml	330	L4,574.02	L1,509,426.77
	OC-11	Columna de acero C-2 W 360x179	ml	240	L4,200.00	L1,008,000.00
	OC-12	Columna de acero C-3 W 310x129	ml	361.2	L3,351.08	L1,210,410.10
	OC-13	Castillo K-1 (0.15x0.15m)	ml	240	L1,239.07	L297,377.64
	OC-14	Viga de acero V-1 W 310x21	ml	1071.38	L2,000.00	L2,142,760.00
	OC-15	Viga de acero V-2 W 200x22.5	ml	511.88	L1,300.00	L665,444.00
	OC-16	Losa de entepiso concreto e= 5cm fundida sobre losa colaborante d	m2	4369.6	L2,216.68	L9,685,987.45
	OC-17	Pared de tabla yeso	m2	587.112	L774.94	L454,977.78
	OC-18	Pared de bloque de 15cm	m2	2589.999	L552.40	L1,430,714.80
Total Obras Civiles						L24,795,583.22
Acabados	A-01	Mampara de vidrio laminado	m2	116.844	L1,203.30	L140,598.39
	A-02	Repello de mortero	m2	2589.999	L266.29	L689,692.13
	A-03	Pintura en paredes	m2	2589.999	L117.75	L304,974.81
	A-04	Piso de porcelanato 0.60x1.20 Beige	m2	181.24	L1,709.87	L309,896.34
	A-05	Piso de porcelanato textura de madera 0.20x1.20	m2	691.64	L1,512.47	L1,046,082.85
	A-06	Piso de porcelanato 0.25x0.25 Gris Oscuro	m2	163.66	L1,079.87	L176,731.07
	A-07	Piso de porcelanato 0.60x0.60	m2	182.31	L1,473.62	L268,655.16
	A-08	Alfombra modular 0.25x1.00	m2	182.31	L1,058.00	L192,883.98
	A-09	Plafón de yeso liso	m2	1131.06	L1,038.34	L1,174,430.14
	A-10	Pintura en plafones	m2	1131.06	L133.76	L151,287.05
Total Acabados						L4,455,231.92
Puertas	P-01	Suministro e Instalación de puerta P1	Unidad	1	L14,203.04	L14,203.04
	P-02	Suministro e Instalación de puerta P2	Unidad	1	L16,985.54	L16,985.54
	P-03	Suministro e Instalación de puerta P3	Unidad	7	L5,330.54	L37,313.75
	P-04	Suministro e Instalación de puerta P4	Unidad	2	L9,950.54	L19,901.07
	P-05	Suministro e Instalación de puerta P5	Unidad	1	L7,273.04	L7,273.04
	P-06	Suministro e Instalación de puerta P6	Unidad	7	L8,218.04	L57,526.25
	P-07	Suministro e Instalación de puerta P7	Unidad	15	L8,638.04	L129,570.53
	P-08	Suministro e Instalación de puerta P8	Unidad	7	L5,173.04	L36,211.25
	P-09	Suministro e Instalación de puerta P9	Unidad	1	L9,425.54	L9,425.54
	P-10	Suministro e Instalación de puerta P10	Unidad	7	L7,273.04	L50,911.25
	P-11	Suministro e Instalación de puerta P11	Unidad	2	L5,908.04	L11,816.07
	P-12	Suministro e Instalación de puerta P12	Unidad	2	L7,273.04	L14,546.07
	P-13	Suministro e Instalación de puerta P13	Unidad	2	L5,173.04	L10,346.07
Total Puertas						L416,029.43
Ventanas	V-01	Suministro e Instalación de Ventana V1	Unidad	6	L16,000.00	L96,000.00
	V-02	Suministro e Instalación de Ventana V2	Unidad	14	L16,000.00	L224,000.00
	V-03	Suministro e Instalación de Ventana V3	Unidad	20	L6,500.00	L130,000.00
	V-04	Suministro e Instalación de Ventana V4	Unidad	14	L4,500.00	L63,000.00
	V-05	Suministro e Instalación de Ventana V5	Unidad	27	L10,500.00	L283,500.00
	V-06	Suministro e Instalación de Ventana V6	Unidad	1	L12,000.00	L12,000.00
	V-07	Suministro e Instalación de Ventana V7	Unidad	2	L4,500.00	L9,000.00
	V-08	Suministro e Instalación de Ventana V8 (Fachada Acristalada)	Unidad	105	L25,300.00	L2,656,500.00
	V-09	Suministro e Instalación de Ventana V9	Unidad	46	L22,200.00	L1,021,200.00
Total Ventanas						L4,495,200.00

Instalaciones Hidrosanitarias mobiliario	IHM-01	Suministro e instalación de inodoro	Unidad	22	L6,619.53	L145,629.56
	IHM-02	Suministro e instalación de mingitorio	Unidad	7	L2,561.28	L17,928.93
	IHM-03	Suministro e instalación de lavamanos	Unidad	29	L4,717.98	L136,821.29
	IHM-04	Suministro e instalación de fregadero de cocina	Unidad	2	L2,197.98	L4,395.95
	IHM-05	Pila de aseo y rival	Unidad	7	L2,500.00	L17,500.00
Total instalaciones hidrosanitarias mobiliario						L322,275.73
Instalaciones Hidrosanitarias agua potable	IHAP-01	Suministro e instalación de tubería de PVC de 1/2" de diámetro	ml	49.49	L140.37	L6,947.13
	IHAP-02	Suministro e instalación de tubería de PVC de 3/4" de diámetro	ml	21.55	L142.82	L3,077.87
	IHAP-03	Suministro e instalación de tubería de PVC de 1 3/4" de diámetro	ml	81.32	L160.76	L13,073.17
	IHAP-04	Suministro e instalación de tubería de PVC de 2" de diámetro	ml	125.15	L173.45	L21,707.20
	IHAP-05	Suministro e instalación de tubería de PVC de 3 3/4" de diámetro	ml	13.17	L237.06	L3,122.11
	IHAP-06	Suministro e instalación de codo de PVC de 1/2" de diámetro	Unidad	38	L15.00	L570.00
	IHAP-07	Suministro e instalación de codo de PVC de 1 3/4" de diámetro	Unidad	29	L17.00	L493.00
	IHAP-08	Suministro e instalación de codo de PVC de 2" de diámetro	Unidad	15	L17.00	L255.00
	IHAP-09	Suministro e instalación de tee de PVC de 3/4" de diámetro	Unidad	15	L20.00	L300.00
	IHAP-10	Suministro e instalación de tee de PVC de 1 3/4" de diámetro	Unidad	14	L22.00	L308.00
	IHAP-11	Suministro e instalación de tee de PVC de 2" de diámetro	Unidad	23	L27.00	L621.00
	IHAP-12	Suministro e instalación de válvula de compuerta	Unidad	6	L169.00	L1,014.00
	IHAP-13	Suministro e instalación de válvula Check	Unidad	5	L147.00	L735.00
	IHAP-14	Construcción de cisterna capacidad de 140,000 Litros	Global	1	L20,000.00	L20,000.00
Total instalaciones hidrosanitarias agua potable						L72,223.48
Instalaciones contra incendio	ICI-01	Suministro e instalación de tubería HG 2 1/2"	ml	472.58	L361.92	L171,038.28
	ICI-02	Suministro e instalación de Codos HG 2 1/2"	Unidad	59	L32.00	L1,888.00
	ICI-03	Suministro e instalación de Tee HG 2 1/2"	Unidad	116	L32.00	L3,712.00
	ICI-04	Rociadores contra incendio	Unidad	165	L350.00	L57,750.00
	ICI-05	Suministro e instalación de tanque elevado, cap.25,000 litros	Global	1	102,623	102623
Total instalaciones contra incendio						L337,011.28
Instalaciones de desagües aguas negras	IDAN-01	Suministro de instalación de tubería PVC 2"	ml	162.9	L157.52	L25,660.74
	IDAN-02	Suministro de instalación de tubería PVC 4"	ml	30	L219.65	L6,589.49
	IDAN-03	Suministro de instalación de Yee PVC drenaje 2"	Unidad	56	25	1400
	IDAN-04	Suministro de instalación de Codo 45 PVC drenaje 2"	Unidad	8	54	432
	IDAN-05	Suministro de instalación de Yee PVC drenaje 4"	Unidad	15	110	1650
Total instalaciones de desagües aguas negras						L35,732.23
Instalaciones Eléctricas	IE-01	Lámpara de techo	Unidad	362	700	253400
	IE-02	Lámpara Colgante	Unidad	127	3000	381000
	IE-03	Lámpara de pared	Unidad	58	1100	63800
	IE-04	Lámpara de piso	Unidad	12	300	3600
	IE-05	Spot direccional	Unidad	194	766.67	148733
	IE-06	Cinta LED	Unidad	2	750	1500
	IE-07	Salida para Luminaria	Unidad	755	L444.81	L335,828.72
	IE-08	Salida para Toma corrientes de Pared	Unidad	265	L409.11	L108,413.16
	IE-09	Salida para Toma corrientes de Piso	Unidad	65	L1,659.66	L107,877.66
	IE-10	Salida para Toma corrientes exterior	Unidad	16	L819.66	L13,114.50
	IE-11	Interruptor sencillo	Unidad	51	L334.03	L17,035.59
	IE-12	Interruptor doble	Unidad	38	L367.63	L13,969.99
	IE-13	Interruptor triple	Unidad	3	L397.03	L1,191.09
	IE-14	Interruptor vaiven	Unidad	31	L342.43	L10,615.37
	IE-15	Centro de carga de 8 espacios (Terraza)	Unidad	1	L2,590.14	L2,590.14
	IE-16	Centro de carga de 12 espacios (Nivel 6)	Unidad	1	L4,175.64	L4,175.64
	IE-17	Centro de carga de 14 espacios (Nivel 1 y Nivel 5)	Unidad	2	L5,288.64	L10,577.28
	IE-18	Centro de carga de 18 espacios (Nivel 2 y Nivel 3)	Unidad	2	L6,580.14	L13,160.28
	IE-19	Centro de carga de 22 espacios (Nivel 4)	Unidad	1	L7,378.14	L7,378.14
Total instalaciones eléctricas						L1,497,960.89
Instalaciones Mecánicas	IM-01	Elevador	Unidad	2	L480,000.00	L960,000.00
Total instalaciones Mecánicas						L960,000.00
TOTAL COSTO DIRECTO						L41,366,167.38
COSTO POR METRO CUADRADO						L8,072.28

6.12 FINANCIAMIENTO DEL PROYECTO

El BID es el principal promotor de las industrias creativas, y busca desarrollar a la región de Latinoamérica y el Caribe como el clúster creativo del mundo, por lo que para la realización de este proyecto, contar con el Grupo BID es la optativa principal para la factibilidad del proyecto. El Grupo BID, que consiste del Banco Interamericano de Desarrollo (BID), BID Invest y BID Lab ofrece soluciones financieras flexibles a sus países miembros para financiar el desarrollo económico y social a través de préstamos y donaciones a entidades públicas y privadas en América Latina y el Caribe.

Los productos financieros del Grupo BID incluyen: préstamos, donaciones, garantías e inversiones (estas últimas disponibles de BID Invest y BID Lab).

Los préstamos del Banco y sus donaciones a los países miembros se financian a partir de cuatro fuentes: suscripciones y contribuciones de los países miembros, empréstitos de los mercados financieros y capital acumulado desde los inicios del Banco, y cofinanciamiento conjunto. Estos recursos están disponibles a los prestatarios a través del Capital Ordinario (CO), el Fondo para Operaciones Especiales (FOE), el Fondo de Donaciones del BID, la Facilidad de Financiamiento Intermedio, y varios Fondos en Administración, establecidos por países individuales o grupos de países.

VII. CONCLUSIONES

- El tema de economía naranja aún es un concepto desconocido dentro de la sociedad en general, lo que conlleva a que grandes organismos de financiamiento, programas de desarrollo y entidades gubernamentales no vean el potencial de mejorar esta economía, sobre todo en la zona de Centroamérica.
- Honduras no cuenta aún con datos estadísticos y demográficos respecto a cómo es el impacto de las economías creativas en la economía de la nación, puesto que aún está en proceso de adoptar la metodología propuesta en el convenio Andrés Bello para poder hacer el respectivo levantamiento de datos y contar así con información adecuada sobre este grupo social.
- El emprendimiento y sobre todo el auto empleo están sumamente correlacionados por el hábitat de trabajo, donde este influye en el nivel de productividad de los trabajadores independiente, si bien la opción de trabajo en casa es una respuesta económicamente factible para estas personas, contar con espacios comunales de trabajo, permite que se tengan herramientas generales de un piso de oficina a la disposición de las personas sin necesidad de tener que invertir en costos elevados de oficina, además de que permite la interacción, comunicación, retroalimentación e inclusive colaboración de diferentes emprendedores de rubros creativos para apoyarse a crecer en comunidad.
- El proyecto Fábrica Creativa, a pesar de que existan otros espacios dedicados a la renta de espacios de cotrabajo, estos se encuentran segmentados en la zona Noreste de la ciudad. La ubicación de este proyecto permite que los ciudadanos residentes de más de 20 colonias aledañas en un radio de 2km puedan gozar de este espacio
- Siendo la edificación un inmueble de 6 niveles de altura, rompe con el esquema urbano de la zona, puesto que sus edificaciones aledañas tienen en promedio 3 niveles de altura, por lo que esta edificación busca ser un hito que resalte en esta zona.

VIII. RECOMENDACIONES

- A las diversas organizaciones gubernamentales y no gubernamentales que tiene alguna correlación con actividades de rubros creativos, el generar y recopilar datos estadísticos y demográficos de las personas que presten servicios creativos, para tener una base de datos que sirva de apoyo para un levantamiento demográfico de mayor escala (nivel nacional)
- Se recomienda corroborar con un ingeniero especialista en estructuras y estudios de suelo, el dimensionamiento propuesto para la estructura del proyecto. Debido a que se desconocen los datos de resistencia del suelo.
- Se recomienda la construcción del proyecto por medio de fases (expuestas en este documento) además de buscar diferentes fuentes de financiamiento (Inversionistas, organismos no gubernamentales, entes internacionales) además del BID para la factibilidad de construcción de este inmueble

BIBLIOGRAFÍA

- Ács, Z. J., Szerb, L., Lafuente, E., & Márkus, G. (2019). *The Global Entrepreneurship Index* (Global Entrepreneurship Index, p. 71) [Mixto]. GEDI.
- Andreescu & Gaivoronschi. (2014, septiembre 13). *Incuboxx The Business Incubator / Andreescu & Gaivoronschi* [Blog]. ArchDaily. <http://www.archdaily.com/543783/incuboxx-the-business-incubator-andreescu-and-gaivoronschi/>
- Anónimo. (2018). Incubadoras y aceleradoras, ideales para compañías emergentes—ProQuest. *NOTIMEX; México City*.
<https://search.proquest.com/docview/2007820001/C73C228D8A11407APQ/15?accountid=35325>
- Banco Central de Honduras. (2019). *Honduras en Cifras: 2016-2018* (p. 100). BCH. https://www.bch.hn/download/honduras_en_cifras/hencifras2016_2018.pdf
- Buitrago Restrepo, F. (2013). *La Economía Naranja: Una Oportunidad Infinita*. Puntoaparte Bookvertisin.
- Clima-de. (2016). *Clima de Honduras. Variedades tropicales* [Blog]. Clima-de.com. <https://www.clima-de.com/honduras/>
- De Libreros, M. P. (2015). *Guía Metodológica para la Implementación de las Cuentas Satélite de Cultura en Iberoamérica* (2.^a ed.). Convenio Andrés Bello. http://convenioandresbello.org/cab/wp-content/uploads/2019/05/guia_metodologica_digital-final.pdf
- EFE NEWS. (2018a). Firman decreto en Honduras para activar economía naranja como motor de empleo: HONDURAS ECONOMÍA - ProQuest. *EFE News Service*.

<https://search.proquest.com/docview/2155420478/31EF16709B1A44B4PQ/3?accountid=35325>

EFE NEWS. (2018b). La creatividad será motor de la economía del siglo XXI, dice experto español: HONDURAS ESPAÑA - ProQuest. *EFE News Services, Inc.*
<https://search.proquest.com/docview/2097223153/31EF16709B1A44B4PQ/4?accountid=35325>

Estudio Montevideo, & Pablo Dellatorre. (2018, septiembre 14). *La Maquinita / Estudio Montevideo + Pablo Dellatorre* [Blog]. Plataforma Arquitectura.
<https://www.plataformaarquitectura.cl/cl/902064/la-maquinita-estudio-montevideo-plus-pablo-dellatorre>

EY. (2015). *Tiempos de Cultura: El primer mapa mundial de las industrias culturales y creativas*. EYCG.

GAISMA. (2020). *Tegucigalpa, Honduras—Sunrise, sunset, dawn and dusk times for the whole year*. Gaisma. <https://www.gaisma.com/en/location/tegucigalpa.html>

Honduras StartUp. (2018). Quienes Somos – Honduras Startup |. *HONDURAS STARTUP 2018*.
<https://www.hondurastartup.com/inicio/quienes-somos/>

KOIL. (2014, julio 10). *Kashiwa-no-ha Open Innovation Lab / Naruse Inokuma Architects* [Blog]. ArchDaily. <http://www.archdaily.com/521475/kashiwa-no-ha-open-innovation-lab-naruse-inokuma-architects/>

La Nación. (2017). *Innovación digital: Cómo hizo King Cross en Londres para convertirse en un polo creativo* - ProQuest.

<https://search.proquest.com/docview/1946965247/78A83B995AB6425DPQ/2?accountid=35325>

Luzardo, A., De Jesús, D., & Pérez, M. (2017). *Economía naranja: Innovaciones que no sabías que eran de América Latina y el Caribe* (p. 245) [Mixto]. BID. <https://publications.iadb.org/publications/spanish/document/Econom%C3%ADa-naranja-Innovaciones-que-no-sab%C3%ADas-que-eran-de-Am%C3%A9rica-Latina-y-el-Caribe.pdf>

Luzardo, A., & Gasca, L. (2018). *Emprender un futuro naranja: Quince preguntas para entender mejor a los emprendedores creativos en América Latina y el Caribe* (p. 163) [Mixto]. BID. <https://publications.iadb.org/publications/spanish/document/Emprender-un-futuro-naranja-Quince-preguntas-para-entender-mejor-a-los-emprendedores-creativos-en-Am%C3%A9rica-Latina-y-el-Caribe.pdf>

Mejía, M. H. (2017). *Formación en gestión cultural y economía creativa en Honduras* [Maestría, Universidad Abierta de Cataluña, UOC / Universidad de Girona, UdG,]. <https://es.slideshare.net/CulturaCreativa/formacin-en-gestin-cultural-y-economacreativa-en-honduras>

Mejía, M. H. (2018). Honduras: Economía creativa y desarrollo. En *Las Industrias Culturales y Creativas en Iberoamérica Evolución y Perspectivas* (p. 464). TADIGRA. <http://culturacreativaiberoamericana.edu.umh.es/wp-content/uploads/sites/1321/2018/11/Las-Industrias-culturales-y-creativas-en-Iberoam%C3%A9rica.pdf>

Plazola Cisneros, A. (1999). *Enciclopedia de Arquitectura Plazola* (Vol. 8). Plazola Editores.

PR Newswire. (2020). *77% of Employees Are Happy in Their Coworking Space: Coworking spaces provide many benefits and perks traditional office spaces don't, including snacks and meals, networking events, and increased flexibility.* - ProQuest.
<https://search.proquest.com/docview/2334171214/BF71FA54A35245A8PQ/7?accountid=35325>

REVISTA-HONDURAS-START-UP.pdf. (s. f.). Recuperado 7 de febrero de 2020, de
<https://www.hondurastartup.com/inicio/wp-content/uploads/2018/11/REVISTA-HONDURAS-START-UP.pdf>

Rodríguez Oliva, L. I. (2018). *Economía Creativa en América Latina y el Caribe: Mediciones y Desafíos* (Mixto IDB-TN-01488). BID. <http://www.iadb.org>

Sanuki Daisuke architects. (2019, mayo 11). *Publik Office en SAIGON / Sanuki Daisuke architects* [Blog]. Plataforma Arquitectura.
<https://www.plataformaarquitectura.cl/cl/916603/publik-office-en-saigon-sanuki-daisuke-architects>

Stouhi, D. (2020). *Fatores que tornam o ambiente de trabalho um lugar feliz* [Blog]. ArchDaily Brasil. <https://www.archdaily.com.br/br/933137/fatores-que-tornam-o-ambiente-de-trabalho-um-lugar-feliz>

Tiempo Digital. (2018, noviembre 10). *Cámara de Comercio inaugura «Bazar del Sábado» en Tegucigalpa* [Noticiero]. Tiempo.hn | Noticias de última hora y sucesos de Honduras. Deportes, Ciencia y Entretenimiento en general. <https://tiempo.hn/ccic-inaugura-bazar-del-sabado/>

UNCTAD. (2008). *Creative Economy Report 2008* (p. 25) [Técnico]. Naciones Unidas.

https://unctad.org/en/Docs/ditc20082ceroverview_en.pdf

UNCTAD. (2010). *Informe Economía Creativa 2010* (p. 483) [Mixto]. UNCTAD.

Weather Spark. (s. f.). *Clima promedio en Tegucigalpa, Honduras, durante todo el año—Weather*

Spark. Recuperado 12 de abril de 2020, de [https://es.weatherspark.com/y/13697/Clima-](https://es.weatherspark.com/y/13697/Clima-promedio-en-Tegucigalpa-Honduras-durante-todo-el-a%C3%B1o)

[promedio-en-Tegucigalpa-Honduras-durante-todo-el-a%C3%B1o](https://es.weatherspark.com/y/13697/Clima-promedio-en-Tegucigalpa-Honduras-durante-todo-el-a%C3%B1o)