

INTRODUCCIÓN

El proyecto de “Recinto Ferial” a diseñarse en la Ciudad de Babahoyo, provincia de Los Ríos – Ecuador, que se desarrollará a continuación se ha clasificado en seis capítulos los cuales se resumirán a continuación:

1. Proyecto Urbanístico. Es indispensable explicar este proyecto ya que forma parte de la propuesta urbana a gran escala que se ha desarrollado para la ciudad de Babahoyo, el mismo que será un gran parque educativo con tres proyectos integrales con visión comercial, cultural y educativa. Todo esto para reforzar la zona que se la ha denominado como educativa y para protegerla de la vulnerabilidad en la que se encuentra.

2. El Espacio Público y El Comercio. Una vez establecido el proyecto de Recinto Ferial, se prosigue a analizar los principales aspectos que dan la esencia al mismo, como son el comercio y el espacio público, ambos que tienen un impacto característico en la ciudad y que debe ser analizado detenidamente para sacar conclusiones que ayuden al diseño del complejo ferial.

3. Marketing y Ferias. Como consecuencia del comercio informal y desordenado se hace necesario analizar lo que es el marketing y cómo esto contribuye al desarrollo económico de un pueblo, y conocer cómo las ferias contribuyen a este desarrollo siendo estas las principales herramientas del marketing.

4. Terreno. Conociendo todo lo anterior, es menester encontrar un lugar óptimo para el éxito del proyecto de Recinto Ferial. Además, hay que tomar en cuenta que uno de los principales usuarios del recinto serán los estudiantes de las universidades y unidades educativas de la zona.

5. Partidos Arquitectónicos. Aquí se proponen las intenciones de diseño paisajístico, estructural y conceptual.

6. Descripción del Proyecto. En esta etapa se analizará al objeto arquitectónico técnicamente, en presupuesto, áreas, materiales, etc.

ANTECEDENTES

Sociales

- Poca autoestima de la población sustentada en los cíclicos acontecimientos naturales que causan destrucción, insalubridad y eventualmente muerte. Estos acontecimientos son fenómenos anuales donde escasea el agua para riego de cultivos y para injerir, y donde los ríos y esteros rebosan e inundan todo a su paso, dejando a los asentamientos y barrios incomunicados y como posibles focos infecciosos.
- Niveles altos de analfabetismo evidenciados en visión a corto plazo de la vida, desempleo, y poca asistencia de parte del gobierno central y seccional en cuanto a salud se refiere.

Geográficos

- Ubicación geográfica estratégica de Babahoyo con respecto al Ecuador, que históricamente fue lugar de intercambio comercial, denominada “Bodegas” Babahoyo fue un lugar por donde pasaban todas las actividades comerciales y de transporte fluvial gracias a la riqueza hidrográfica que posee y de donde nace su nombre.
- Riqueza agrícola incomparable desaprovechada con el potencial de ser el principal exportador de Cacao en el mundo.

JUSTIFICACIÓN

De emplazamiento

- El lugar escogido para desarrollar el proyecto es actualmente el principal responsable de las inundaciones de la zona circundante ya que carece de diques de contención y esta abandonado por el gobierno seccional (como gran parte de la Ciudad) y además posee asentamientos de diferentes características, por ejemplo: existe un sin numero de piladoras de arroz a manera de grandes galpones que contaminan el Río San Pablo (principal afluente del Río

Babahoyo) y además causan mucho ruido, existen también varios establecimientos de índole educacional pero con deplorable infraestructura, y por último existen muchas viviendas en pésimas condiciones donde los habitantes carecen de una calidad de vida aceptable.

- Por lo tanto: A escala urbana se ha diseñado una estrategia de fortalecimiento productivo y motivación empresarial, generando recursos físicos e intelectuales que permitirán exponer al país y al mundo su riqueza productiva que les ofrece la naturaleza.

Del Proyecto

- Generación de fuentes de empleo mediante una actividad poco explorada en la zona y con grandes alcances comerciales, como son las ferias internacionales, las mismas que causan un gran impacto en las ciudades y generan desarrollo inmediato, particularmente para la ciudad de Babahoyo esta es una gran estrategia publicitaria que involucra al marketing lo que posibilita plazas de trabajo itinerantes para el microempresario o productor, además es un ambiente donde el intercambio cultural es enorme ya que son puertas abiertas al extranjero que viene a invertir o a vender ideas o productos tecnológicos de distinta índole, es una vitrina al exterior.

OBJETIVOS

General

- Brindar a la ciudad un espacio en el cual puedan desarrollar sus actividades de intercambio comercial y cultural.

Específicos

- Generar espacios óptimos para el desarrollo de las ferias las cuales promoverán la cultura y el comercio ya que las ferias son uno de los eventos de mayor importancia y categoría en cuanto a movimiento comercial y a impacto cultural en el mundo.
- Crear espacios de uso múltiple que permitan la reunión masiva de personas y la realización de "eventos" dentro de una casi infinita gama de aplicaciones.

METODOLOGÍA

A principios del noveno semestre de la carrera se desarrolló una investigación de todo el curso¹ la cual tenía por objeto conocer a fondo la problemática de la Ciudad de Babahoyo, desde los puntos de vista natural, social, económico, cultural y político para lograr sacar conclusiones y soluciones, ya que existe un fenómeno natural del cual es víctima cada año, y este es el Fenómeno del Niño. A partir de allí nuestra investigación giró en torno al mismo e hicimos mapeos, visitas al sitio, encuestas, etc.

La metodología de diseño que usé para desarrollar mi proyecto fue principalmente analizar los recorridos que mediante ejes desarrollamos en grupo de tres², estos ejes establecieron puntos donde se intersecaban y la unión de estas intersecciones me dio como resultado la orientación en la implantación; además, cave recalcar que diseñamos mallas respecto a la forma del río en ese sitio específico, al movimiento del sol, y a ejes radiales con respecto a puntos importantes del proyecto urbanístico, lo que nos llevó al concluir zonas de actividades distintas, de tal suerte que generamos reglas de diseño o “reglas del juego” donde establecimos que en el eje de borde de río debía acoger actividades de sombra en cada proyecto y que en el transcurso de uno a otro habrían espacios de contemplación y ciclo vía. Por otra parte diseñamos un eje que atravesaría los tres proyectos de manera directa hacia los ingreso principales, y por último creamos un parque deprimido (nivel -3.00m), al cual se accedería por medio de rampas y se lo podría atravesar por debajo de los puentes que unen los proyectos y sobre el agua que introdujimos desde el río, controlada mediante compuertas. De esta manera generamos un espacio muy diverso y acogedor que mezcla y fusiona lo urbano (puentes, dureza de pisos, ejes geométricos) con lo natural (agua, árboles, parque, etc.), de allí el nombre de Parque Urbano.

¹ Taller de Hábitat y Calidad de Vida, 2008, 1^{er} semestre. Director Arq. Manuel Uribe. Integrantes: A. Cabrera, J. Díaz, T. Villacís, J. Larco, P. Villamaría, E. Cobo, H. Ordóñez, G. Carrera, G. Robles y A. Iza.

² Taller de Hábitat y Calidad de Vida, 2008, 1^{er} y 2^{do} semestres. Director Arq. Manuel Uribe. Integrantes: H. Ordóñez, G. Carrera y A. Iza.

MARCO TEÓRICO

Por lo mencionado anteriormente en la metodología, es decir, esta fusión o mezcla de lo urbano con lo natural, establezco que la DUALIDAD es lo que sería el patrón de diseño urbanístico y arquitectónico, de tal suerte que en el elemento arquitectónico se introdujeron y mezclaron materiales distintos para la estructura y el recubrimiento de la cubierta que no solo sirve para proteger del clima sino también para unificar y envolver los volúmenes. Por lo tanto también el techo tiene esta dualidad de función.

CAPÍTULO 1: PROYECTO URBANÍSTICO

1.1 Análisis de Entorno

En el centro del Ecuador se localiza la provincia de Los Ríos que debe su nombre a su amplia red hidrográfica la cual a través de la historia la llevó al progreso al ser el agua el único medio de transporte, gracias a esto y a la condición de ser la tierra más fértil y productiva del país, la provincia de Los Ríos y propiamente la Ciudad de Babahoyo se consagró como un lugar estratégico de comercio en el país, tal es así que en sus inicios la bautizaron como “Bodegas” ya que al transportar mercadería los comerciantes alquilaban sitios como bodegas para almacenar sus productos que en ocasiones venían desde Europa. Sin embargo, la misma cualidad hídrica la ha condenado a sufrir el embate de la naturaleza periódicamente sometiéndola a inundaciones que han puesto en riesgo a sus habitantes, a sus animales y a sus cultivos.

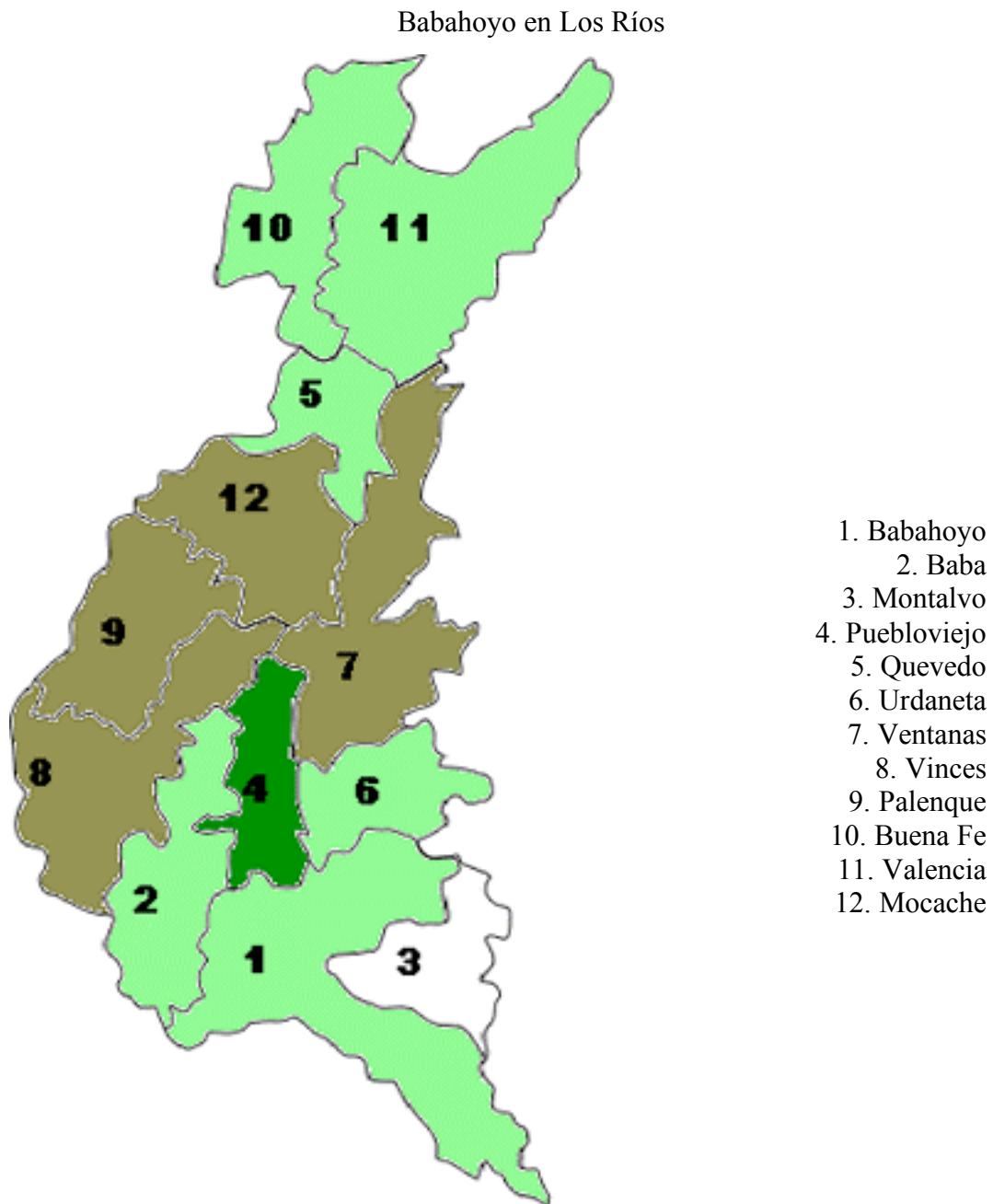
GRÁFICO 1:



FUENTE: www.quevedozone.com

Actualmente, la ciudad de Babahoyo es la capital de la Provincia de Los Ríos, sin embargo sus condiciones son deplorables debido al fenómeno del Niño que lo golpea cíclicamente, pese a que su potencial productivo es enorme, esto la ha llevado a la pobreza, la insalubridad, el desempleo, el analfabetismo e inseguridad ciudadana.

GRÁFICO 2:



FUENTE: www.sica.gov.ec

FOTOGRAFÍA 1:

Babahoyo desde el aire



FUENTE: www.archivociollo.com

1.1.1 El Fenómeno de El Niño

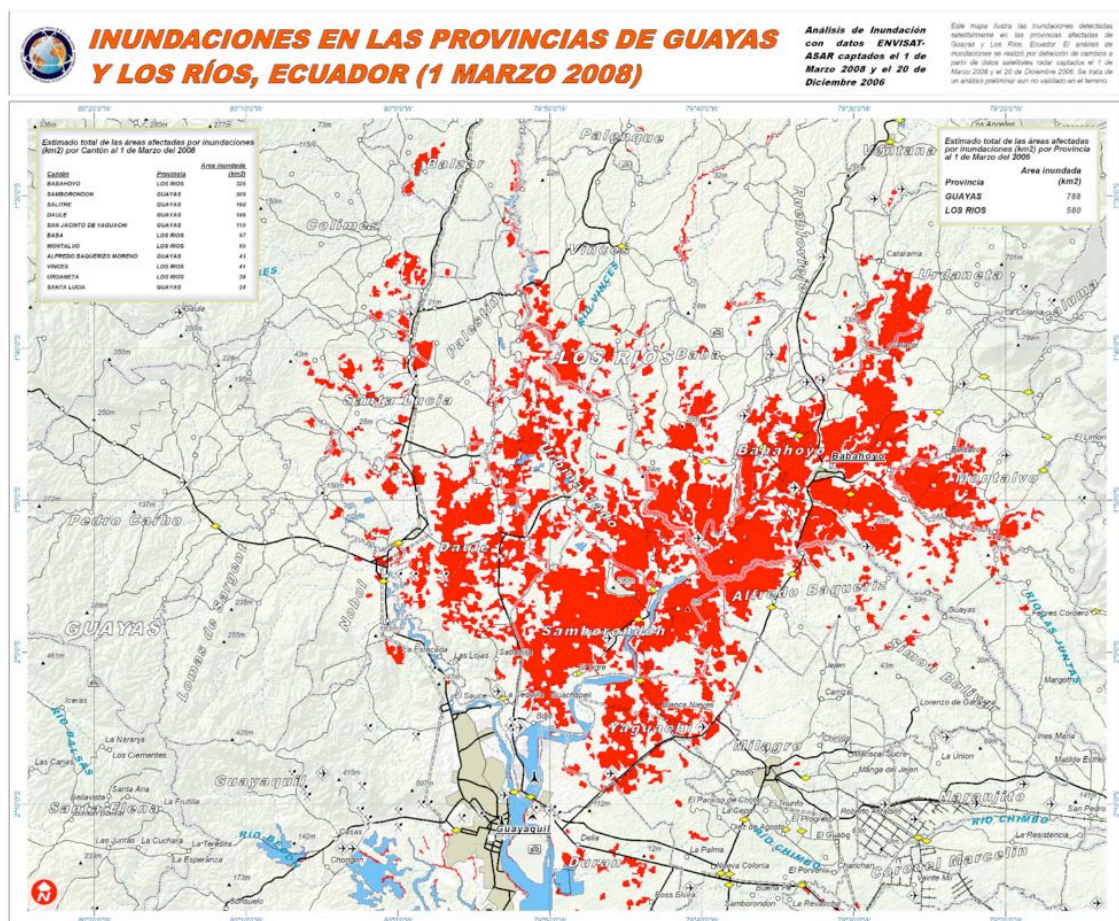
Si bien el fenómeno del Niño es algo con lo que los fluminenses han sabido convivir, el desastre que deja a su paso los ha llevado a una vida con visión a corto plazo, lo cual a desmotivado a los niños y adolescentes a estudiar, a impedido los jóvenes y adultos a trabajar o invertir permanentemente y como consecuencia los ha motivado en algunos casos a delinquir o a emigrar a las grandes ciudades.

En lo que a infraestructura se refiere, el centro de la ciudad está actualmente protegido

por diques en el borde del río y tiene un complejo sistema de bombas para evacuar el agua de las frecuentes lluvias, sin embargo los habitantes de las periferias no cuentan con la misma suerte y son desatendidos por las autoridades seccionales y gubernamentales. Entonces, el fenómeno se vuelve un desastre a causa del hombre, mas no de la naturaleza, por lo tanto es necesario plantear una propuesta estratégica a escala urbana para combatir a la fuerza de los ríos. (Cifr: Taller de Hábitat y Calidad de Vida, 2008, 1^{er} Semestre. Director Arq. Manuel Uribe)

GRÁFICO 3:

Inundaciones en las provincias de Guayas y Los Ríos



ROJO: Mancha de inundaciones en las provincias de Guayas y Los Ríos, Ecuador (1 de marzo de 2008)

FUENTE: www.unosat.org

1.1.2 Topografía

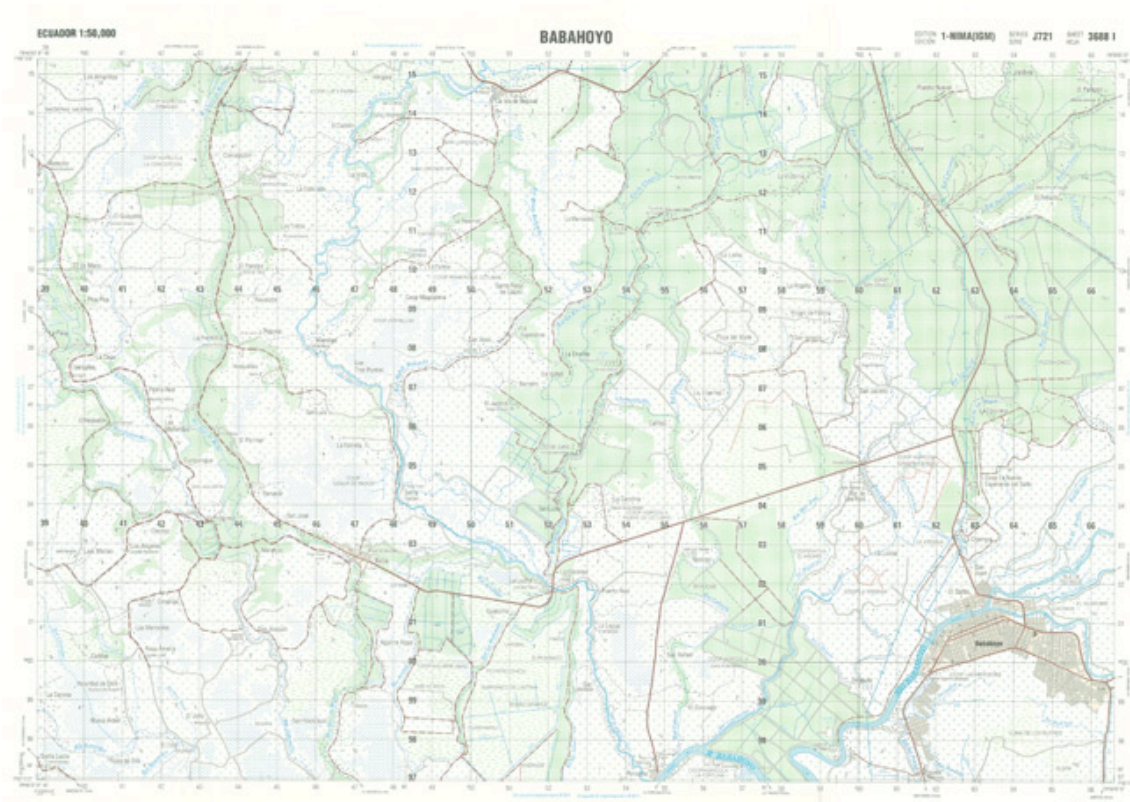
A más del carácter hidrográfico y de los fenómenos naturales hay que sumarle a este lugar un factor decisivo que es la topografía; es lo que le da identidad propia a Babahoyo. Entonces, partiendo del punto de vista que el lugar es totalmente plano y que

en ciertos puntos tiene cotas menores a la del nivel del mar, se vuelve una condicionante diseñar un proyecto que responda a todos estos parámetros, por lo tanto, será fundamental el diseño paisajístico y las decisiones de emplazamiento del elemento arquitectónico para lograr el mejor resultado posible.

Cabe recalcar que este fue un motivo clave para el concepto de diseño del parque urbano, porque tratamos de posicionar al ciudadano de Babahoyo en un nivel más alto (física y metafóricamente), para que pueda ver a su entorno desde otra perspectiva, desde donde la ven los visitantes o los ajenos a su tierra. De esta manera tratamos que estratégicamente puedan sentir por un momento que están sobre el agua, que la dominan, que no la temen, que la admiran.

GRÁFICO 4:

Carta Topográfica



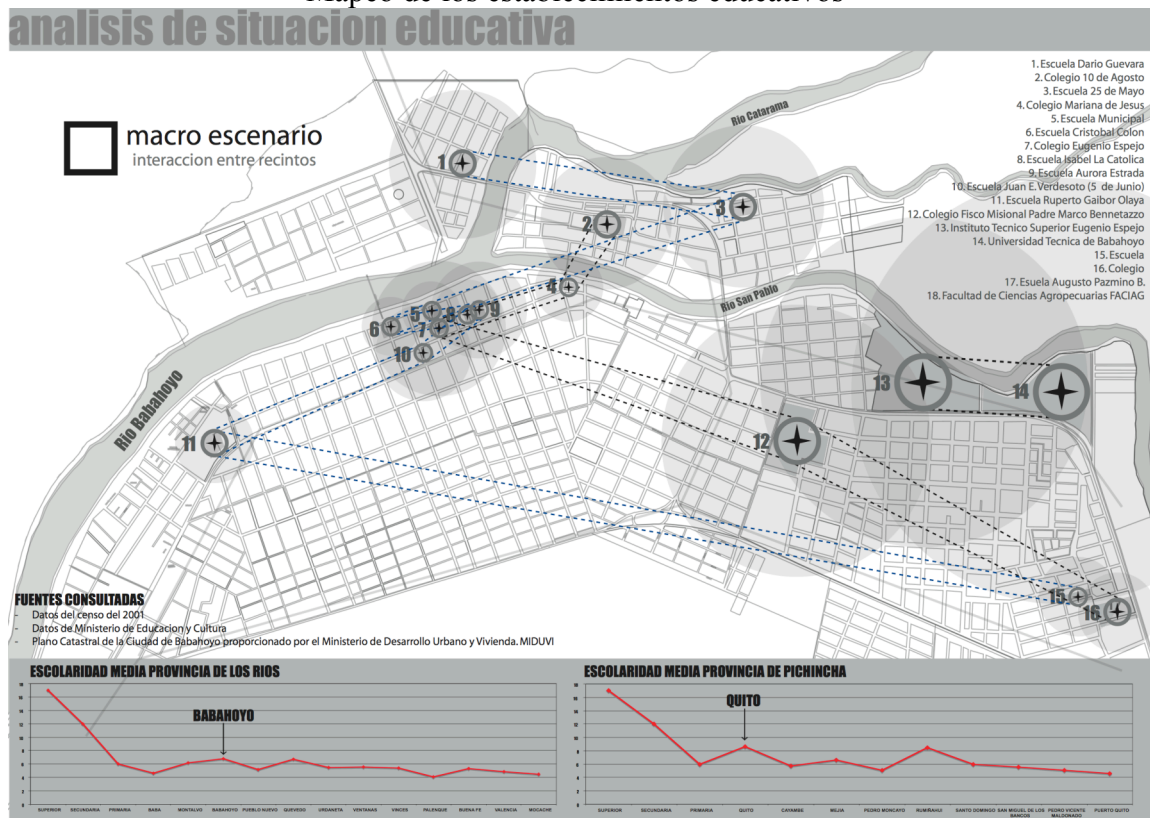
FUENTE: www.igm.org

1.1.3 Sistema Educativo

Como resultado de un análisis de la visita a la ciudad y por medio de una comprensión de un plano de la misma, se llegó a la conclusión de que existen demasiados establecimientos educativos y casi ninguno de calidad académica o de infraestructura. Además, que muy pocos están en condiciones de convertirse en albergues ante la adversidad de las inundaciones.

GRÁFICO 5:

Mapeo de los establecimientos educativos



FUENTE: Mario Andrés Iza Félix, MARZO 2008

A esto se suma la vulnerabilidad que los circunda haciendo de estos unos lugares de constante peligro para el estudiante.

De allí que el lugar escogido tiene su justificación de ser intervenido, con el propósito de readecuarlo para el uso del estudiante principalmente.

El predio se encuentra limitado por la Universidad Tecnológica de Babahoyo que a su vez colinda con el Instituto Técnico Superior “Eugenio Espejo”, y muy cerca de la secundaria más grande e importante, El Colegio Fisco Misional Padre Marco

Bennetazzo que está preparado para ser usado como albergue, además de que la principal vía de acceso se llama Avenida de las Universidades.

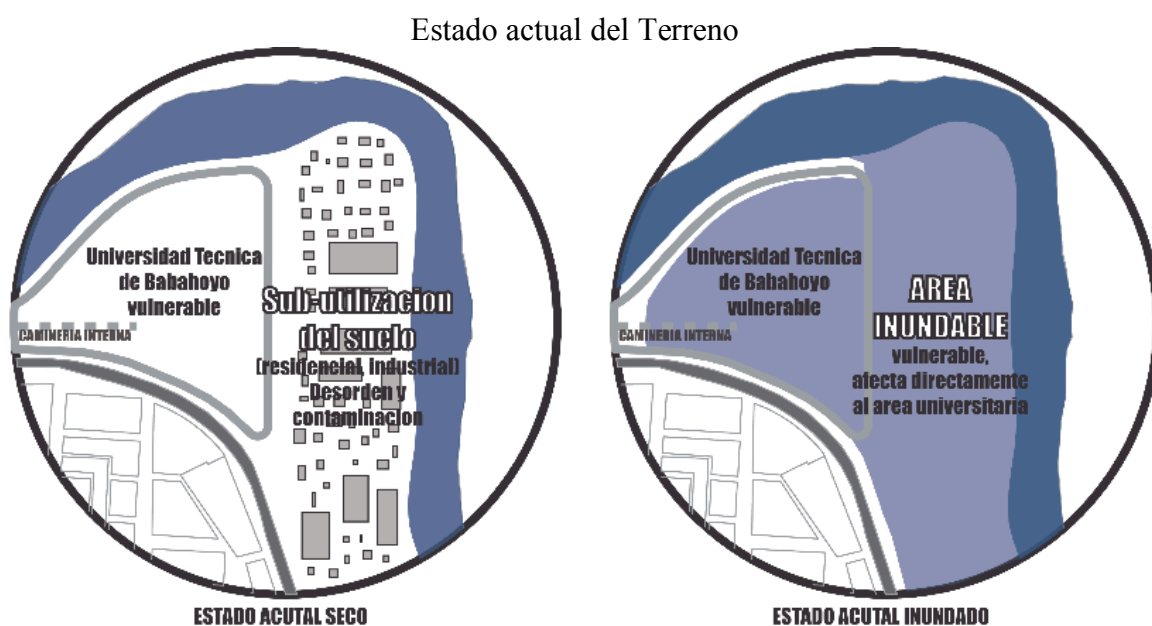
Todo esto crea un ambiente educativo que será aprovechado en los proyectos integrales dentro del parque urbano.

1.2 Evaluación de problemática

Cuando se piensa el problemas de Babahoyo se piensa en las inundaciones, por lo tanto es una constante de la que no nos podremos desligar de aquí en más para el analizas y evaluación de la problemática, de allí que, la zona escogida para la elaboración del proyecto de fin de carrera es un lugar que acarrea problemas no solo de una mala planificación urbana si no también que se ve vulnerable ante los fenómenos naturales por el río San Pablo que lo limita y que si no se interviene lo condiciona a no surgir y desarrollarse, además de que el entorno inmediato del predio a intervenir es totalmente educativo.

Por lo tanto, creemos que la mejor forma de dar solución al problema, es dándole la cara al río y afrontando su naturaleza que con una estrategia bien elaborada no es una amenaza.

GRÁFICO 6:



FUENTE: Mario Andrés Iza Félix, MARZO 2008

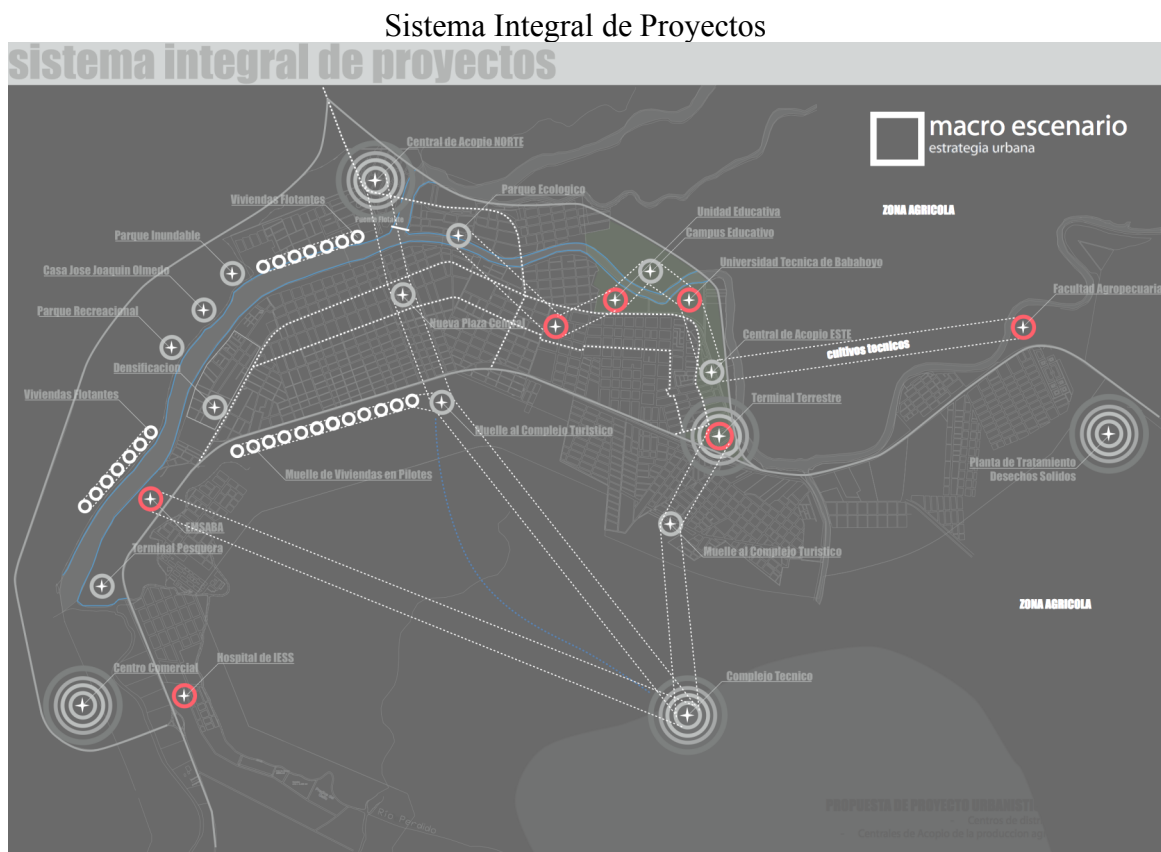
1.3 Formulación de proyectos integrales para la zona

El Parque Urbano que se ha propuesto diseñar en la ciudad de Babahoyo tendrá tres proyectos piloto que son: Incubadora de Empresas Agro-técnicas, Biblioteca Temática (Inundación-Sequía) y Recinto Ferial de Babahoyo³.

Estos espacios tienen como usuario común al estudiante universitario, pero son totalmente abiertos al público en general, esto refuerza la intención de volcar la ciudad al borde del río y de tener como principal medio de transporte al sistema fluvial.

Esto hace necesario una parada fluvial que se integra con el proyecto de Estación Fluvial que se desarrollará en la entrada norte de la ciudad.

GRÁFICO 7:



FUENTE: Mario Andrés Iza Félix, MARZO 2008

³ Tema de Trabajo de Fin de Carrera

CAPÍTULO 2: EL ESPACIO PÚBLICO Y EL COMERCIO

2.1 El espacio público en Babahoyo

La ciudad de Babahoyo se caracteriza por exteriorizar sus actividades diarias ya sea por las condiciones climáticas, su idiosincrasia, o su estilo de vida. Esto sin lugar a dudas es un aliciente para creer en un posible desarrollo comercial y cultural, teniendo lugares de encuentro y de esparcimiento. Haciendo una lectura de la ciudad podemos concluir que Babahoyo carece de espacios públicos de calidad donde los ciudadanos puedan compartir.

2.1.1 Análisis del espacio publico en la Ciudad y su impacto

Los fines de semana las calles se transforman en canchas deportivas, las avenidas en mercados y el malecón se satura de gente que busca un poco de relajamiento. La ciudad es un lugar especial y único pero todo esto crea desorden y desperdicios que contribuyen a saturar el sistema de drenaje de agua lluvia, provocando inundaciones.

Sin embargo, el potencial de aprovechamiento de espacio público es enorme, esto motivó a que se planifique una estrategia urbana que vuelca las actividades de la ciudad al borde de los ríos, incentivando el intercambio cultural y comercial de las zonas estratégicas.

2.1.2 Identificación de áreas de espacio urbano de calidad

El principal lugar destinado y diseñado para el esparcimiento público se localiza en una zona específica del malecón en cincuenta metros lineales comprendidos entre la avenida del malecón y el río Babahoyo. Este lugar cuenta con lugares de comida rápida, un mini parque infantil, un restaurante con mesas hacia el río y un escenario cubierto para eventos que puede albergar a unas doscientas personas de pie. Además, tiene un puente peatonal de alto tráfico que desemboca en la otra orilla del río en un barrio llamado El Salto. Otro de los lugares públicos de calidad se encuentra a pocos metro de la entrada norte (la Troncal) a la ciudad que es una especie de parque lineal sobre la Av. De las Universidades, que cuenta con: áreas verdes con árboles y arbustos, canchas deportivas de suelo duro cuyos perímetros son de malla y juegos infantiles. Existe también un lugar destinado a los denominados deportes extremos, es decir: patines, patinetas, bicicletas y todo tipo de instrumento que cuente con ruedas, esto atrae mayormente a los

adolescentes y niños. Pero, por otra parte, hay lugares naturales en ciertos puntos a lo largo del río donde el borde se ensancha y la corriente del río pierde fuerza, haciendo de este un lugar idóneo para la recreación acuática. Puede ser que sea un lugar improvisado pero con un gran éxito. Esto comprueba que no se necesita de un gran presupuesto para lograr la acogida de la gente, y nos lleva a concluir que la gente en general no exige lugares modernos y sin identidad, si no más bien que mientras más sencillos sean, mejor.

2.2 El comercio en Babahoyo

El perfil del ciudadano común en Babahoyo es por lo general un pescador, pero también existen muchas personas que se dedican a la agricultura ya sea como obreros o como terratenientes. Los principales productos que se cosechan en Babahoyo son: arroz, caña de azúcar, cacao, café, etc. Esta ciudad y su entorno es una de las principales potencias en lo que a agricultura se refiere, lo cual no se ve reflejado en su economía ya que es una ciudad muy pobre, esto sumado a las altas tasas de analfabetismo tiene como consecuencia una ciudad desordenada, sin plazas de empleo fijas, y sobre todo, sin autoestima.

El hecho de tener grandes recursos agrícolas y piscícolas, hace que las personas se lancen a las calles todos los días a comercializar informalmente sus productos, lo cual no es malo, pero deja mucha suciedad caos en el tráfico e inseguridad por la circulación de efectivo.

2.2.1 Análisis del intercambio comercial en la ciudad de Babahoyo

Siempre existe quien tenga una necesidad y así mismo quien pueda satisfacerla, y la gente de Babahoyo lo sabe ya que históricamente este sitio ha sido el centro del intercambio comercial en el Ecuador por su ubicación estratégica en el centro del país y principalmente por su riqueza hidrográfica ya que por mucho tiempo este fue el principal medio de transporte entre los pueblos, de esta forma llegaban y se iban miles de productos diversos. Hoy en día el intercambio comercial es puertas adentro, es decir, que tienen poco contacto comercial con el resto del mundo a pesar de la globalización que hace presa del planeta. Es precisamente este uno de los motivos por el cual mi proyecto “Recinto Ferial” tiene su justificación, ya que las ferias son uno de los medios de comercialización más fuertes por su metodología de ventas.

2.2.2 Identificación de lugares de intercambio comercial

En el malecón del Río Babahoyo existe un puerto pesquero y mercado y es donde llegan los productos pesqueros de los diferentes puntos de la ciudad. Allí muy cerca en las aceras se tienden a secar los frutos del cacao y el aroma es único. En Babahoyo no solo se comercian productos agrícolas si no también artefactos eléctricos, ropa, baratijas, etc. y esto se extiende a lo largo de las principales calles del centro de la ciudad, sus puestos de venta ocupan toda la acera y ciertos sitios parte de la calzada.

Poco a poco se han ocupado casi todas las plantas bajas para el comercio recalcando que no existe ninguna ordenanza municipal al respecto pero la necesidad y la lógica toman este rumbo.

Conclusiones

En Babahoyo la ausencia de espacio público de calidad genera inseguridad, desorden y desatención ciudadana, lo cual perjudica directamente al comerciante, que busca intercambiar sus productos de una u otra manera. Dotar a la ciudad de espacios públicos diseñados para propósitos de intercambio comercial y cultural generará más recursos entre los productores y generará más fuentes de empleo, además que incentivará a los jóvenes a cuidar a su entorno que es muy particular.

CAPÍTULO 3: MARKETING Y FERIAS

3.1 Marketing

En www.wapedia.mobi/es/Marketing dice: “Como disciplina de influencias científicas, el marketing es un conjunto de principios, metodologías y técnicas a través de las cuales se busca conquistar un mercado, colaborar en la obtención de los objetivos de la organización, y satisfacer las necesidades y deseos de los consumidores o clientes”.

“El marketing es la orientación o filosofía con la que se gestiona el mercadeo o la comercialización dentro de una organización. Así mismo, busca fidelizar clientes, mediante herramientas y estrategias; posiciona en la mente del consumidor un producto, marca, etc. buscando ser la opción principal y llegar al usuario final; parte de las necesidades del cliente o consumidor, para diseñar, organizar, ejecutar y controlar la función comercializadora o mercadeo de la organización”.

“El vocablo marketing se refiere también a una función o área funcional de la organización. El área de marketing, área comercial, etc. Otra forma de definir este concepto es considerar marketing todo aquello que una empresa puede hacer para ser percibida en el mercado (consumidores finales), con una visión de rentabilidad a corto y a largo plazo”.

En adelante tomaré los conceptos y principios de marketing de Philip Kotler.

3.1.1 Concepto

“Marketing es el proceso social y administrativo por el cual los grupos e individuos satisfacen sus necesidades al crear e intercambiar bienes y servicios”

(PHILIP KOTLER)

3.1.2 Objetivos

El marketing tiene como objetivo principal favorecer el intercambio entre dos partes de modo que ambas resulten beneficiadas. Según Kotler, se entiende por intercambio “el acto de obtener un producto deseado de otra persona, ofreciéndole algo a cambio”. Wapedia indica que para que esto se produzca, es necesario que se den cinco condiciones:

1. Debe haber al menos dos partes.
2. Cada parte debe tener algo que supone valor para la otra.
3. Cada parte debe ser capaz de comunicar y entregar.
4. Cada parte debe ser libre de aceptar o rechazar la oferta.
5. Cada parte debe creer que es apropiado o deseable tratar con la otra parte.

Si por algún motivo, alguna de las partes implicadas en el intercambio no quedan satisfechas, evitará que se repita de nuevo dicho intercambio.

3.1.3 Los 10 principios del Marketing

En www.alzado.org/articulo indica que los principios del marketing y son los siguientes:

“Principio número 1: Reconocer que el poder, ahora lo tiene el consumidor.

Principio número 2: Desarrollar la oferta apuntando directamente sólo al público objetivo de ese producto o servicio.

Principio número 3: Diseñar las estrategias de marketing desde el punto de vista del cliente.

Principio número 4: Focalizarse en cómo se distribuye/entrega el producto, no en el producto en sí.

Principio número 5: Acudir al cliente para crear conjuntamente más valor: el rol de la empresa ha cambiado.

Principio número 6: Utilizar nuevas formas de alcanzar al cliente con nuestros mensajes.

Principio número 7: Desarrollar métricas y analizar el ROI (Retorno de la Inversión).

Principio número 8: Desarrollar marketing de alta tecnología.

Principio número 9: Focalizarse en crear activos a largo plazo.

Principio número 10: Mirar al marketing como un todo, para ganar de nuevo influencia en tu propia empresa”.

3.1.4 Aplicaciones

Las ferias, exposiciones, ventas en televisión, radio, prensa, Internet, etc. son aplicaciones del marketing. Pero, las ferias se han consolidado en los últimos años como una de las más poderosas y efectivas herramientas de marketing.

3.2 Ferias

En www.marketing-xxi.com se explica que: “Las ferias son mercados vivos de operaciones comerciales. En ellas se encuentra concentrada en vivo y en directo la mejor fuente de información del sector, y son además el mayor centro neurálgico para poder intercambiar opiniones y tendencias. Por ello son herramientas que han de usarse de una forma óptima y rentable con el objetivo de fomentar el desarrollo de una empresa.

En los últimos años han surgido numerosas ferias de carácter nacional y local. Ante tan prolífica oferta, la elección ¿a cuál acudir? debe ser reflexiva y esmerada.

FOTOGRAFÍA 2:

Feria Libre en el Parque Central en Babahoyo



FUENTE: Visita a la Ciudad, 11 de febrero de 2010

La recomendación es informarse adecuadamente sobre la feria: su antigüedad, su reconocimiento dentro del sector, su dimensión nacional o internacional, su periodicidad, y lo que es más importante, su poder de convocatoria, ya que, evidentemente, cuando se realiza un esfuerzo económico como el exponer en una feria, el ratio del coste por impacto real ha de ser medido cuidadosamente y lo

suficientemente rentable para quien realiza esa inversión.

Elegir la feria más adecuada para la promoción y consolidación de la imagen de la empresa es vital, porque a una feria hay que exigirle ser el punto de encuentro entre la mejor oferta y la demanda más especializada de su sector. Es decir, hay que saber escoger a la feria líder. Una vez elegida hay que saber obtener la mayor rentabilidad. Por ello indicamos a continuación una relación de acciones que hay que prever en las tres etapas diferentes”.

3.2.1 Concepto

“Una feria es un evento social, económico y cultural —establecido, temporal o ambulante, periódico o anual— que se lleva a cabo en una sede y que llega a abarcar generalmente un tema o propósito común”.

(URL, [http.es.wikipedia.org](http://es.wikipedia.org))

FOTOGRAFÍA 3:

Feria Libre en el Malecón de Babahoyo



FUENTE: Visita a la Ciudad, 11 de febrero de 2010

3.2.2 Objetivos

“Puede tener por objetivo primordial la promoción de la cultura, alguna causa o estilo de vida, generalmente en una forma divertida y variada; más comúnmente el objetivo es la estimulación comercial, pues tiene la finalidad de lucro o de generar ganancias para las localidades anfitrionas, personas u organizaciones patrocinadoras, y participantes hospitalarios, a cambio de un tiempo grato que incluye diversión y entretenimiento, participación en juegos de azar y de destreza, alimentos, manjares y golosinas, objetos, o juguetes, etc., para los participantes visitantes y negociantes, ya sean estos menores o mayores de edad, dependiendo del evento, consignas, características, costumbres locales y leyes que rigen el lugar”.

(URL, <http://es.wikipedia.org>)

3.2.3 Orígenes

En www.construccionenacero.com se informa que: “Nacidas a mediados del siglo XIX, las Ferias Internacionales o Ferias Mundiales, hoy en día regidas por el BIE (Bureau of International Expositions), son uno de los eventos de mayor importancia y categoría en cuanto a movimiento comercial y a impacto cultural en el mundo”.

GRÁFICO 8:

Ferias en el Mundo



FUENTE: math.shu.edu.cn/Clas2010

“Originalmente concebidas para ser utilizadas y luego desmontadas y desaparecer, sus monumentos quedaron muchas veces como íconos nacionales, como es el caso de la Torre Eiffel en París, construida para la Exposition Universelle de 1889 o del Crystal Palace de Londres, construido para la "Great Exhibition of the Works of Industry of All Nations", la primera feria de nivel mundial, creada en 1851”.

GRÁFICO 9:

Feria de París



FUENTE: www.mentalfloss.com

“Originalmente la feria fue un fenómeno económico surgido durante la Edad Media. Consistía en una confluencia organizada de numerosos mercaderes en una localidad durante varios días y con periodicidad normalmente anual. En definitiva, un evento que promueve el comercio y la actividad económica, por lo que fueron fomentadas por reyes y señores tanto laicos como religiosos”.

GRÁFICO 10:

Feria de Londres, 1851



FUENTE: www.mentalfloss.com

“En Europa, en el siglo XI y el siglo XII, entre los años 1150 y 1300, las ferias más famosas fueron la feria de Champagne, en Francia, donde constituían un ciclo en que se celebraban las de Troyes, Provin, Bar-sur-Aube y Lagny. Y en la península Ibérica, y entre otras, fue importante la de Medina del Campo y las vendejas de Sanlúcar de Barrameda”.

“Posteriormente, el término feria fue evolucionando, designando desde exposiciones de ganado para la venta como cualquier tipo de evento comercial, hasta las ferias taurinas. Actualmente el término se ha extendido desde su original función comercial para incluir eventos festivos, con puestos de venta de artículos variados y atracciones; éstas últimas se sitúan a menudo a las afueras de la ciudad”.

3.2.3 Ferias de hoy

“Hoy en día, dependiendo de la localidad en los países, el término «feria» puede referirse, entre otros, a: a) Un evento o festividad regional o local. b) Un parque de diversiones y juegos mecánicos permanente. c) Diversiones y juegos mecánicos ambulantes”.

“La llegada de una feria ambulante a una localidad puede convertirse en un evento anual o recurrente, dependiendo, generalmente, del éxito previo de ésta”.

“Las connotaciones generalmente deseadas y que acompañan frecuentemente la utilización del término, son aquellas de prosperidad, variedad y alegría”.

“Otra variedad y de gran actualidad hoy en días es la Feria Virtual, desde la cual podemos ver otra forma de realizar este tipo de eventos”.

(URL, [http. es.wikipedia.org](http://es.wikipedia.org))

3.2.5 Elementos de una feria

3.2.5.1 Actividades

La principal actividad de una feria es la compra y venta de productos empresariales o industriales, cuyo principal objetivo es publicitarse. También pueden existir actividades de entretenimiento, moda, comida, etc.

3.2.5.2 Entretenimiento

Las ferias de entretenimiento pueden ser musicales, teatrales, cinematográficas, bailables, o eventos lúdicos temporales.

3.2.5.3 Vestimenta

En este grupo entra todo lo que se refiere a moda, alta costura, modelaje, lanzamientos de marcas, etc.

3.2.5.4 Comida

Esta clasificación es tanto extensa como diversa, y puede tener tendencias culturales por la comida típica, o ferias de comida con propósitos de recolectar fondos para algún objetivo de beneficencia.

3.2.5.5 Productos

Estas son las ferias más comerciales y apuntan al mercado más consumista, para sacar el mayor provecho económico.

3.2.6 Ferias Culturales

Son más que solo vender, son medios de expresión de diversas índoles, pueden tener fines lucrativos pero de menor escala, por ejemplo: venta de arte, literatura, presentaciones de teatro, música o música, etc.

3.2.7 Ferias Comerciales

“Son la forma más económica y eficiente de ganar cuota de mercado. Constituyen la más completa herramienta de comunicación donde se produce una interacción directa entre comprador y vendedor, "cara a cara", poniendo en funcionamiento los cinco sentidos. Permiten obtener un alto volumen de información en un corto plazo de tiempo”.

“Son el lugar idóneo para establecer contactos comerciales: encontrarse con los clientes habituales y captar nuevos clientes. Hacen posible comprobar el grado de satisfacción de los clientes reales o potenciales respecto a nuestros productos y los de los competidores. Proporcionan "feedback" inmediato en la introducción de nuevos productos y/o mejoras en los ya existentes. Tienen un impacto considerable en el proceso de decisión de compra. Son fundamentales para encontrar oportunidades de exportación. Las ferias comerciales proporcionan el acceso al mercado internacional al mejor precio. Constituyen una auténtica plataforma en la estrategia de internacionalización de las empresas. Contribuyen a reforzar la imagen de la empresa”.

“Construyen una oportunidad única para identificar posibles proveedores, subcontratistas, representantes, importadores y distribuidores. Permiten tener una clara idea acerca de la competencia: quiénes son y cuál es la posición de nuestra empresa respecto a ellos. También nos permiten conocer a los clientes de la competencia”.

“Facilitan la investigación sobre la política de precios de la empresa con respecto a la competencia. Constituyen la mejor manera de "tomar el pulso" al mercado, conocer las tendencias actuales y futuras. Significan una excelente oportunidad para comentar

problemas y nuevas tendencias con otros profesionales del sector. Posibilitan la participación en jornadas y actos paralelos que ayudan en evaluar la evolución y tendencias del mercado”. (URL, www.ifema.es/institucional/expositores/herram.html)

Conclusiones

El marketing en las últimas décadas ha surgido como la principal herramienta del mundo globalizado, y es un medio por el cual dos entes satisfacen sus necesidades de compra y/o venta, además que tienen una aplicación extraordinaria con resultados muy exitosos en el mundo entero, más conocidas como ferias, son la respuesta perfecta para poner en práctica las estrategias del mercadeo.

CAPITULO 4: T E R R E N O

4.1 Identificación e importancia para la ciudad

La ubicación con respecto a la ciudad es en la parte oriental de la misma hacia el área educativa, sobre la Avenida de las Universidades, esto hace muy importante el hecho de intervenir en el sitio, ya que actualmente es el responsable de la vulnerabilidad de la zona al ubicarse próximo al la Universidad Tecnológica de Babahoyo y al Instituto Eugenio Espejo. De allí que es de suma importancia la creación de un parque educativo que constará con un Recinto Ferial, una Biblioteca pública y una Incubadora de Empresas Aerotécnicas, todo esto como parte del proyecto estratégico desarrollado para la ciudad que vuelca la movilidad hacia los ríos y los bordes.

GRÁFICO 11:

Memoria Paisajística

FUENTE: Giovanni Carrera, Hugo Ordoñez y Mario Andrés Iza Félix, ENERO 2010

4.1.1 Descripción física

El terreno es totalmente plano y alargado de sur a norte, se encuentra bordeado por el Río San Pablo el cual forma una península en la parte noreste del predio y es donde se emplazara el “Recinto Ferial”.

FOTOGRAFÍA 4:

Entorno del Sitio



FUENTE: Giovanni Carrera, enero 2010

4.1.1.1 Situación Actual

El terreno elegido para el desarrollo del proyecto urbanístico tiene 24000 metros cuadrados que actualmente se encuentran ocupados principalmente por piladoras de arroz, instituciones educativas adaptadas de viviendas en pésimas condiciones, y por viviendas de diferentes sistemas constructivos.

4.1.1.1 Límites

El terreno se encuentra afectado periféricamente por el Río San Pablo (este y norte), que desciende desde el sur-este y curva hacia el oeste creando una península en la esquina

nor-este, por el sur el terreno se limita con el Centro de Acopio (que es parte de la propuesta urbana), y por el oeste se limita con la Diversidad Técnica de Babahoyo.

FOTOGRAFÍA 5:

Terreno desde el Río San Pablo



FUENTE: Visita a la Ciudad, 11 de febrero de 2010

4.1.2 Vulnerabilidad

4.1.2.1 Vulnerabilidad Orográfica

En términos generales la ciudad de Babahoyo sufre anualmente un fenómeno natural que provoca inundaciones de gran escala debido a su cercanía con varios ríos, y a su nivel con respecto al nivel del mar que en algunas estancias está por debajo, transformase en un gran sifón natural.

El terreno a intervenir es una península en donde no existen diques naturales y debido al sentido del caudal del Río San Pablo se hace evidente la vulnerabilidad del lugar, y precisamente esta península es la principal culpable de la inundación del sector al que pertenece.

4.1.2.2 Vulnerabilidad de Infraestructura

La Ciudad de Babahoyo concentra la infraestructura de control de inundaciones hacia el centro de la ciudad olvidando puntos periféricos importantes que son los que colaboran con el desastre acuático.

Además, las autoridades locales encabezadas por el Alcalde han descuidado por completo a la infraestructura que se construyó en 1998 financiada por el gobierno alemán al punto que las piscinas de bombeo de agua lluvia trabajan al 50% de su capacidad, dejando a la ciudad vulnerable a las lluvias que se presentan intensísimas en el invierno.

Conclusiones

El lugar escogido es idóneo para el proyecto urbanístico de parque Catalizador de Conocimientos, por su situación Geográfica de estar junto al Río San Pablo en una península muy vulnerable, por estar también junto a la Universidad Tecnológica de Babahoyo y muchas otras instituciones educativas, y por ser el principal causante de los problemas del sector circundante.

CAPÍTULO 5: PARTIDO ARQUITECTÓNICO

5.1 Partido de Concepto y Función

Partiendo del análisis hecho a través de toda la investigación acerca del comportamiento de la ciudad y su gente, y cómo afecta su autoestima, y que a más de esto la característica principal de la geografía de Babahoyo es ser totalmente plana; concluimos que una estrategia que podría dar muy buenos resultados fue literalmente elevar al usuario a un nivel más alto en las circulaciones principales sobre todo el parque y el nivel del río.

Conceptualmente esto es un mensaje subliminal para las sensaciones del usuario quien principalmente será el babahoyense, con el objetivo de mejorar su autoestima y que puedan ver las cosas desde otra perspectiva. Esta intención satisface los requerimientos de los objetivos del taller, atacar la falta de confianza en sí mismos y el bajo sentimiento de pertenencia al sitio.

5.1.1 Reglas de juego

Se estableció un formato de diseño para los proyectos en el parque el cual debería ser respetado para lograr armonía y hacer legible las intenciones que se planificaron para el parque.

Este formato está conformado por franjas de actividades dibujadas en función a la forma del río y que serían las circulaciones más importantes en el complejo.

Dichas franjas se disponen de la siguiente manera:

a. Ingreso vehicular

Esta es un eje de circulación pesado el cual ha sido conservado de la trama de la ciudad y sirve como ingreso terrestre. Esta conformado por plazas de parqueo de 16m de ancho a lo largo de la misma, y por una vía de doble sentido de 8m.

GRÁFICO 12:

Memoria Conceptual I

FUENTE: Giovanni Carrera, Hugo Ordoñez y Mario Andrés Iza Félix, ENERO 2010

b. Plaza de integración

Esta es una franja de 6m que se dispone paralela a lo largo del ingreso vehicular, y la intención es separar el ruido y movimiento que produce la franja de ingreso vehicular y además tiene como objeto dar la sensación de ingreso peatonal por la disposición de árboles bajos a lo largo de la franja con ritmo armónico constante.

Se propone que la plaza sea de adoquines de arcilla dejando un borde de hormigón en el extremo derecho con un pasamanos de acero inoxidable a 0.95m para la seguridad del peatón ya que dicha franja está sobre el parque recreativo (nivel. - 2.50m).

c. Proyectos

Esta es la intención más agresiva del proyecto y se trata de una franja de 16m de ancho (variable según proyectos) cuya principal característica es que pasa por los ingresos principales de cada proyecto, el objetivo es que esta franja sea de alto tráfico y con actividades de estancia, contemplación, paso, etc. Se ha propuesto que sea de micro hormigón.

GRÁFICO 13:

Memoria Conceptual II

FUENTE: Giovanni Carrera, Hugo Ordoñez y Mario Andrés Iza Félix, ENERO 2010

FOTOGRAFÍA 6:

Borde del Río San Pedro (U.T.B.)



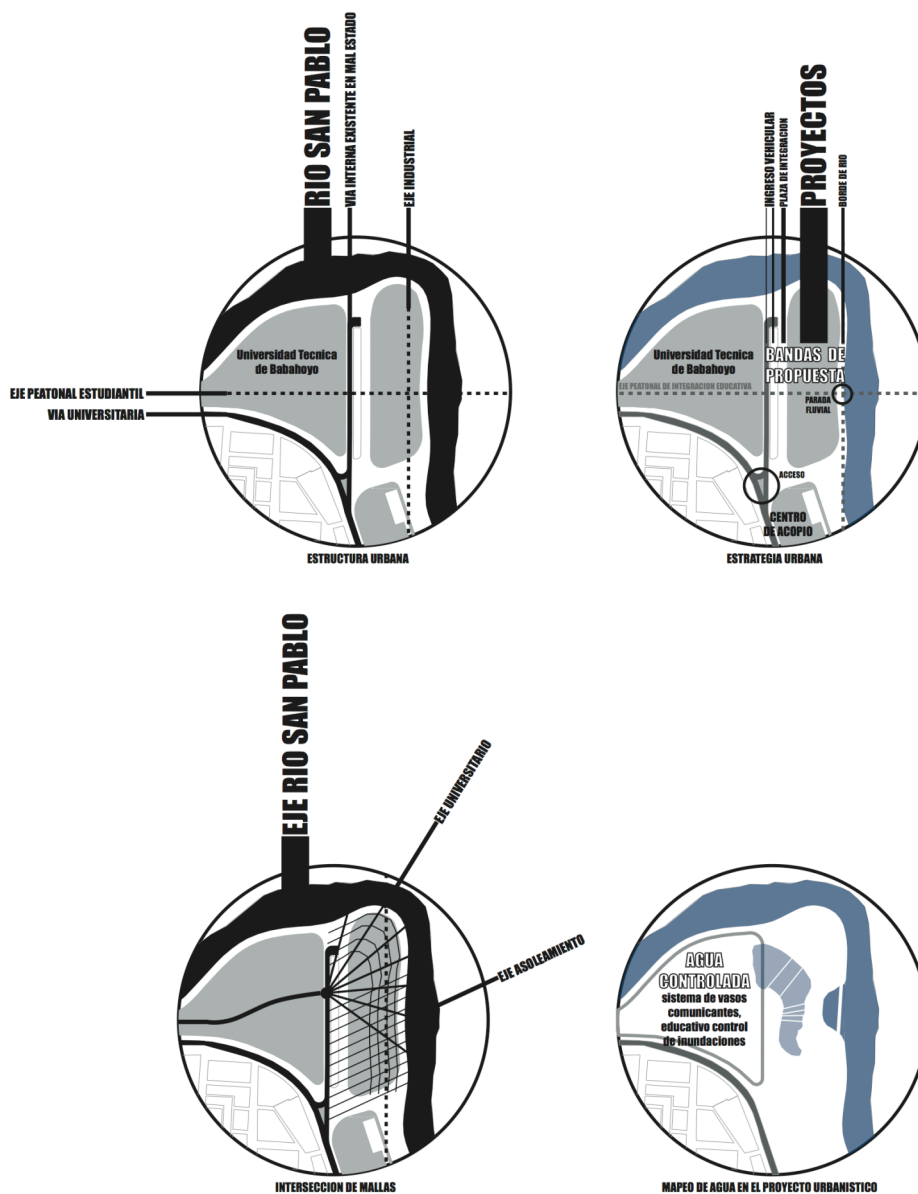
FUENTE: Hugo Ordoñez, ABRIL 2008

d. Borde del río

Por su condición de estar junto al río, esta franja es la más importante del complejo ya que hace parte de la estrategia urbana diseñada para la ciudad de Babahoyo cuya intención es volcar la movilidad hacia el río, es aquí donde el borde de mismo adquiere importancia. En este franja se disponen: ciclo vía, caminaria, lugares de contemplación, lugares de descanso, y una disposición de la vegetación con conceptos de diseño paisajístico idóneo para la zona y el clima.

GRÁFICO 14:

Partido de Plan Urbanístico



FUENTE: Mario Andrés Iza Félix, MARZO 2008

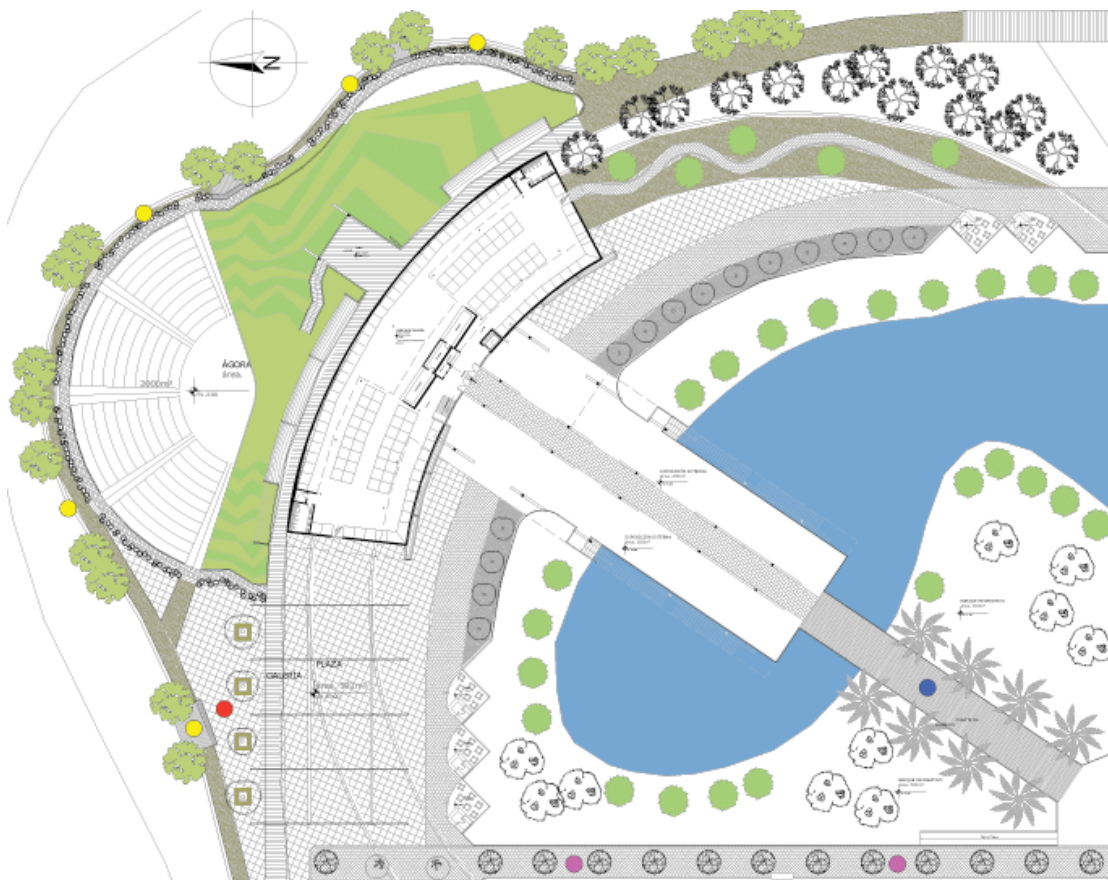
5.2 Partido de Paisaje

Para la implantación se consideró primordialmente la condición Geográfica de estar en una península, esto hace primordial el albergar una actividad importante en dicho sitio del predio. Se diseñó un ágora con capacidad para 400 personas con una geometría de media circunferencia y con la particularidad de estar enterrada 3.50m bajo el nivel del ingreso principal al recinto, justificando esta condición debido al dique artificial que se propone en el borde para evitar inundaciones por desbordamientos del río. En otras palabras, el dique tiene doble función; además de proteger contra el río, sirve para ubicar un graderío.

Por otra parte el parque permite el ingreso de agua controlada por compuertas y bombas al complejo con la intención de actuar como un indicador del crecimiento periódico del río utilizando el sistema de vasos comunicantes.

PLANIMETRÍA 1:

Implantación Planta Baja (RECINTO FERIAL)



FUENTE: Mario Andrés Iza Félix, DICIEMBRE 2008

5.3.1 Recorridos y circulaciones

La intención principal del Parque Urbano y del Recinto Ferial de Babahoyo es enfatizar la forma del río por medio de ejes de circulaciones y que a la vez la implantación del edificio de ferias responda a estos ejes, de tal suerte que la volumetría resultante de estos criterios fueron dos cuerpos que se cruzan entre sí formando una cruz; justo como se cruzan las circulaciones.

El diseño del parque obliga a enfatizar diferencias en los recorridos, esto se puede lograr mediante los materiales propuestos ya que las sensaciones serán distintas.

La siguiente tabla ilustra las clases de pisos que se han propuesto para el parque:

TABLA 1:

Memoria de Pisos

FUENTE: Giovanni Carrera, Hugo Ordoñez y Mario Andrés Iza Félix, ENERO 2010

5.3.2 Vegetación

Tomando en cuenta el lugar y la fertilidad de la tierra, fue fundamental el diseño de implantación del tema vegetal, ya que el clima hace necesario colocar en las circulaciones de borde principalmente árboles de gran sombra y que refresquen el entorno circundante, por ejemplo, el caucho crea un microclima especial con brisas

ligeras y continuas, o la caña guadúa cuyas raíces fortalecen los diques naturales y absorben mucho agua y que por gran altura es idónea para la estancia con sombra.

FOTOGRAFÍA 7:

Caña Guadúa

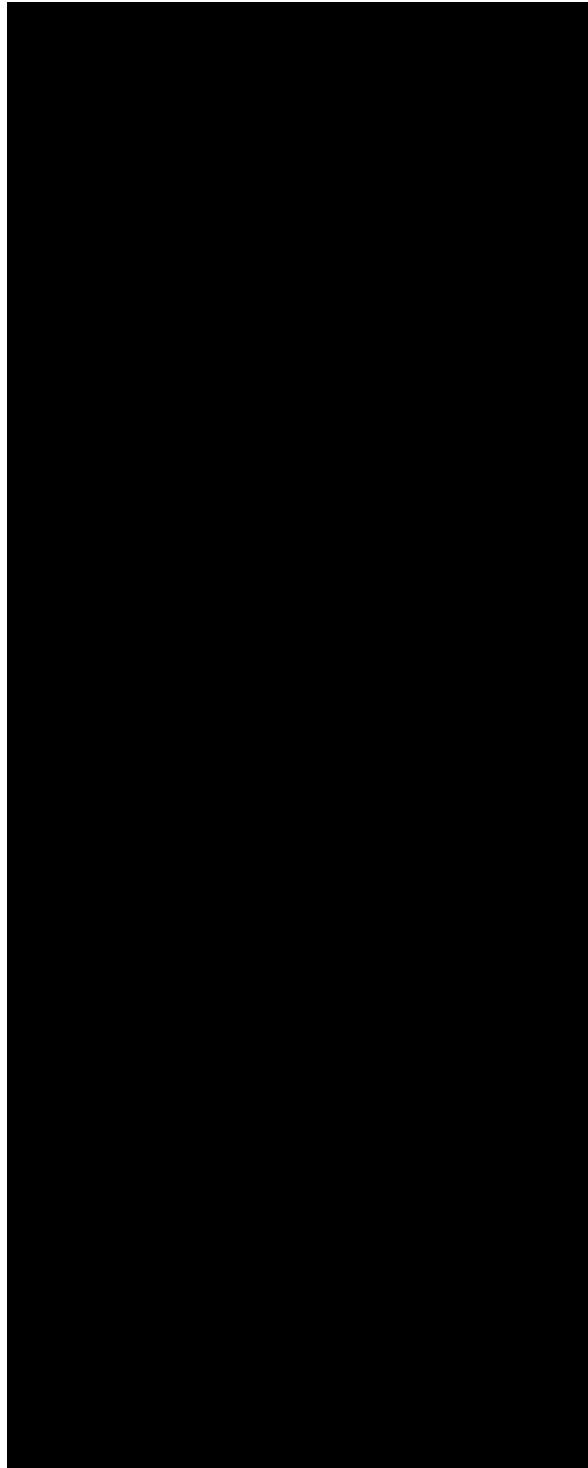


FUENTE: Hugo Ordóñez, ABRIL 2008

En la Fotografía de arriba se muestra el borde del Río San Pablo en la Universidad de Babahoyo, es el único lugar de la Ciudad de Babahoyo donde se ha desarrollado un espacio propio del lugar el cual se pretende tomar como punto de partida en el diseño del Parque Urbano.

TABLA 2:

Vegetación del Parque Urbano



FUENTE: Giovanni Carrera, Hugo Ordoñez y Mario Andrés Iza Félix, ENERO 2010

5.3.3 Mobiliario

TABLA 3:

Mobiliario del Parque Urbano

FUENTE: Giovanni Carrera, Hugo Ordoñez y Mario Andrés Iza Félix, ENERO 2010

Conclusiones

Las dediciones tomadas en el parque urbano serán la base para sustentar el diseño del arquitectónico y paisajístico del tema de Trabajo de Fin de Carrera “Recinto Ferial de Babahoyo”, además deberá cumplir con las reglas del juego establecidas en el diseño del proyecto urbanístico, creando un lugar de actividad recreativa hacia el borde del río que conglomerará a una gran cantidad de personas. Por su ingreso principal pasaría un eje de circulación que atravesaría todos los proyectos.

CAPÍTULO 6: DESCRIPCION DEL PROYECTO

6.1 Recinto Ferial

En www.construccionenacero.com se dice que, por Recinto Ferial entendemos un complejo constituido por recintos y espacios amplios, cubiertos y descubiertos, en el que se pueden realizar exposiciones y ferias de productos y elementos de la más variada índole, incluyendo animales, plantas, maquinarias y vehículos terrestres, acuáticos y aéreos.

El Recinto Ferial debe permitir además la reunión de gran cantidad de personas de un determinado sector industrial, comercial, técnico, profesional, científico o artístico, constituyendo un punto de encuentro entre los que convocan y los convocados.

En el Recinto Ferial se debe poder también desarrollar eventos masivos y muchas otras actividades multitudinarias o actos públicos que se convoquen en torno a temas específicos, profesionales o de público en general.

Los Recintos FERIALES son en realidad una importante herramienta de marketing, un gran escaparate publicitario y un nudo de comunicación con una importante vertiente de público y fuertes estrategias de venta. Son un medio de presentación privilegiado para un gran número de clientes potenciales, en un período de tiempo breve y un espacio delimitado. Constituyen un fenómeno de aceleración de los procesos de venta.

El país, la institución o la empresa presentan a sus visitantes sus productos, su precio, su distribución, su publicidad, su promoción y su fuerza de ventas, poniendo más o menos énfasis en algunos de estos elementos, de conformidad con los objetivos que pretenda alcanzar. El *stand* es una especie de embajada de ese país, institución o empresa. Así, encontramos ferias de sectores tan variados como electrónica, logística, turismo, maquinaria, construcción, agricultura, industrial de todo tipo, moda, gastronomía, joyería, literatura, etc.

Sin embargo hoy día los centros fériales abarcan un espectro mucho más amplio en las actividades que albergan. El proceso de globalización de la economía y las transformaciones tecnológicas, especialmente en el campo de las comunicaciones, a la

vez que la forma de vida de las ciudades, han planteado la necesidad de contar con espacios de uso múltiple que permitan la reunión masiva de personas y la realización de "eventos" dentro de una casi infinita gama de aplicaciones. Este hecho ha creado la necesidad de edificios de una enorme versatilidad y flexibilidad, y los centros ferials se han adaptado a esta necesidad.

6.2 Tabla de Áreas

La mayor cantidad de área cubierta es destinada a la exposición, el programa contempla también áreas de instrucción técnica, de recreación, de contemplación, de estancia y descanso, de entretenimiento, de aseo, etc.

TABLA 4:

Cuadro de Áreas

CUADRO DE ÁREAS DEL PROYECTO, RECINTO FERIAL EN BABAHOYO						
ZONIFICACION COS P. B.	14,07	AREA TERRENO COS P. A.		26000 13,58	COS TOTAL	27,65
NOMINACION	NIVEL	AREA BRUTA m ²	NO COMPUTABLE		AREA UTIL m ²	COS %
			DENOMINACION	AREA		
PABELLÓN A	Planta N+/-0,00	2480,03	Vacio	152	2285,87	8,79
			Ascensores	13,82		
			Gradas	28,34		
			Porche	706,75		
PEBELLÓN B	Planta N+4,50	1155	Vacio	152	981,92	3,78
			Ascensores	6,91		
			Gradas	14,17		
PABELLOÓN C	Planta N+/-0,00	1215,32	Vacio		1215,32	4,67
			Otras Areas			
			Gradas			
LOCALES COMERCIALES	Planta N+/-0,00	155,94	Vacio		155,94	0,60
			Otras Areas			
			Gradas			
AUDITORIO	Planta N+4,50	1325,41	Vacio	302,34	915,95	3,52
			Ascensores	6,91		
			Gradas	100,21		
AULAS	Planta N-4,50	609,73	Ascensores	6,91	588,65	2,26
			Gradas	14,17		
			Porche	30,50		
			Vacio	152		
PATIO DE COMIDAS	Planta N-4,50	1203,74	Ascensores	6,91	1044,83	4,02
			Gradas	11,95		
			Vacio	152		
TOTAL		8145,17		1705,89	7188,48	27,65

FUENTE: Mario Andrés Iza Félix, ENERO 2010

6.3 Descripción.

El Recinto Ferial en Babahoyo, se ha diseñado para ser uno de los proyectos arquitectónicos más importantes de la ciudad, capaz de albergar a cientos de personas tanto dentro como fuera del edificio de exposición, ya que al estar implantado en un

Parque Urbano junto con otros dos proyectos de gran alcance, tiene usuarios muy dinámicos.

GRÁFICO 15:

Implantación Parque Urbano

FUENTE: Mario Andrés Iza Félix, MARZO 2010

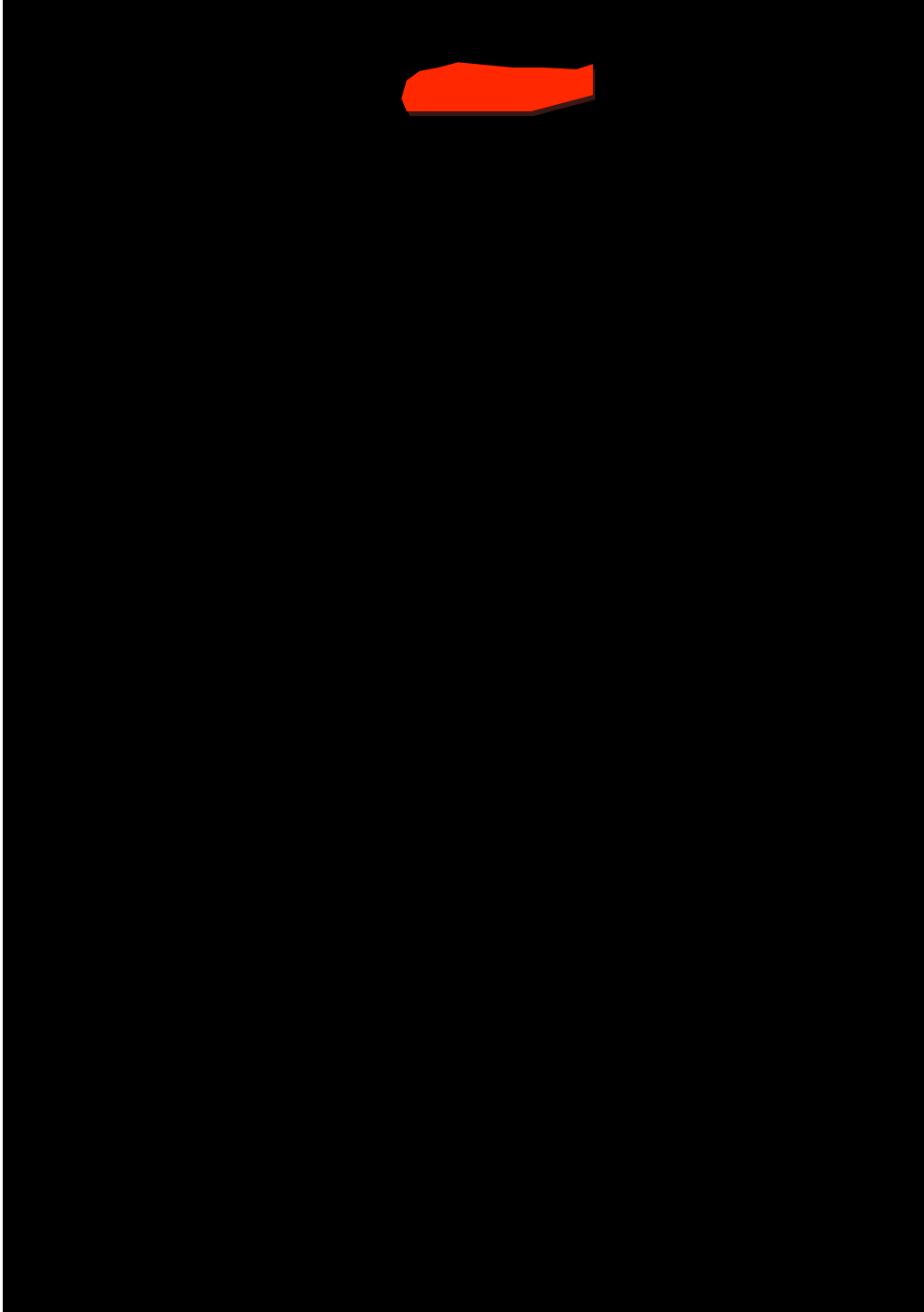
Dichos usuarios pueden atravesar los tres proyectos a través de los ejes de circulación que a su vez responden a la estructuración y estrategia urbana.

Los principales usuarios del Parque Urbano son los alumnos de la Universidad Técnica de Babahoyo y el Colegio Anexo que esté dentro de dicha universidad, además, la zona donde se implanta el Parque Urbano está situada alrededor de varias instituciones educativas que van desde recintos infantiles hasta institutos superiores.

A continuación se detalla la ubicación de los diferentes recintos educativos de la zona en relación al Proyecto de Parque Urbano distinguido en color rojo.

GRÁFICO 16:

Ubicación Instituciones Educativas



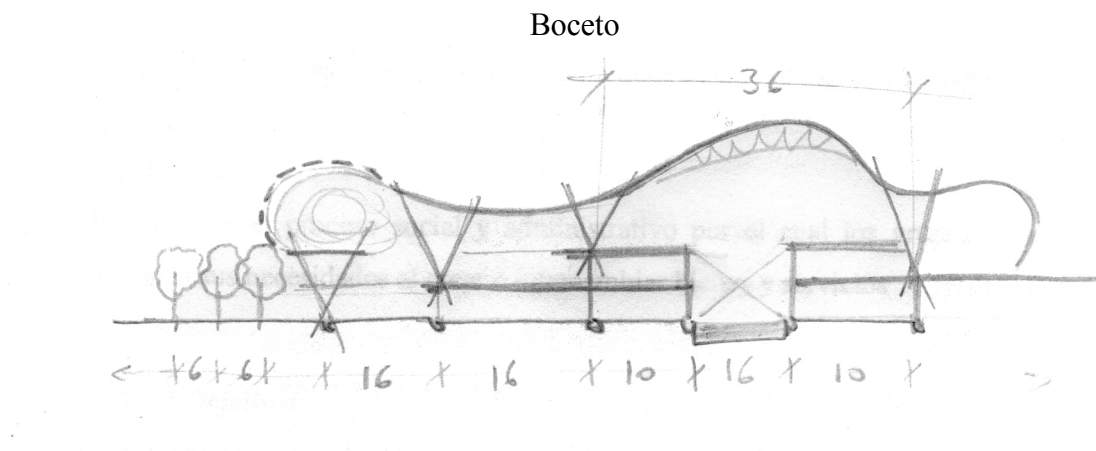
ROJO: ÁREA DE IMPLANTACIÓN DEL PARQUE URBANO

FUENTE: Mario Andrés Iza Félix, MARZO 2010

6.3.1 Partido Arquitectónico.

El elemento principal del proyecto es la cubierta; el concepto es unificar y envolver los volúmenes, limitar virtualmente lo que está dentro o fuera; la idea es elevar dicha cubierta sobre columnas metálicas tubulares en forma de “V” direccionadas hacia cuatro puntos independientes. Además la cubierta será capaz de soportar una luz máxima de 36m mediante cerchas como se ilustra en el boceto, donde también se puede observar las columnas tipo “V” y la modulación de la estructura en general.

GRÁFICO 17:



FUENTE: Mario Andrés Iza Félix, MARZO 2010

6.3.2 Elementos constructivos de la cubierta.

La altura de la cubierta es lo suficientemente baja, como para permitir la vista hacia el Río San Pablo.

El proyecto se organiza y estructura en torno a él. Diseñada de forma ondulatoria, tiene una longitud de 80m y se apoya sobre cerchas de tubos de acero.

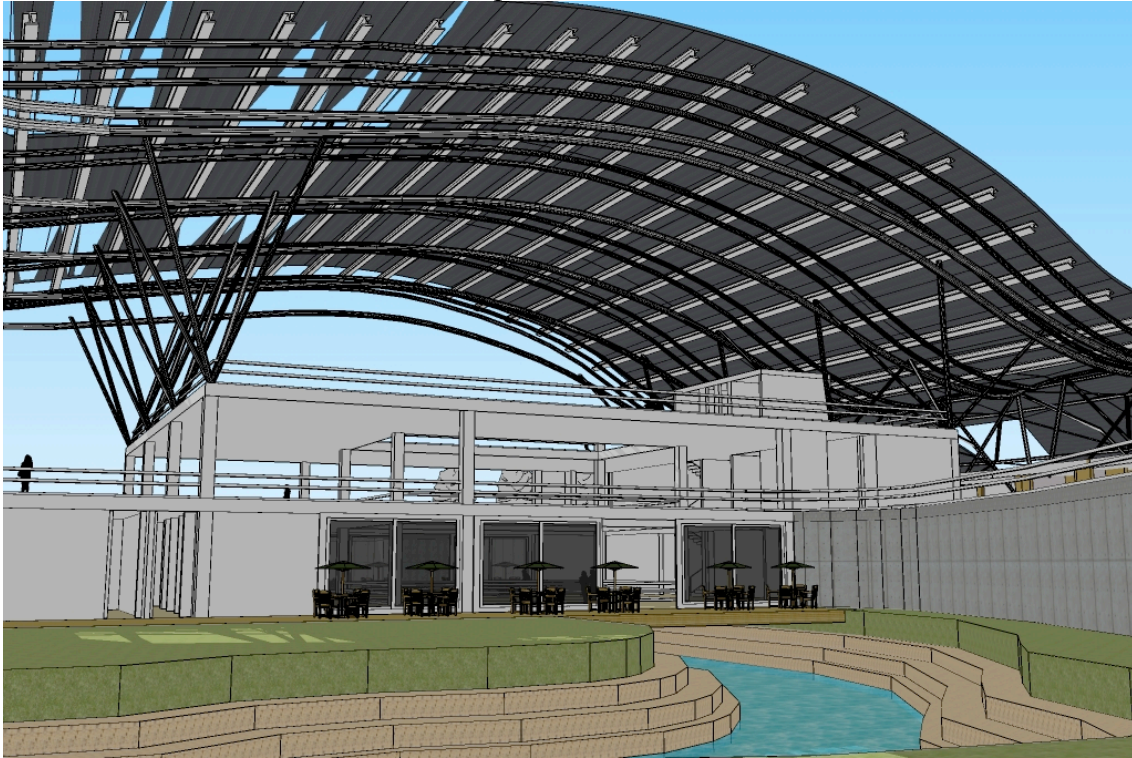
La curvatura está compuesta por paneles de acero inoxidable del mismo tamaño, que simplifican las uniones y los elementos constructivos.

A lo largo de la estructura hay juntas de dilatación a intervalos regulares que absorben los movimientos sísmicos, térmicos y los asentamientos del terreno.

La ligereza y luminosidad se consiguen con grandes superficies abiertas.

GRÁFICO 18:

Perspectiva Exterior



FUENTE: Mario Andrés Iza Félix, MARZO 2010

El proyecto arquitectónico, Recinto Ferial en Babahoyo está compuesto por dos volúmenes unificados por una cubierta general diseñada en estructura metálica cerchada y liviana con una piel de tol corrugado que a su vez envuelve el auditorio convirtiéndose en fachada, por esta razón la cubierta es muy dinámica y es el principal elemento arquitectónico y estructural del proyecto.

Los dos volúmenes antes mencionados están dispuestos en tres y un nivel respectivamente, el volumen que tiene tres niveles va desde el N -4,50m al N +-4,50m donde se encuentran dos pabellones de exposición, un auditorio para 350 personas, aulas poli funcionales y un patio de comidas, todos los niveles tienen baterías sanitarias individuales.

GRÁFICO 19:

Memoria Arquitectónica

FUENTE: Mario Andrés Iza Félix, ENERO 2010

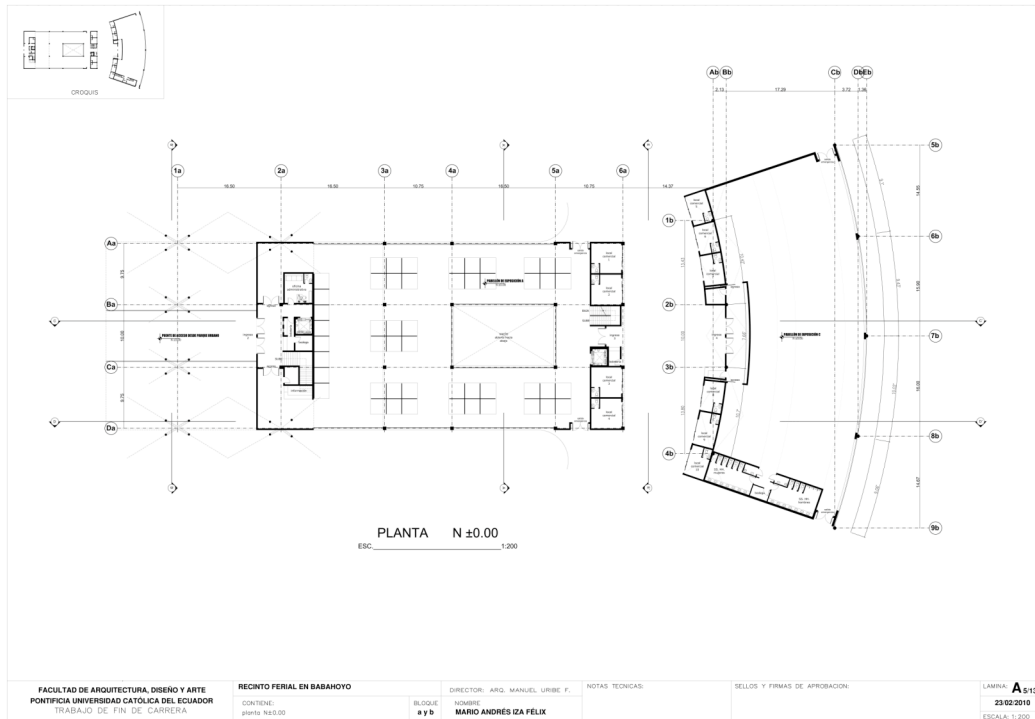
De la misma manera el proyecto es permeable y permite el paso del viento en los niveles superiores y la gran cubierta protege del sol y de la lluvia que se presentan con gran fuerza en las diferentes estaciones del año, conceptualmente la ruptura entre los dos volúmenes responde al paso del eje principal del proyecto urbanístico que fue diseñado como regla del juego.

Nótese en las siguientes planimetría y altimetría que el proyecto es recurrente en su idea de unificar dos volúmenes con una gran cubierta.

En la Planimetría 2 se pueden observar dos volúmenes separados por un eje de circulación, mientras que en la Altimetría 1 se observa ya como la cubierta unifica a dichos volúmenes.

PLANIMETRÍA 2:

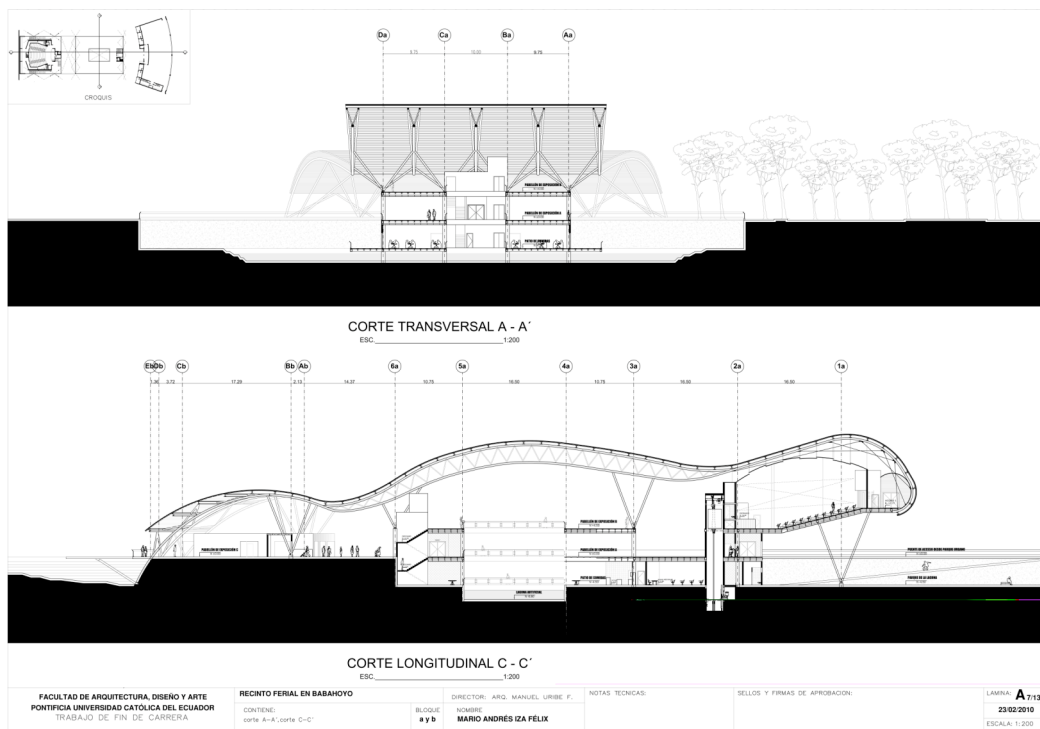
Planta Baja N+/-0,00



FUENTE: Mario Andrés Iza Félix, ENERO 2010

ALTIMETRÍA 1:

Corte Longitudinal C - C'



FUENTE: Mario Andrés Iza Félix, ENERO 2010

6.4 Presupuesto

TABLA 5:

Presupuesto de Obra

PRESUPUESTO DE OBRA

PROYECTO: RECINTO FERIAL EN BABAHOYO
 CLIENTE: Ciudad de Babahoyo
 UBICACION: Av. De las Universidades y Pasaje S/N
 CONSTRUCTOR: PUCE
 AREA DE CONSTRUCCION: 8145.17 m²
 COSTO X METRO CUADRADO: 189,14 usd/m²
 PRESUPUESTO REFERENCIAL DE LA OBRA: 1'540.540,50 Usd.



RUBROS DE CONSTRUCCION	UNIDADES	COSTO UNITARIO	VOLUMEN TOTAL	COSTO TOTAL
PRELIMINARES				
Bodegas y oficinas	glb	1.200,00	1,00	1.200,00
Replanteo y nivelación	glb	1.500,00	1,00	1.500,00
Desbanque	m ³	4,00	1.140,00	4.560,00
Excavación de plintos	m ³	8,77	110,00	964,70
Relleno Natural	m ³	3,00	0,00	0,00
Desalojo	m ³	5,00	1.140,00	5.700,00
TERRENO	X	6,00	24.000,00	144.000,00
HORMIGONES				
Plintos H.S. 210 kg/cm ²	m ³	82,66	110,00	9.092,60
Replanteo H.S.	m ³	62,10	45,00	2.794,50
H.S. Cadenas 210 kg/cm ²	m ³	152,00	35,00	5.320,00
Contrapiso H. S.	m ²	11,00	540,00	5.940,00
Muros de Gravedad	m ³	77,00	1.209,00	93.093,00
H. Escaleras	m ³	216,00	56,00	12.096,00
H. Columnas	m ³	216,00	298,00	64.368,00
H. Losas incluye encofrado	m ³	216,00	1.980,00	427.680,00
Acero de refuerzo	kg	1,50	28.750,00	43.125,00
Estructura Metálica	kg	2,50	37.800,00	94.500,00
ALBAÑILERIA				
Mampostería de bloque 15cm	m ²	0,27	44.000,00	11.880,00
Rebocado	m ²	1,80	3.560,00	6.408,00
Masillado de piso	m ²	5,36	1.450,00	7.772,00
Enlucidos horizontales	m ²	5,85	2.130,00	12.460,50
Filo ventanas	m	2,55	350,00	892,50
Masillado de escaleras	m ²	10,00	248,00	2.480,00
Dinteles en fachadas .25 x .10	m	10,00	329,00	3.290,00
Dinteles en puertas	u	10,00	389,00	3.890,00
ACABADOS				
Ventanería de pvc-vid 4 mm. Serie 50	m ²	85,00	278,00	23.630,00
Ventanería de pvc-vid 4 mm. Serie 100	m ²	85,00	68,00	5.780,00
Puertas de pvc-vid 4 mm. Serie 100	m ²	110,00	48,00	5.280,00
Pasamanos de acero inoxidable	m	\$ 120,00	\$ 450,00	\$ 54.000,00
Piso Flotante	m ²	18,50	89,32	1.652,42
Porcelanato	m ²	29,00	650,00	18.850,00
Cerámica	m ²	16,00	287,00	4.592,00
Cielo falso Gypsum	m ²	17,00	1.786,00	30.362,00
Alfombras	m ²	18,00	0,00	0,00
PUERTAS				
Principales	u	450,00	12,00	5.400,00
puerta de madera	u	250,00	65,00	16.250,00
MUEBLES				
Muebles altos de cocina	m	210,00	35,00	7.350,00
Muebles bajos	m	210,00	15,00	3.150,00
Mesones	m	205,00	35,00	7.175,00
Muebles de baño	m	190,00	37,00	7.030,00
PIEZAS SANITARIAS				
Inodoros	u	86,00	35,00	3.010,00
Lavabos	u	38,00	35,00	1.330,00
Fregaderos doble pozo	u	130,00	5,00	650,00
Juego de accesorios	u	35,00	35,00	1.225,00
Griferías de fregadero	u	78,00	5,00	390,00
Griferías de lavabos	u	56,00	35,00	1.960,00

CONTINÚA...

Principales Kwitset	u	175,00	12,00	2.100,00
Dormitorios kwitset	u	35,00	65,00	2.275,00
Placas baiben cocina	u	25,00	5,00	125,00
PINTURA				
Estucado interior y exterior	m2	1,50	14.000,00	21.000,00
Pintura interior y exterior	m2	1,50	14.000,00	21.000,00
Estucado y Pintura cielo raso	m2	1,50	1.786,00	2.679,00
INSTALACIONES SANITARIAS				
Canalización PVC	glb	7.500,00	1,00	7.500,00
Bajantes A. servidas	glb	3.560,00	1,00	3.560,00
Canalización exterior	glb	8.000,00	3,00	24.000,00
Tubería PVC 4"	glb	2.360,00	3,00	7.080,00
Tubería PVC 3"	glb	1.438,00	3,00	4.314,00
Tubería PVC 2"	glb	1.098,00	3,00	3.294,00
Canalización PVC 6"	glb	1.200,00	3,00	3.600,00
Canalización PVC 4"	glb	2.100,00	3,00	6.300,00
Salidas A. servidas	u	65,00	3,00	195,00
Consolidado	glb	1.000,00	1,00	1.000,00
INSTALACIONES ELECTRICAS				
Tablero de control	pto	3.298,00	8,00	26.384,00
Acometida principal	m	3,00	354,00	1.062,00
Acometida telefónica	m	3,00	354,00	1.062,00
Iluminación	pto	12,00	1.457,00	17.484,00
Salidas para teléfonos	pto	12,00	45,00	540,00
Salidas especiales	pto	12,00	25,00	300,00
Salidas de tomas	pto	12,00	750,00	9.000,00
VARIOS				
Maquinas	glb	19.700,00	1,00	19.700,00
Calefon	u	275,00	8,00	2.200,00
Limpieza de la obra	glb	12.700,00	1,00	12.700,00
SUB TOTAL 1				1.364.527,2
EXTRAS				
Cisterna	u	5.460,00	1,00	5.460,00
Estudio de Suelos	u	4.250,00	1,00	4.250,00
Imprevistos	u	2.560,00	1,00	2.560,00
SUB TOTAL 2				12.270,0
SUPERVISION TECNICA Y ADMINISTRACION DE OBRA	12. %	163.743,27	1,00	163.743,27
TOTAL				1.540.540,5

6.5 Conclusiones y Recomendaciones

El Trabajo de Fin de Carrera que realicé me ha dejado muchas experiencias, entre ellas me demostró que trabajar en grupo es posible y necesario, ya que gran parte de la investigación la realicé entre tres compañeros.

Sin embargo no fue nada fácil al principio, pero poco a poco, con cada caída y tropiezo fuimos perfeccionando el documento hasta poder concluir de esta manera nuestro trabajo.

Solo me queda decir que estoy listo para enfrentarme al mundo de la arquitectura y entra consiente que nunca se sabe lo suficiente, y que cada día aprendemos cosas nuevas, por tal motivo nunca dejaré de ser estudiante, nunca dejaré de aprender la arquitectura.

Recomiendo que en los talleres verticales se profundice más en los temas de factibilidad, de elaboración de presupuestos, etc. Porque cuando salimos a trabajar por primera vez estos temas salen a relucir y la gente da por sentado que manejamos aquello a la perfección.

Además me hubiese gustado realizar mucho antes un taller donde se intente resolver problemas reales como los de Babahoyo para entender el potencial de la arquitectura frente a la sociedad.

BIBLIOGRAFIA

- Wapedia Enciclopedia móvil. “Marketing”. www.wapedia.mobi/es/Marketing, rescatado el 6 de septiembre de 2010. Servicio de Tapta.com
- Creative Commons, www.alzado.org/articulo., rescatado el 20 de septiembre de 2010
- Centro de Estudios Financieros, Libro: Marketing en el siglo XXI, 3era edición, Autor: Rafael Muñoz Gonzales, 2006. www.marketing-xxi.com, rescatado el 20 de septiembre de 2010
- Colaboradores de Wikipedia, Editor: Wikipedia, La enciclopedia libre. Rescatado en: es.wikipedia.org
- Construcción Metálica en Latino América, Gestionado por ILAFA, www.construccionenacero.com, rescatado el 20 de septiembre del 2010
- IFEMA, Feria en Madrid, www.ifema.es/institucional/expositores/herram.html, rescatado el 20 de septiembre de 2010
- Banco de Imágenes del Ecuador, www.archivocriollo.com, rescatado el 20 de septiembre de 2010
- United Nations Institute for Training and Research, Gestionado por CERN, www.unosat.org, rescatado el 20 de septiembre de 2010