



UNIVERSIDAD DE CUENCA

Facultad de Artes
Carrera de Diseño de Interiores

Propuesta de diseño de stands basada en módulos intercambiables
para la promoción de agendas de la marca Betero

Autor: Esteban Santiago González Toalongo
C.I: 0104525670
Correo electrónico: esteban.gonzaleztoalongo@hotmail.com
Tutor: Mgt. Jonnathan Andrés Zhindón Duarte
C.I: 0104555065
Cuenca - Ecuador
13 de enero de 2022

Trabajo de titulación previo a la obtención
del título de Diseñador de Interiores



UNIVERSIDAD DE CUENCA

**FACULTAD DE ARTES
CARRERA DE DISEÑO DE INTERIORES**

AUTOR: ESTEBAN SANTIAGO GONZÁLEZ TOALONGO

C.I: 0104525670

CORREO: ESTEBAN.GONZALEZT@HOTMAIL.COM

TUTOR: JONNATHAN ANDRÉS ZHINDÓN DUARTE

C.I: 0104555065

CUENCA - ECUADOR

13 DE ENERO DE 2022

**TRABAJO DE TITULACIÓN PREVIO A LA OBTENCIÓN
DEL TÍTULO DE DISEÑADOR DE INTERIORES**

**PROPUESTA DE DISEÑO DE STANDS BASADA
EN MÓDULOS INTERCAMBIABLES PARA LA
PROMOCIÓN DE AGENDAS DE LA MARCA
BETERO**

RESUMEN

El diseño comercial y diseño de stands propone una alternativa de posicionamiento a las marcas que usan estos recursos, lo que conlleva directamente a generar un "interiorismo estratégico", término que se usa dentro del ámbito del diseño interior, y que es una necesidad real para cualquier tipo de empresas y comercios.

En Ecuador se generan muchas ferias de exposición anualmente, en las cuales participan empresas de toda índole, que buscan un posicionamiento de su marca, estas sin embargo suelen escatimar al momento de generar su espacio de exposición.

Es por este motivo, que se busca satisfacer una ne-

cesidad existente, y que pasa a segundo plano para las empresas que no tienen alternativas al momento de hacer el diseño de su stand, ofreciendo la solución de diseño de un stand modular que pueda ser utilizado en diferentes disposiciones exclusivamente para la marca Betero.

Palabras Clave

Diseño de Stands. Diseño efímero. Diseño modular. Mobiliario modular. Diseño comercial.



ABSTRACT

The commercial design and stand design proposes an alternative of positioning to the brands that use these resources, which leads directly to generate a "strategic interior design", a term that is used within the field of interior design, and which is a real need for any type of companies and businesses.

In Ecuador, many exhibition fairs are generated annually, in which companies of all kinds participate, seeking a brand positioning for their company or venture, these however tend to skimp when generating their exhibition space.

It is for this reason that it seeks to satisfy an existing need that takes a back seat for companies that have no alternatives when

designing their stand, offering the design solution of a modular stand that can be used exclusively in different arrangements for the Betero brand.

Key Words

Stand design. Ephemeral design. Modular design. Modular furniture. Commercial design.



TABLA DE CONTENIDOS

CAPÍTULO 1: MARCO TEÓRICO

1. Diseño Comercial	16
2. Visual Merchandising	16
2.1. Historia del Visual Merchandising	16
2.2. ¿Qué es el Visual Merchandising?	17
2.3. ¿Para qué se usa el Visual Merchandising?	17
2.4. Marca	17
3. Diseño de Stand	18
3.1. Diseño Efímero	18
3.2. Manual Expositor	18
3.3. ¿Qué es un Stand	19
3.4. Tipos de Stand	19
3.5. Ejemplos de Stand	19
3.6. Ferias de Exposición	29
3.6.1. Tipos de Ferias	29
4. Diseño de exhibición	30
4.1. Diseño de Escaparates	30
4.2. Punto Focal	31
4.2.1. Recorrido Visual	31
4.3. Montaje de un Stand	32
4.4. Proyecto para una exhibición	32
4.5. El color	34
4.6. Iluminación	36

5. Diseño Modular	38
5.1. Configuración Modular	38
5.2. Diseño de Mobiliario Modular	38
5.3. Ejemplo mobiliario modular	39
5.4. Stands Modulares	40
5.4.1. Ventajas de los Stands Modulares	40
5.4.2. Usos de los Stands Modulares	40
6. Sistemas de Unión	41
6.1. Basada en juntas o empalmes	41
6.2. Basada en Piezas de unión	43
7. Conclusiones capítulo 1	45

CAPÍTULO 2: ANÁLISIS Y HOMÓLOGOS

1. Betero	48
1.1. Trayectoria:	48
1.2. Valor diferencial de Betero:	48
1.3. Branding:	48
1.4. Logo tipo Betero:	48
1.5. Productos:	49
1.6. Libretas Betero según sus tamaños:	49
1.7. Libretas Betero según su tipo de hojas:	51
1.8. Libretas Betero según su Colección:	51
1.8. FODA y Necesidades:	53
2. Ferias a las que asiste Betero	53
2.1. Ferias Locales e Independientes	53



3. Análisis de Homólogos	66
3.1. Homólogo Funcional	66
3.2. Homólogo Formal, Estético y Constructivo:	71
4. Conclusiones capítulo 2	75

CAPÍTULO 3: PROPUESTA DE DISEÑO

1. Briefing	78
1.1. Conceptualización	78
1.2. Ideación y Bocetos	79
2. Bocetos	79
3. Planimetrías	81
4. Renders	99
5. Detalles constructivos	125
6. Fotografías del Prototipo	129
7. Presupuesto	134
8. Conclusiones capítulo 3	137
Bibliografía	138

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1: Stand Adidas de Johanna Becker, Claudia Graupner, Marko Müller

Figura 2: Barbería, Autor: Anónimo

Figura 3: Floristería. Autor: Anónimo

Figura 4: El Visual Merchandising en la moda, autor: anónimo

Figura 5: Stand de Cartón, autor: anónimo

Figura 6: Stand MasterCard, autor: CREATIVE M.I.N.D

Figura 7: Stand Black Princes, autor: Gustavo Pivisan

Figura 8: Stand BMW, autor: Sean Lee

Figura 9: Stand Lineal, (Gabriela Zambrano, 2019)

Figura 10: Stand Esquinero, (Gabriela Zambrano, 2019)

Figura 11: Stand Peninsular, (Gabriela Zambrano, 2019)

Figura 12: Stand Tipo Isla, (Gabriela Zambrano, 2019)

Figura 13: Planta Atelier Markgraph (Broto, 2011)

Figura 15: Stand 1: Atelier Markgraph (Broto, 2011)

Figura 16: Stand 1: Atelier Markgraph (Broto, 2011)

Figura 17: Planta Stand Philips

Figura 18: Stand Philips Licht (Broto, 2011)

Figura 19: Stand Philips Licht (Broto, 2011)

Figura 20: Stand Philips Licht (Broto, 2011)

Figura 21: Stand Philips Licht (Broto, 2011)

Figura 22: Stand Audi (Broto, 2011)

Figura 23: Planta Stand Audi (Broto, 2011)

Figura 24: Stand Audi (Broto, 2011)

Figura 25: Stand Audi (Broto, 2011)

Figura 26: Feria de emprendimientos, España 2017

Figura 27: Feria internacional Sial

Figura 28: Feria local Cuenca - Ecuador

Figura 29: Escaparate Abierto (Elaboración propia E.G)

Figura 30: Escaparate Cerrado (Elaboración propia E.G)

Figura 31: Escaparate Inclinado (Elaboración propia E.G)

Figura 32: Escaparate Vitrina (Elaboración propia E.G)

Figura 33: Escaparate Esquinero (Elaboración propia E.G)

Figura 34: Punto Focal Oreo

Figura 35: Recorrido visual

Figura 36: Montaje de un Stand

Figura 37: Croquis (Morgan, 2008)

Figura 38: Composición (Morgan, 2008)

Figura 39: Repetición (Morgan, 2008)

Figura 40: Pirámide (Morgan, 2008)

Figura 41: Rueda Cromática (Morgan, 2008)

Figura 42: Complementarios (Morgan, 2008)

Figura 43: Color principal y dos terciarios (Morgan, 2008)

Figura 44: Doble complementario (Morgan, 2008)

Figura 45: Análogos (Morgan, 2008)

Figura 46 : Triada (Morgan, 2008).

Figura 47: Monocromáticos (Morgan, 2008)

Figura 48: Medidas de temperatura de color, PrimeDomotics, s.f.

Figura 49: Tipos de iluminación, CONTROL LUMÍNICO E INSTALACIONES

Figura 50: Cuadro de iluminación (Morgan, 2008)

Figura 51: Diseño mobiliario modular, K. Leiva; V. Barrios.

Figura 52: Diseño modular, configuraciones

Figura 53: Sofa modular, Colección Prisma de Alexander Lotersztain para Derlot Editions Furniture

Figura 54: Darmyns Muños, Medellín. s/f

Figura 55: Darmyns Muños, Medellín. s/f

Figura 56: Darmyns Muños, Medellín. s/f

Figura 57: Stand Modular, Grupo Gourmets

Figura 58: Stand Modular, Grupo Gourmets

Figura 59: Stand Microsoft

Figura 60: Empalmes

Figura 61: Empalmes

Figura 62: Naturaleza y descubrimientos

Figura 63: Naturaleza y descubrimientos

Figura 64: Naturaleza y descubrimientos

Figura 65: Naturaleza y descubrimientos

Figura 66: Naturaleza y descubrimientos

Figura 67: Piezas de union / Plataforma arquitectura

Figura 68: Piezas de union / Plataforma arquitectura

Figura 69: Logotipo e Isotipo Betero

Figura 70: Tamaños libretas Betero

Figura 71: Tipos de Hojas Betero

Figura 72: Colección Alberto Mont

Figura 73: Colección Miti Miti

Figura 74: Colección Paula Barragan

Figura 75: Colección Urku



Figura 76 : Colección Pepa Ilustradora

Figura 77: FODA Betero

Figura 78: Componentes feria Guayaquil

Figura 79: Stand Betero Feria del Libro Guayaquil 2019

Figura 80: Stand Betero feria del libro Guayaquil.

Figura 81: Centro de convenciones Guayaquil.

Figura 82: Planta Feria de Guayaquil

Figura 83: Eventos tus 5 sentidos, 5 espacios.

Figura 84: Componentes feria de Quito

Figura 85: Feria La Caricshina, stand Betero

Figura 86: Feria La Carishina

Figura 87: Patio Exterior

Figura 88: Patio Interior

Figura 89: Hall central (Espacio intervención)

Figura 90: Planta Feria de Carishina

Figura 91: Componentes feria Grand Bazaar

Figura 92: Scala Shopping, Cumbayá

Figura 93: Stand Betero, Grand Bazaar

Figura 94: Planta Feria Grand Bazaar

Figura 95: Componentes feria MADI

Figura 96: Centro Metropolitano

Figura 97: Stand Bertero

Figura 98: Stand Bertero

Figura 99: Planta Centro Metropolitano Quito

Figura 100: Planta de la Feria MADI

Figura 101: Cuadro de Ferias Independientes

Figura 102: Stand Mandioca

Figura 103: Planta Stand Mandioca

Figura 104: Elevaciones Stand Mandioca

Figura 105: Axonometría Stand Mandioca

Figura 106: Stands Mandioca

Figura 107: Distribución stand Mandioca

Figura 108: Organigrama Mandioca

Figura 109: Organigrama distribución

Figura 110: Estantería

Figura 111: Build By MOVISI

Figura 112: Pieza Build

Figura 113: Formato General

Figura 114: Configuración modular Movisi

Figura 115: Sistema de Anclaje

Figura 116: Sistema de Anclaje

Figura 117: Detalle constructivo

Figura 118: Axonometría Detalle constructivo

Figura 119: Poliestireno Expandido

Figura 120: Feria Munich, BMW

Figura 121: Tienda ONU Nueva York

Figura 122: Cromática aplicada Build

Figura 124: Usos Build by MOVISI

Figura 125: Conceptualización

Figura 126: Bocetos

Figura 127: Bocetos

Figura 128: Renders

Figura 129: Renders

Figura 130: Renders

Figura 131: Renders

Figura 132: Renders

Figura 133: Renders

Figura 134: Renders

Figura 135: Renders

Figura 136: Renders

Figura 137: Renders

Figura 138: Renders

Figura 139: Renders

Figura 140: Renders

Figura 141: Renders

Figura 142: Renders

Figura 143: Renders

Figura 144: Renders

Figura 145: Renders

Figura 146: Renders

Figura 147: Renders

Figura 148: Renders

Figura 149: Renders

Figura 150: Renders

Figura 151: Renders

Figura 152: Renders

Figura 153: Fotografía del prototipo

Figura 154: Fotografía del prototipo

Figura 155: Fotografía del prototipo

Figura 156: Fotografía del prototipo

Figura 157: Fotografía del prototipo



ÍNDICE DE TABLAS

- Tabla 1: Ficha Feria del libro Guayaquil
- Tabla 2: Ficha Feria Quito
- Tabla 3: Feria Grand Bazaar
- Tabla 4: Feria MADI
- Tabla 5: Cuadro de Ferias
- Tabla 6: Stand Mandioca
- Tabla 7: Propiedades de Material Poliestireno Expandido empresa Plastex Ecuador
- Tabla 8: Presupuestos del proyecto Stand 1
- Tabla 9: Presupuestos del proyecto Stand 2
- Tabla 10: Presupuestos del proyecto Stand 3
- Tabla 11: Presupuestos del proyecto Stand 4
- Tabla 12: Factura Plastex Ecuador (precio módulo)



Cláusula de licencia y autorización para publicación en el Repositorio Institucional

Esteban Santiago González Toalongo en calidad de autor/a y titular de los derechos morales y patrimoniales del trabajo de titulación "**Propuesta de diseño de stands basada en módulos intercambiables para la promoción de agendas de la marca Betero**", de conformidad con el Art. 114 del CÓDIGO ORGÁNICO DE LA ECONOMÍA SOCIAL DE LOS CONOCIMIENTOS, CREATIVIDAD E INNOVACIÓN reconozco a favor de la Universidad de Cuenca una licencia gratuita, intransferible y no exclusiva para el uso no comercial de la obra, con fines estrictamente académicos.

Asimismo, autorizo a la Universidad de Cuenca para que realice la publicación de este trabajo de titulación en el repositorio institucional, de conformidad a lo dispuesto en el Art. 144 de la Ley Orgánica de Educación Superior.

Cuenca 13 de enero de 2022



Esteban Santiago González Toalongo

C.I: 0104525670



Cláusula de Propiedad Intelectual

Esteban Santiago González Toalongo, autor/a del trabajo de titulación **“Propuesta de diseño de stands basada en módulos intercambiables para la promoción de agendas de la marca Betero”**, certifico que todas las ideas, opiniones y contenidos expuestos en la presente investigación son de exclusiva responsabilidad de su autor/a.

Cuenca 13 de enero de 2022

Esteban Santiago González Toalongo

C.I: 0104525670



OBJETIVO GENERAL

Realizar el diseño de stand para la empresa Betero, generando una propuesta modular que se acople a las diferentes necesidades espaciales según a la feria que acuden, para mostrar un stand de diseño innovador y que sea reutilizable para años posteriores gracias a la modulación de sus elementos y así abaratar costos de inversión.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Realizar un respectivo levantamiento de información sobre la historia del diseño comercial y stand en el mundo contemporáneo, utilizando libros de diseño que nos permita guiar de una manera adecuada la visión del proyecto, acentuando bases en lo que se refiere al mejoramiento del usuario.
- Presentación de una justificación funcional sobre la necesidad de un stand para Betero, análisis espacial de ferias a las que asiste la empresa para plantear el área requerida, analizar homólogos y plantear un diagnóstico para el proyecto.
- Realización en primera instancia del diseño de stand mediante bocetaje, y elaboración conceptual y funcional del espacio a diseñar, producción de renders hiperrealistas, presupuestos y conclusiones sobre el proyecto.



INTRODUCCIÓN

A medida que aumenta el posicionamiento de las marcas en internet y en plataformas digitales, las empresas olvidan la importancia que tienen las tiendas y espacios físicos para causar en el cliente una experiencia diferente, lo que nos lleva a recordar el valor que estos lugares representan y a su vez la ayuda que generan en la creación de la identidad de marca.

El consumidor actual está altamente capacitado como para reconocer la diferencia entre una experiencia favorable o no; hoy más que nunca los espacios físicos deben estar orientados a no solo vender, sino a ofrecer un descubrimiento de la marca.

En esta tesis nos enfocaremos en los Stands, que son espacios identificadores de cada empresa que acoge a los visitantes, ya sea en ferias de exposición o lugares fijos de centros comerciales, en

donde se realizan negociaciones comerciales. Para esto empezaremos analizando lo que es el Visual Merchandising, y veremos la importancia de generar una estrategia temprana que permita a la marca mostrar sus valores de una manera tangible y culminando en un proceso de diseño personalizado para Betero haciendo énfasis en las necesidades físicas y de diseño de la empresa. (Blanco, 2019)



DEDICATORIA

Dedico este trabajo a mi familia, el mayor apoyo que he tenido a lo largo de mi vida académica, especialmente a mis padres quienes forjaron mi mente y mi alma, sin ellos nada sería posible; a mis maestros por enseñarme sus conocimientos y ser indispensables en mi formación; a mis amistades por ser quienes hicieron de esta etapa de mi vida llevadera y gratificante, gracias por formarme a lo largo de mi vida universitaria y mostrarme el camino hacia la grandeza.

De manera especial esta tesis va dedicada a mis padres, Keila, Santiago, a mi segundo padre Francisco, mi hermano Bernardo y a mi mejor amigo Kevin, quien estuvo en cada tropiezo y acierto junto a mi. Todo esto lleva su nombre inscrito entre los párrafos de estas hojas.



AGRADECIMIENTOS

Doy las gracias a quién ha estado presente en la etapa en que esta tesis fue escrita, por apoyarme con consejos y energía de todo tipo.

Agradezco a mi mismo por ser mi mayor crítico en la vida, por permitirme mostrarme como realmente soy en cada reto de la vida y finalmente a Dios, por alimentar mi conciencia, pensamiento y espíritu con luz.



CAPÍTULO 1: MARCO TEÓRICO

Los que se enamoran de la practica sin la teoria son como los pilotos sin timón ni brújula, que nunca podrán saber a dónde van.

Leonardo Da Vinci

CAPÍTULO 1

Marco Teórico

1. Diseño Comercial

El diseño comercial es utilizado para la visualización de una marca, esta puede ser de cualquier tipo: servicio o producto, y tiene la finalidad de facilitar los procesos de compra y de fidelización de los clientes hacia una empresa; lo que ha llevado al desarrollo personalizado para cada una de las marcas que se encuentran en el mercado. (Mesher, 2011)

En el área del diseño de interiores, es recurrente que se contrate a especialistas en el área para elaborar una propuesta que cumpla las necesidades que una marca requiere y que ayude a comunicar la visión de la misma; para esto, existe un proceso creativo que involucra el conocimiento sobre varios temas de diseño como: Visual Merchandising, diseño de escaparates entre otros.



Figura 1: Stand Adidas de Johanna Becker, Claudia Graupner, Marko Müller

2. Visual Merchandising

2.1. Historia del Visual Merchandising

El Visual Merchandising surge en el siglo XIX en Europa cuando los comercios pequeños sienten la necesidad de mostrar sus productos creativamente, esto influye directamente en establecimientos como cafeterías, las cuales al buscar atraer a clientes, migran su mobiliario como mesas y sillas al exterior del local para cautivar a los transeúntes con el aroma del café, o las floristerías, que colocan sus arreglos florales en las entradas de sus locales para que el aroma de las rosas detenga a las personas de paso, otro ejemplo más distinguido son las barberías que no solo piensan en la configuración estratégica del mobiliario sino en la estructura de su local, esto se ve reflejado en la aparición de amplios vitrales que apuntaban a las calles para que las personas al pasar puedan ver la manera de operar al barbero.

Estas estrategias no solo se remiten a estos negocios en específico, sino a muchos otros que ven la necesidad de innovar en la venta de su producto o servicio, apuntando a las emociones del consumidor. (Morgan, 2008)



Figura 2: Barbería, Autor: Anónimo



Figura 3: Floristería. Autor: Anónimo

En 1840 surge una tendencia que llevaría al arte a asumir los procesos de ideación de los escaparates de varias tiendas, se los conceptualiza como amplios escenarios al estilo de Broadway, y artistas como Salvador Dalí serían los encargados de mostrar una mirada más elaborada de lo que se coloca detrás de una vitrina; más tarde estas tendencias llegarían a Estados Unidos, en donde personajes como Andy Warhol se incrustarían en estas tendencias, y con ello, el nacimiento de varias tiendas de ropa como: Macy's, Marshall Field's, Bloomingdale's, entre otras. Los escaparates evolucionan rápido, y empresarios como el estadounidense Gordon Selfridge dueño Marshall Field's emigra a Londres, donde se plantea construir un emporio empresarial a raíz de las necesidades de los consumidores, sin saberlo estaría desatando una tendencia en el mundo de los escaparates.

Con los años las vitrinas fueron siendo cada vez más elaboradas, para la década de 1920 ya se usaban luces en para iluminar a los productos que se colocaban en los exhibidores, años atrás era impensado hacer un gasto en iluminación para objetos, e incluso estas se dejaban prendidas toda la noche, a la vista de las personas que salían de sus trabajos, se empezó a usar mobiliario para agregar contexto a los productos, incluso con el paso de los años se remplazaron a los maniqués de las vitrinas, para exhibir fotografías gigantes de celebridades y figuras públicas. Con esto se ve la necesidad de enfocar grandes presupuestos para campañas de marketing, las cuales destinan sus energías en publicidad de gran costo. (Morgan, 2008)

2.2. ¿Qué es el Visual Merchandising?

El Visual Merchandising es una herramienta que permite a las empresas mostrar su producto o servicio de una manera diferente al consumidor, esto con el fin de generar impacto visual, aumentar el rendimiento comercial y fomentar las ventas. No se debe sobreestimar la capacidad que tiene el impacto visual de un producto y la manera en que se muestra. El Visual Merchandising puede contar historias, e inspirar a los consumidores a una compra efectiva. (Morgan, 2008)

El Visual Merchandising ayuda a que un cliente se haga la idea visual de cómo es tu marca, es la primera impresión que los espectadores, compradores y futuros clientes de tu producto o servicio. También es importante saber manejarlo de una manera adecuada, las primitivas ideas de lo que es un escaparate, quedaron en el pasado, hoy en día detrás de cada vitrina existe un estudio previo y análisis que nos ayudan a cautivar cada vez mejor a los clientes.

2.3. ¿Para que se usa el Visual Merchandising?

No es fácil medir el éxito que tienen los escaparates en las tiendas, no podemos esperar que una vitrina bien organizada resuelva los problemas económicos de una marca, el Visual Merchandising no se mide a corto plazo; un escaparate puede generar ventas que posiblemente estén dadas por el trabajo del departamento de ventas de un establecimiento. El Visual Merchandising es una forma de posicionarse en las mentes de los consumidores y sus beneficios se muestran a largo plazo, gracias a esto se puede educar al cliente y hacerle saber que una marca cuenta con una forma coherente de mostrar sus productos, se establece una relación benéfica con los clientes para con la marca. (Morgan, 2008)

2.4. Marca

La Marca en un factor sumamente importante si hablamos de visual merchandising, esta ayuda a impulsar el producto y ayuda a generar prestigio en los compradores y clientes, esta debe estar enfocada en base a su producto y su público objetivo; es casi un asunto psicológico antes que de diseño. (J. Costa, 2004)

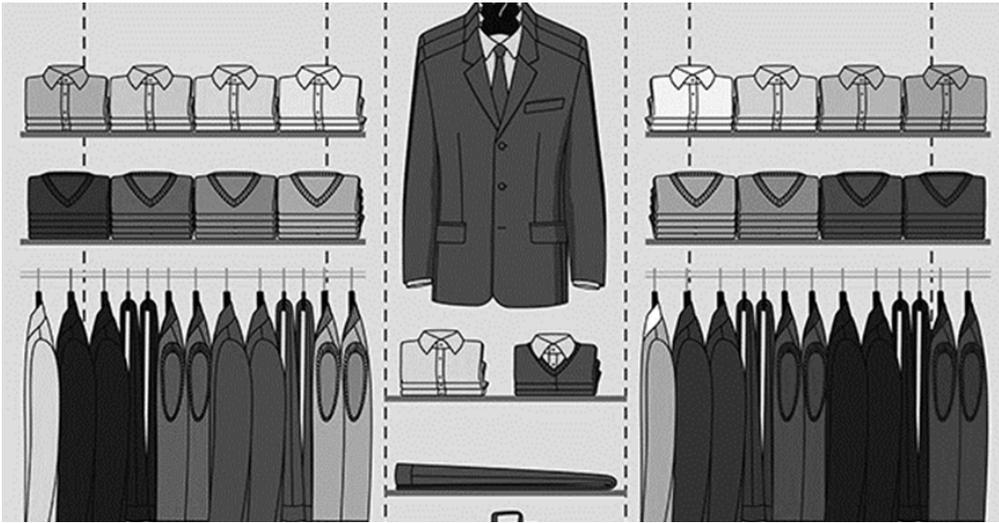


Figura 4: El Visual Merchandising en la moda, autor: anónimo

3. Diseño de Stand

“En el mercado actual, saturado por los medios de comunicación y el diseño, la imagen de una empresa resulta tan crucial para su éxito como la calidad del producto o servicio que ofrece”. (Broto, 2011)

El mercado exige que las empresas canalicen sus fuerzas y creen una presencia adecuada para sus marcas en ferias de muestra mediante el diseño de stand, es decir un foco de captación que les permita sobresalir de sus competidores y atraer a los clientes. Esto ha llevado a varias compañías a buscar y contratar los servicios de los arquitectos y diseñadores más destacados del sector para que construyan sus stands. (Minguet, 2011)

El diseño de stands resulta ser un reto para arquitectos y diseñadores ya que se busca plasmar la esencia de una marca en un espacio y tiempo mucho más reducido, lo que los lleva a innovar y plantear soluciones poco convencionales a lo que se refiere al diseño.

Un stand debe tener el equilibrio entre diseño creativo y limpio que pueda servir de reflejo para los productos y la imagen corporativa.

3.1. Diseño Efímero

El diseño efímero proviene de la misma palabra “efímero: Pasajero, de corta duración ” (Real Academia Española, 2020), es decir un diseño pensado para un periodo de tiempo corto, que será utilizado por única vez, cambiante. Este tipo de propuestas de diseño efímero se encuentran comúnmente en el diseño de stands y diseño social, cumple la función estar presente por pocas horas o días.

3.2. Manual de Expositor

El manual de expositor es un documento que se le proporciona a cada marca que cuente con un stand dentro de una feria, este sirve para guiar de una manera ordenada el montaje y desmontaje del stand, también contiene los lineamientos que la feria establece para dar a conocer las limitantes que la feria tiene. En este documento se encuentra información como: hora de montaje, hora de desmontaje, reglas y condicionantes que cada expositor debe cumplir.



Figura 5: Stand de Cartón, autor: anónimo

3.3. ¿Qué es un Stand?

El stand es un espacio identificador de cada empresa en el cual se realizan toda clase de actividades de comercio, estas pueden ser exhibición, venta, posicionamiento, entre otras. Un stand es un punto de visualización no sólo de un producto sino también de una marca y en él se ven reflejados varios de los aspectos de una empresa. (Mola, 2010)

3.4. Tipos de Stand

Según su contexto

Existen varios tipos de stand que según su contexto tienen diferentes finalidades, las cuales van directamente relacionadas con la marca para la cual están diseñados, como, por ejemplo:

- **Stand Informativo:** Este tipo de stand está dedicado netamente a dar información sobre un servicio, difícilmente se encuentra un stand informativo que esté orientado a un producto, por lo general es todo lo contrario.



Figura 6: Stand MasterCard, autor: CREATIVE M.I.N.D

- **Stand Comercial:** Este tipo de stands se enfocan en vender un producto, o servicio, están ahí para generar ganancias monetarias y es importante que el producto o servicio esté inmerso de la mejor manera para facilitar los procesos de compra.



Figura 7: Stand Black Princes, autor: Gustavo Pivisan

- **Stand de Exhibición:** Este tipo de stands está enfocados en mostrar su producto o servicio, sin embargo, también se pueden llevar a cabo transacciones comerciales dentro de él, en su mayoría están involucrados, negocios del sector automovilístico y de la construcción.



Figura 8: Stand BMW, autor: Sean Lee

Stands según su posicionamiento

El diseño de un stand depende directamente de su ubicación dentro de un espacio determinado, esto está relacionado con las ferias a las que una marca asiste, ya que, según su ubicación, la cual previamente es analizada, se comienza con el diseño para la ejecución. Existen varias disposiciones sobre las cual se puede ubicar en stand, entre las que encontramos:

- **Stand Lineal:** Este tipo de stand se caracteriza por estar adosado a los tres lados, dejando solamente un frente.

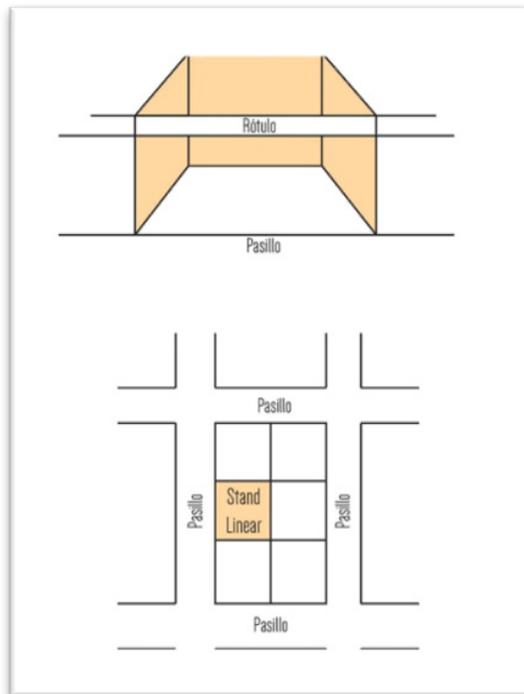


Figura 9: Stand Lineal, (Gabriela Zambrano, 2019)

- **Stand Esquinero:** Este tipo de están se caracteriza por ubicarse un espacio con dos frentes y con dos lados adosados.

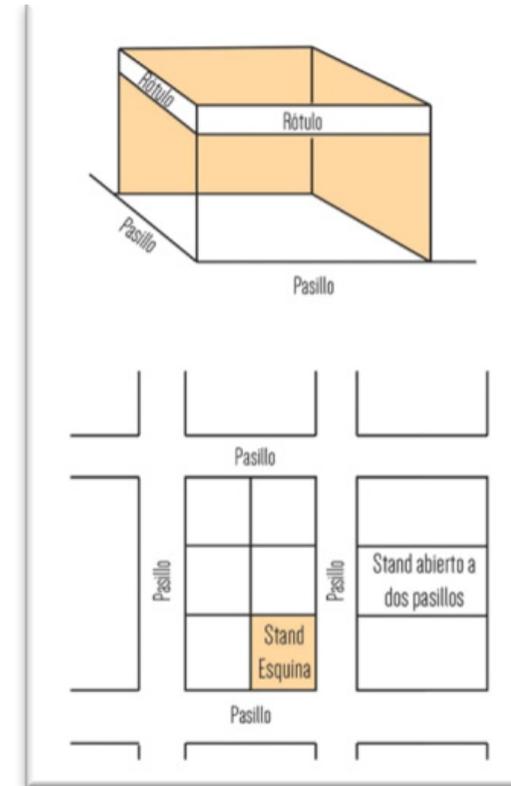


Figura 10: Stand Esquinero, (Gabriela Zambrano, 2019)

- **Stand Peninsular.** Este stand tiene la ventaja de contar con solamente un adosamiento y tres frentes, en este tipo de stands es posible que los transeúntes entren por cualquiera de los tres lados, por lo que el diseño de circulación para a un primer plano.

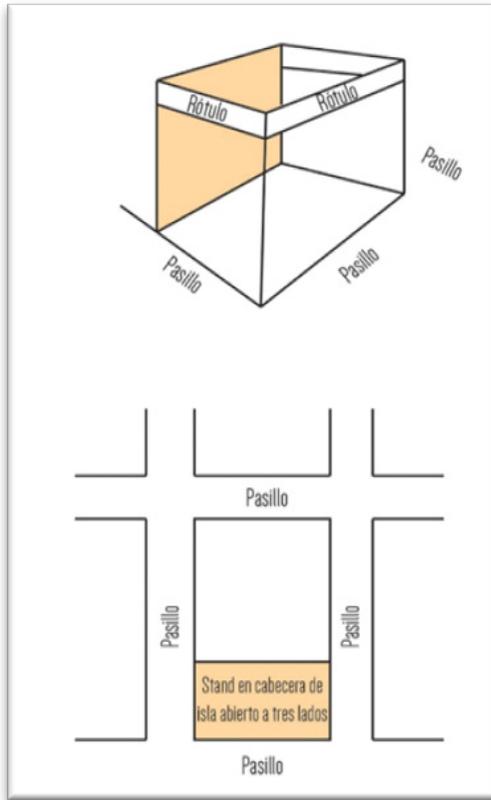


Figura 11: Stand Peninsular, (Gabriela Zambrano, 2019)

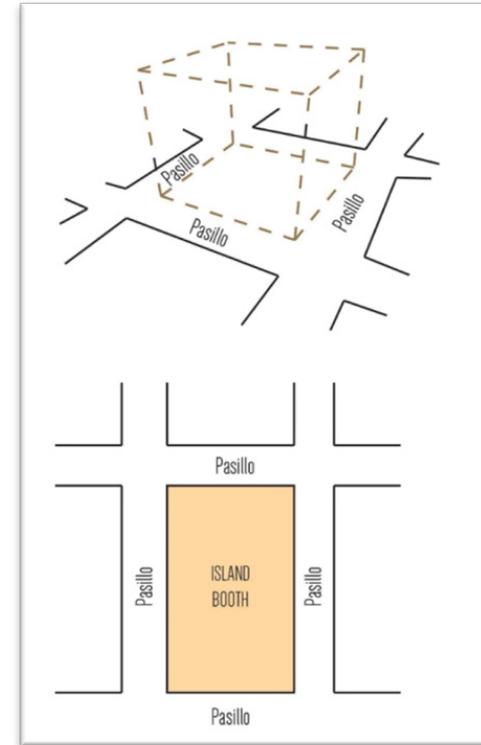


Figura 12: Stand Tipo Isla, (Gabriela Zambrano, 2019)

- **Stand Tipo Isla:** Este tipo de stand no cuenta con ningún adosamiento, por lo que sus cuatro frentes están libres y funcionan como accesos, este suele estar ubicado en un punto estratégico de la feria en el cual es visible para todos los visitantes, también demanda mayor costo de producción y un diseño mas elaborado en su fachada.

3.5. Ejemplos Stands

Acontinuación se presentan tres ejemplos de stands encasillados en algunos de los análisis vistos previamente: Stands según su contexto y stands según su posicionamiento.

Ejemplo 1: Stand Atelier Markgraph Tipo Isla

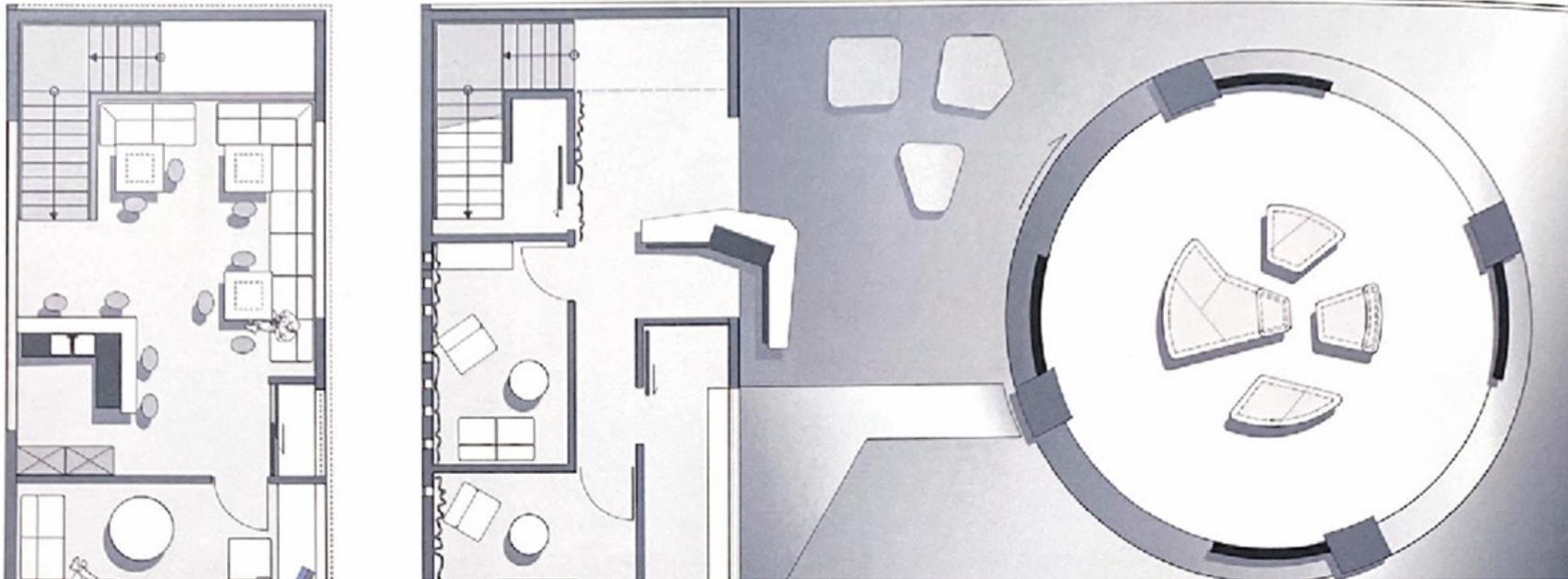


Figura 13: Planta Atelier Markgraph (Broto, 2011)

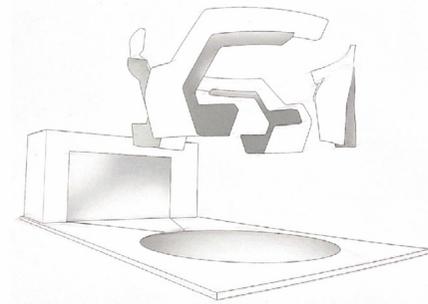
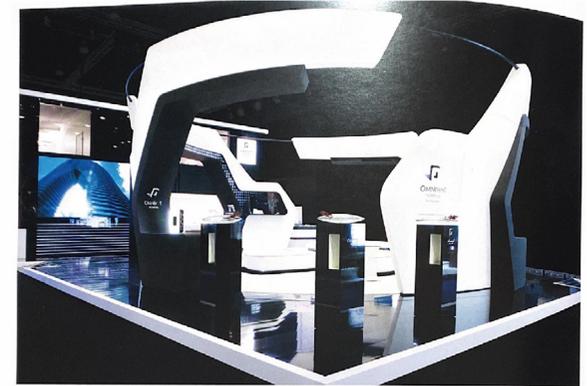
El siguiente stand tiene un posicionamiento tipo isla el cual está enfocado en brindar información; como se puede visualizar en su planta no tiene adosamiento en ninguna de sus vistas y cuenta con dos plantas como se muestra en la imagen, en él se genera espacios enfocados para propósito del mismo.



Figura 14: Stand 1: Atelier Markgraph (Broto, 2011)



Figura 15: Stand 1: Atelier Markgraph (Broto, 2011)



A medida que la plataforma central giraba, cada segmento se proyectaba como una imagen fija en la pantalla central de alta resolución, situada en el lado opuesto.

Figura 16: Stand 1: Atelier Markgraph (Broto, 2011)

Ejemplo 2: Stand Philips Tipo Esquinero

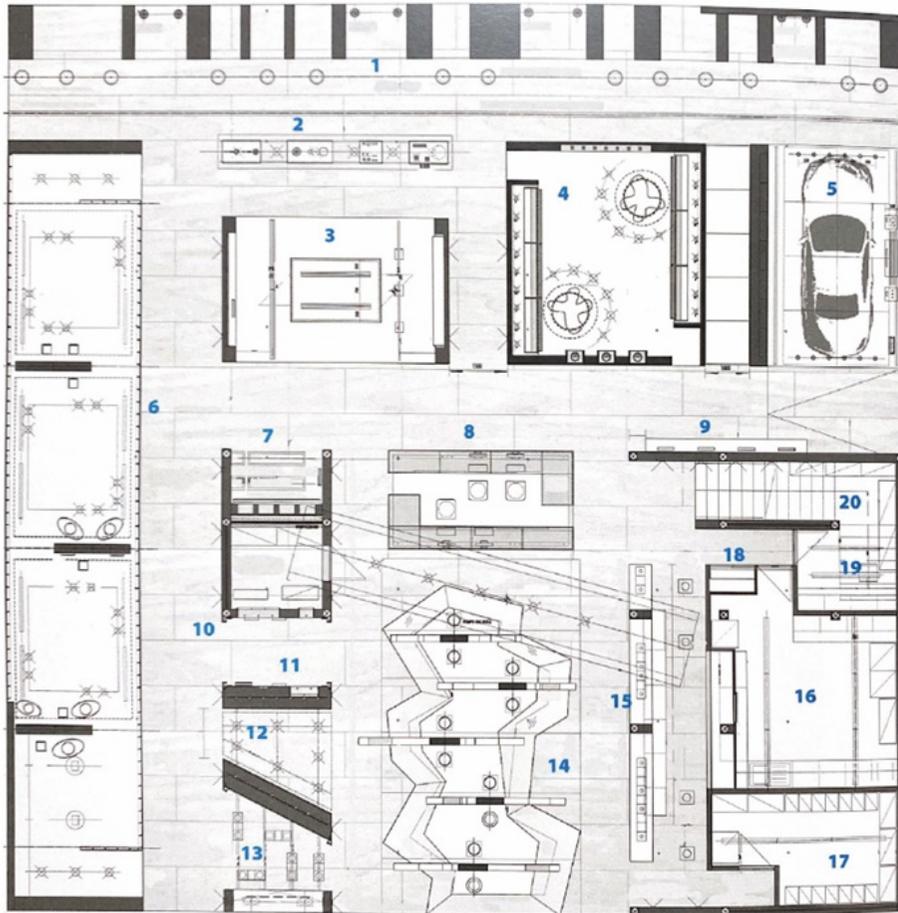


Figura 17: Planta stand Philips (Brito, 2011)

1. Big X
2. Estaciones de productos
3. Supermercado y tienda self-service
4. Tienda de moda
5. Coche iluminado
6. Sala master color
7. Librería
8. Mostrador de información
9. Infocenter
10. Grandes almacenes
11. Tienda electrónica
12. Tienda de cosméticos
13. Tienda de deportes.
14. Patio
15. Cafetería
16. Catering
17. Almacén
18. Guardarropa
19. Oficina
20. Técnica

El segundo ejemplo es una muestra clara de un stand esquinero o con adosamiento a dos de sus lados, el propósito de este stand es de exhibición ya que no está enfocado en la venta ni en brindar información. En él se pueden visualizar varias instancias en las que el producto actúa para el muestreo de sus características.



Figura 18: Stand Philips Licht (Broto, 2011)



Figura 19: Stand Philips Licht (Broto, 2011)



Figura 20: Stand Philips Licht (Broto, 2011)



Figura 21: Stand Philips Licht (Broto, 2011)

Ejemplo 3: Stand Audi Tipo Península

El tercer ejemplo es un stand con posicionamiento peninsular, es decir tiene adosamiento solamente a uno de sus lados. Este stand está dedicado a la exhibición, de su producto y está enfocado en potenciar su muestra.

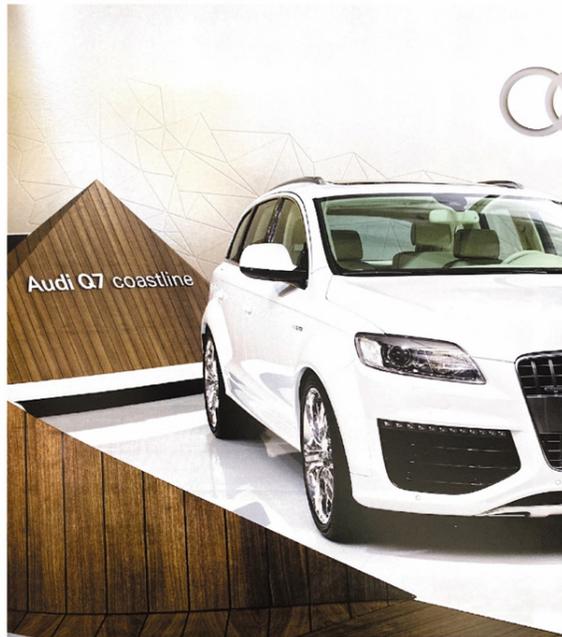


Figura 22: Stand Audi (Broto, 2011)

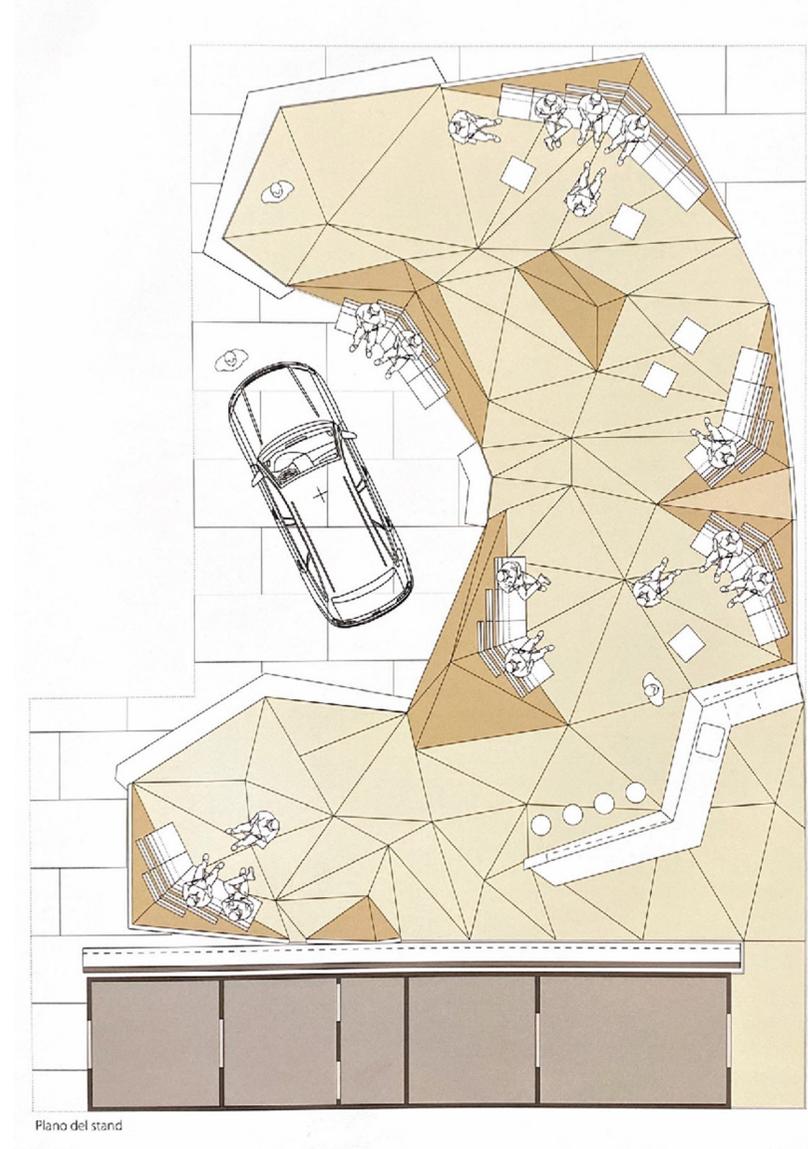


Figura 23: Planta Stand Audi (Broto, 2011)



293

Figura 24: Stand Audi (Broto, 2011)

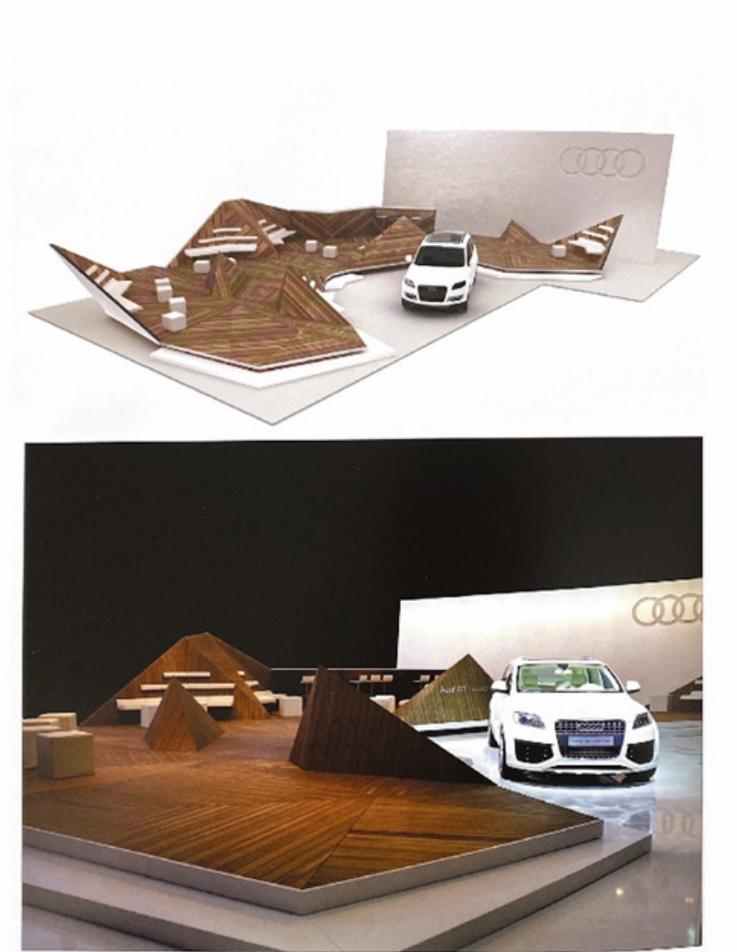


Figura 25: Stand Audi (Broto, 2011)

3.6. Ferias de Exposición

Las ferias de exposición son espacios destinados a la muestra de marcas de toda índole, estas por lo general tienen un tiempo limitado y se realizan con recurrencia año tras año. En ellas podemos encontrar varios espacios destinados para la realización de los diferentes puntos de focales de cada marca, los cuales suelen tener diferenciaciones; también podemos encontrar diferentes tipos de ferias, las cuales se categorizan por ubicación y alcance. (Kirchner, 1994)



Figura 26: Feria de emprendimientos, España 2017

3.6.1 Tipos de Ferias

Las ferias pueden ser de varios tipos, sin embargo, el enfoque de la feria puede tener una amplia variación, como, por ejemplo: ferias de autos, ferias de construcción, ferias de emprendimientos, ferias de diseño, ferias de tecnología, entre muchas otras.

Ferias según su la actividad: Estas ferias se categorizan por su público de destino, estas pueden ser empresariales, independientes, emprendimientos y eventos.

Ferias según su alcance: Estas están directamente relacionadas con su trascendencia y el público que acoge, pueden ser locales, nacionales o internacionales.



Figura 27: Feria internacional Sial, Paris 2018



Figura 28: Feria local Cuenca - Ecuador

4. Diseño de exhibición

Con la llegada del Visual Merchandising en la década de 1980 las tiendas empiezan a enfocar tanta energía en el diseño de sus exhibidores como en el de sus colecciones, se desarrolla una corriente comercial por generar un contexto único en relación interior y producto; arquitectos, interioristas, carpinteros, mercadólogos, empiezan a trabajar con un solo objetivo, vincular todos los aspectos del Visual Merchandising. (Morgan, 2008)

El objetivo de principal del diseño de una tienda o stand es integrar los espacios y presentar un lugar, acogedor que sea funcional y en el cual sobresalgan los productos a la venta, esto depende principalmente de los artículos en relación a las ideologías de la marca; una estrategia exitosa es la que presenta todos los elementos mencionados anteriormente.

4.1. Diseño de Escaparates

El escaparate es solamente una parte de la exhibición de una tienda, este cumple diferentes necesidades según el espacio que se disponga para exhibir los productos, y existen diferentes tipos de escaparates exteriores que están categorizados por su disposición como: (Morgan, 2008)

Escaparate Abierto: Este tipo de escaparate no contiene pared trasera, esta puede estar ubicada en los costados, es factible para mostrar el interior de la tienda, estos se pueden ver tanto del exterior como del interior de la tienda.



Figura 29: Escaparate Abierto (Elaboración propia E.G)

Escaparates Cerrados: Son los que cuentan con vitrinas que se muestran con un fondo que obstaculiza la mirada del interior de la tienda, en este caso, el producto que se muestra cobra más relevancia.



Figura 30: Escaparate Cerrado (Elaboración propia E.G)

Escaparates inclinados: Este tipo de escaparate da el efecto de un "embudo" para atraer el cliente, esto permite que el espectador se detenga frente a la vitrina por consecuente la vista de su producto en exhibición



Figura 31: Escaparate Inclinado (Elaboración propia E.G)

Escaparate Vitrina: Este tipo de escaparates están guiados a las tiendas y comercios que se dedican a comerciar elementos pequeños como libros, joyas, relojes, entre otros. Por lo general suelen estar ubicados a la altura de la vista y no se colocan de piso a techo, permite que el espectador se acerque a distancias muy pequeñas para ver lo que contiene.



Figura 32: Escaparate Vitrina (Elaboración propia E.G)

Escaparate Esquinero: Este tipo de escaparate se utiliza para tiendas que cuentan con dos lados frontales, por lo general están guiados a tiendas que cuentan con presupuestos amplios como para contar con espacio suficiente que permita tener una tienda con dos frentes



Figura 33: Escaparate Esquinero (Elaboración propia E.G)

4.2. Punto Focal

El punto focal es un espacio destinado a llamar la atención de los clientes, este está diseñado estratégicamente para causar una sensación en quien lo mira, siendo una gran estrategia de ventas que ayudan a aumentar el tráfico de un producto.



Figura 34: Punto Focal Oreo

4.2.1. Recorrido Visual

El punto focal también puede ayudar a generar una trayectoria de la vista, enviando toda la atención del consumidor hacia un producto en específico, esta trayectoria se llama **recorrido visual**.

La trayectoria visual está directamente relacionada con la composición de la exhibición y tiene varios factores que atribuyen al mejoramiento de la misma como: Color, composición, equilibrio óptico, iluminación, etc.



Figura 35: Recorrido visual

4.3. Montaje de un Stand

Antes de empezar a diseñar un Stand el Visual Merchandiser debe tener ciertos conocimientos que lo ayudarán al montaje del mismo, algunos son conocimientos básicos, pero otros se adquieren con la experiencia. Existen varios elementos que ayudan a que un escaparate sea completamente funcional, como: (Morgan, 2008)

Paredes Falsas de Madera: El beneficio que traen las paredes resistentes ayudan a tener un telón de fondo opaco que se pueda acoplar al estilo del escaparate, es decir, se pueden forrar, pintar o incluso atornillar.

Pisos Falsos: Los pisos falsos de madera son fáciles de colocar y cubrir, se los puede forrar con alfombras, telas o moquetas, entre otras. La posibilidad de alterar un piso de cemento también puede funcionar en ciertos casos, estos se pueden pintar y recubrir con moquetas, pero hay que tener en cuenta que estos serán más difíciles de perforar y de anclar, sin embargo en la totalidad de ferias se prohíbe alterar el espacio con este tipo de modificaciones en pisos y paredes.

Mallas en Techos Falsos: Las mallas no ayudan a la sujeción de artículos varios como, lámparas, maniqués, carteles y muchos otros artículos, teniendo en cuenta que no se estropea el techo original del local y evita la perforación con tornillos o clavos.

Puertas Ocultas: Las puertas ocultas son necesarias para los escaparates cerrados ya que ayudan a la seguridad de los artículos que se encuentran dentro, idealmente se las coloca en los laterales para evitar su visibilidad en el fondo. Se recomienda disponer de cerraduras de buena calidad.

Iluminación: La correcta iluminación de un escaparate es lo que va a ayudar a distinguirlo de una ejecución exitosa o no, de por sí sola, la iluminación ayuda a atraer al consumidor o cliente, y es de los puntos más relevantes del Visual Merchandising.

Tomas Eléctricas: Las tomas eléctricas siempre serán necesarias en los escaparates, y es recomendable mantenerlas ocultas a simple vista, también es aconsejable hacer instalaciones de tomas eléctricas en el techo para necesidades posteriores.

Sistema de extinción de incendios: Los accidentes con el fuego y los escaparates es algo que suele darse en ciertas circunstancias, es por eso que se debe anticipar ante esta clase de incidentes y realizar instalaciones de emergencia como extintores o rociadores contra incendios. (Morgan, 2008)



Figura 36: Montaje de un Stand

4.4. Proyecto para una exhibición

Después de elegir la mercadería, accesorios y tema general de un stand, la persona encargada de realizar el Visual Merchandising deberá tener en cuenta otros aspectos relevantes para el montaje del mismo, a continuación, analizaremos cada uno de ellos. (Grimley, 2009)

Croquis: La primera preconcepción del stand se lo realiza con un esquema o boceto preliminar, este puede ser un dibujo muy esquemático para ver temas de distribución y así poder comprobar la presentación del mismo, para esta instancia es necesario contar con bocetos simples para después pasar a un esquema más realista, que se lo elabora con programas de diseño como CAD o Photoshop. (Morgan, 2008)

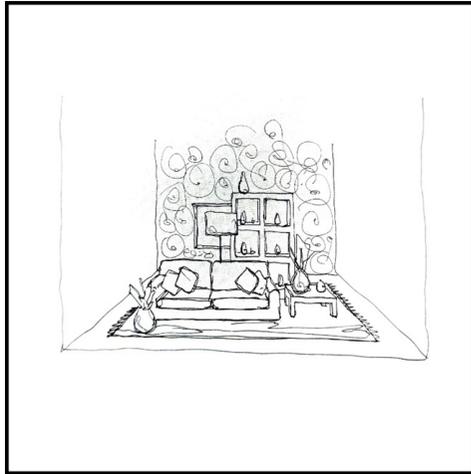


Figura 37: Croquis (Morgan, 2008)

Composición: Existen muchas normas de composición que se utilizan para realizar una exhibición, por lo general estas normas están preestablecidas para guiar el recorrido de la vista de los transeúntes; hay que tener en cuenta que muchas de estas reglas se pueden romper, si se tiene la debida experiencia, los grandes Visual Merchandisers suelen romper estas reglas para generar una sensación extra en el consumidor, sin embargo, no es recomendable abusar de este recurso.

• **Punto Focal:** Como vimos anteriormente el punto focal se puede resumir como el objeto principal al que se quiera guiar la vista del comprador; se puede tener dos puntos focales, dependiendo del tamaño de la exhibición, y este se debe situar levemente por debajo de la mirada de los espectadores.

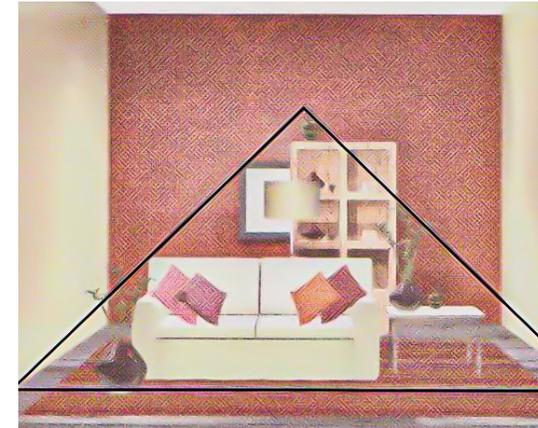


Figura 38: Composición (Morgan, 2008)

• **Equilibrio Óptico:** Cuando hablamos de equilibrio en el Visual Merchandising nos referimos a la composición estética funcional, es decir que conste con los elementos exactos para su exposición; existen dos tipos de equilibrios: equilibrio informal o asimétrico y equilibrio formal o simétrico, en el primero se usan elementos idénticos para formar imágenes idénticas, y en cambio el segundo usa elementos distintos, pero con un mismo peso visual en presencia. (Morgan, 2008)

Agrupaciones: Las agrupaciones pueden ser de dos tipos:

• **Agrupación en pirámide:** La agrupación en pirámide es una forma muy práctica de mostrar exhibiciones tanto interiores como exteriores, esta forma de distribución se basa en la jerarquización de los productos. Teniendo en cuenta su posición preferencial.

• **Agrupación por repetición:** Esta forma de disposición es comúnmente usada por Visual Merchandisers más experimentados, el reto está en mostrar un grupo de artículos y repetir el mismo grupo junto al mismo, en esta forma de agrupación es más difícil destacar un producto por lo que se debe jugar con colores iluminación y demás elementos para lograr el enfoque adecuado. (Morgan, 2008)

La Rueda Cromática: "A finales del siglo XVII, y principios del XVIII Isaac Newton creó la primera rueda cromática. Mediante un prisma, descompuso la luz solar en varios tonos para crear un espectro de color." (Morgan, 2008)

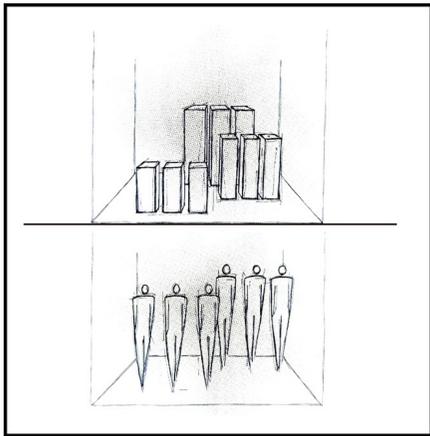


Figura 39: Repetición (Morgan, 2008)

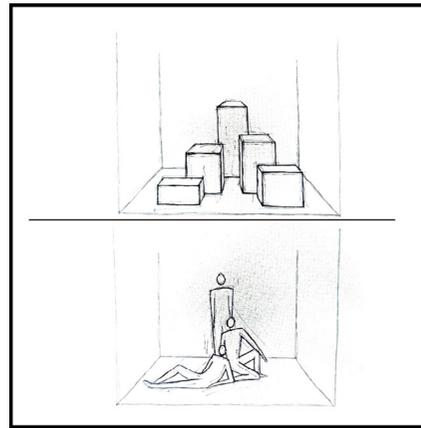


Figura 40: Pirámide (Morgan, 2008)

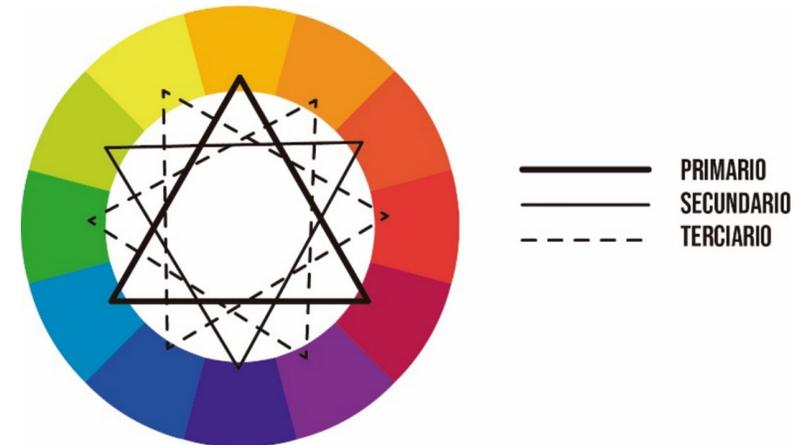


Figura 41: Rueda Cromática (Morgan, 2008)

4.5. El Color

El color juega un papel fundamental en el diseño, es el medio de comunicación si se lo usa de la manera adecuada, este aporta dramatismo y es uno de los recursos más baratos al momento de la ejecución.

El color puede ser usado de varias maneras como: pintura, telas, texturas, e incluso en la iluminación; pero es fundamental saberlo adecuar a lo que queremos exponer.

El color juega un papel fundamental en la psicología de las personas y este puede perjudicar o beneficiar las ventas. Para los Visual Merchandiser es útil entender los principios básicos del color y la rueda cromática

Términos relacionados con el color

- **Colores cromáticos:** Alta densidad de color: rojo, azul y amarillo.
- **Colores acromáticos:** Opuestos a los colores cromáticos: gris, blanco y negro.
- **Tono o matiz:** Al añadir negro a cualquier color, este se oscurece y cambia su apariencia.
- **Tonalidad:** Frecuencia dominante del color dentro del espectro visible.
- **Valor:** Es la intensidad de luz de un color, es decir su claridad u oscuridad. (Morgan, 2008)

Esquemas de Color

Explorar el color, puede ser desalentador, por las muchas alteraciones que se pueden emplear, antes de diseñar es necesario pensar detenidamente en la presentación de los colores y su armonía en la exhibición. (Wong, 1986)

Complementarios: Dos colores directamente opuestos en la rueda de color.

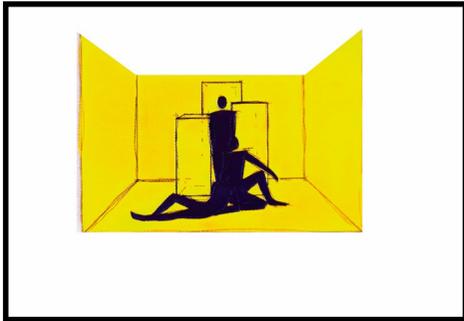


Figura 42: Complementarios (Morgan, 2008)

Color principal y dos terciarios: Uso de tres colores, uno principal y dos terciarios que aparecen a uno y otro lado del mismo en el círculo cromático.

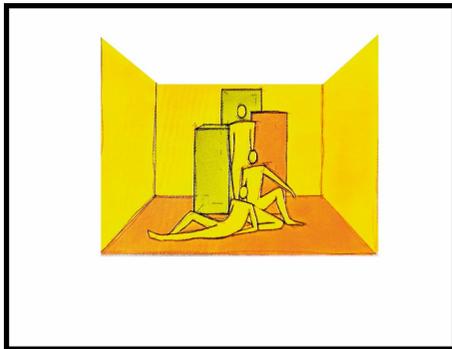


Figura 43: Color principal y dos terciarios (Morgan, 2008)

Doble complementario: Cuatro colores, dos principales y sus tonos complementarios.

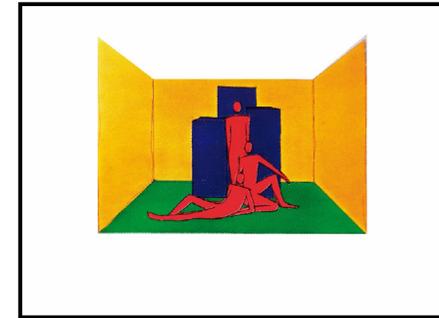


Figura 44: Doble complementario (Morgan, 2008)

Análogos: Colores situados uno junto al otro en el círculo cromático.

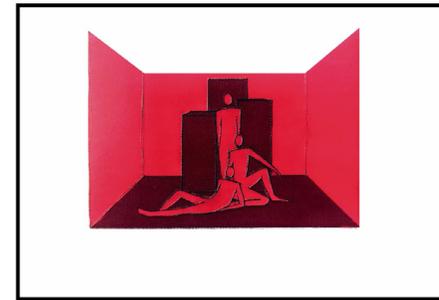


Figura 45: Análogos (Morgan, 2008)

Triada: Tres colores espaciados por igual en el círculo cromático.

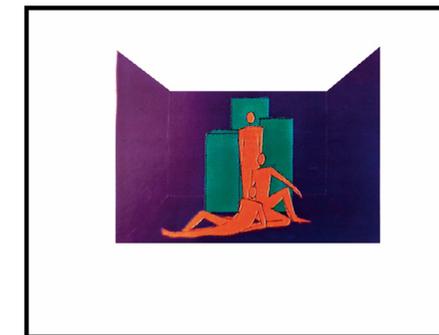


Figura 46: Triada (Morgan, 2008)

Monocromáticos: Blanco y negro.

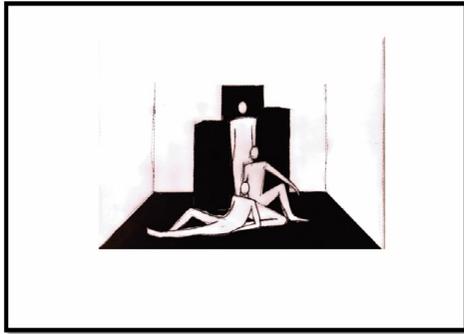


Figura 47: Monocromáticos (Morgan, 2008)

4.6. Iluminación

La iluminación es fundamental al momento de llamar la atención, esta puede funcionar por sí sola para generar impacto y sin duda es de los elementos más importantes que se debe considerar para el diseño comercial y de exhibición, ya que existe un sin número de espacios comerciales que requieren una iluminación personalizada, como, por ejemplo: hoteles, restaurantes, cafeterías, spas, oficinas, hospitales, salones, teatros, etc.

El objetivo principal de la luz en el diseño comercial es mejorar la relación entre el usuario y el producto o servicio, para esto los profesionales del diseño lumínico deben entender bien el producto sobre el cual es proyectada la luz, es necesario entender las variaciones y las circunstancias que esta ofrece, así como su posición y cromática, ya que existen una gran variedad de sensaciones que esta produce en sus diferentes tonos.

tada la luz, es necesario entender las variaciones y las circunstancias que esta ofrece, así como su posición y cromática, ya que existen una gran variedad de sensaciones que esta produce en sus diferentes tonos.



Figura 48: Medidas de temperatura de color, PrimeDomotics, s.f.

La iluminación en exhibición nunca debe pensarse a posteriori, sino proyectarse conjuntamente con el concepto general. (Morgan, 2008)

Tipos de Iluminación

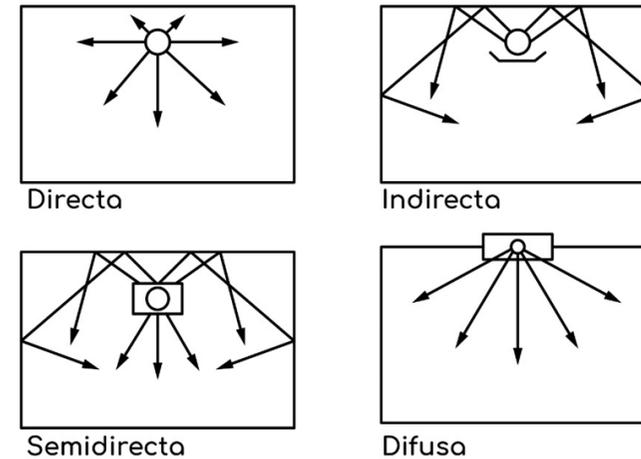


Figura 49: Tipos de iluminación, CONTROL LUMÍNICO E INSTALACIONES

A continuación, se presenta un cuadro con los diferentes tipos de bombillas y lámparas que se utilizan para el diseño comercial, se muestra sus características y su ubicación más favorable.

LAMPARA / BOMBILLA	VOLTAJE	UBICACIÓN	CARACTERÍSTICAS
Tubo fluorescente	Alto voltaje	Luminarias cenitales generalmente colgadas del techo	No direccional, eficiente; utilizada para promocionar una luz ambiental de alta intensidad
Filamento incandescente / tungsteno	Alto voltaje	Iluminación cenital, luminarias de pared y de mesa	Utilizadas en ambientes domésticos; en los establecimientos comerciales se usan como iluminación secundaria.
Tubo incandescente, linestra / tungsteno	Alto voltaje	Iluminación bajo estantes, iluminación de imágenes	No direccional; proporciona una luz más suave que los tubos fluorescentes.
Reflector incandescente de tungsteno.	Alto voltaje	Utilizada en luminarias especializadas en escaparates, expositores interiores y zonas exteriores.	Iluminación direccional para destacar zonas específicas de un escaparate o presentación.
Bombilla tungsteno / incandescente con corona plateada	Alto voltaje	Utilizada con una lámpara especial con reflector ajustable	Iluminación de escaparates y algunas instalaciones interiores; puede orientarse fácilmente
Bombilla halógena	Alto o bajo voltaje	Iluminación de escaparates e instalaciones interiores. Utilizada en luminarias con reflector ajustable	Muy eficiente, orientable; ideal para iluminación de un punto focal.
Bombilla halógena dicróica	Bajo voltaje; utilizada en iluminaciones especiales que suelen incorporar un transformador	Iluminación de escaparates e instalaciones interiores.	Iluminación interior de escaparates, disponible en varias amplitudes de haz. Excelente para presentaciones generales y para crear un ambiente teatral
Bombilla de halogenuro metálico	Alto voltaje	Iluminación general de escaparates e instalaciones interiores.	Luz dura y eficiente, bajo mantenimiento; tarda un tiempo en alcanzara su plena intensidad luminosa.
Fibra óptica	Bajo voltaje	Pequeñas vitrinas, luz de centro	Excelente para joyas o productos similares porque el generador puede situarse a cierta distancia. la instalación es pequeña y discreta, aunque de escasa potencia
LED	Bajo voltaje	Escasa potencia lumínica, luz fría para iluminar objetos cercanos, por ejemplo en vitrinas.	Escasa potencia lumínica. Disponible en varios colores; inadecuada pa iluminación ambiental.
Cátodo frío de voltaje	Bajo voltaje	Parecido al neón y utilizado en rótulos y efectos especiales de montajes.	Disponible en muchos colores; excelente para crear ambiente; puede situarse en zonas a las que el público puede acercarse.
Neón de alto voltaje	Alto voltaje	Rótulos interiores e iluminación de acento.	Ha de ser instalado por un profesional y es caro de mantener; no es adecuado para rótulos interiores.

Figura 50: Cuadro de iluminación (Morgan, 2008)

5. Diseño Modular

La palabra "Módulo" según (Oxford Languages, s/f), es "elemento con función propia concebido para poder ser agrupado de distintas maneras con otros elementos constituyendo una unidad mayor", y según (Real Academia Lengua Española, 2020) es "una pieza o conjunto de piezas que se repiten en una construcción de cualquier tipo, para hacerla más fácil, regular y económica.

El diseño modular tiene como finalidad organizar de una manera rápida y fácil los elementos en cuestión, estos tienen que adquirir ciertas características que permitan encontrarse en armonía con el resto de elementos; se pueden llevar a cabo ciertas acciones entre las cuales pueden ser: aislar, retirar o combinar para formar un objeto diferente.



Figura 51: Diseño mobiliario modular, K. Leiva; V. Barrios.

5.1. Configuración Modular

Existen varios tipos de acciones que se pueden llevar a cabo en la modulación de los elementos de un mobiliario entre los que distinguimos.

- Unión
- Adición
- Sustracción
- Ensanchamiento
- División
- Integración
- Encogimiento



Figura 52: Diseño modular, configuraciones

5.2. Diseño de Mobiliario Modular

El mobiliario modular pretende ofrecer varias configuraciones de un conjunto de elementos para su diferente disposición en el espacio, es decir un mueble que cambie acorde a las necesidades espaciales del lugar. Con el paso de los años las tecnologías nos han ayudado a facilitar este proceso, desde programas de diseño hasta nuevos tipos de modulación y ensamble



Figura 53: Sofa modular, Colección Prisma de Alexander Lotersztain para Derlot Editions Furniture

5.3. Ejemplo mobiliario modular

El siguiente diseño de mobiliario modular realizado por Darmyns Muños, en él se pretende generar un tipo de mobiliario con base en una figura hexagonal la cual al generar una "unión" de sus elementos genera un super modulo funcional para usarse como mobiliario.

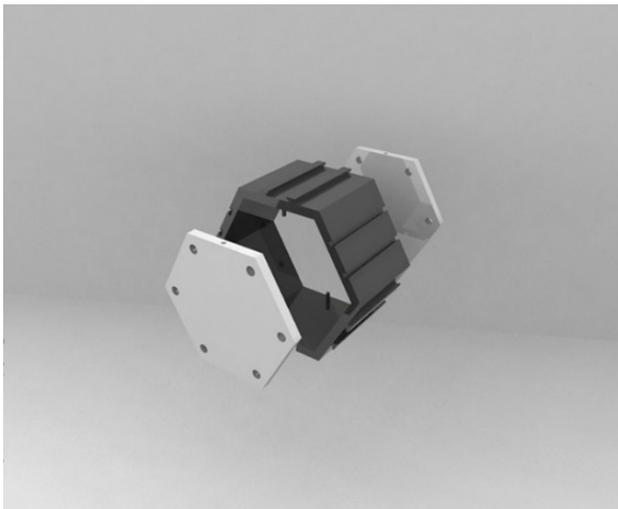


Figura 54: Darmyns Muños, Medellín. s/f



Figura 55: Darmyns Muños, Medellín. s/f

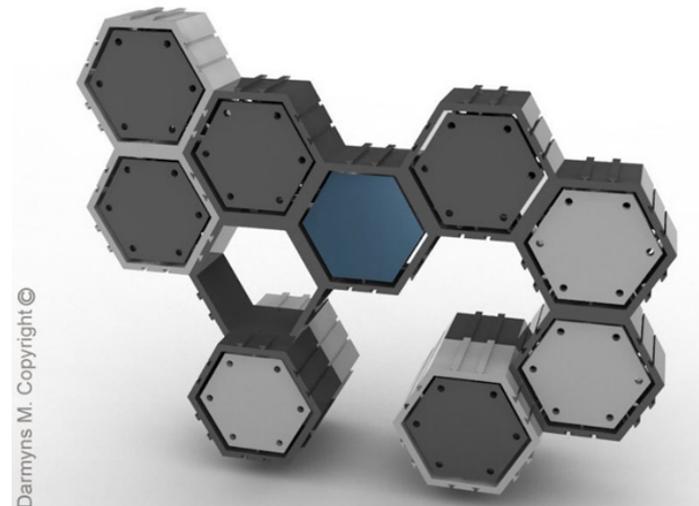


Figura 56: Darmyns Muños, Medellín. s/f

5.4. Stands Modulares

Los stands modulares se basan en una estructura compuesta por materiales ligeros que permita su fácil montaje y desmontaje, con la finalidad de volverlos versátiles para exposiciones temporales, resultan ser una alternativa viable para sustituir a estrans tradicionales.



Figura 57: Stand Modular, Grupo Gourmets

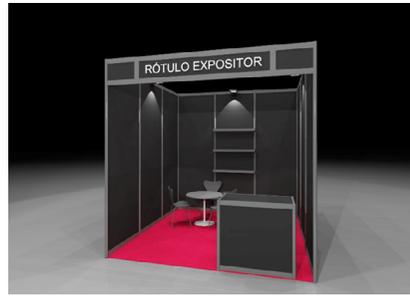


Figura 58: Stand Modular, Grupo Gourmets

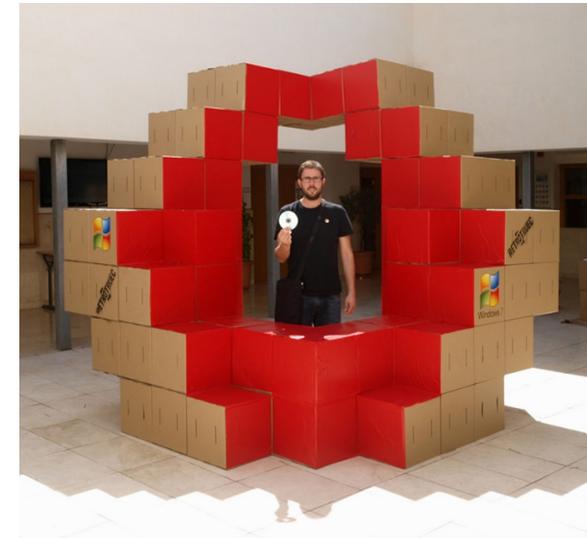


Figura 59: Stand Microsoft

5.4.1. Ventajas de los Stands Modulares:

Entre las principales ventajas de los stands modulares encontramos el factor económico el cual se ve reducido drásticamente debido a costos de producción, y por su puesto su fácil montaje y desmontaje el cual se ve optimizado debido a los sistemas constructivos que estos stands poseen.

5.4.2. Usos de los Stands Modulares

Existen muchos usos para los stands modulares en el ámbito comercial sin embargo estos están más presentes en stands de bajo costo ya que al tratarse de diseño efímero los detalles de acabados pasan a un segundo plano, por el contrario, empresa del sector empresarial evitan el uso de stands modulares para la presentación de la marca por estos factores.

6. Sistemas de Unión

Los sistemas de unión se pueden caracterizar por varios tipos, el enfoque de esta tesis permite hacer el análisis de dos de ellos: Basado en juntas o empalmes y basada en piezas de unión.

6.1. Basada en juntas o empalmes

Existe una gran variedad de juntas basadas en empalmes, estas están orientadas en la unión de piezas de madera para carpintería y usos similares en los que requiera la sujeción de dos o más piezas independientes.

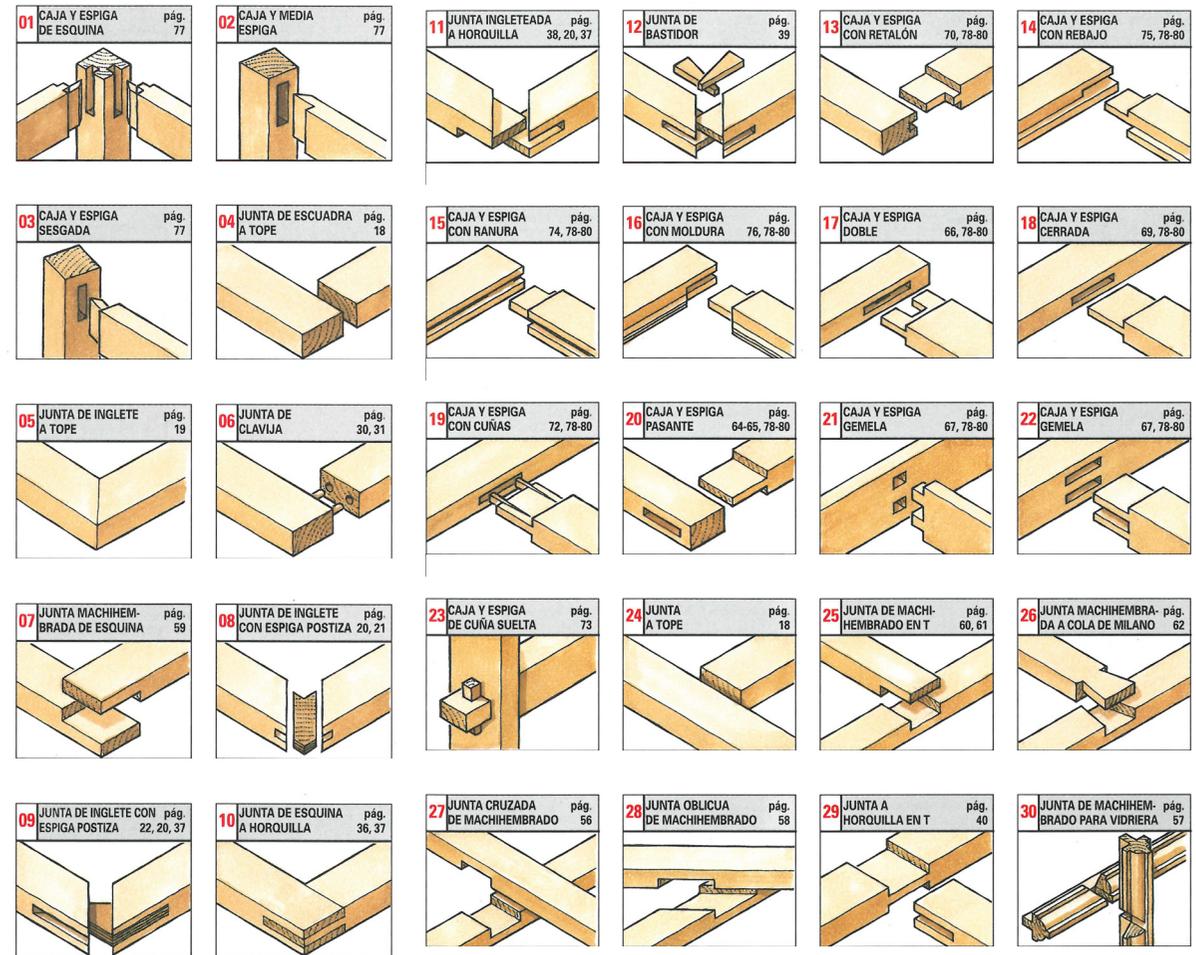


Figura 60: Empalmes (Autodidacta, 2021)

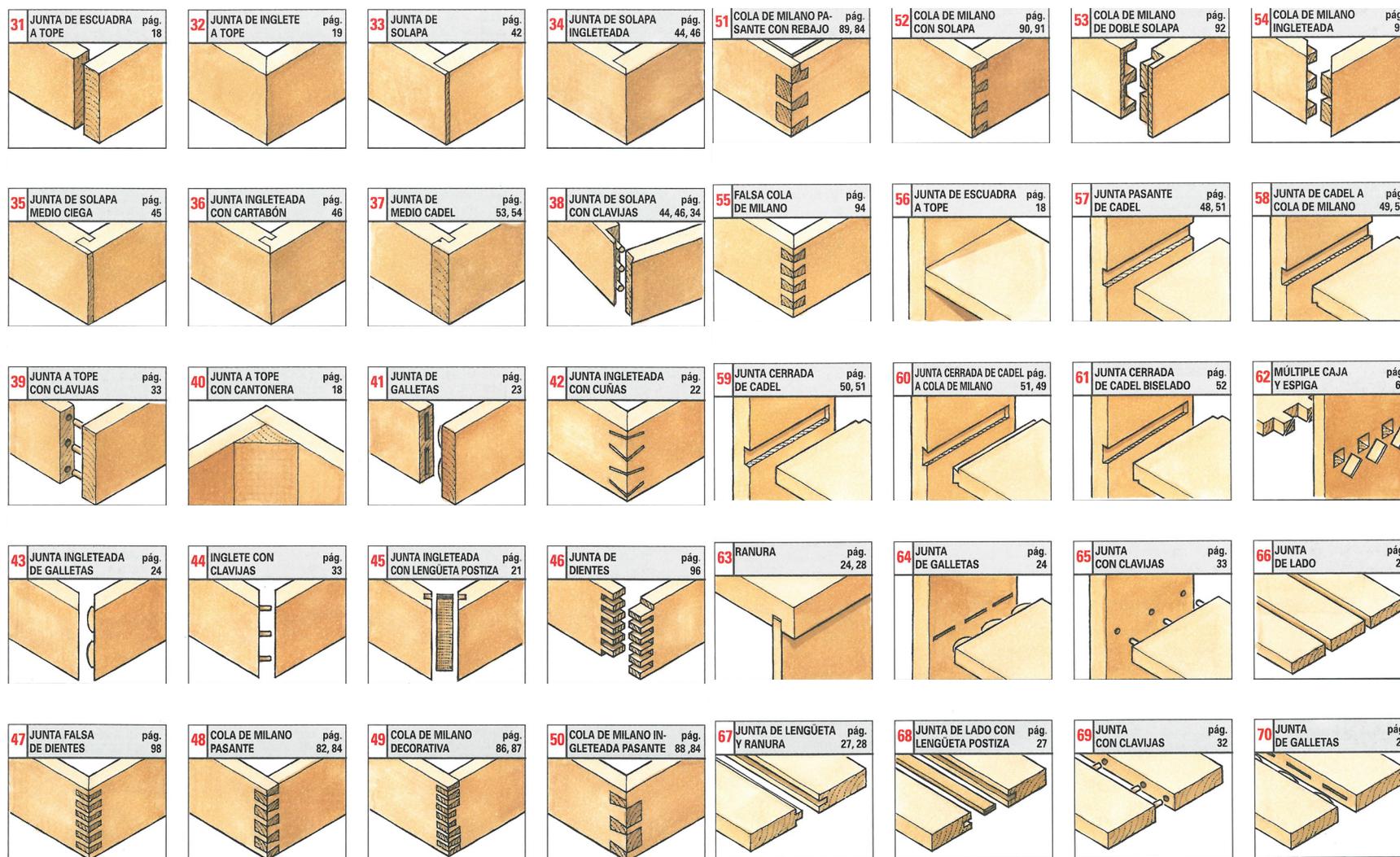


Figura 61: Empalmes (Autodidacta, 2021)

6.2. Basada en Piezas de Unión

Las piezas independientes están orientadas en la unión compuesta de objetos que necesitan una pieza extra para derivar en su aleación, estas están diseñadas exclusivamente para su piezas anexas sin las cuales no existe función alguna. (Studio 5.5, 2021)



Figura 62: Naturaleza y descubrimientos (Studio 5.5, 2021)



Figura 63: Naturaleza y descubrimientos (Studio 5.5, 2021)

OBJETOS DE ARMADO

EL JUEGO DE CONSTRUCCIÓN



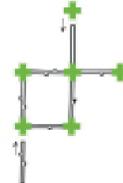
ETAPA 1

RECOLECTAR PALOS RECTOS, EVITAR PALOS CURVOS



ETAPA 2

CREAR UNA ESTRUCTURA SÓLIDA CON LAS VARAS Y LAS UNIONES



ETAPA 3

PERSONALIZA TU ESTRUCTURA CON HOJAS Y OTROS OBJETOS



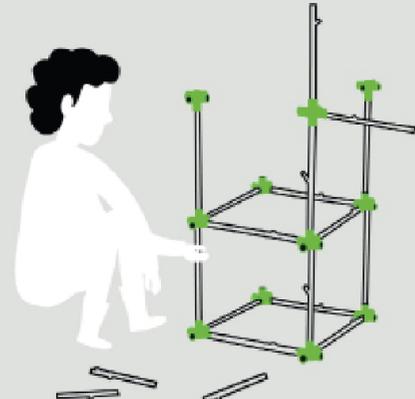


Figura 64: Naturaleza y descubrimientos (Studio 5.5, 2021)

Este tipo de juntas se enfocan en la sujeción a presión o de varios tipos, también están limitadas al número de piezas de junta que podamos disponer.



Figura 65: Naturaleza y descubrimientos (Studio 5.5, 2021)

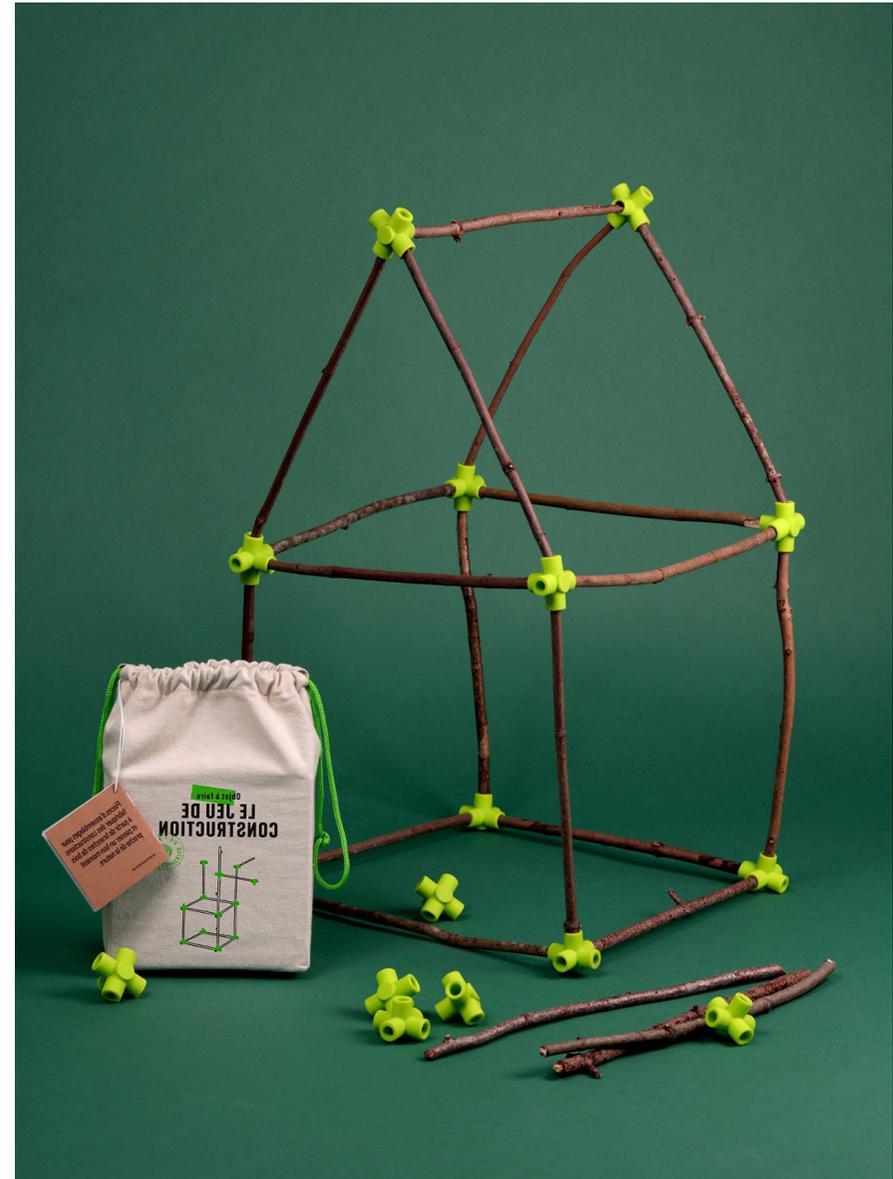


Figura 66: Naturaleza y descubrimientos (Studio 5.5, 2021)

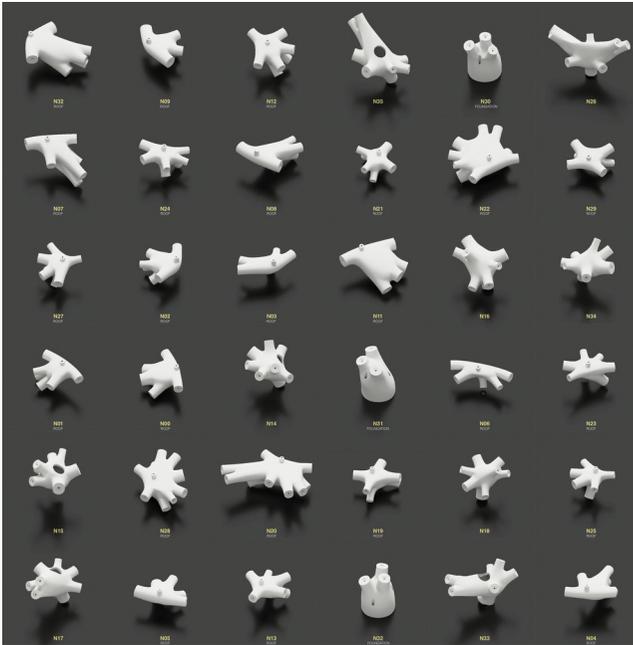


Figura 67: Piezas de union / Plataforma arquitectura

Este tipo de piezas son una gran alternativa cuando se piensa en un tipo de juntas en las que los elementos a unir son lo suficientemente plásticos o moldeables, y brindan la posibilidad de dar un acabado en cualquiera de sus repeticiones, como resultado obtendremos una modulación irregular que muestra un dinamismo en su composición final.



Figura 68: Piezas de union / Plataforma arquitectura

7. Conclusiones capítulo 1

Acorde a la investigación realizada en el marco teórico podemos inferir que la construcción del diseño comercial de una marca es un proceso minucioso que debe ser llevado a cabo con determinación ya que intervienen varios subtemas, estos sirven como base para resolver cada aspecto técnico que se necesita para el funcionamiento correcto de un espacio comercial, y es necesario contemplar este capítulo como guía para elaborar una propuesta funcional de diseño comercial, y más aun cuando nos enfocamos en el diseño de un stand el cual solamente es una pequeña parte del diseño comercial.

CAPÍTULO 2: ANÁLISIS Y HOMÓLOGOS

Es esencial para el arquitecto saber ver; quiero decir, ver de manera que no se sobreponga el análisis puramente racional.

Luis Barragán

CAPÍTULO 2

Análisis y Homólogos

1. Betero

1.1. Trayectoria:

Betero es una empresa quiteña fundada en el año 2009, por Johanna Valdivieso y su pareja Juan Francisco Martínez, con el objetivo de poder ofrecer una libreta de apuntes que tenga mucha personalidad y sea considerada como una pieza de arte.

1.2. Valor diferencial de Betero:

La primera producción de la marca se realizó en el año 2009, el objetivo vigente es fabricar cuadernos y libretas de apuntes para dibujo y arte; por más de una década la empresa ha sostenido la ideología de difundir el arte ecuatoriano, esto los ha llevado a realizar cuadernos de alta costura con diseños exclusivos en sus varias colaboraciones con artistas, y diseñadores del país, según la marca cada libreta y cuaderno es una obra única de colección personal, esto se puede reflejar en sus varias ediciones publicadas hasta la fecha.

1.3. Branding:

Identidad corporativa:

La identidad corporativa es el conjunto de elementos gráficos que tienen como objetivo, personificar una empresa y comunicar lo que una empresa representa bajo un logotipo.

1.4. Logo tipo Betero:

El logo es el elemento diferencial de una marca, este sirve para identificar y posicionar una marca desde sus inicios, el objetivo de este elemento gráfico es traducir el concepto de la marca en todo tipo de ámbitos, como por ejemplo sitio web, producto, publicidad, folletería, etc. Este elemento es creado e ideado por un diseñador gráfico, que previamente analiza varios aspectos que permitan mostrar el logo en su máxima expresión e identifique los valores y visión de la empresa.

Betero cuenta con un Logotipo como elemento gráfico principal y un isotipo. (Logo Rapid, 2010)



Figura 69: Logotipo e Isotipo Betero

1.5. Productos:

Actualmente Betero cuenta con una gran variedad en su catálogo, sus libretas y cuadernos están diseñados para sus diferentes usos como, por ejemplo:

- Diseño
- Organización
- Apuntes
- Reuniones
- Viajes
- Casa u oficina
- Literatura
- Ilustración
- Arte
- Pintura
- Ideas
- Proyectos
- Música
- Fotografía
- Estudiantes
- Profesionales
- Cine
- Periodismo
- Comunicación.

También poseen una gran variedad de libretas y estas se diferencian por su tamaño, por sus tipos de hojas y por su colección, entre las que encontramos las siguientes.

1.6. Libretas Betero según sus tamaños:

Actualmente la marca posee una gran variedad de tamaños en sus libretas, estas se remiten a 5 específicamente y cada una tiene su motivo.

SuperBetero: Esta libre está destinada al dibujo su formato es propicio para poder plasmar bocetos a grande y pequeña escala.

Bocetero: Esta libreta también está fabricada para dibujo, sin embargo, también se puede optar por apuntes dentro de un ambiente mas creativo, este formato facilita diversos tipos de papel y varios gramajes.

Cuaderno de Notas: Este cuaderno de notas esta pensando para anotaciones diarias, en su mayoría este formato se usa para agendas y su papel consta de cuadros, líneas o puntos.

Libreta de Bolsillo: La libreta de bolsillo se destaca por su tamaño pequeño y fácil portabilidad, también existen varios tipos de papel que se pueden usar para anotaciones principalmente.

MiniBetero: La MiniBetero está pensada para apuntes rápidos, es muy fácil de llevar y muy ligera, su papel se remite a un color llano.

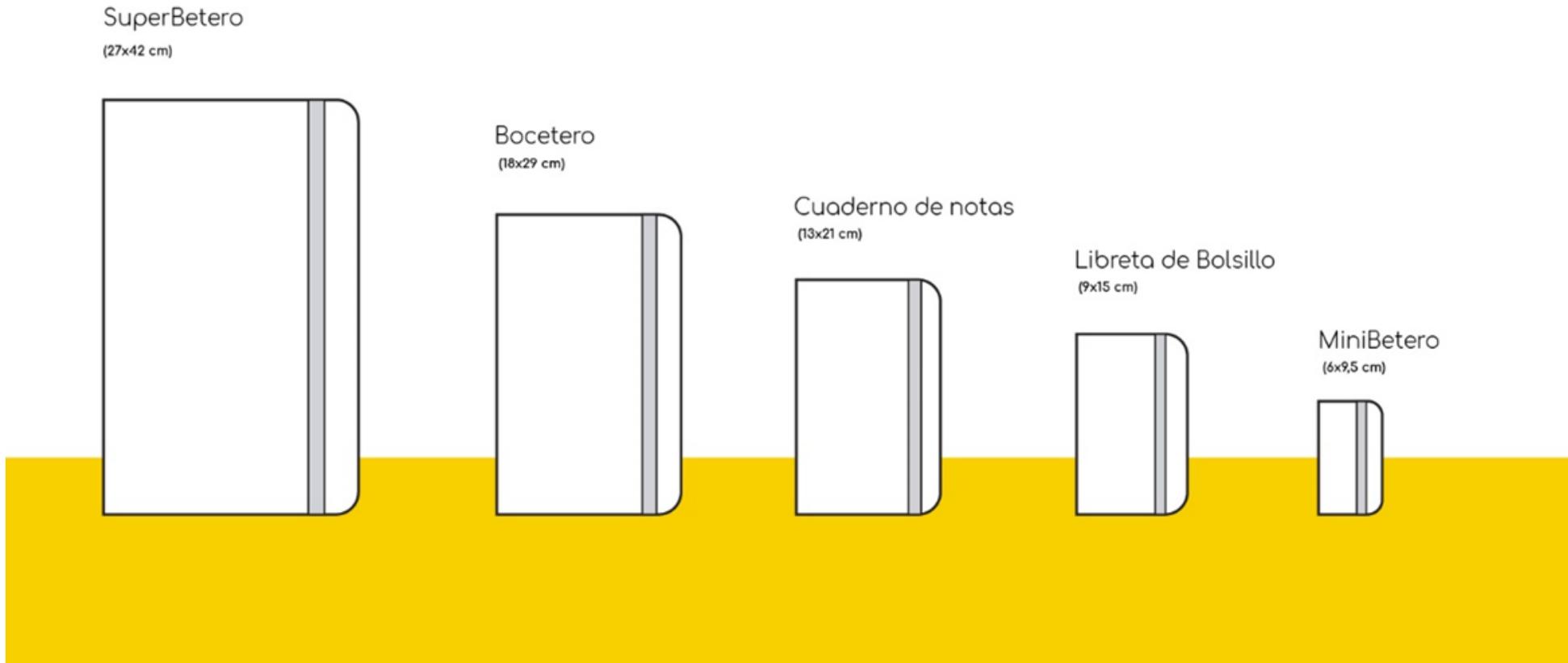


Figura 70: Tamaños libretas Betero (Elaboración propia E.G)

1.7. Libretas Betero según su tipo de hojas:

Las libretas Betero cuentan con diferentes tipos de hojas propios para cada uso ya sea anotaciones, dibujo o arte.

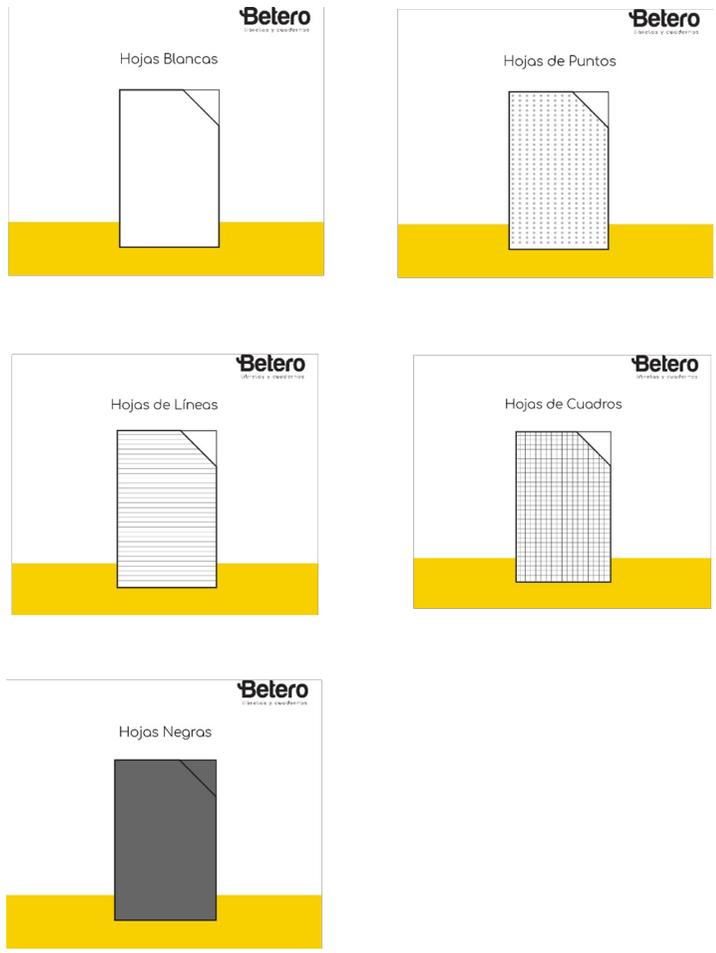


Figura 71: Tipos de Hojas Betero (Elaboración propia E.G)

1.8. Libretas Betero según su Colección:

Betero se distingue por los diseños de sus libretas, y hasta la actualidad ha tenido la posibilidad de colaborar con varios artistas ecuatorianos. A continuación, se muestran algunas de las colecciones de la marca.

COLECCIÓN ALVERTO MONT

Ilustrador y humorista gráfico chileno - ecuatoriano. Desde el año 2000 trabaja como independiente para editoriales y medios impresos. Ha ilustrado más de 40 libros infantiles, entre ellos: Recetas al pie de la letra, ganador del premio de la edición de la cámara chilena del libro en 2009.

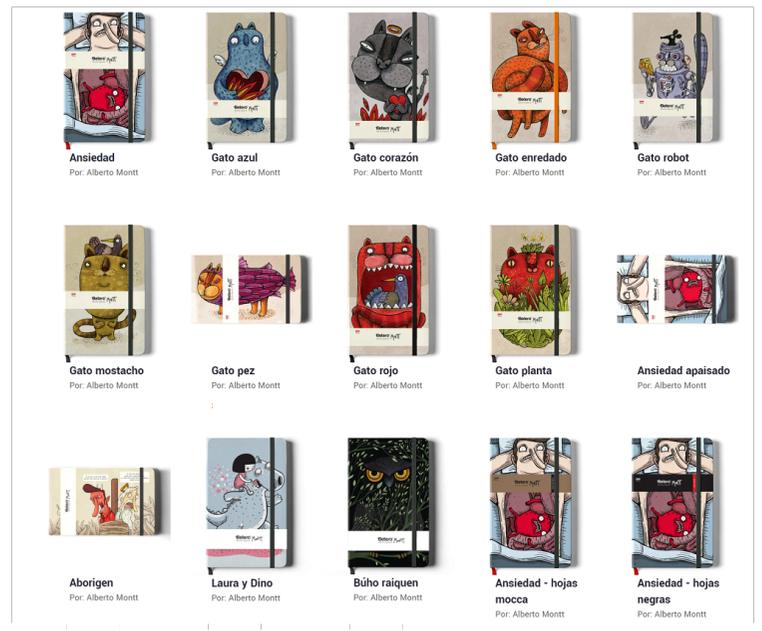


Figura 72: Colección Alberto Mont (Betero, 2020)

COLECCIÓN MITI MITI

Cristina Merchán es una ilustradora nacida en Cuenca - Ecuador. Estudió diseño gráfico en la Universidad de Cuenca y actualmente se dedica a la ilustración trabajando bajo el nombre de Miti Miti.

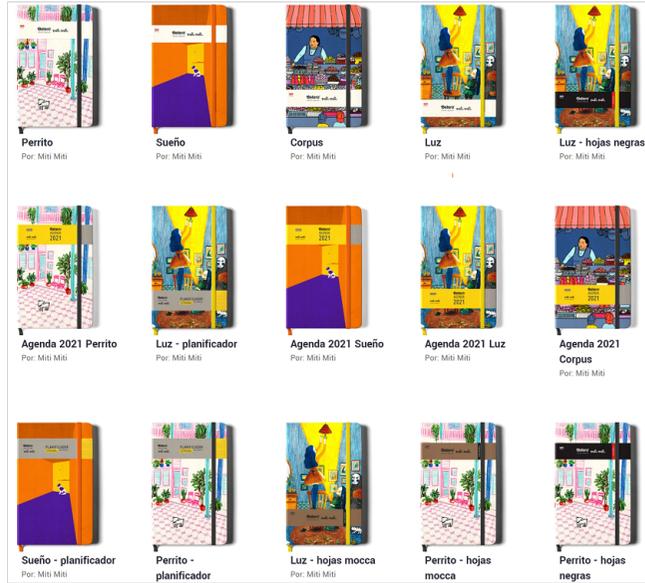


Figura 73: Colección Miti Miti (Betero, 2020)

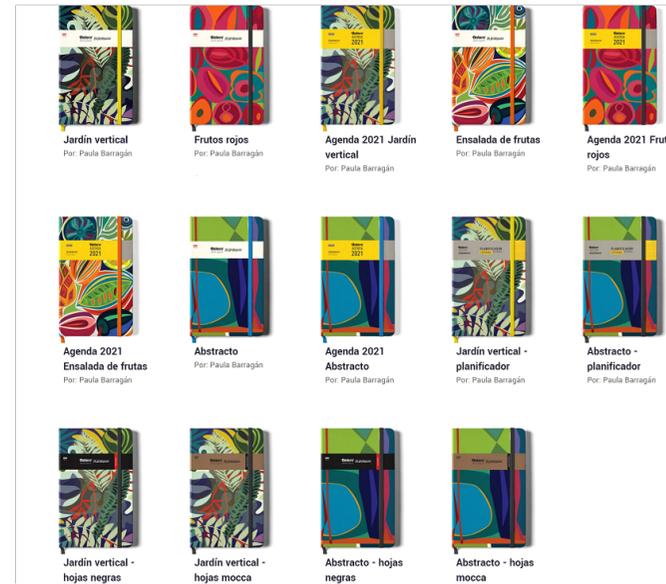


Figura 74: Colección Paula Barragan (Betero, 2020)

COLECCIÓN URKU

Roberto Rivadeneira / Urku es un ilustrador y artista visual que creció en Quito, Ecuador y ahora trabaja y reside en Berlín, Alemania. Roberto estudió diseño y comunicación en Sydney, Australia y desde 2015 vive en Berlín.

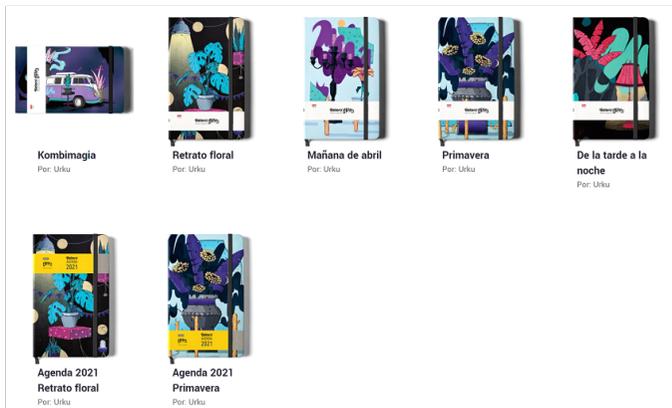


Figura 75: Colección Urku (Betero, 2020)

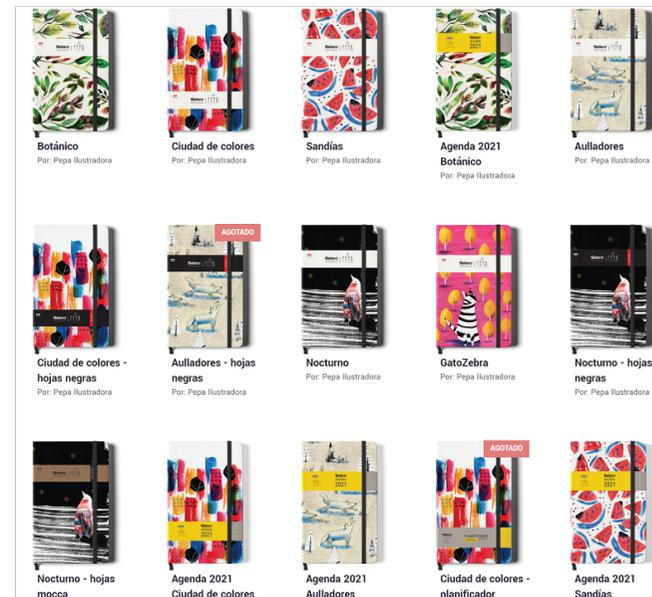


Figura 76: Colección Pepa Ilustradora (Betero, 2020)

COLECCIÓN PAULA BARRAGAN

Artista y diseñadora gráfica. Nace en la ciudad de Quito en Ecuador. Obtuvo su FBA en Comunicación Visual en el Pratt Institute de Nueva York (1986). Ha participado en colectivos en Ecuador, Perú, Chile, Estados Unidos, España y China.

COLECCIÓN PEPA ILUSTRADORA

Estudió diseño gráfico en el Instituto Metropolitano de Diseño en Quito, Ecuador e ilustración en Buenos Aires, Argentina. Su trabajo se caracteriza por la experimentación con diferentes materiales y texturas, que construyen un mundo lleno de emoción y comunicación.

1.8. FODA y Necesidades:

El análisis FODA nos ayuda a desvelar las Fortalezas, Debilidades, Oportunidades y Amenazas de la marca, todo esto con fin de enfocarse en los puntos fuertes y analizar los puntos débiles para mejorar el enfoque de la marca constantemente.



Figura 77: FODA Betero (Elaboración propia E.G)

Necesidades de Betero:

Betero tiene varias necesidades que se han solventado durante muchos años, principalmente en el ámbito del marketing, pero no ha podido resolver sus problemas en ferias de exposición y eventos sociales, ya que no cuentan con un stand que ayude a promocionar la imagen de la marca adecuadamente y mostrar sus productos de una manera ordenada.

2. Ferias a las que asiste Betero

2.1. Ferias Locales e Independientes

A continuación se realizará el análisis de las ferias más importantes a las que asiste Betero, las cuales cuentan con diferencias de tamaños y necesidades espaciales; esto con la finalidad de encontrar el metraje propicio para la marca y en que tamaños deberá enfocarse la fase de diseño, haciendo énfasis en la distribución del stand así como su orientación y restricciones de las diferentes ferias.

a) Feria del Libro en Guayaquil

"Feria Internacional de Libro, es un evento para impulsar la cultura y el comercio tanto de las librerías como de las editoriales". (EXPOPLAZA, 2020)

Nombre de la feria	Feria Internacional Libro Guayaquil
Ciudad	GUAYAQUIL
Lugar	Centro de convenciones de Guayaquil
Fecha	25 - 29 Sep 2020
Tipo de feria	Internacional
Espacio	INTERIOR
Espacio Stand	3.00 x 3.00 m

Tabla 1: Ficha Feria del libro Guayaquil (Elaboración propia E.G)

Componentes Técnicos de la Feria



Figura 78: Componentes feria Guayaquil (Elaboración propia E.G)

En cada feria existen varios detalles técnicos, que los expositores deben tomar en cuenta al momento de exponer su stand. Así mismo hay restricciones y también elementos que la feria brinda para cada stand.



Figura 80: Stand Betero feria del libro Guayaquil 2019.

Fotos de la Feria



Figura 79: Stand Betero Feria del Libro Guayaquil 2019

Fotos Centro de convenciones Guayaquil:



Ilustración 81: Centro de convenciones Guayaquil.

Planta

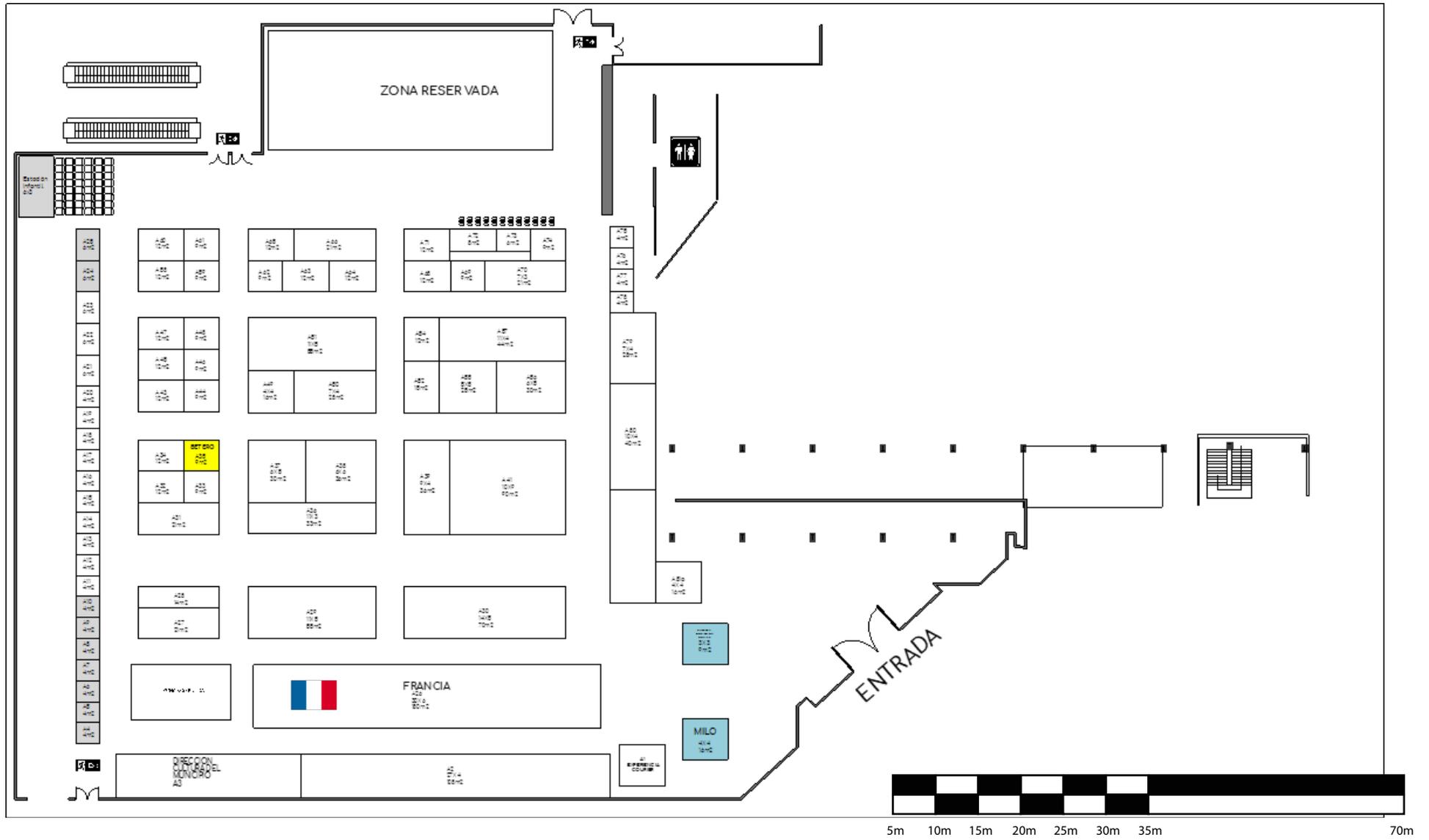


Figura 82: Planta Feria de Guayaquil

b) Feria Carishina Quito

La Carishina es una feria independiente que se realiza en la ciudad de Quito – Ecuador desde el año 2013, el objetivo de esta feria es propulsar los negocios de artistas y emprendedores, asimismo esta feria impulsa el arte y la música, realizando colaboraciones con varios artistas del Ecuador. Esta feria se realiza en el Centro de Arte Contemporáneo.

Centro contemporáneo de Arte

Centro de arte contemporáneo en Quito es uno de 5 espacios culturales los cuales están destinados a la organización de eventos, estos espacios son:

- MIC: Museo interactivo de Ciencia.
- Yaku: Museo del Agua
- Museo del Carmen alto
- Museo de la Ciudad
- Museo de arte contemporáneo

Nombre de la feria	Grand Bazaar
Ciudad	QUITO
Lugar	Scala Shopping
Fecha	4, 5 y 6 de Mayo 2018
Tipo de feria	LOCAL
Espacio	INTERIORABIERTO
Espacio Stand	3.00 x 3.00 m

Tabla 2: Ficha Feria de Quito (Elaboración propia E.G)

Componentes Técnicos de la Feria

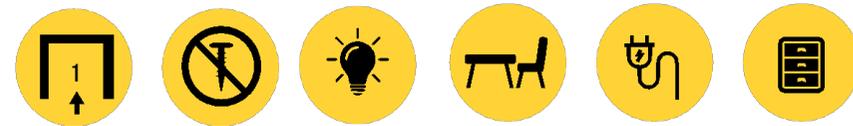


Figura 84: Componentes feria de Quito (Elaboración propia E.G)

Fotografías de la Feria



Figura 85: Feria La Caricshina, stand Betero



Figura 83: Eventos tus 5 sentidos, 5 espacios.



Figura 86: Feria La Carishina



Figura 88: Patio Interior

Fotografías del Centro Contemporáneo de Arte



Figura 87: Patio Exterior

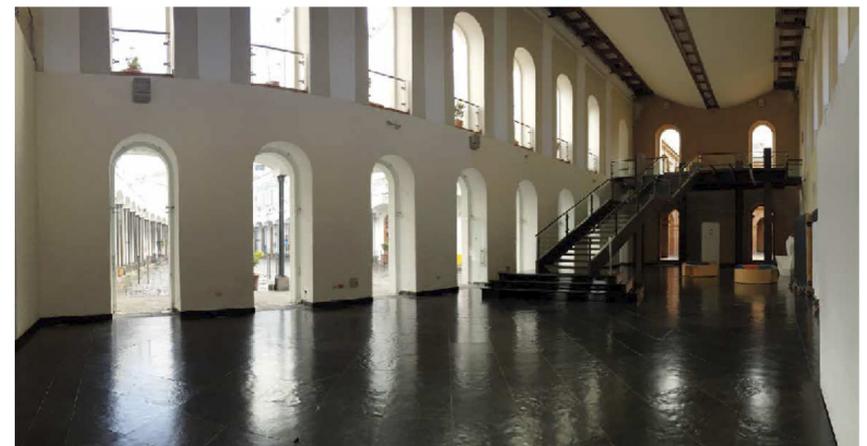


Figura 89: Hall central (Espacio intervención)

Planta

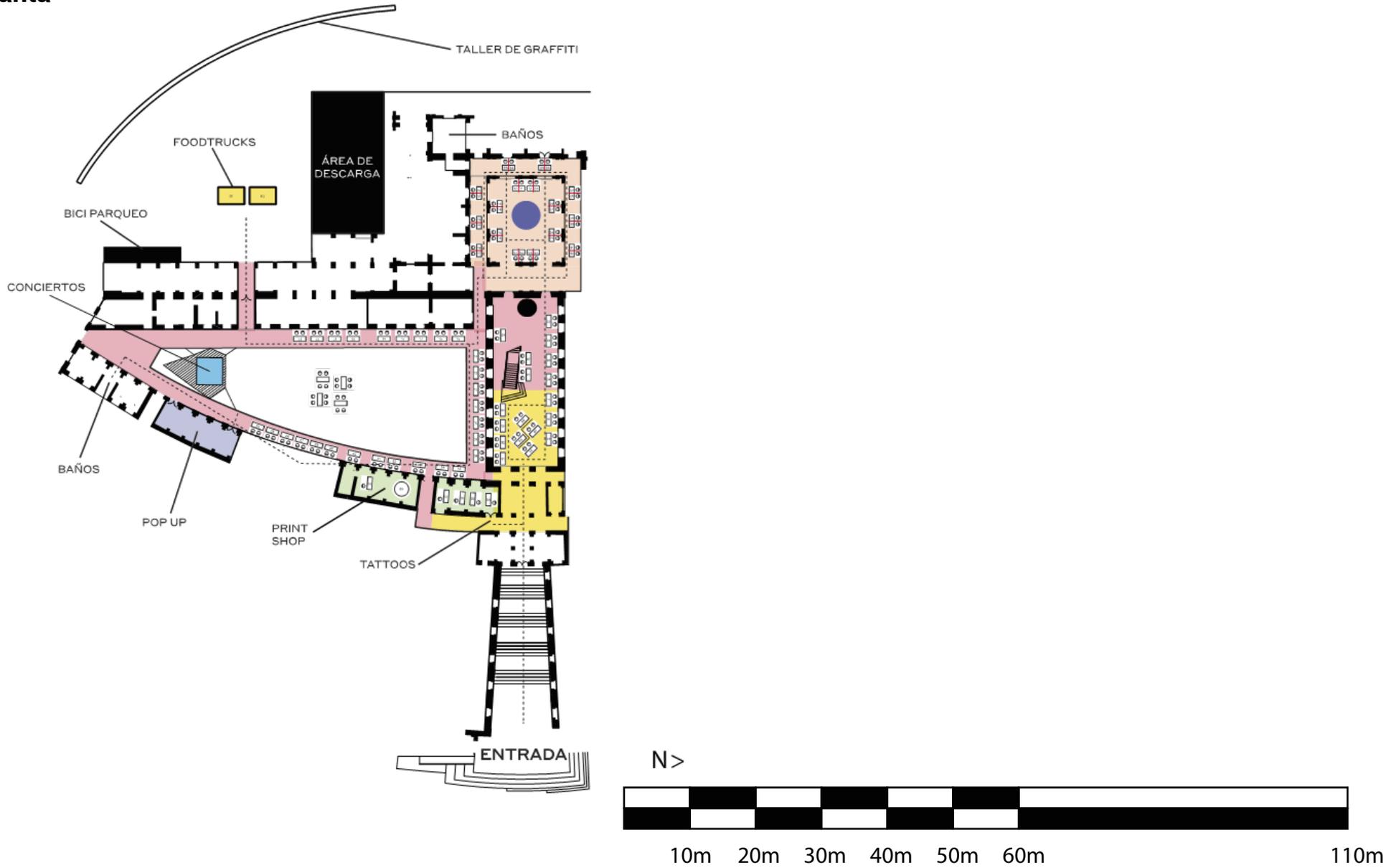


Figura 90: Planta Feria de Carishina

c) Feria el Grand Bazaar - Quito:

El Grand Bazaar es una feria destinada para empresas pequeñas y artesanos del Ecuador, esta feria se lleva a cabo en la ciudad de Quito aunque alguna ocasión se ha trasladado a la ciudad de Guayaquil.

Nombre de la feria	Grand Bazaar
Ciudad	QUITO
Lugar	Scola Shopping
Fecha	4, 5 y 6 de Mayo 2018
Tipo de feria	LOCAL
Espacio	INTERIOR ABIERTO
Espacio Stand	3.00 x 3.00 m

Tabla 3: Feria Grand Bazaar (Elaboración propia E.G)

Componentes técnicos de la feria:



Figura 91: Componentes feria Grand Bazaar (Elaboración propia E.G)

Fotos de la Feria:



Figura 92: Scola Shopping, Cumbayá



Figura 93: Stand Betero, Grand Bazaar

Planta

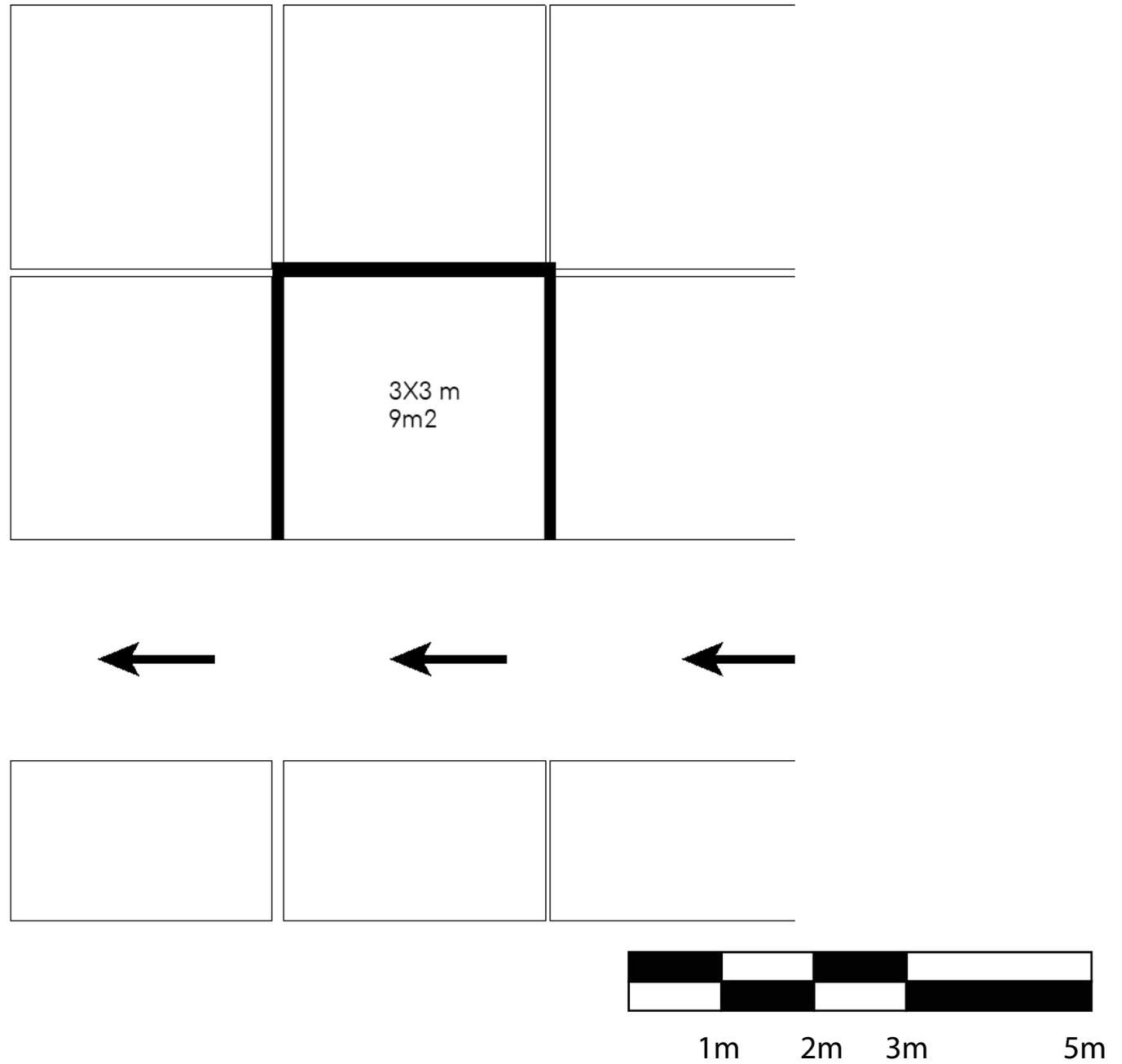


Figura 94: Planta Feria Grand Bazaar

d) MADI: Feria internacional de madera y diseño

MADI es una feria destinada a empresas que trabajen con la fabricación de madera en sus diseños, en esta ocasión se realizó la 4ta edición, llevada a cabo en la ciudad de Quito en el Centro de Convenciones Metropolitano.

Nombre de la feria	Feria Internacional Libro Quito
Ciudad	QUITO
Lugar	Centro Convenciones Metropolitano de Quito
Fecha	10 - 13 marzo 2016
Tipo de feria	Internacional
Espacio	INTERIOR
Espacio Stand	2,00 x 3,00 m

Tabla 4: Feria MADI (Elaboración propia E.G)

Componentes de la feria:

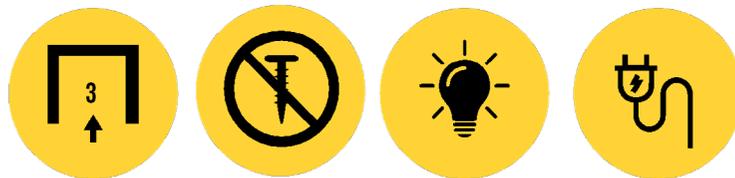


Figura 95: Componentes feria MADI (Elaboración propia E.G)

Fotos Centro de Convenciones Metropolitano de Quito:



Figura 96: Centro Metropolitano

Fotos de la feria (Stand Betero):



Figura 97: Stand Bertero



Figura 98: Stand Betero

Plantas



Figura 99: Planta Centro Metropolitano Quito

Plantas



Figura 100: Planta de la Feria MaDi

Ferias Independientes:

Betero también interviene en ferias de menor índole las cuales tienden a ser importantes en lo que se refiere a asistencia de eventos de la marca, por el público que asiste y el alcance de las mismas, en estas ferias y espacios la mayoría de las veces no se cuenta con espacios definidos y mucho menos un manual de expositor, pero que dentro del análisis son importantes para la propuesta de diseño ya que de igual forma se necesita un espacio destinado de exhibición para la marca y su producto y que se supone será una variante de la propuesta de diseño.

			
COUNTER, MERCHANDISING	MESA DE EXHIBICIÓN, MERCHANDISING	MESA DE EXHIBICIÓN, MERCHANDISING	MESA DE EXHIBICIÓN, MERCHANDISING
ESCUELA DE DISEÑO Y COMUNICACIÓN VISUAL, FACULTAD DEL CAMPUS GUSTAVO GALINDO	ARTE FERIA QUITO 2016	EL CALLEJÓN - FESTIVAL	EL MERCADITO
			
			
MESA DE EXHIBICIÓN, MERCHANDISING			
LOS ESPERAMOS EN LA PLAZA	FERIA LA CAFETINA	FUNKA FEST	LISTOS EN EL FESTIVAL "SACA EL DIABLO"
			

Figura 101: Cuadro de Ferias Independientes (Elaboración propia E.G)

Ferias de Exposición		
Nombre	Ciudad	Área
Feria del libro	Guayaquil	9 m2
Ferias Carishina	Quito	3.6 m2
Feria el Grand Bazaar	Guayaquil	9m 2
MADI: Feria internacional	Quito	6m 2
Exhibición Campus Gustavo Galindo	Guayaquil	Menor 3 m2 aprox.
Feria del Arte	Quito	Menor 3 m2 aprox.
Festival El Callejón	Quito	3 m2
El Mercadito	Guayaquil	Menor 3 m2 aprox.
La Cafetina	Quito	4 m2 aprox.
Saca el Diablo	Quito	Menor 3 m2 aprox.
Funka Fest	Guayaquil	Menor 3 m2 aprox.

Tabla 5: Cuadro de Ferias (Elaboración propia E.G)

3. Análisis de Homólogos

3.1. Homólogo Funcional

Stand Mandioca

Mandioca es una organización que se dedica a la distribución de libros escolares y promoción de los mismos. Su stand está ubicado en la Feria del Libro en Buenos Aires – Argentina.



Figura 102: Stand Mandioca

Planimetrías

Planta

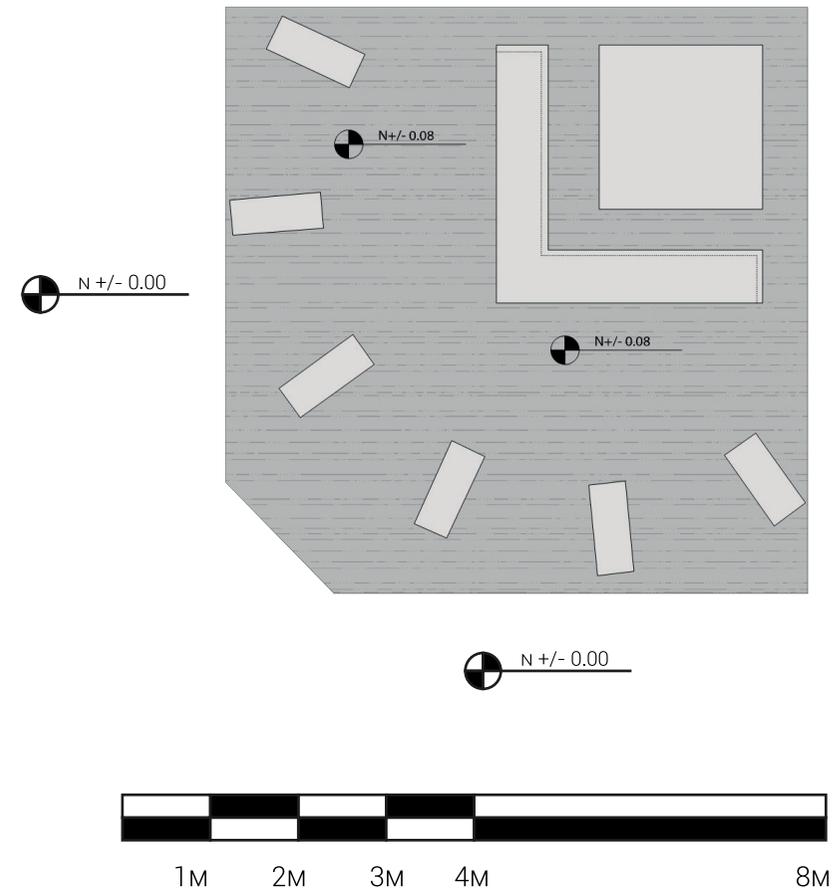


Figura 103: Planta Stand Mandioca

Elevaciones

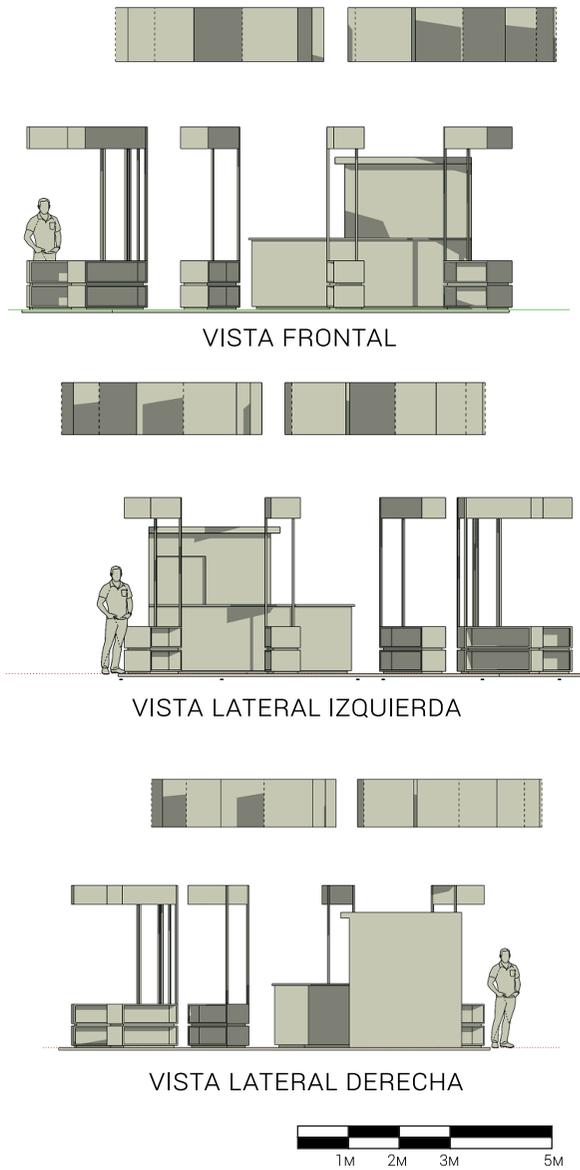


Figura 104: Elevaciones Stand Mandioca (Elaboración propia E.G.)

Axonometría

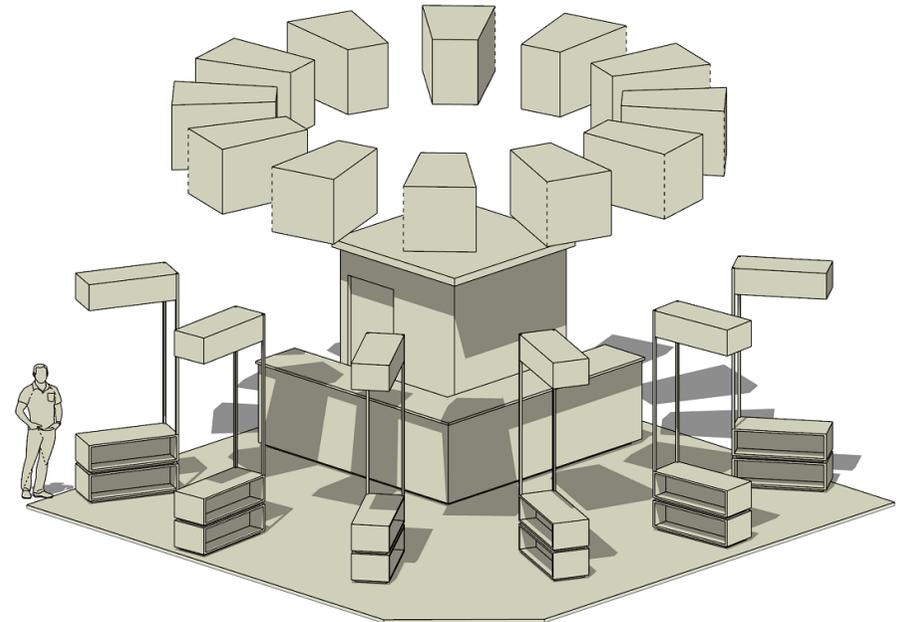


Figura 105: Axonometría Stand Mandioca (Elaboración propia E.G.)

Funcionamiento del Stand

Para entender el funcionamiento del Stand Mandioca es necesario ver otros de los stands que la marca ha presentado en diferentes ferias de exhibición de libros, ya que siempre manejan una misma lógica en cuanto a la distribución de sus estanterías.



Figura 106: Stands Mandioca

Distribución

La distribución de los stands Mandioca se basa en espacios definidos para cada categoría de libros, es decir un espacio específico para libros prescolares de primer año, espacio específico para libros de segundo año, estos libros se distribuyen conforme el nivel del libro que se está exponiendo.

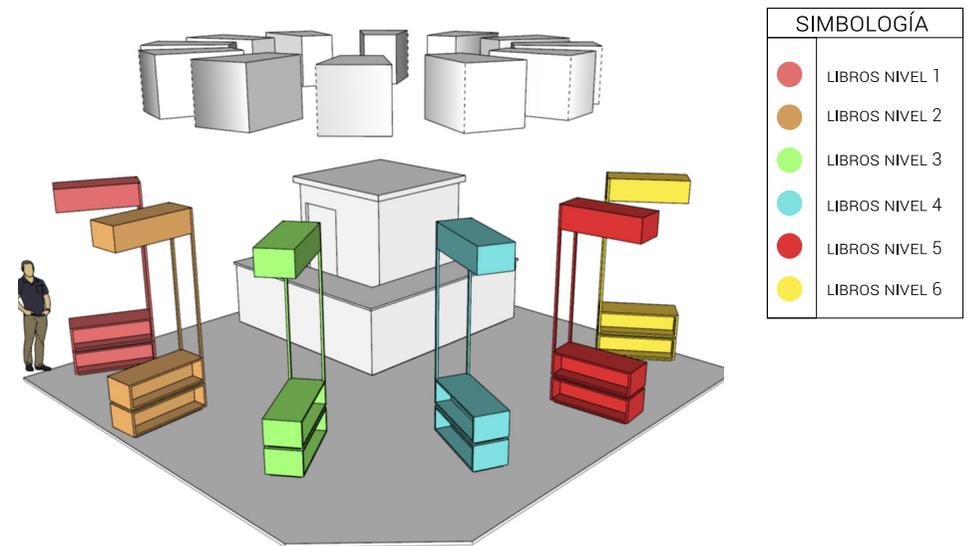


Figura 107: Distribución stand Mandioca (Elaboración propia E.G.)

Elementos del Stand

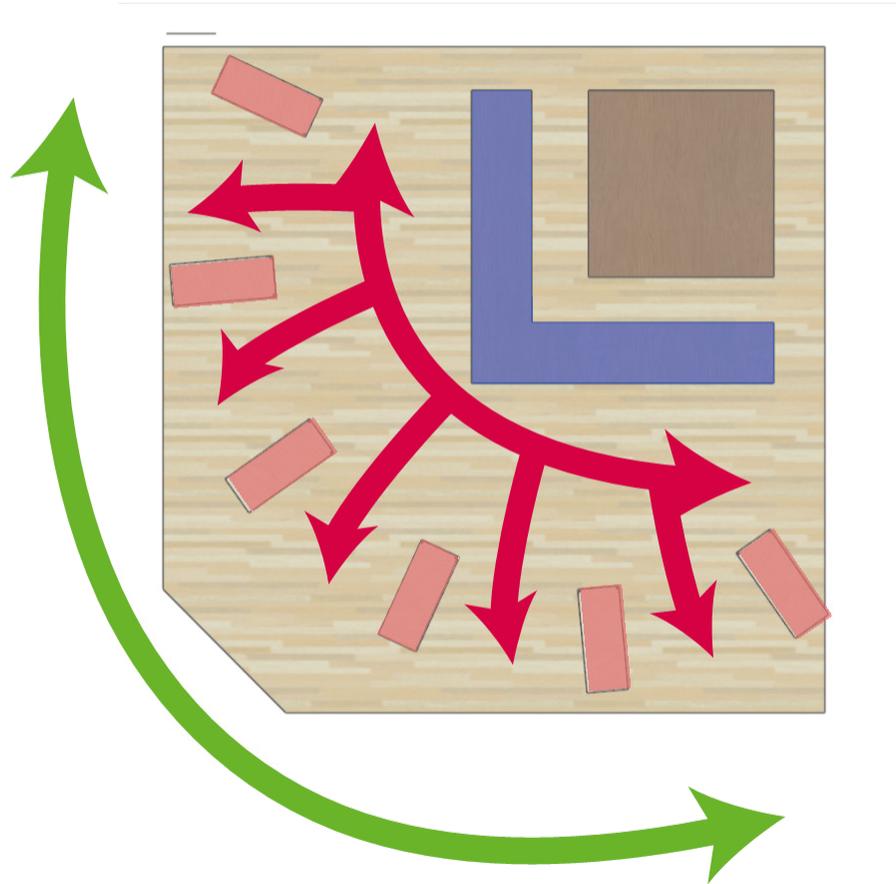


Figura 108: Organigrama Mandioca (Elaboración propia E.G.)

ELEMENTOS DEL STAND		
Elemento	Cant.	Simb.
Estantería	6	
Counter	1	
Bodega	1	
Circulación interna		
Circulación Externa		

Tabla 6: Stand Mandioca

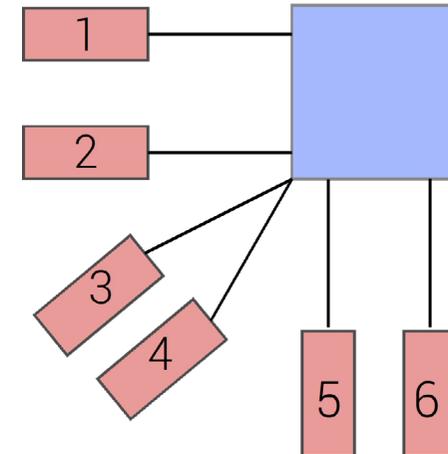


Figura 109: Organigrama distribución (Elaboración propia E.G.)

Elemento de Exhibición

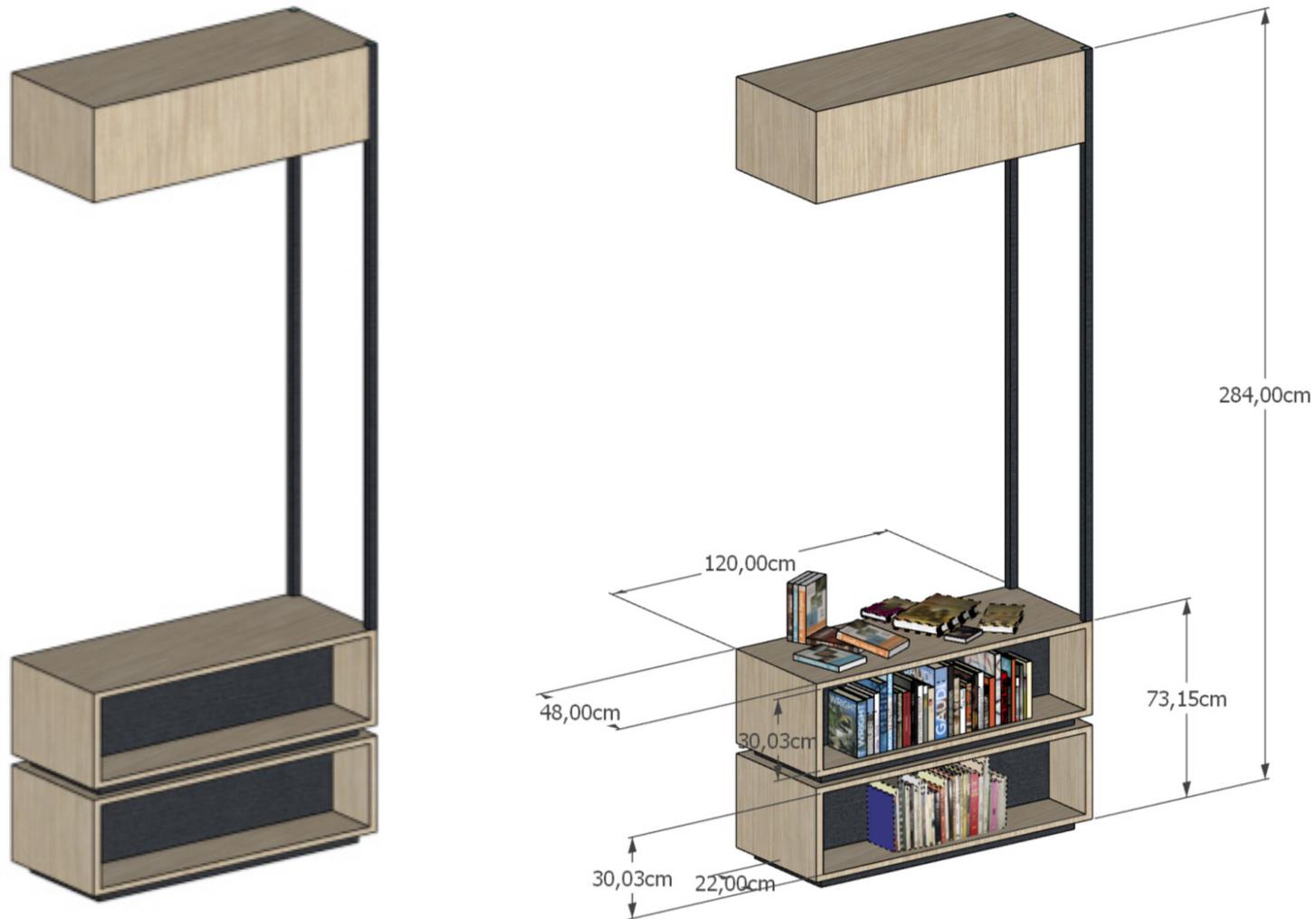


Figura 110: Estantería (Elaboración propia E.G.)

3.2. Homólogo Formal, Estético y Constructivo:

Build Modular By MOVISI:

Build es un estante modulara diseñado por Jack Godfrey Wood y Tom Ballhatchet, este está basando en un material ligero y 100% reciclable, toda gira en torno a un solo módulo que se puede acoplar con varios similares y utilizar de varios forma como por ejemplo estantería, separación de ambientes, asientos, o cajones.



Figura 111: Build By MOVISI

Dimensiones:

Dimensiones externas (mm): 520 x 385 x D 290 * * (D 303 mm en versión cerrada con respaldo)

Dimensiones internas en mm: 425 x 315 x D 290 Peso por unidad: aprox. 700-750g / 1,5 libras

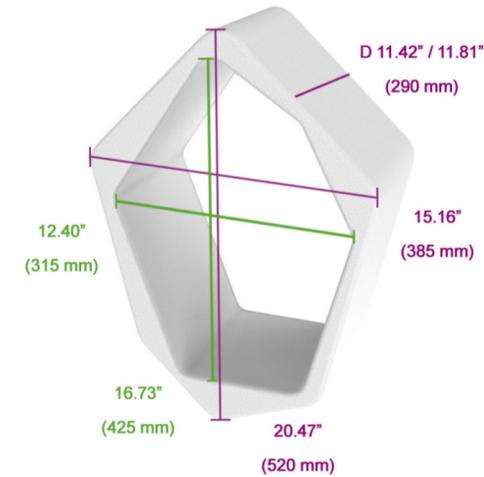


Figura 112: Pieza Build

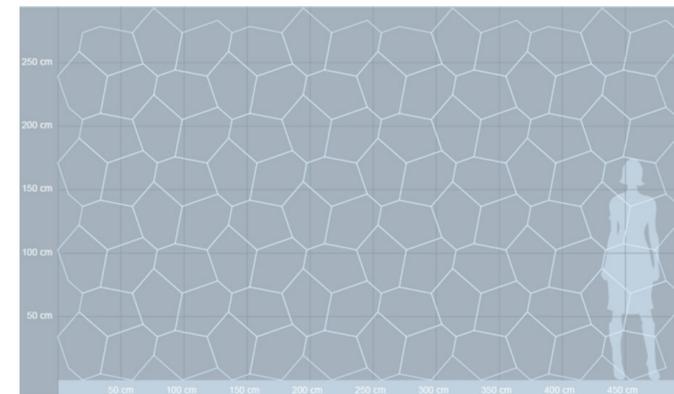


Figura 113: Formato General

Configuración

La configuración de Build se basa en una pieza única que forma una configuración base acoplable en cualquiera de sus lados; hay que tener en cuenta que no todos los lados son compatibles si no se forma la pieza común en formato de 3 piezas. A continuación, una explicación.

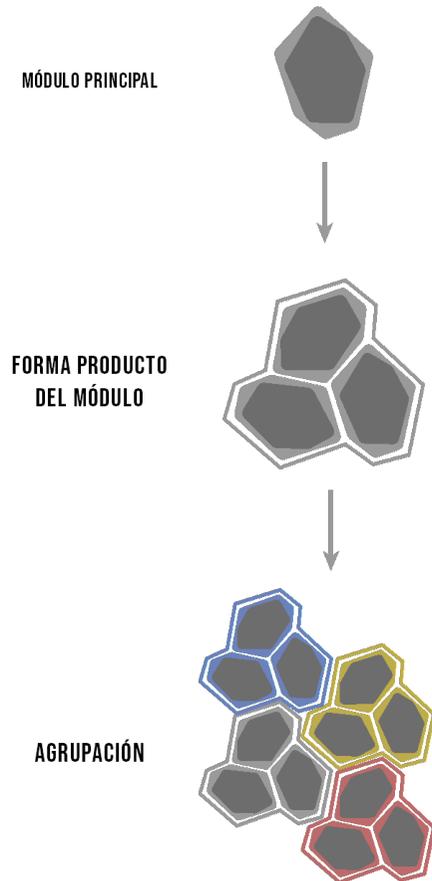


Figura 114: Configuración modular Movisi

Sistema Constructivo

El Sistema constructivo de Build se basa en dos elementos clave, el módulo y una pieza de anclaje que permite la unión de varias piezas modulares.



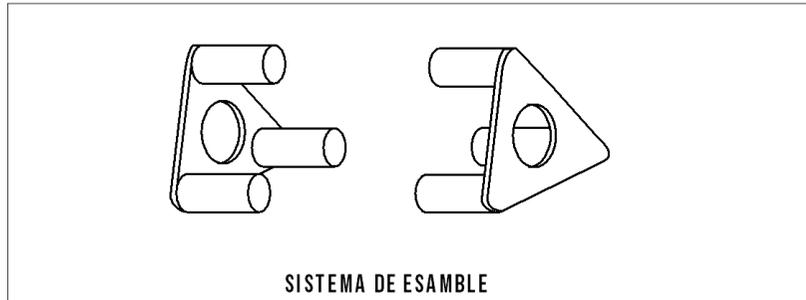
Figura 115: Sistema de Anclaje

Piezas: Sus piezas pueden ser de diferentes tipos, con tapa y sin tapa, las cuales se anclan desde su parte trasera con el elemento que se muestra a continuación.



Figura 116: Sistema de Anclaje

Detalle constructivo



Leyenda	
1.	Pieza de anclaje, plástico
2.	Módulo Movisi, Poliestireno

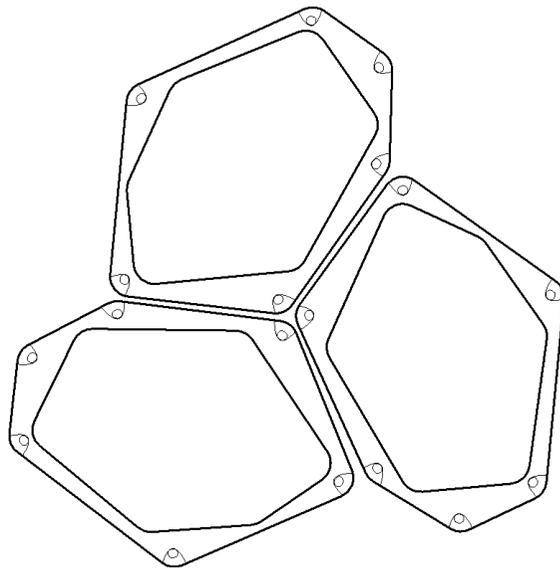


Figura 117: Detalle constructivo

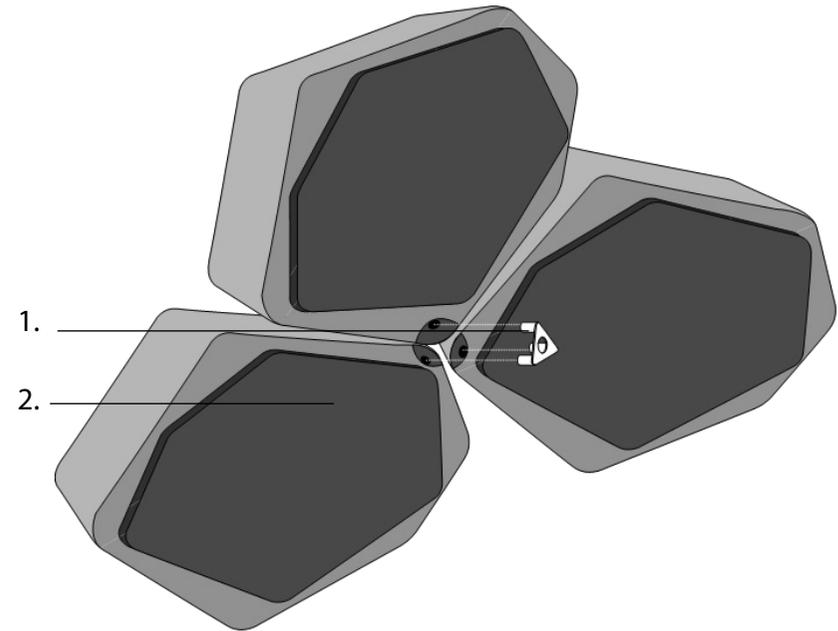


Figura 118: Axonometría Detalle constructivo

PROPIEDADES

Material		Poliestireno Expandido (EPS)		
Densidad (kg/m ³)		12 a 15	20	25 a 30
Color		Blanco	Blanco	Blanco
Olor		Ninguno	Ninguno	Ninguno
Temperatura máxima que soporta (°C)		75 ± 5	75 ± 5	75 ± 5
Conductividad térmica (W/m.k)		0,032	0,031	0,030
Resistencia al calor (corto tiempo) (°C)		100	100	100
Resistencia al calor(largo tiempo) (°C)		85	85	85
Absorción de Agua en aire húmedo (20°C, 95 % de humedad relativa) (%)	En 36 días	0,033	0,033	0,033
	En 90 días	0,035	0,035	0,035
Porcentaje de Luz que atraviesa una lámina de (%)	5 Milímetros	45	45	45
	12 Milímetros	30	30	30
Resistencia a la compresión (kg/cm ²)		0.7-1.1	1.0 - 2.0	1.4-2.0
Resistencia al corte (kg/cm ²)		4.7-5.6	6.0 - 8.0	7.2-10
Resistencia a la flexión (kg/cm ²)		1.8-2.6	2.5 - 3.0	3.2-4.0
Resistencia a la tracción (kg/cm ²)		1.8-2.6	2.5 - 3.2	3.5-4.1
Coefficiente de dilatación		Nulo	Nulo	Nulo

Tabla 7: Propiedades de Material Poliestireno Expandido empresa Plastex Ecuador



Figura 119: Poliestireno Expandido

Propiedades

- Ligero
- 100% Reciclable
- 95% Aire
- 0% toxico

Análisis Estético

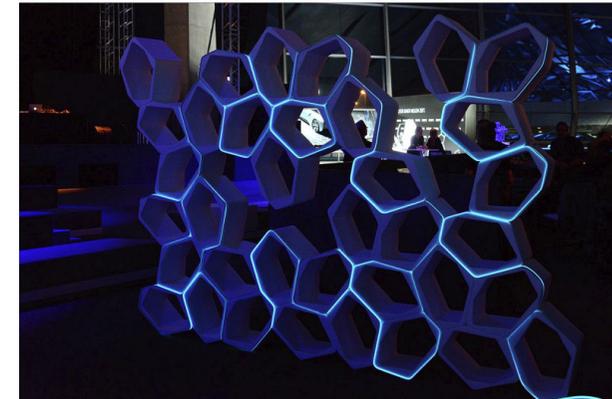


Figura 120: Feria Munich, BMW

EL uso de los módulos Build se ha utilizado en varios aspectos comerciales, así como para el diseño del stand de BMW en Munich.

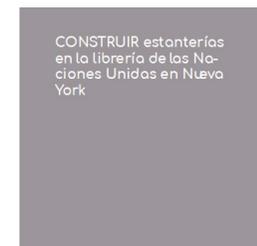


Figura 121: Tienda ONU Nueva York

Cromática

El color de los módulos depende estrictamente del material empleado para su producción, en este caso existen dos colores bases que se pueden utilizar para su combinación.

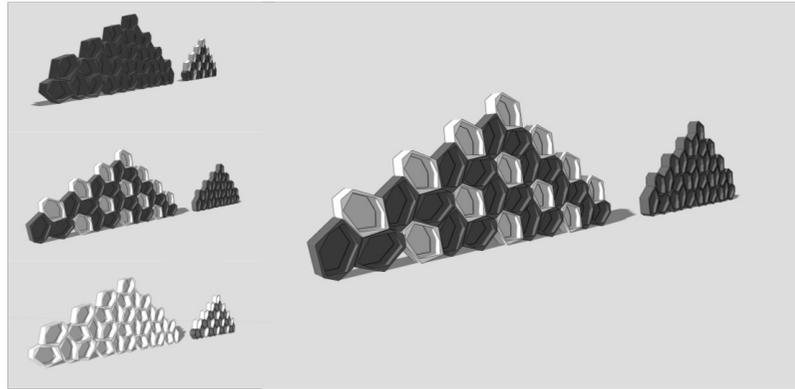


Figura 122: Cromática aplicada Build

Disposición

La disposición depende estrictamente de la cantidad de módulos que se posean. Esto se rige por la creatividad al momento de su colocación.

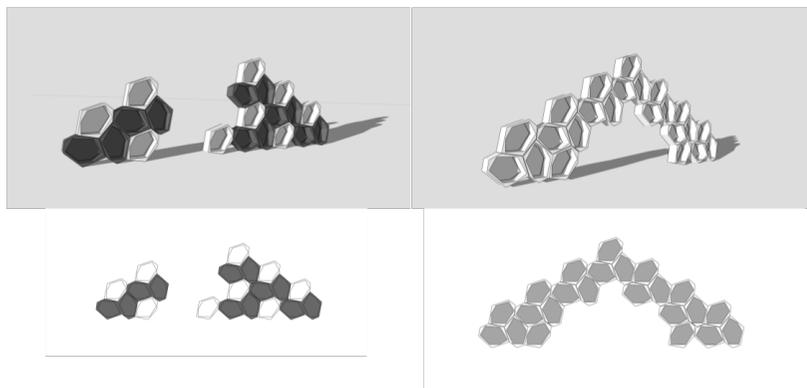


Figura 123: Disposición

Usos:

Los usos de los módulos son muy amplios, poseen características que nos permiten facilidad de su utilización en varios ámbitos como comida, almacenaje, entre otros.



Figura 124: Usos Build by MOVISI

4. Conclusiones capítulo 2

El análisis realizado en este capítulo ha arrojado datos que nos permitirán encaminar el proyecto de la manera más propicia para la empresa Betero, como conclusión este análisis previo ha facilitado la selección de homólogos que serán una guía para la fase de diseño.

Betero necesita un stand versátil para las múltiples ferias a las que asiste a lo largo del año, las mismas que varían en tamaño y aspectos técnicos, por consecuencia, la fase de diseño se verá enfocada en el planteamiento y concepción de un módulo multifuncional que pueda ser acoplado para sus necesidades.

CAPÍTULO 3: PROPUESTA DE DISEÑO

“El diseño es simple, por eso es tan complicado”.

Paul Rand

03

1. Briefing

El diseño comercial y diseño de stands propone una alternativa de posicionamiento a las marcas que usan estos recursos, lo que conlleva directamente a generar un "interiorismo estratégico", término que se usa dentro del ámbito del diseño interior, y que es una necesidad real para cualquier tipo de empresas y comercios.

En Ecuador se generan muchas ferias de exposición anualmente, en las cuales participan empresas de toda índole, que buscan un posicionamiento de marca para su empresa o emprendimiento, estas sin embargo suelen escatimar al momento de generar su espacio de exposición.

Es por este motivo que se busca satisfacer una necesidad existente que pasa a segundo plano para las empresas que no tienen alternativas al momento de hacer el diseño de su stand, ofreciendo la solución de diseño de un stand modular que pueda ser utilizado en diferentes disposiciones exclusivamente para la marca Betero y sus visitantes.

1.1. Conceptualización

El concepto aplicado para el diseño de stand para la marca Betero parte de dos componentes principales para el planteamiento del mismo.

Formal: Betero es una empresa con una imagen corporativa muy bien estructurada, que ha servido para el posicionamiento positivo de la marca, es un elemento muy importante a tomar en cuenta dentro de la conceptualización, dentro de este apartado podemos encontrar colores corporativos, y logo de la marca.

Visión: La idea propuesta por la marca en lo que se refiere a sus libretas, "obra única de colección personal", es una etiqueta que la marca coloca a sus productos, partiendo de los procesos de producción hasta el diseño de las mismas.

Resultado: El objetivo de este proceso es plantear un concepto coherente que identifique a la marca en varios de sus aspectos más importantes, como resultado tendremos la idea global utilizada de manera tanto intrínseca como extrínseca, es decir un stand que a simple vista sea reconocido como un "Stand Betero" y que en su esencia tenga los valores de la marca.

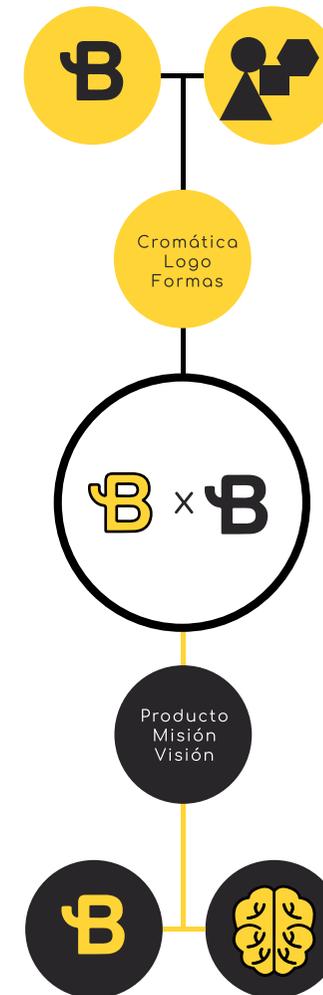


Figura 125: Conceptualización

1.2. Ideación y Bocetos

La fase de ideación parte de conjugación del concepto, lo que se busca en primera instancia es generar que la forma final del stand cumpla con las formas y colores de la marca, en este punto el módulo no está concebido.

En el proceso se opta por definir el módulo, el cual ayudará a concebir la forma final del stand, este proceso cuenta con varias etapas en las que se propone módulos con figuras con una base aerodinámica evitando recaer en pliegues rectilíneos.

2. Bocetos

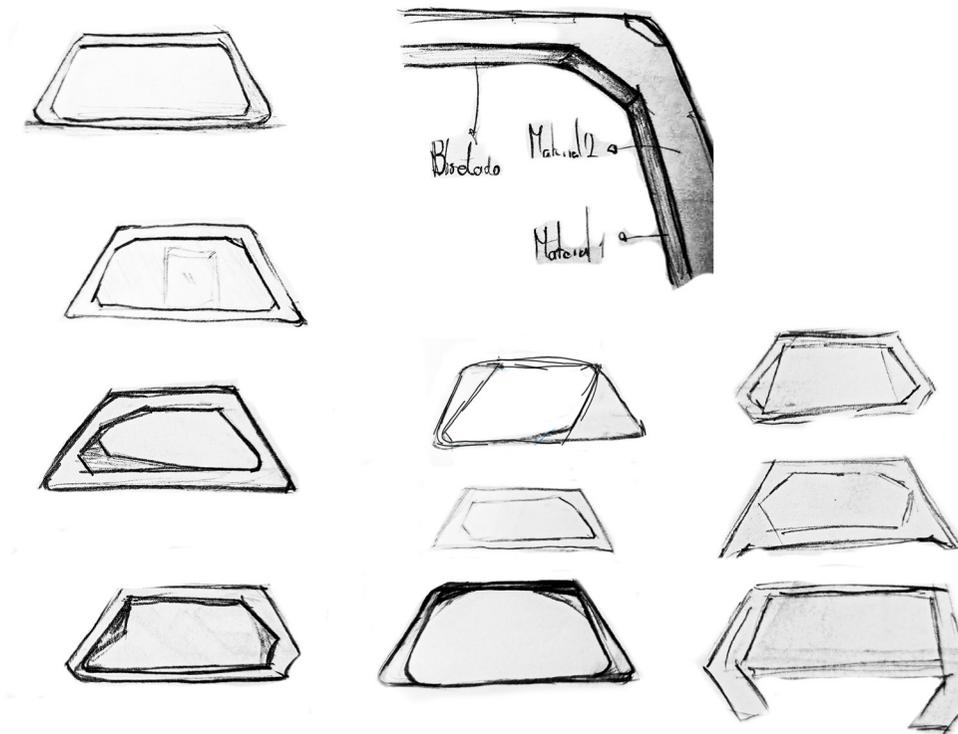


Figura 126: Bocetos

Bocetos

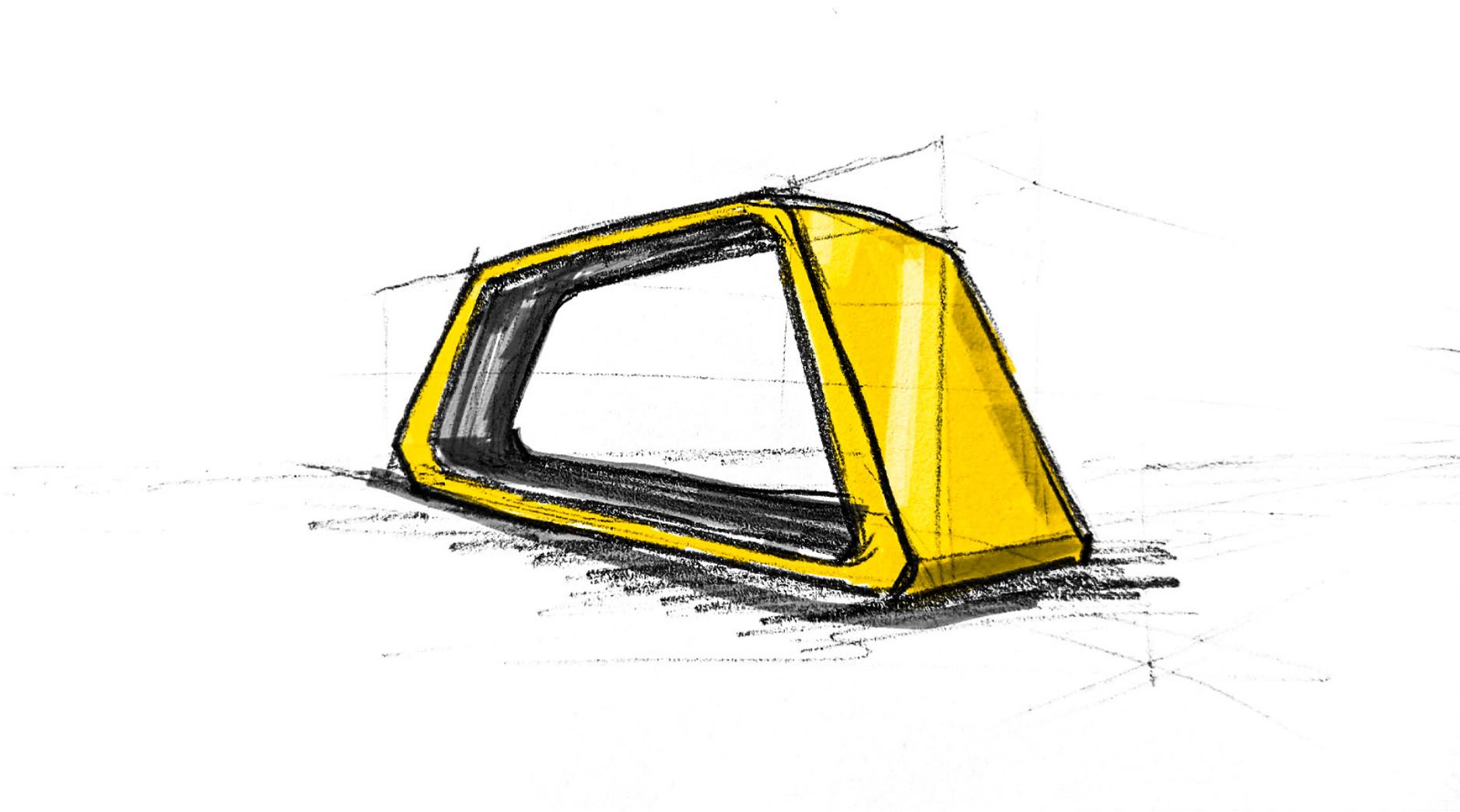
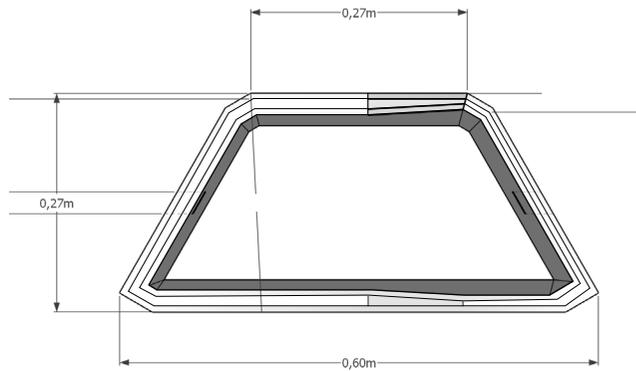
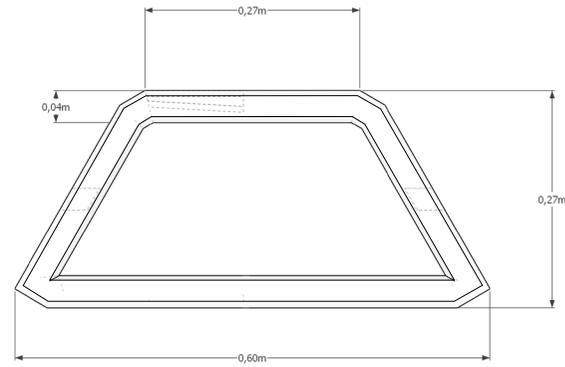


Figura 127: Bocetos

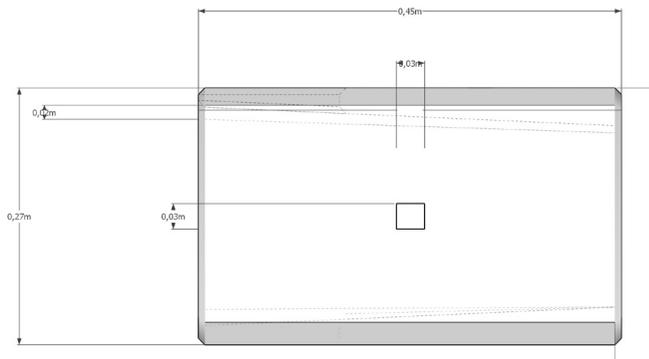
3. Planimetrías



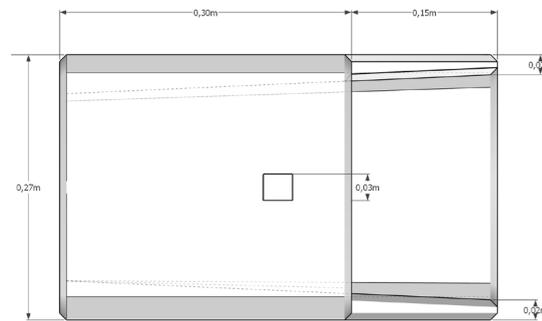
Vista Frontal



Vista Posterior

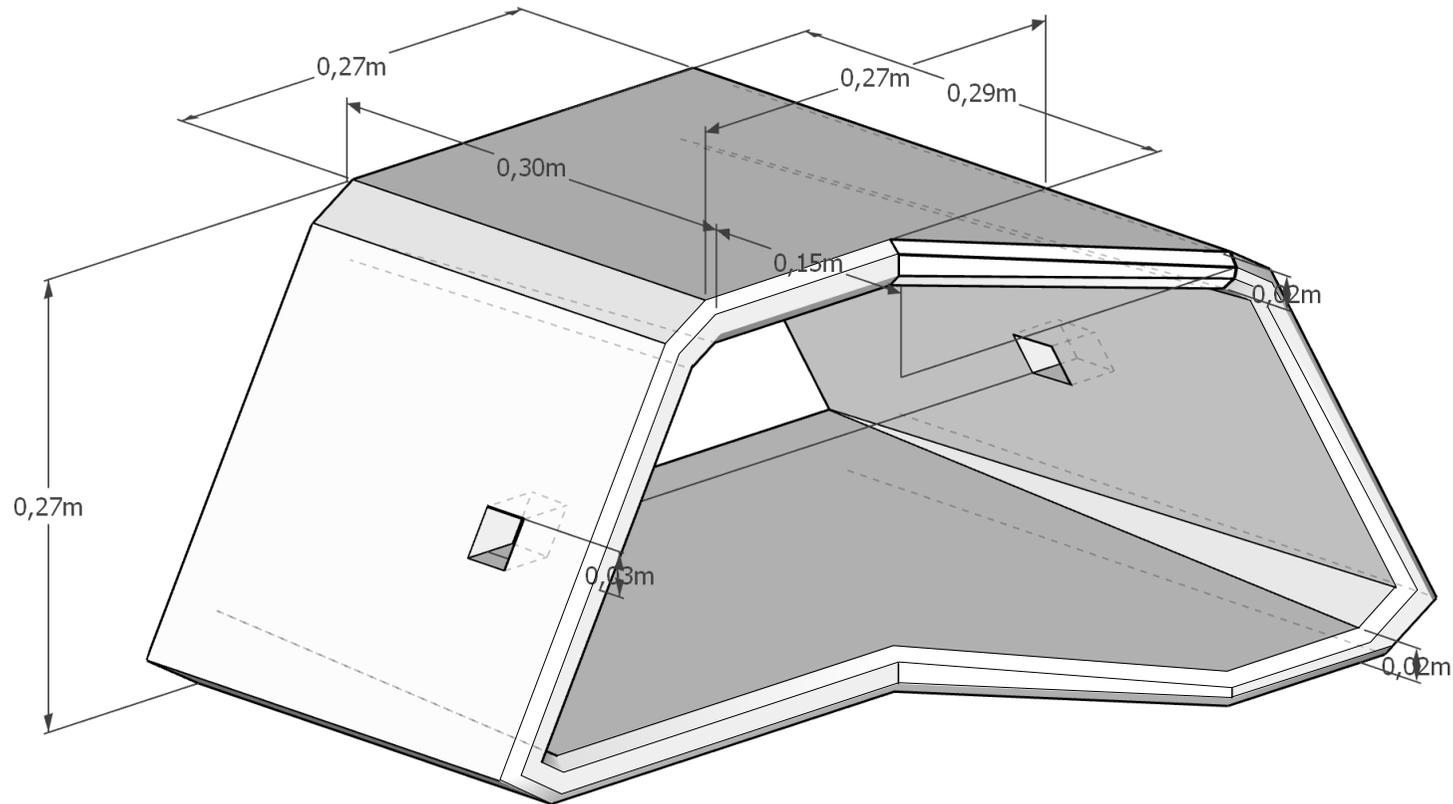


Lateral Derecha



Lateral Izquierda

Dependencia	
 UNIVERSIDAD DE CUENCA	
Universidad de Cuenca Diseño: Esteban Santiago González Toalongo País: Ecuador Ciudad: Cuenca Contacto: esteban.gonzalez2@ucuenca.edu.ec	
Nombre del Proyecto PROPUESTA DE DISEÑO DE STANDS BASADA EN MÓDULOS INTERCAMBIABLES PARA LA PROMOCIÓN DE AGENDAS DE LA MARCA BETERO.	
Nombre del Dibujo Planimetrías Módulo	
Estatus del Dibujo Académico	
Fecha de Creación	03/02/2021
Edición	
Fecha de Modificación	-
Edición	
Escala Dibujo	
1:10	
Número de Lámina	1
 FACULTAD DE ARTES	



Axonometría

Dependencia



UNIVERSIDAD
DE CUENCA

Universidad de Cuenca

Diseño: Esteban Santiago González Toalongo
País: Ecuador
Ciudad: Cuenca
Contacto: esteban.gonzalez1@ucuenca.edu.ec

Nombre del Proyecto

PROPUESTA DE DISEÑO DE STANDS
BASADA EN MÓDULOS INTERCAMBIABLES
PARA LA PROMOCIÓN DE AGENDAS DE LA
MARCA BETERO.

Nombre del Dibujo

Axonometría

Estatus del Dibujo

Académico

Fecha de Creación

03/02/2021

Edición

Fecha de Modificación

-

Edición

Escala Dibujo

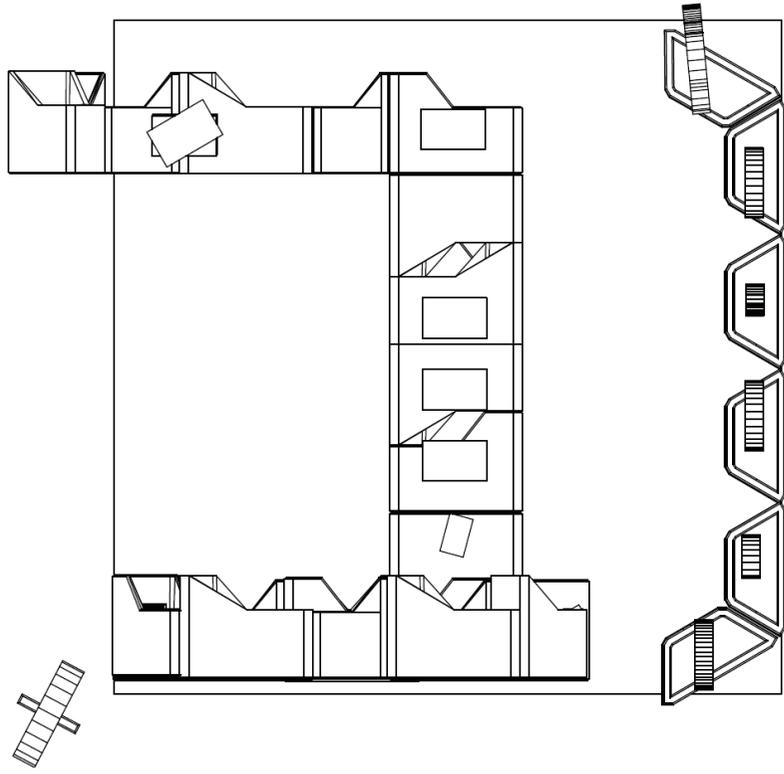
1:10

Número de Lámina

2



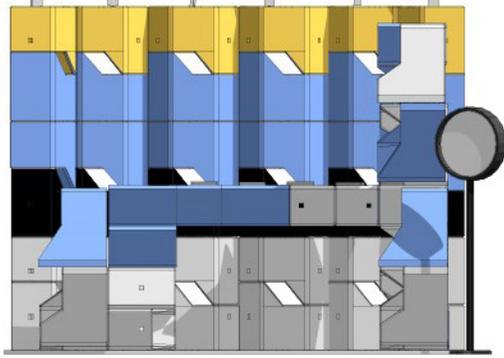
Plantas y Elevaciones



0. Planta 1:25

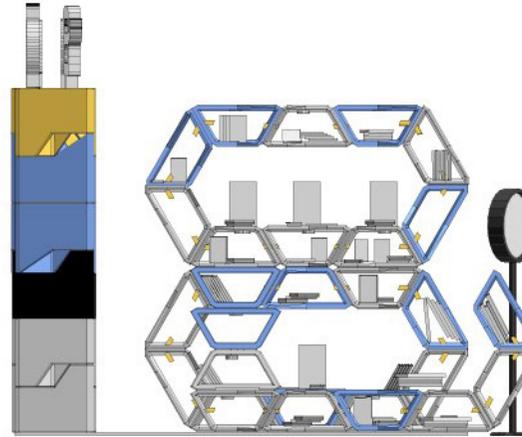
Dependencia	
 UNIVERSIDAD DE CUENCA	
Universidad de Cuenca Diseño: Esteban Santiago González Toalongo País: Ecuador Ciudad: Cuenca Contacto: esteban.gonzalez@ucuenca.edu.ec	
Nombre del Proyecto PROPUESTA DE DISEÑO DE STANDS BASADA EN MÓDULOS INTERCAMBIABLES PARA LA PROMOCIÓN DE AGENDAS DE LA MARCA BETERO.	
Nombre del Dibujo	Planta
Estatus del Dibujo	Académico
Fecha de Creación	03/02/2021
Edición	
Fecha de Modificación	-
Edición	
Escala Dibujo	1:25
Número de Lámina	4
	 FACULTAD DE ARTES

B e t e r o



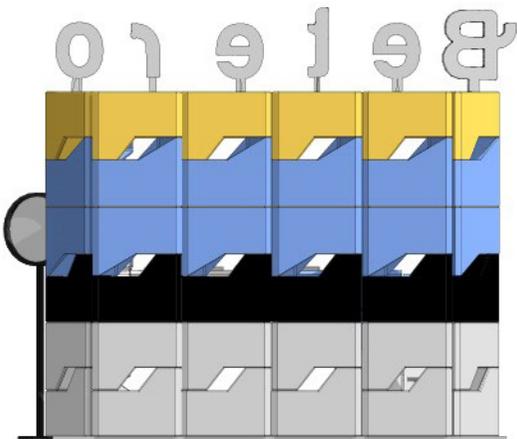
Elevación Frontal (1)

1:50



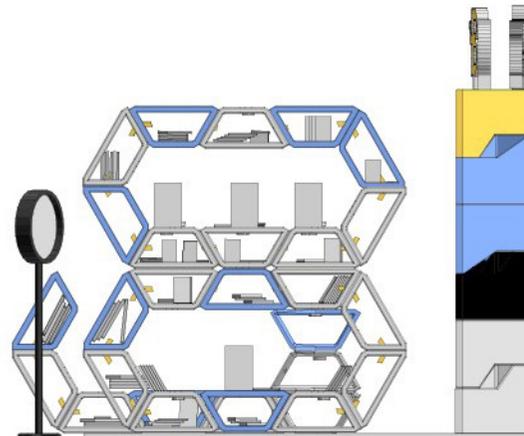
Elevación Lateral Derecha (1)

1:50



Elevación Posterior (1)

1:50



Elevación Lateral Izquierda (1)

1:50

Dependencia



UNIVERSIDAD
DE CUENCA

Universidad de Cuenca

Diseño: Esteban Santiago González Toalongo

País: Ecuador

Ciudad: Cuenca

Contacto: esteban.gonzalez@ucuenca.edu.ec

Nombre del Proyecto

PROPUESTA DE DISEÑO DE STANDS
BASADA EN MÓDULOS INTERCAMBIABLES
PARA LA PROMOCIÓN DE AGENDAS DE LA
MARCA BETERO.

Nombre del Dibujo

Elevaciones

Estatus del Dibujo

Académico

Fecha de Creación

03/02/2021

Edición

Fecha de Modificación

-

Edición

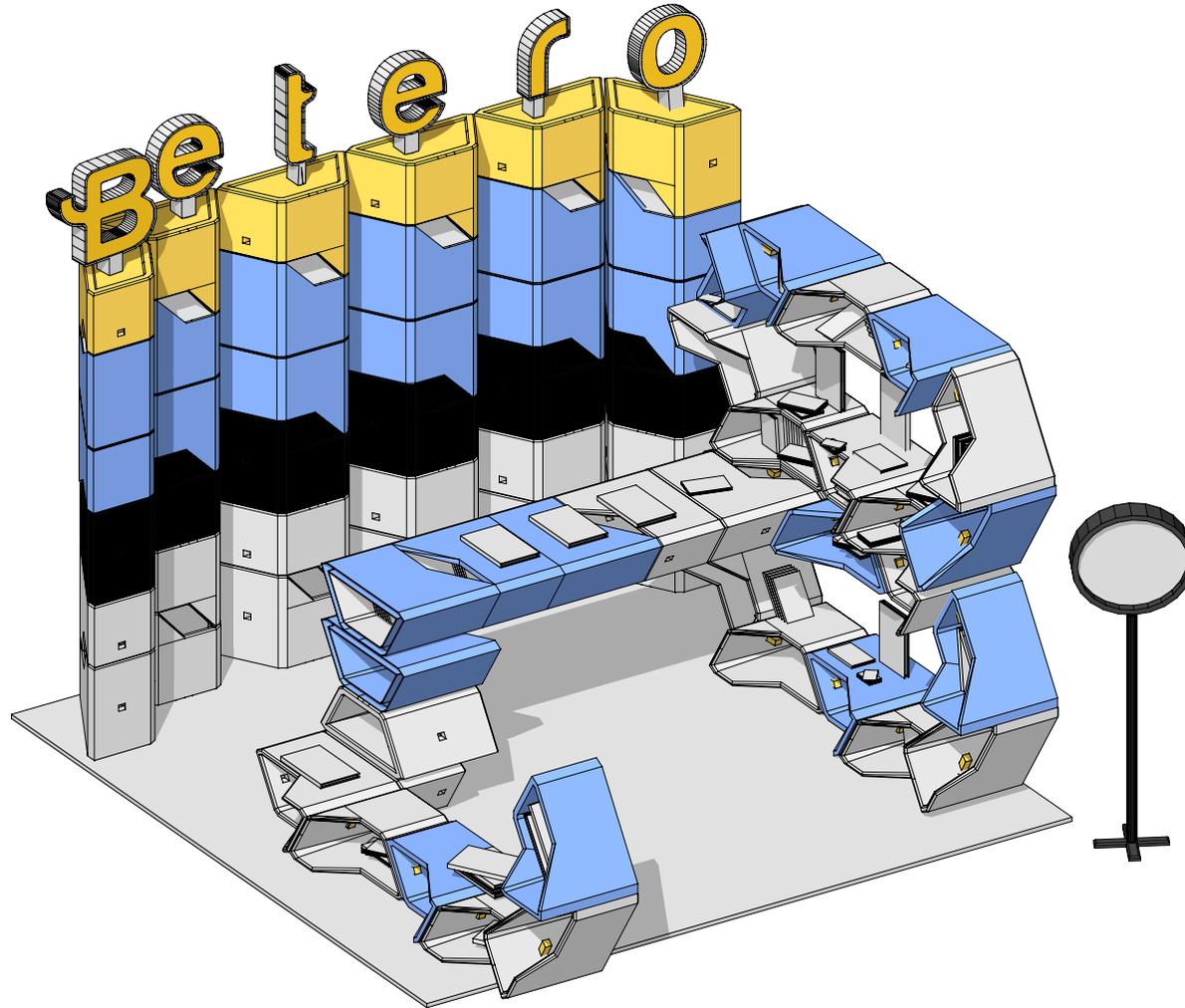
Escala Dibujo

1:50

Número de Lámina

5





Axo

Axonometría

1:25

Dependencia



UNIVERSIDAD
DE CUENCA

Universidad de Cuenca

Diseño: Esteban Santiago González Toalongo

País: Ecuador

Ciudad: Cuenca

Contacto: esteban.gonzalez@ucuenca.edu.ec

Nombre del Proyecto

PROPUESTA DE DISEÑO DE STANDS
BASADA EN MÓDULOS INTERCAMBIABLES
PARA LA PROMOCIÓN DE AGENDAS DE LA
MARCA BETERO.

Nombre del Dibujo

Axonometría

Estatus del Dibujo

Académico

Fecha de Creación

03/02/2021

Edición

Fecha de Modificación

Edición

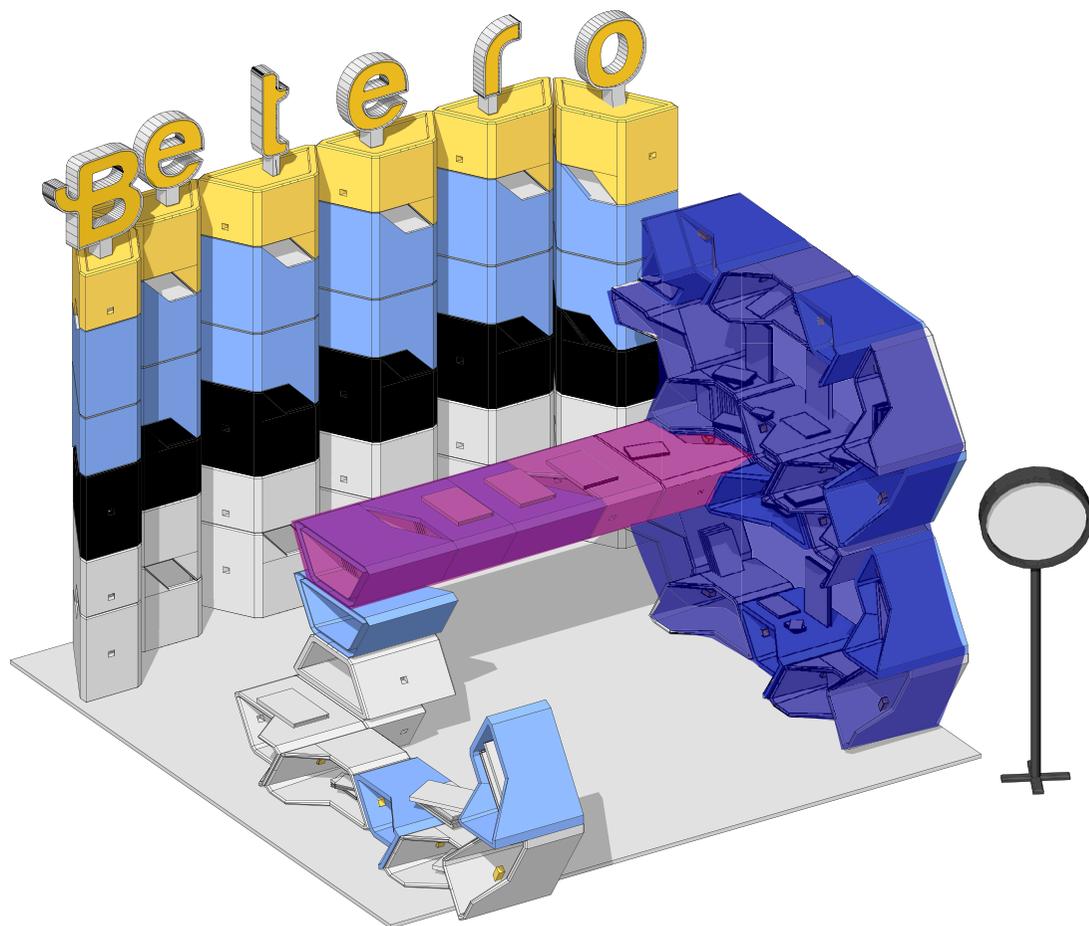
Escala Dibujo

1:25

Número de Lámina

6

**FACULTAD
DE ARTES**



- MOSTRADOR**
- VITRINA**
- EXHIBICIÓN**
- EXHIBICIÓN PRIMARIA**
- ALMACENAJE 1**
- ALMACENAJE 2**

Dependencia

UNIVERSIDAD
DE CUENCA**Universidad de Cuenca**

Diseño: Esteban Santiago González Toalongo
País: Ecuador
Ciudad: Cuenca
Contacto: esteban.gonzalez@ucuenca.edu.ec

Nombre del Proyecto

PROPUESTA DE DISEÑO DE STANDS
BASADA EN MÓDULOS INTERCAMBIABLES
PARA LA PROMOCIÓN DE AGENDAS DE LA
MARCA BETERO.

Nombre del Dibujo

Infografía

Estatus del Dibujo

Académico

Fecha de Creación

03/02/2021

Edición

Fecha de Modificación

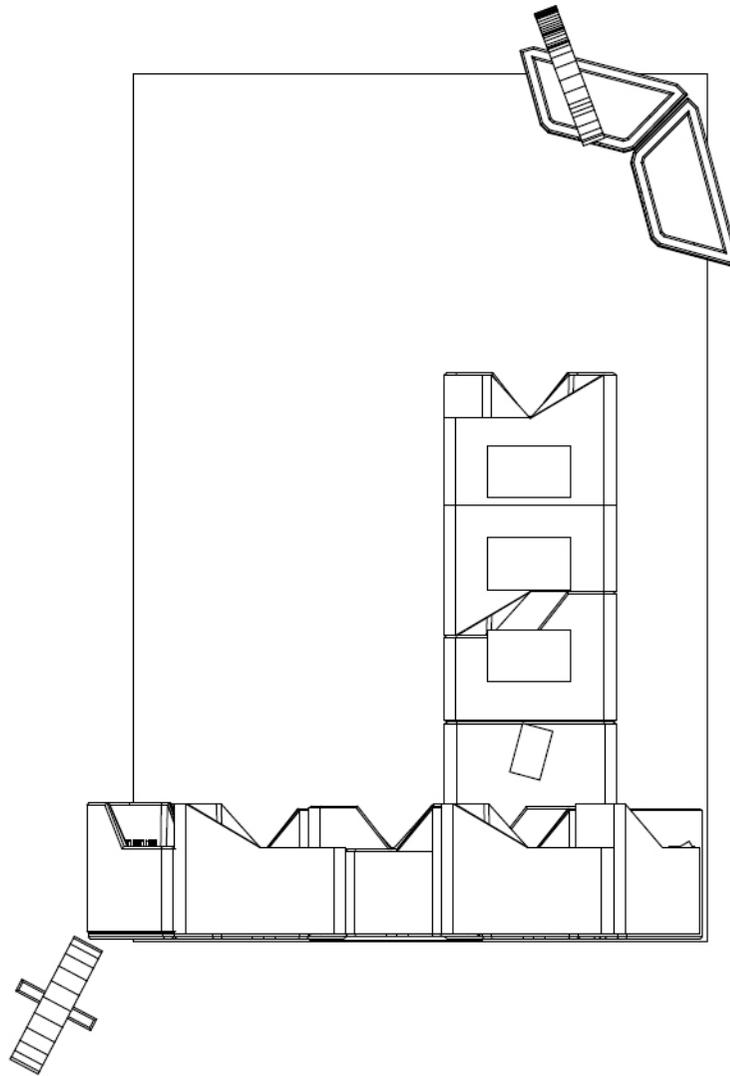
Edición

Escala Dibujo

1:25

Número de Lámina

3 **FACULTAD
DE ARTES**



0.

Planta

1:25

Dependencia



UNIVERSIDAD
DE CUENCA

Universidad de Cuenca

Diseño: Esteban Santiago González Toalongo
País: Ecuador
Ciudad: Cuenca
Contacto: esteban.gonzalez1@ucuenca.edu.ec

Nombre del Proyecto

PROPUESTA DE DISEÑO DE STANDS
BASADA EN MÓDULOS INTERCAMBIABLES
PARA LA PROMOCIÓN DE AGENDAS DE LA
MARCA BETERO.

Nombre del Dibujo

Planta

Estatus del Dibujo

Académico

Fecha de Creación

03/02/2021

Edición

Fecha de Modificación

-

Edición

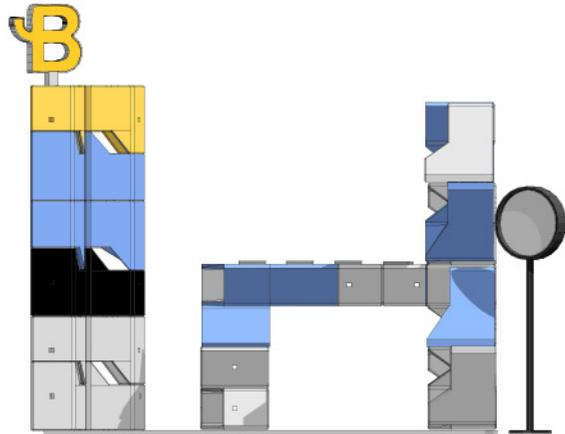
Escala Dibujo

1:25

Número de Lámina

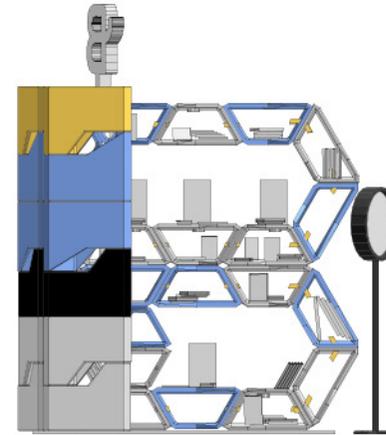
7

**FACULTAD
DE ARTES**



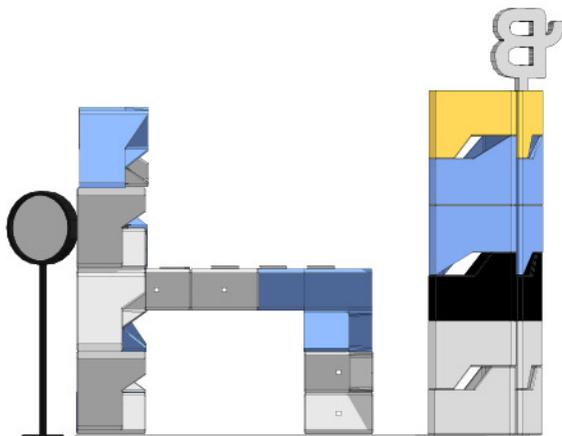
Elevación Frontal (1)

1:50



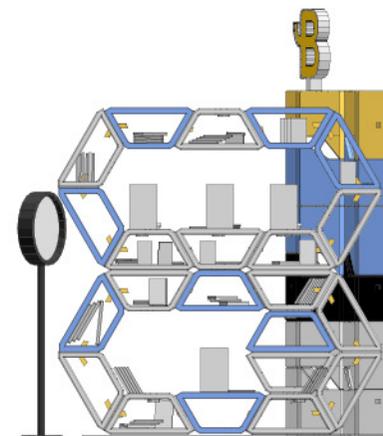
Elevación Lateral Derecha (1)

1:50



Elevación Posterior (1)

1:50



Elevación Lateral Izquierda (1)

1:50

Dependencia

UNIVERSIDAD
DE CUENCA**Universidad de Cuenca**

Diseño: Esteban Santiago González Toalongo
País: Ecuador
Ciudad: Cuenca
Contacto: esteban.gonzalez@ucuenca.edu.ec

Nombre del Proyecto

PROPUESTA DE DISEÑO DE STANDS
BASADA EN MÓDULOS INTERCAMBIABLES
PARA LA PROMOCIÓN DE AGENDAS DE LA
MARCA BETERO.

Nombre del Dibujo

Elevaciones

Estatus del Dibujo

Académico

Fecha de Creación

03/02/2021

Edición

Fecha de Modificación

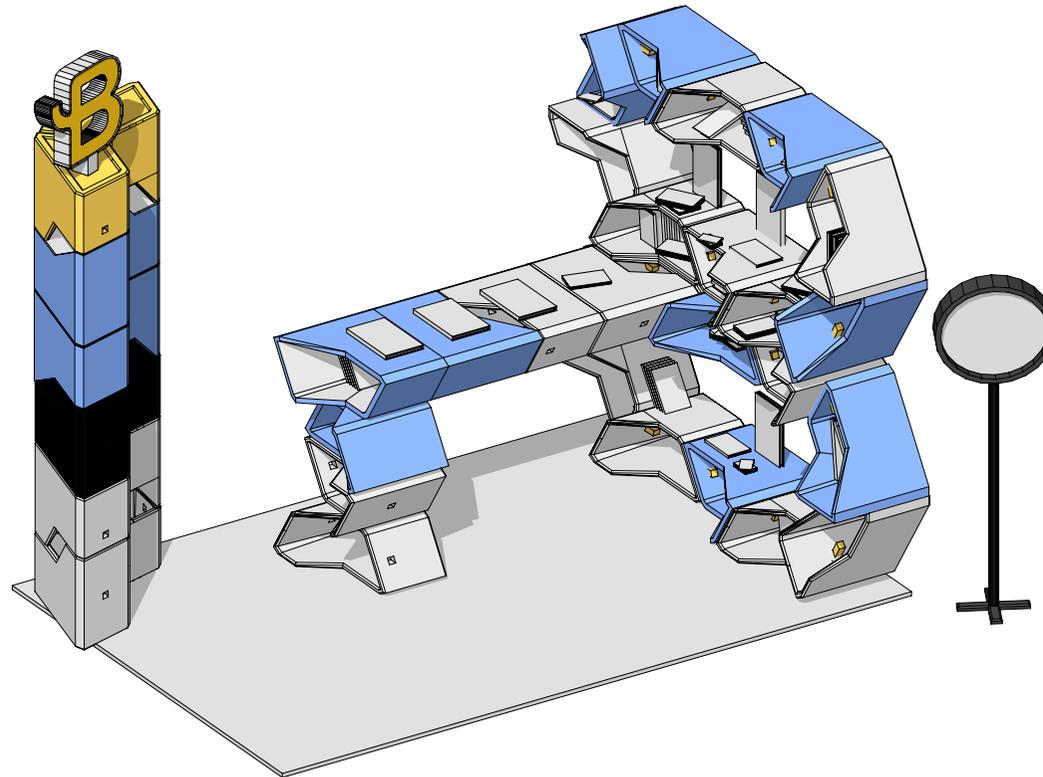
Edición

Escala Dibujo

1:50

Número de Lámina

8**FACULTAD
DE ARTES**

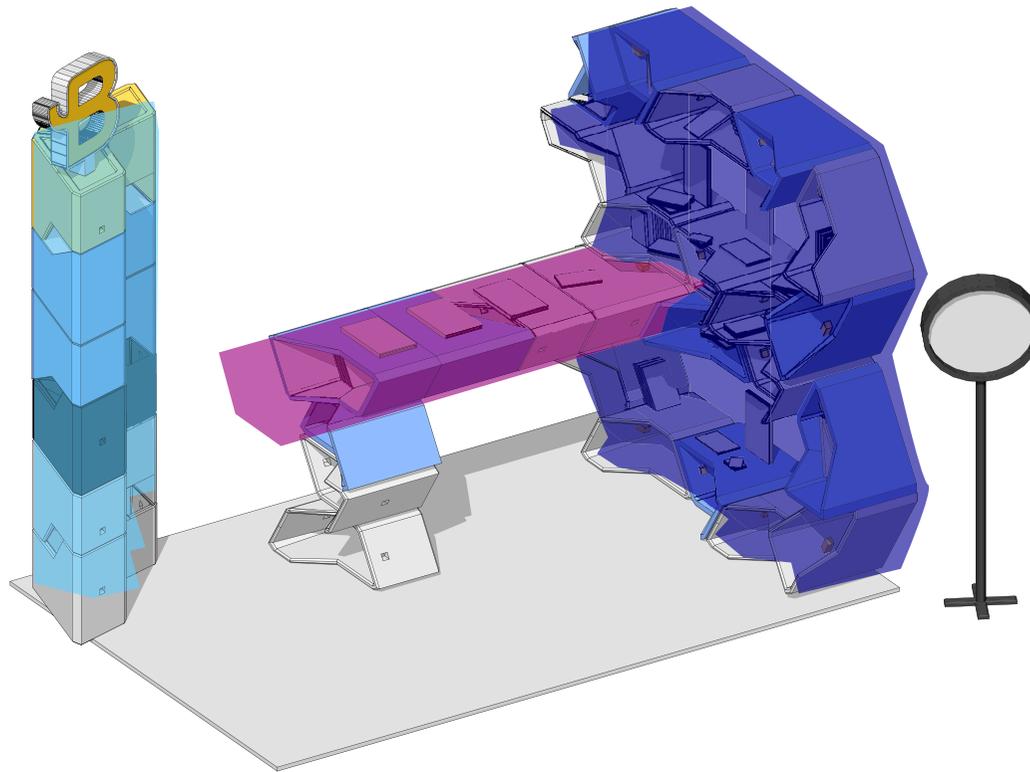


4xo

Axonometry

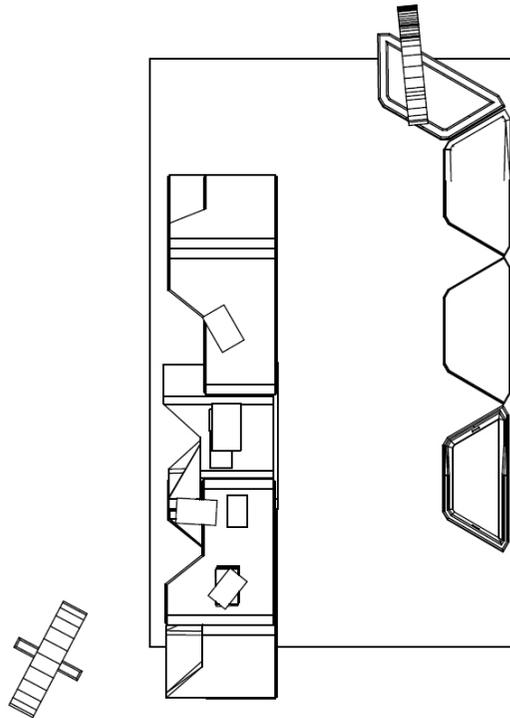
1:25

Dependencia	
	UNIVERSIDAD DE CUENCA
Universidad de Cuenca	
Diseño: Esteban Santiago González Toalongo	
País: Ecuador	
Ciudad: Cuenca	
Contacto: esteban.gonzalez@ucuenca.edu.ec	
Nombre del Proyecto	
PROPUESTA DE DISEÑO DE STANDS BASADA EN MÓDULOS INTERCAMBIABLES PARA LA PROMOCIÓN DE AGENDAS DE LA MARCA BETERO.	
Nombre del Dibujo	
Axonometría	
Estatus del Dibujo	
Académico	
Fecha de Creación	03/02/2021
Edición	
Fecha de Modificación	-
Edición	
Escala Dibujo	
1:25	
Número de Lámina	
9	



- MOSTRADOR**
- EXHIBICIÓN PRIMARIA**
- ALMACENAJE Y VITRINA**

Dependencia	
 UNIVERSIDAD DE CUENCA	
Universidad de Cuenca	
Diseño: Esteban Santiago González Toalongo	
País: Ecuador	
Ciudad: Cuenca	
Contacto: esteban.gonzalez1@ucuenca.edu.ec	
Nombre del Proyecto	
PROPUESTA DE DISEÑO DE STANDS BASADA EN MÓDULOS INTERCAMBIABLES PARA LA PROMOCIÓN DE AGENDAS DE LA MARCA BETERO.	
Nombre del Dibujo	
Infografía	
Estatus del Dibujo	
Académico	
Fecha de Creación	03/02/2021
Edición	
Fecha de Modificación	-
Edición	
Escala Dibujo	1:25
Número de Lámina	
3	 FACULTAD DE ARTES

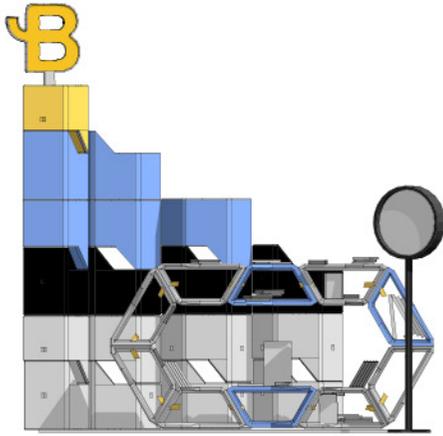


0.

Planta

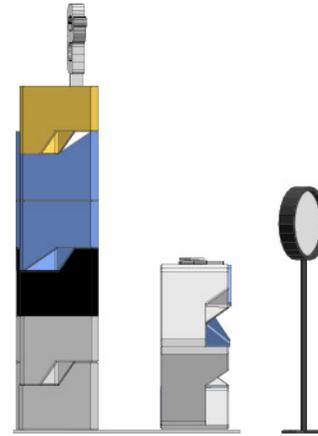
1:25

Dependencia	
 <p>UNIVERSIDAD DE CUENCA</p>	
<p>Universidad de Cuenca Diseño: Esteban Santiago González Toalongo País: Ecuador Ciudad: Cuenca Contacto: esteban.gonzalezti@ucuenca.edu.ec</p>	
<p>Nombre del Proyecto PROPUESTA DE DISEÑO DE STANDS BASADA EN MÓDULOS INTERCAMBIABLES PARA LA PROMOCIÓN DE AGENDAS DE LA MARCA BETERO.</p>	
<p>Nombre del Dibujo Planta</p>	
<p>Estatus del Dibujo Académico</p>	
Fecha de Creación	03/02/2021
Edición	
Fecha de Modificación	-
Edición	
Escala Dibujo	1:25
Número de Lámina	3
 <p>FACULTAD DE ARTES</p>	



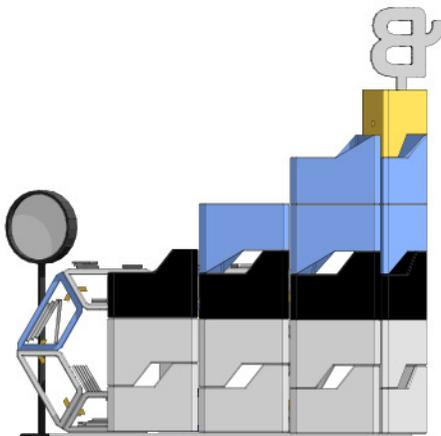
Elevación Frontal (1)

1:50



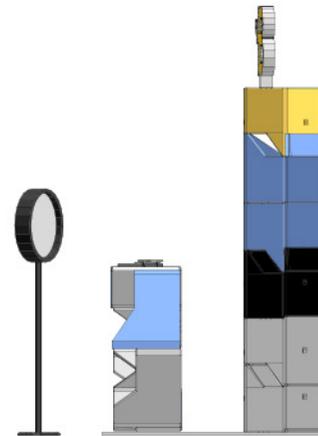
Elevación Lateral Derecha (1)

1:50



Elevación Posterior (1)

1:50



Elevación Lateral Izquierda (1)

1:50

Dependencia



UNIVERSIDAD
DE CUENCA

Universidad de Cuenca

Diseño: Esteban Santiago González Toalongo
País: Ecuador
Ciudad: Cuenca
Contacto: esteban.gonzalez@ucuenca.edu.ec

Nombre del Proyecto

PROPUESTA DE DISEÑO DE STANDS
BASADA EN MÓDULOS INTERCAMBIABLES
PARA LA PROMOCIÓN DE AGENDAS DE LA
MARCA BETERO.

Nombre del Dibujo

Elevaciones

Estatus del Dibujo

Académico

Fecha de Creación

03/02/2021

Edición

Fecha de Modificación

-

Edición

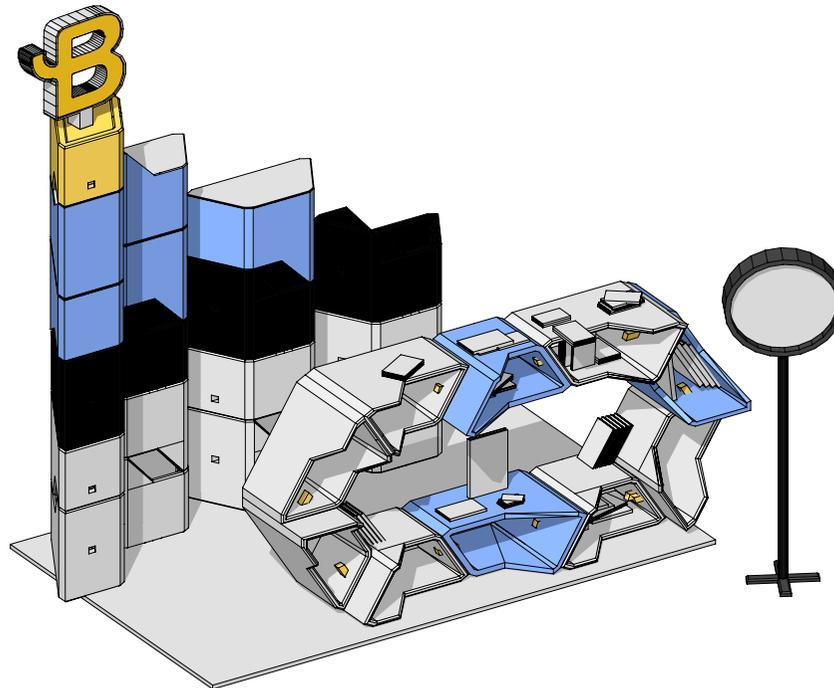
Escala Dibujo

1:50

Número de Lámina

3





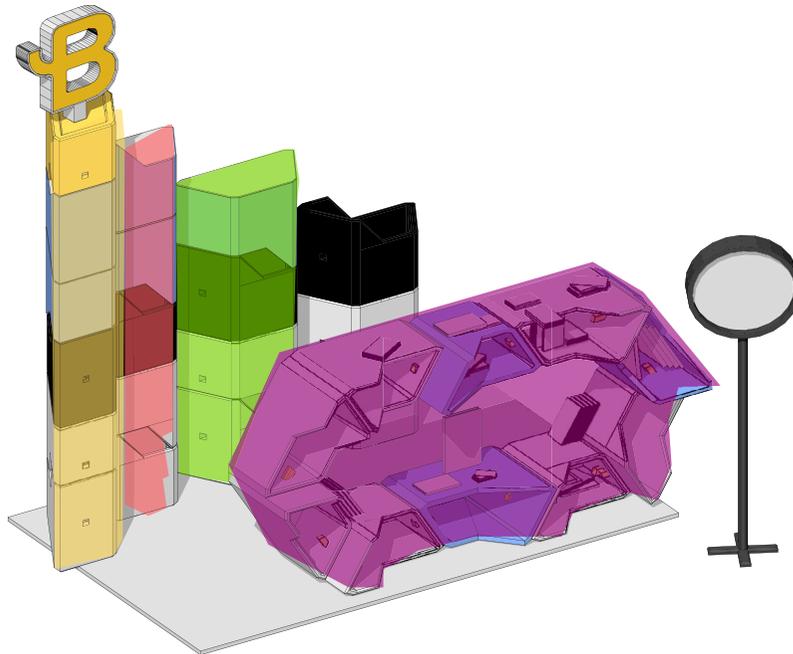
Axo

Axonometry

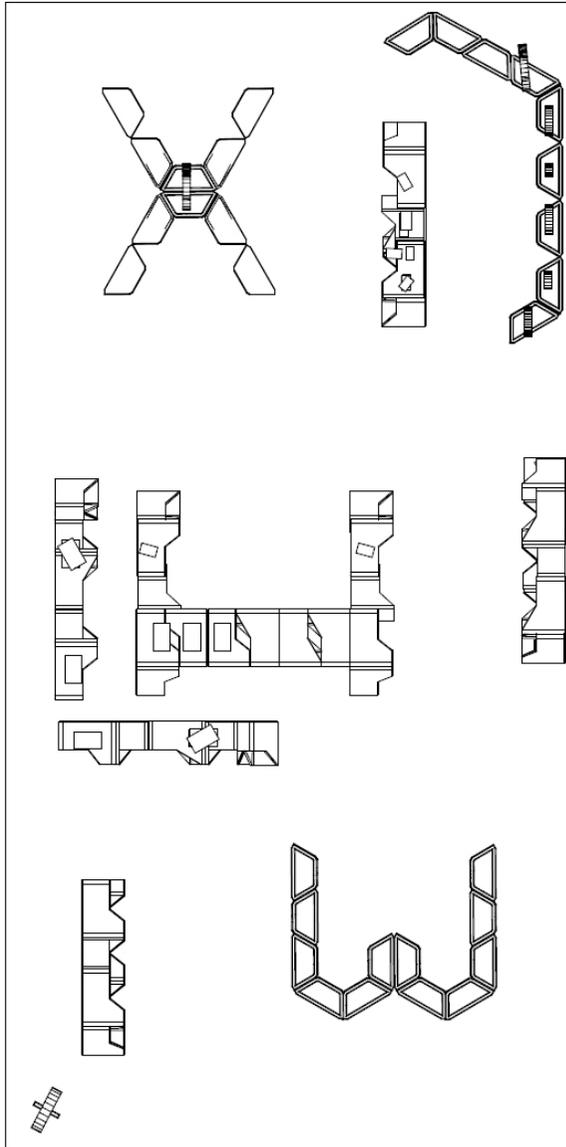
1:25

Dependencia	
 UNIVERSIDAD DE CUENCA	
Universidad de Cuenca Diseño: Esteban Santiago González Toalongo País: Ecuador Ciudad: Cuenca Contacto: esteban.gonzalez@ucuenca.edu.ec	
Nombre del Proyecto PROPUESTA DE DISEÑO DE STANDS BASADA EN MÓDULOS INTERCAMBIABLES PARA LA PROMOCIÓN DE AGENDAS DE LA MARCA BETERO.	
Nombre del Dibujo Axonometría	
Estatus del Dibujo Académico	
Fecha de Creación	03/02/2021
Edición	
Fecha de Modificación	-
Edición	
Escala Dibujo	1:25
Número de Lámina	3
	FACULTAD DE ARTES

-  **MOSTRADOR**
-  **ALMACENAJE**
-  **EXHIBICIÓN**
-  **ALMACENAJE Y VITRINA**



Dependencia	
 UNIVERSIDAD DE CUENCA	
Universidad de Cuenca	
Diseño: Esteban Santiago González Toalongo	
País: Ecuador	
Ciudad: Cuenca	
Contacto: esteban.gonzalez@ucuenca.edu.ec	
Nombre del Proyecto	
PROPUESTA DE DISEÑO DE STANDS BASADA EN MÓDULOS INTERCAMBIABLES PARA LA PROMOCIÓN DE AGENDAS DE LA MARCA BETERO.	
Nombre del Dibujo	
Infografía	
Estatus del Dibujo	
Académico	
Fecha de Creación	03/02/2021
Edición	
Fecha de Modificación	-
Edición	
Escala Dibujo	1:25
Número de Lámina	3
	 FACULTAD DE ARTES



0.

Planta

1:75

Dependencia



UNIVERSIDAD
DE CUENCA

Universidad de Cuenca

Diseño: Esteban Santiago González Toalongo
País: Ecuador
Ciudad: Cuenca
Contacto: esteban.gonzalez@ucuenca.edu.ec

Nombre del Proyecto

PROPUESTA DE DISEÑO DE STANDS
BASADA EN MÓDULOS INTERCAMBIABLES
PARA LA PROMOCIÓN DE AGENDAS DE LA
MARCA BETERO.

Nombre del Dibujo

Planta

Estatus del Dibujo

Académico

Fecha de Creación 03/02/2021

Edición

Fecha de Modificación -

Edición

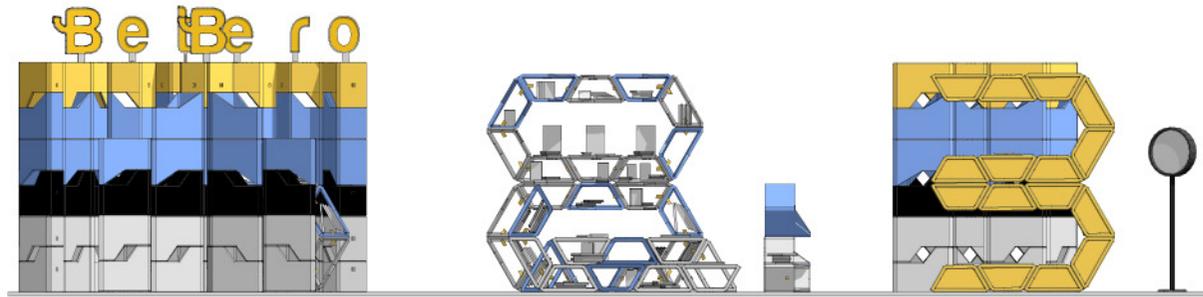
Escala Dibujo

1:75

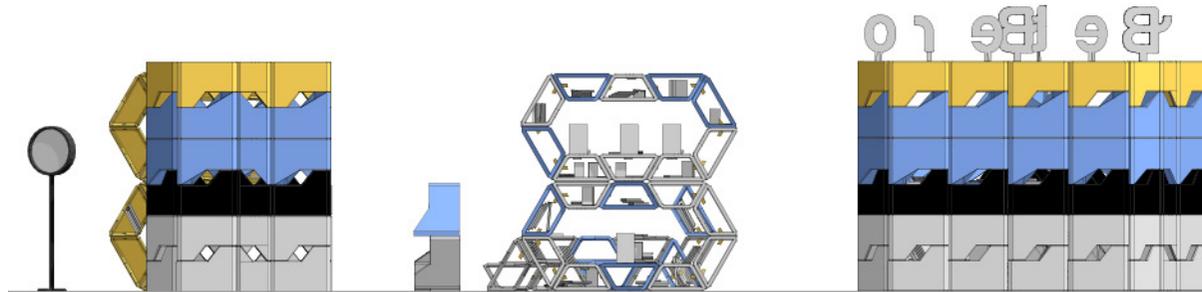
Número de Lámina

7





Elevación Frontal (1) 1:75



Elevación Posterior (1) 1:75

Dependencia



UNIVERSIDAD
DE CUENCA

Universidad de Cuenca

Diseño: Esteban Santiago González Toalongo
País: Ecuador
Ciudad: Cuenca
Contacto: esteban.gonzalez@ucuenca.edu.ec

Nombre del Proyecto

PROPUESTA DE DISEÑO DE STANDS
BASADA EN MÓDULOS INTERCAMBIABLES
PARA LA PROMOCIÓN DE AGENDAS DE LA
MARCA BETERO.

Nombre del Dibujo

Elevaciones

Estatus del Dibujo

Académico

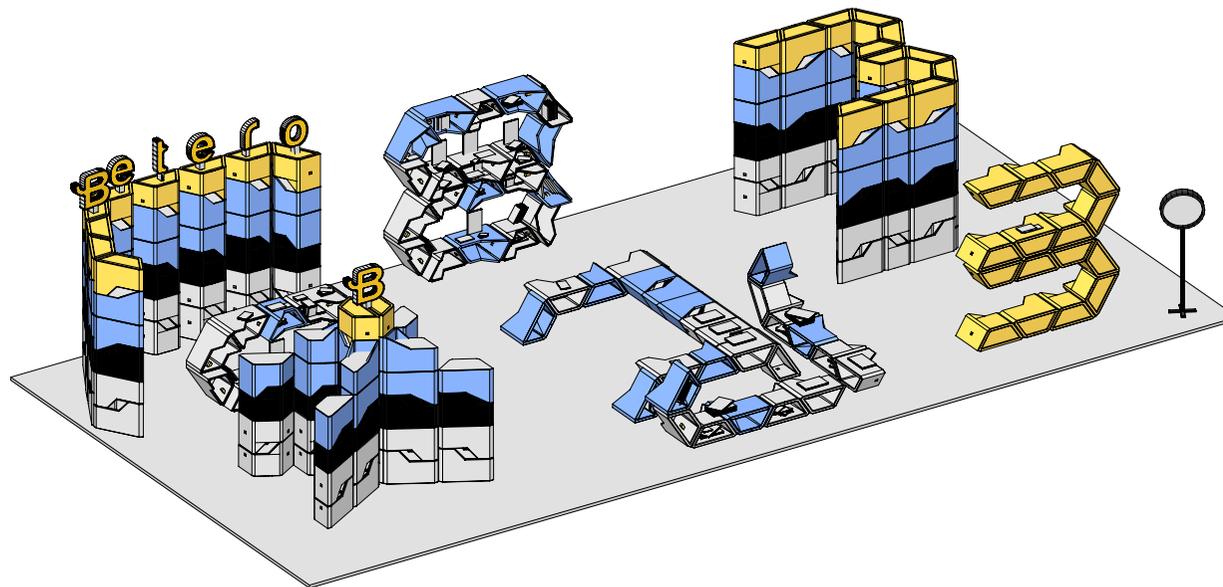
Fecha de Creación 03/02/2021
Edición

Fecha de Modificación -
Edición

Escala Dibujo
1:75

Número de Lámina
8

**FACULTAD
DE ARTES**



Axo2

Axonometry

1:10

Dependencia



UNIVERSIDAD
DE CUENCA

Universidad de Cuenca

Diseño: Esteban Santiago González Toalongo
País: Ecuador
Ciudad: Cuenca
Contacto: esteban.gonzalez@ucuenca.edu.ec

Nombre del Proyecto

PROPUESTA DE DISEÑO DE STANDS
BASADA EN MÓDULOS INTERCAMBIABLES
PARA LA PROMOCIÓN DE AGENDAS DE LA
MARCA BETERO.

Nombre del Dibujo

Axonometría

Estatus del Dibujo

Académico

Fecha de Creación

03/02/2021

Edición

Fecha de Modificación

-

Edición

Escala Dibujo

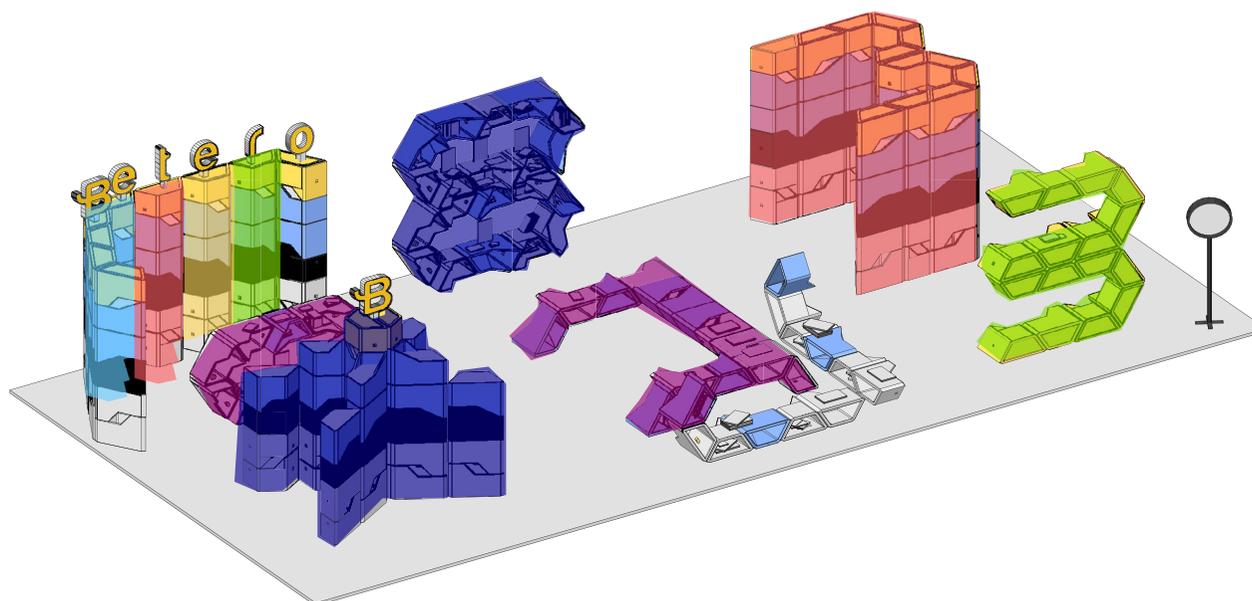
1:10

Número de Lámina

9



- MOSTRADOR**
- VITRINA**
- EXHIBICIÓN**
- EXHIBICIÓN PRIMARIA**
- ALMACENAJE Y VITRINA**
- ALMACENAJE 2**



Dependencia

UNIVERSIDAD
DE CUENCA**Universidad de Cuenca**

Diseño: Esteban Santiago González Toalongo

País: Ecuador

Ciudad: Cuenca

Contacto: esteban.gonzalez@ucuenca.edu.ec

Nombre del ProyectoPROPUESTA DE DISEÑO DE STANDS
BASADA EN MÓDULOS INTERCAMBIABLES
PARA LA PROMOCIÓN DE AGENDAS DE LA
MARCA BETERO.

Nombre del Dibujo

Infografía

Estatus del Dibujo

Académico

Fecha de Creación

03/02/2021

Edición

Fecha de Modificación

-

Edición

Escala Dibujo

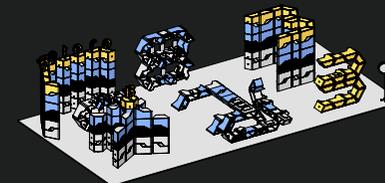
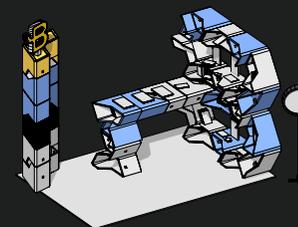
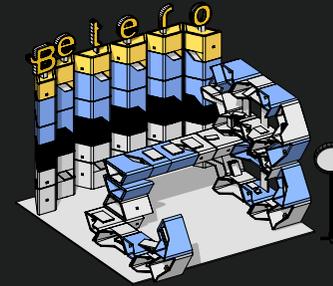
1:10

Número de Lámina

3 **FACULTAD
DE ARTES**

4. Renders

- Propuesta de 9m²
- Propuesta de 6 m²
- Propuesta de 3.6m²
- Propuesta de 72m²



RESOLUCIÓN

Propuesta 9m²



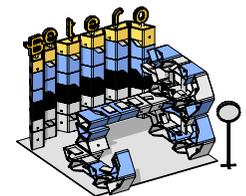
Figura 128: Renders

Renders propuesta 1:



Figura 129: Renders

Propuesta de 9m²

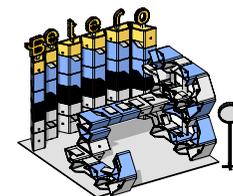


Renders propuesta 1:



Figura 130: Renders

Propuesta de 9m²

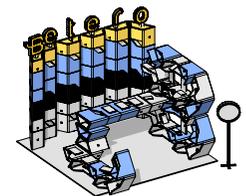


Renders propuesta 1:



Figura 131: Renders

Propuesta de 9m²

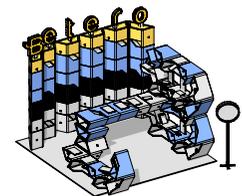


Renders propuesta 1:



Figura 132: Renders

Propuesta de 9m²



RESOLUCIÓN

Propuesta 6m²



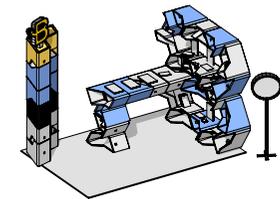
Figura 133: Renders

Renders propuesta 2:



Figura 134: Renders

Propuesta de 6m²

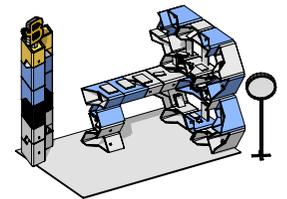


Renders propuesta 2:



Figura 135: Renders

Propuesta de 6m²



Renders propuesta 2:

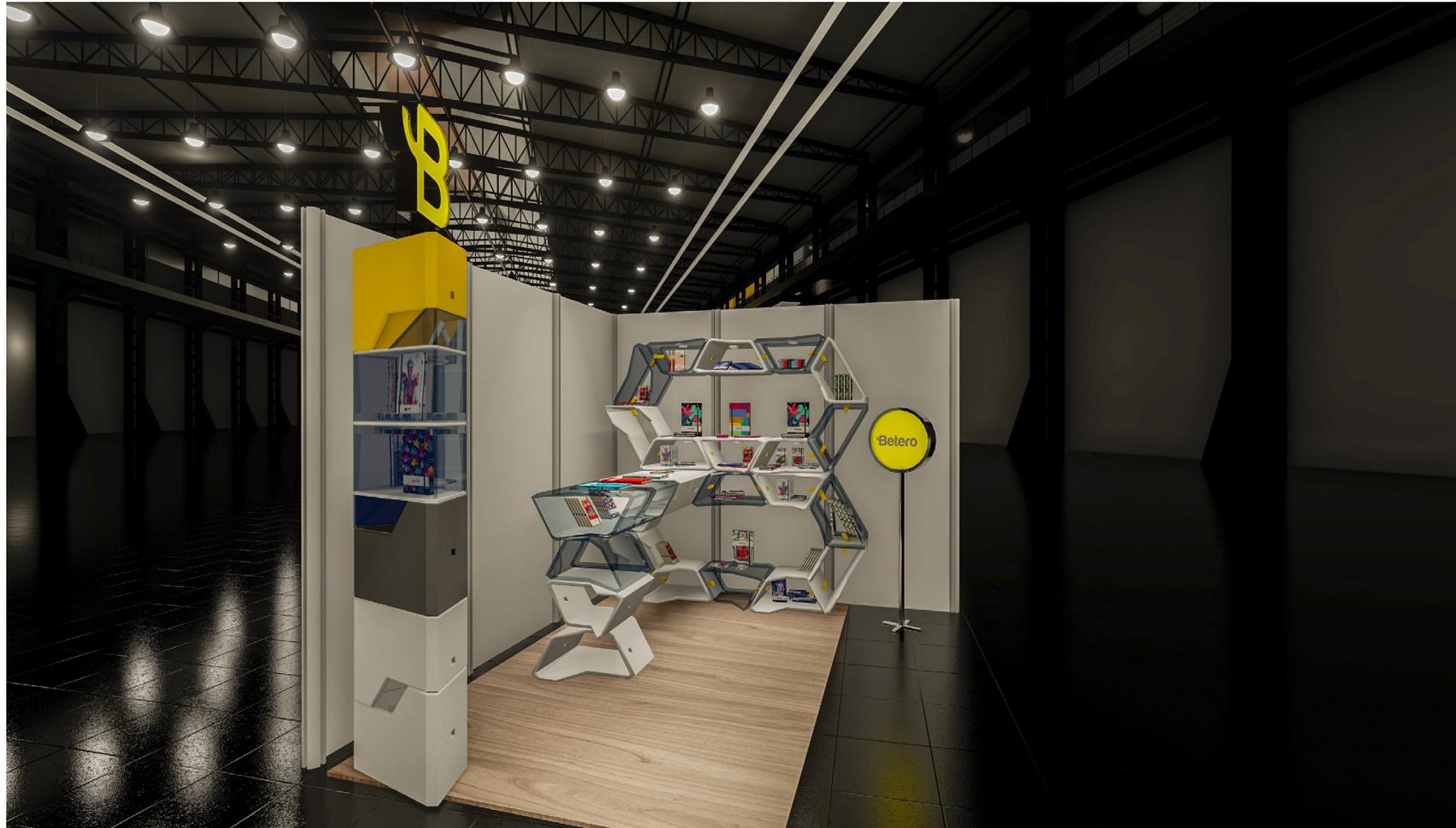
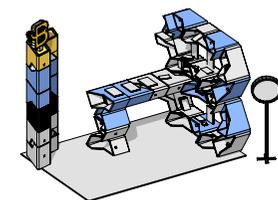


Figura 136: Renders

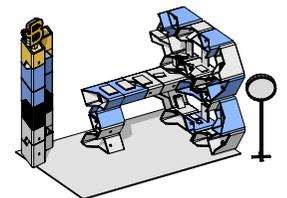
Propuesta de 6m²



Renders propuesta 2:



Figura 137: Renders



RESOLUCIÓN

Propuesta 3.6m²



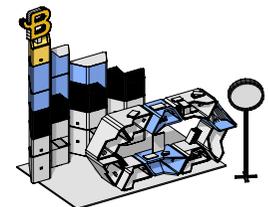
Figura 138: Renders

Renders propuesta 3:



Figura 139: Renders

Propuesta de 3,6m²

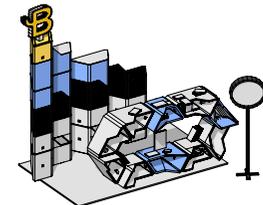


Renders propuesta 3:



Figura 140: Renders

Propuesta de 3,6m²

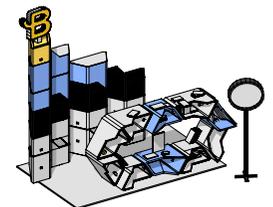


Renders propuesta 3:



Figura 141: Renders

Propuesta de 3,6m²



Renders propuesta 3:

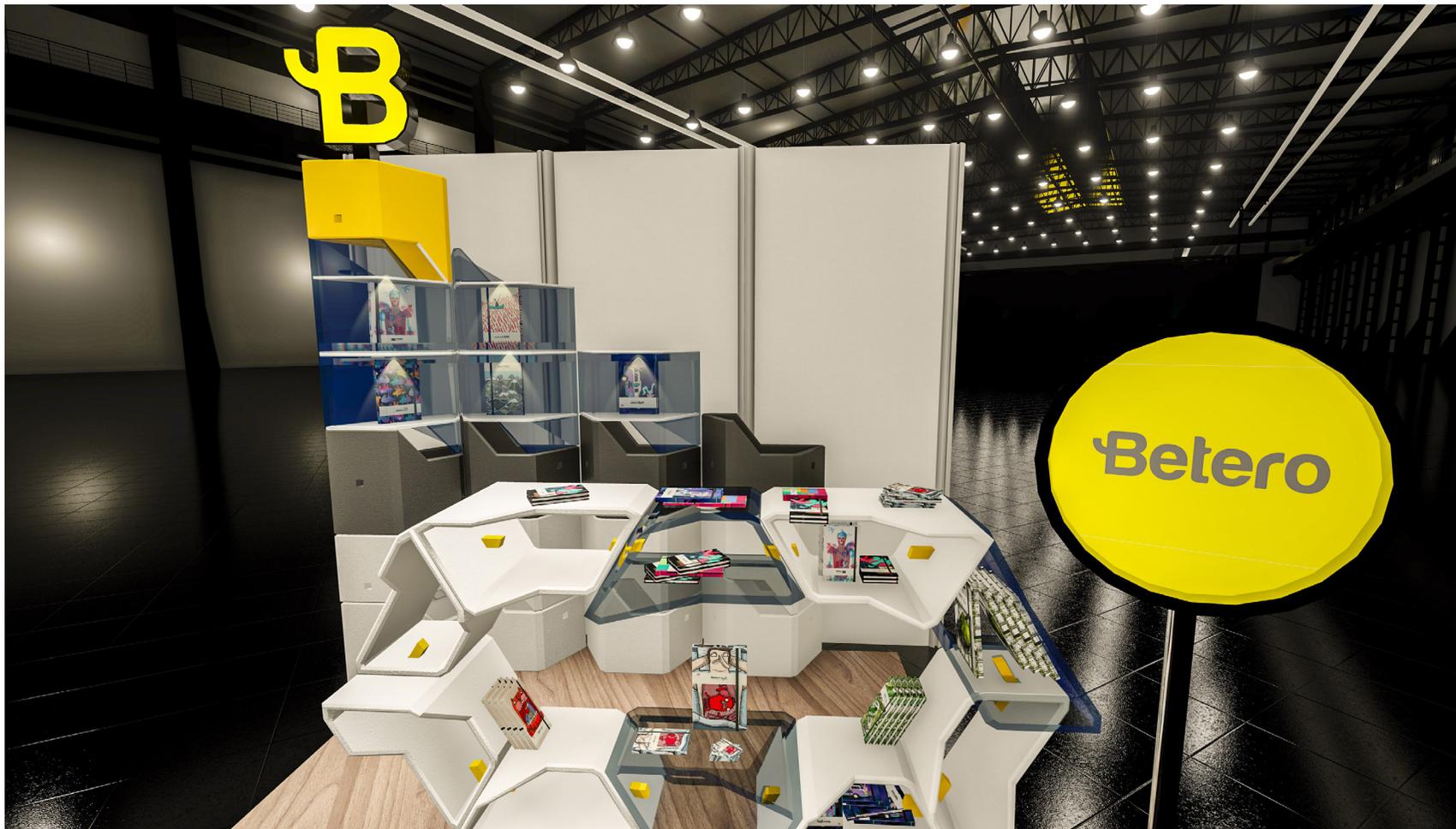
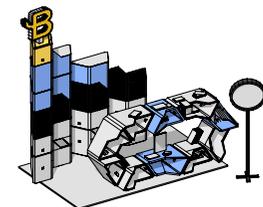


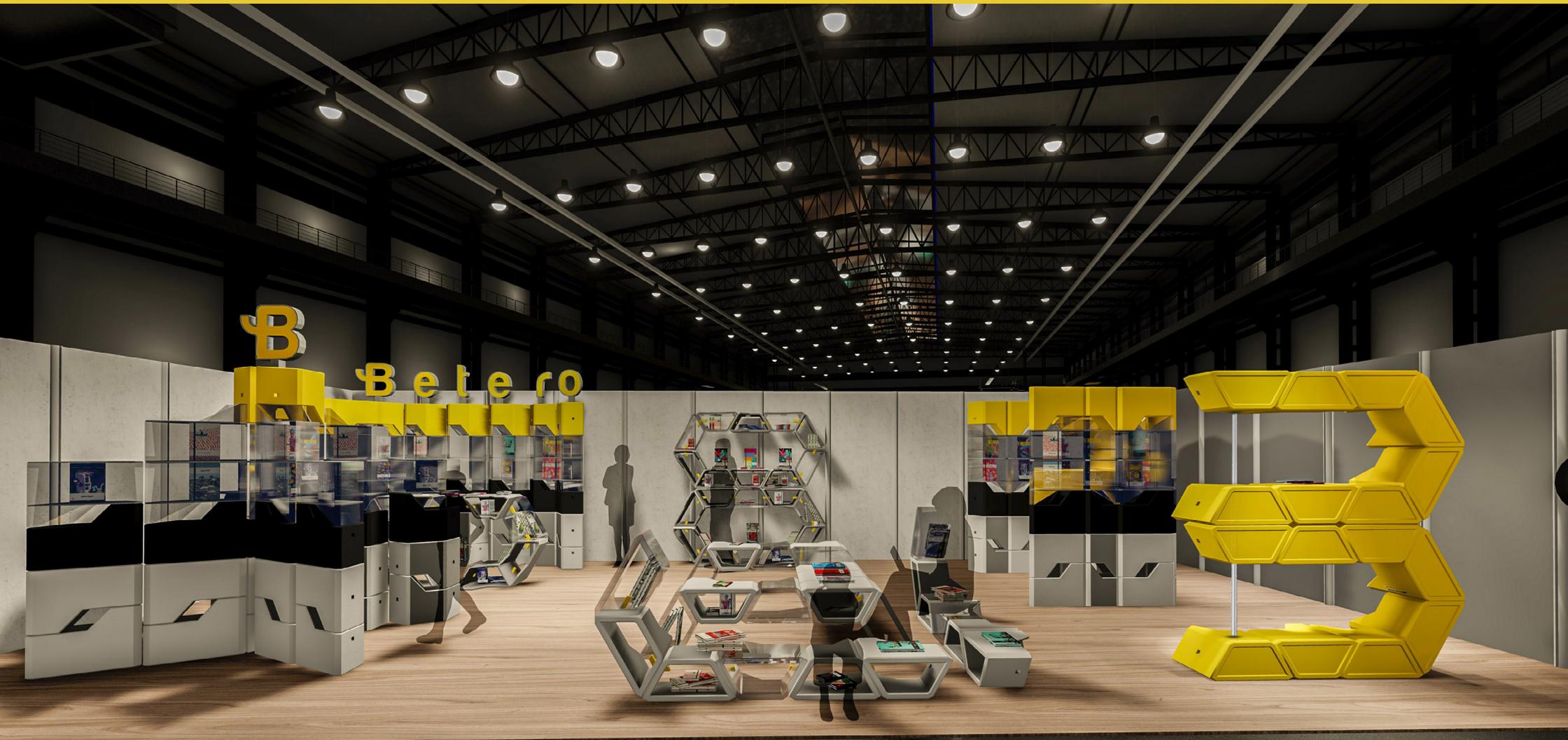
Figura 142: Renders

Propuesta de 3,6m²



RESOLUCIÓN

Propuesta 72m²

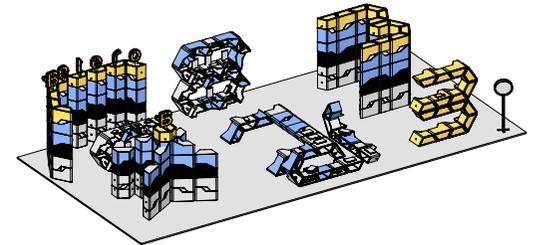


Renders propuesta 4:



Figura 144: Renders

Propuesta de 72m²

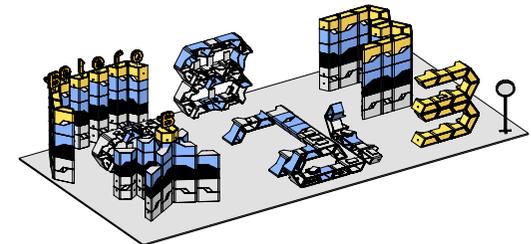


Renders propuesta 4:



Figura 145: Renders

Propuesta de 72m²

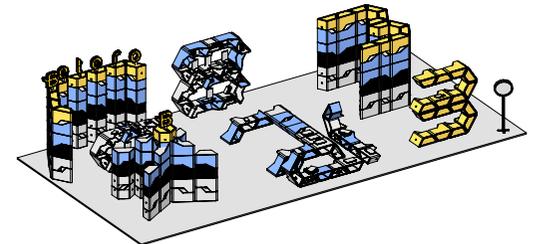


Renderers propuesta 4:



Figura 146: Renders

Propuesta de 72m²

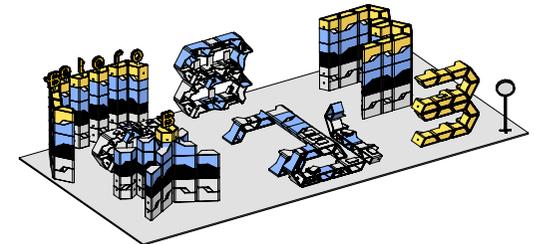


Renders propuesta 4:



Figura 147: Renders

Propuesta de 72m²



Renders propuesta 4:

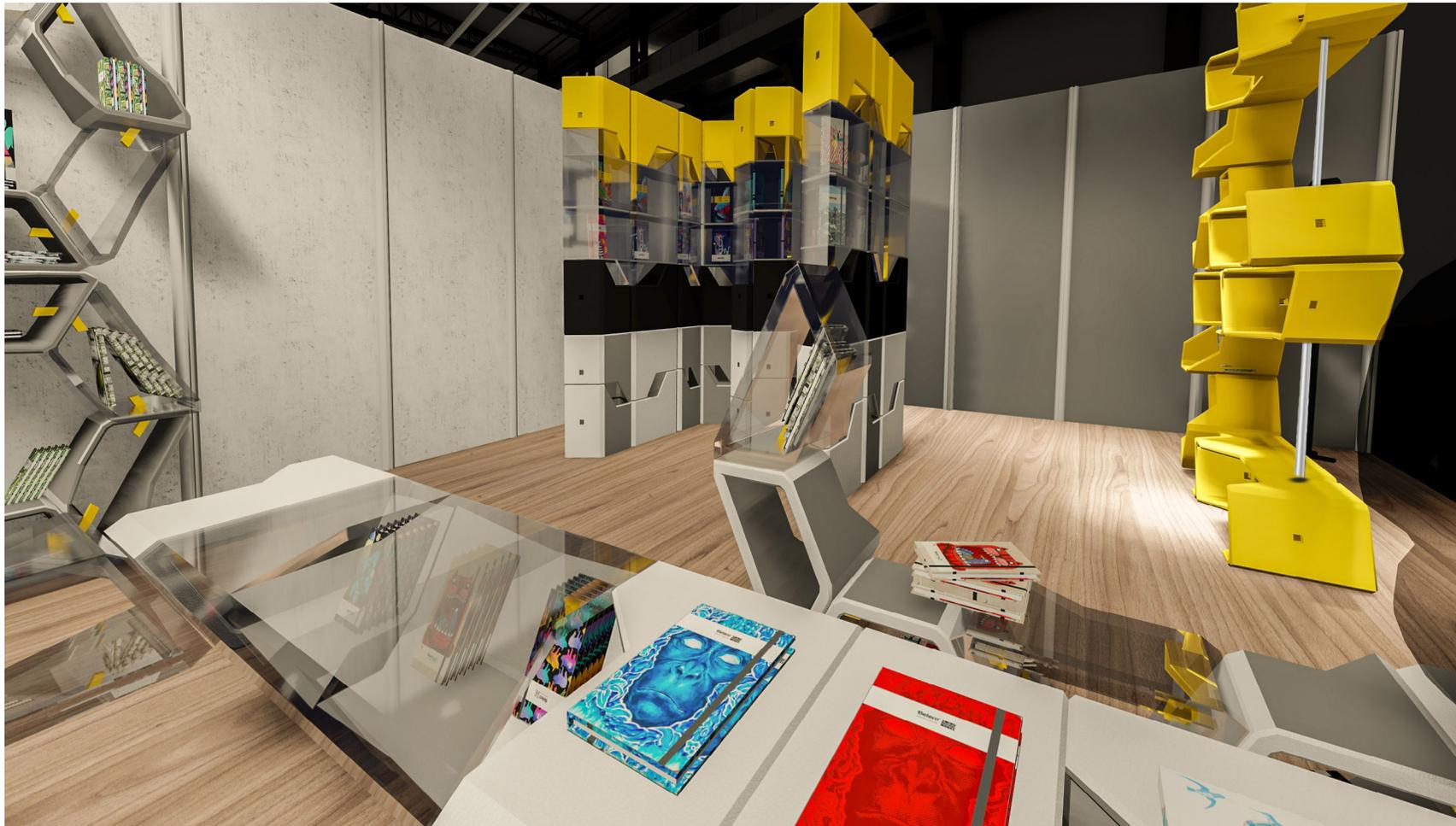
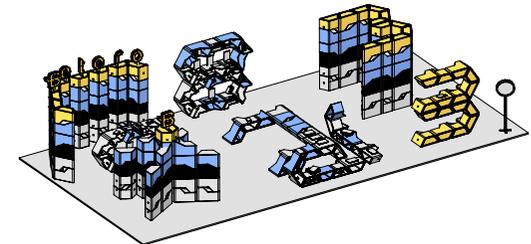


Figura 148: Renders

Propuesta de 72m²

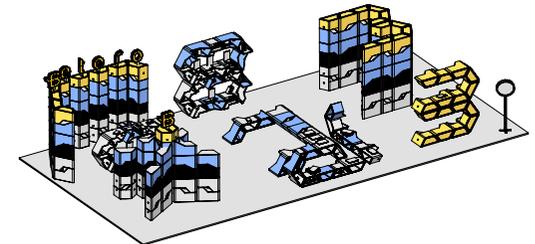


Renderers propuesta 4:



Figura 149: Renders

Propuesta de 72m²



Renders propuesta 4:

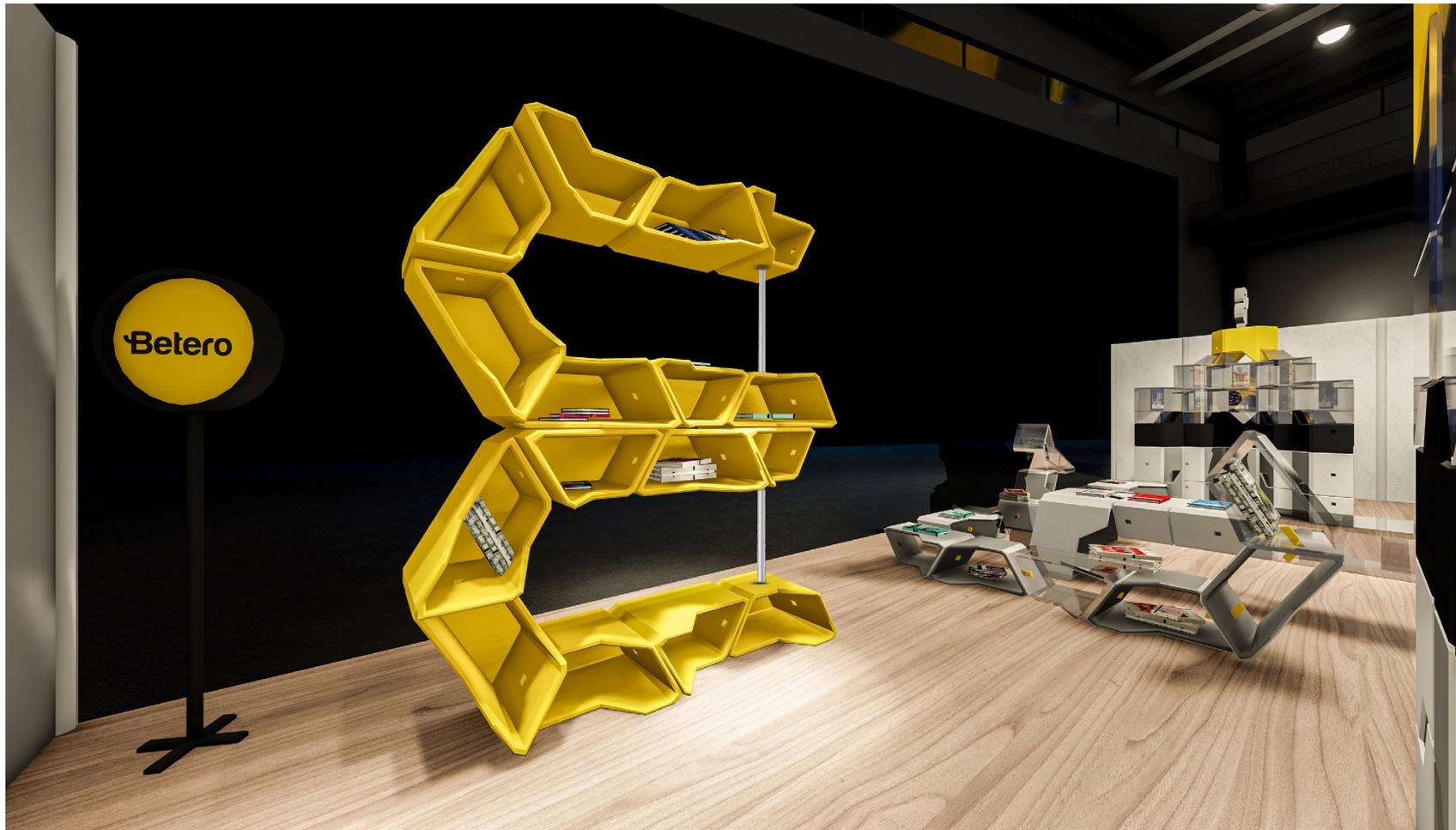
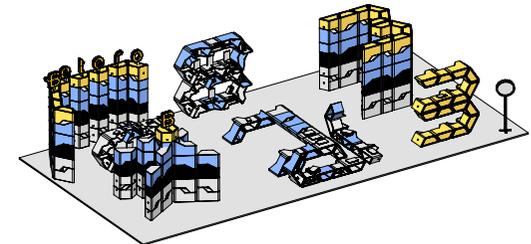


Figura 150: Renders

Propuesta de 72m²



Renders propuesta 4:

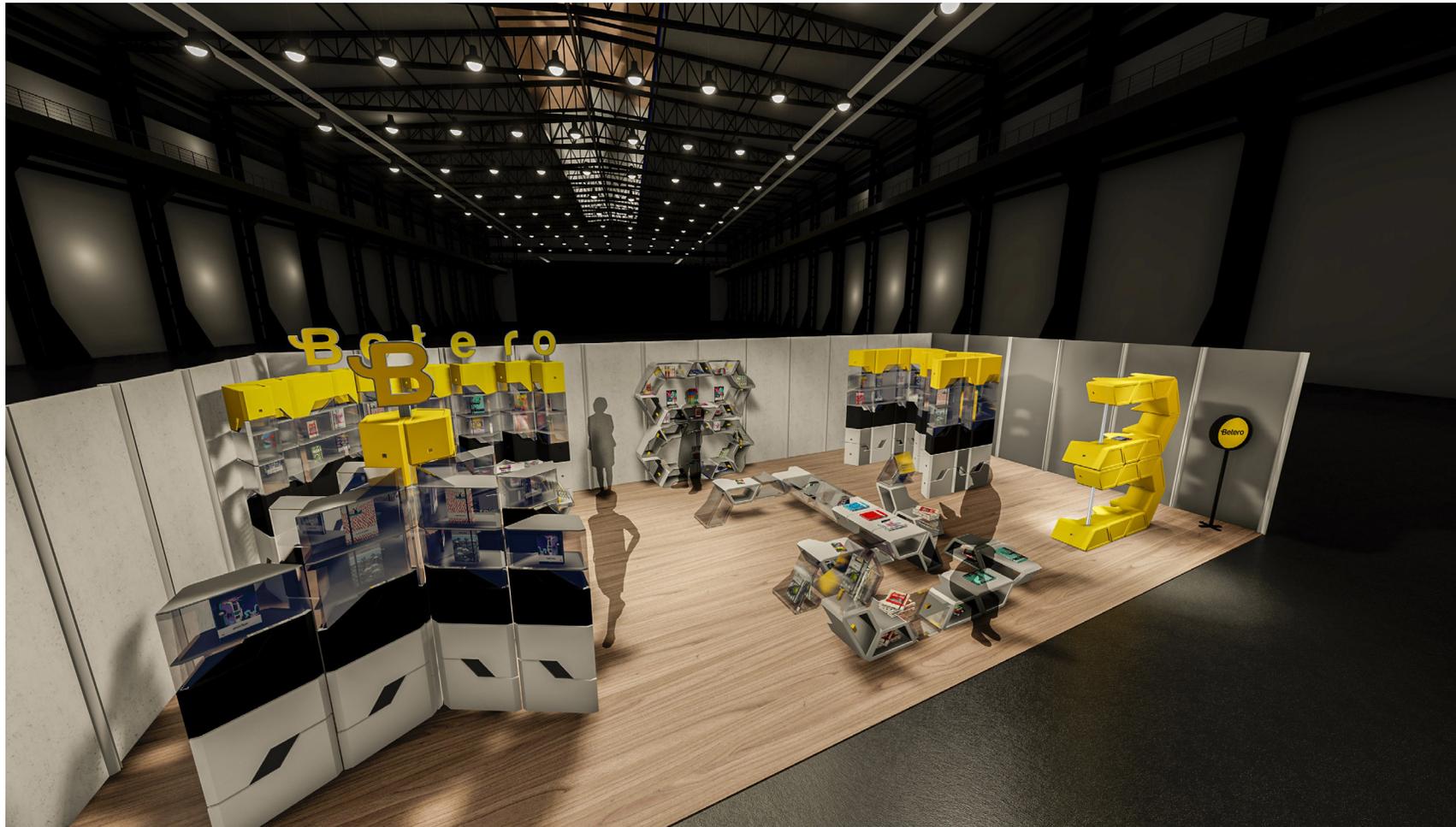
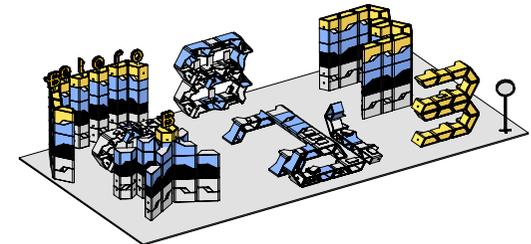


Figura 151: Renders

Propuesta de 72m²

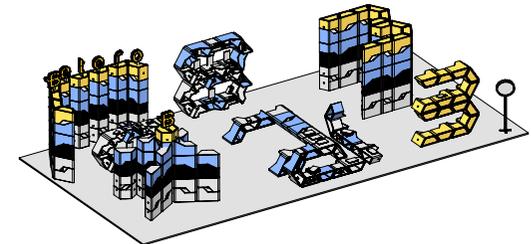


Renders propuesta 4:



Figura 152: Renders

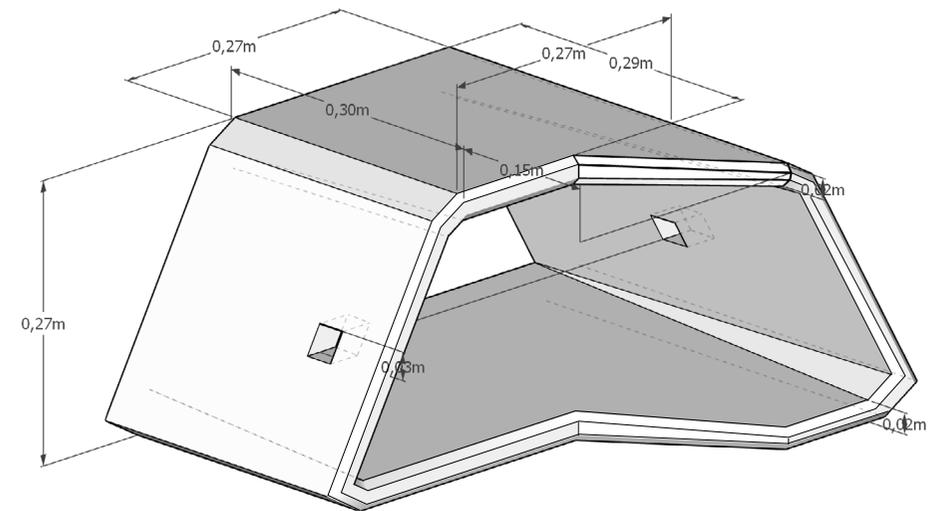
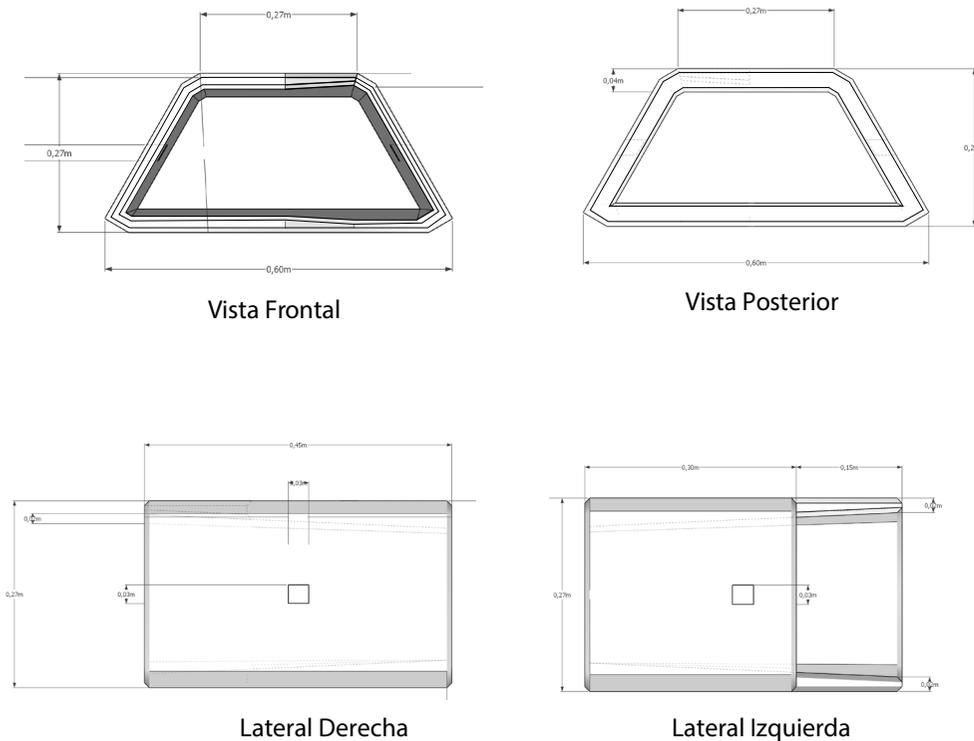
Propuesta de 72m²

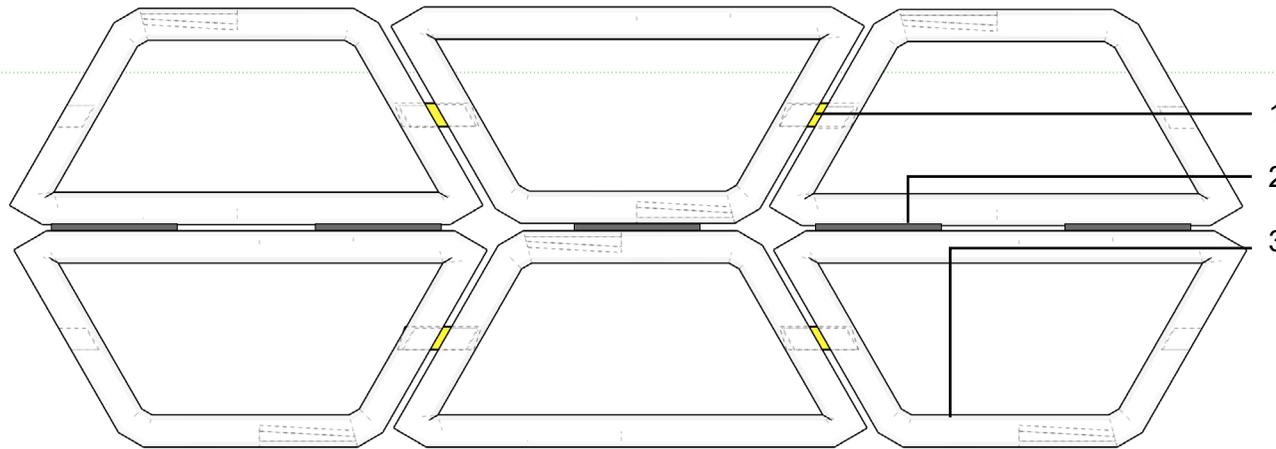


5. Detalles constructivos

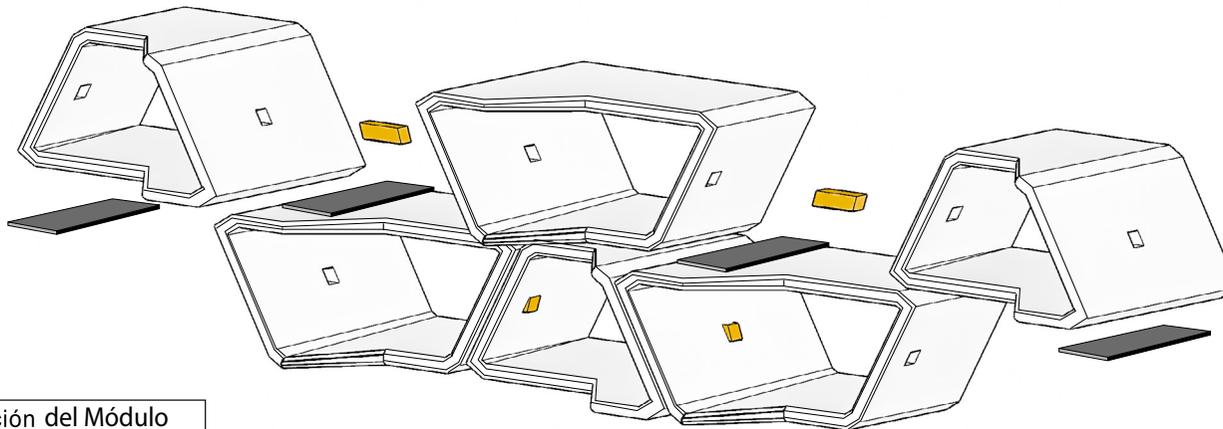
La solución constructiva se remite al sistema de acoplamiento de los módulos, la cual funciona por medio de una pieza que cumple la función de travesaño, e intercepta a cada módulo en su apertura lateral.

El módulo cuenta con un peso de 0.77 libras cuando su grosor es de 2cm y un peso de 1.41 libras cuando su grosor es de 4cm





Vista Frontal



Axonometría

Construcción del Módulo

La construcción del módulo se hace en base a un molde y es fabricado por la empresa Plastex Ecuador con poliestireno de alta rigidez

Leyenda	
1	Pieza de unión, plástico
2	Cinta Magnética
3	Módulo Poliestireno

Dependencia

UNIVERSIDAD
DE CUENCA**Universidad de Cuenca**

Diseño: Esteban Santiago González Toalongo
País: Ecuador
Ciudad: Cuenca
Contacto: esteban.gonzalez@ucuenca.edu.ec

Nombre del Proyecto

PROPUESTA DE DISEÑO DE STANDS
BASADA EN MÓDULOS INTERCAMBIABLES
PARA LA PROMOCIÓN DE AGENDAS DE LA
MARCA BETERO.

Nombre del Dibujo

Detalle constructivo

Estatus del Dibujo

Académico

Fecha de Creación

03/02/2021

Edición

Fecha de Modificación

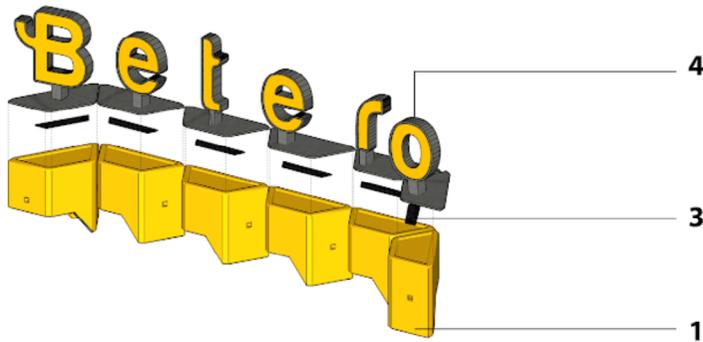
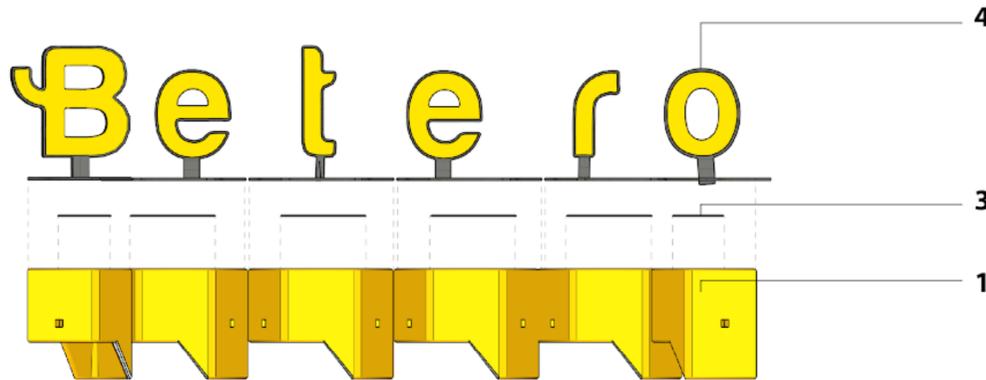
Edición

Escala Dibujo

1:8

Número de Lámina

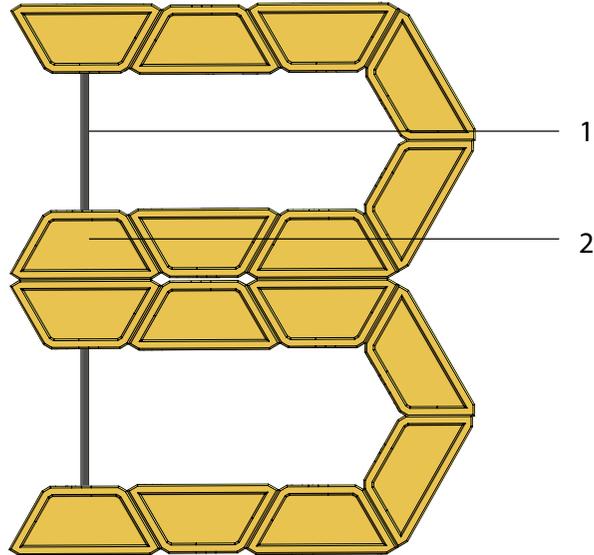
3



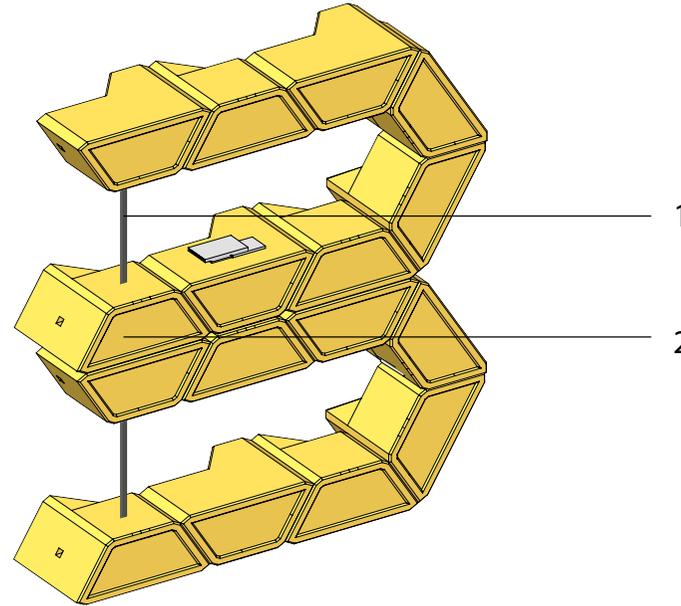
Nota :
 Las letras se colocan mediante cintas magnéticas evitando perforar la base al módulo para no estropear el mismo.

Leyenda	
1	Módulo de poliestireno expandido
3	Cinta imantada 6Lb/Pulg.
4	Letreros tipográficos 60cm alto

Dependencia	
 <p>UNIVERSIDAD DE CUENCA</p>	
<p>Universidad de Cuenca Diseño: Esteban Santiago González Toalongo País: Ecuador Ciudad: Cuenca Contacto: esteban.gonzalez@ucuenca.edu.ec</p>	
<p>Nombre del Proyecto PROPUESTA DE DISEÑO DE STANDS BASADA EN MÓDULOS INTERCAMBIABLES PARA LA PROMOCIÓN DE AGENDAS DE LA MARCA BETERO.</p>	
<p>Nombre del Dibujo Detalles constructivos</p>	
<p>Estatus del Dibujo Académico</p>	
<p>Fecha de Creación 03/02/2021 Edición</p>	
<p>Fecha de Modificación - Edición</p>	
<p>Escala Dibujo -</p>	
<p>Número de Lámina 9</p>	
 <p>FACULTAD DE ARTES</p>	



Vista Frontal



Axonometría

Leyenda	
1.	Tubo perfil cuadrado 3mm
2.	Módulo color amarillo

Dependencia	
	UNIVERSIDAD DE CUENCA
Universidad de Cuenca	
Diseño: Esteban Santiago González Toalongo	
País: Ecuador	
Ciudad: Cuenca	
Contacto: esteban.gonzalez@ucuenca.edu.ec	
Nombre del Proyecto	
PROPUESTA DE DISEÑO DE STANDS BASADA EN MÓDULOS INTERCAMBIABLES PARA LA PROMOCIÓN DE AGENDAS DE LA MARCA BETERO.	
Nombre del Dibujo	
Detalle constructivo	
Estatus del Dibujo	
Académico	
Fecha de Creación	03/02/2021
Edición	
Fecha de Modificación	-
Edición	
Escala Dibujo	1:75
Número de Lámina	

6. Fotografías del Prototipo



Figura 153: Fotografía del prototipo



Figura 154: Fotografía del prototipo



Figura 155: Fotografía del prototipo

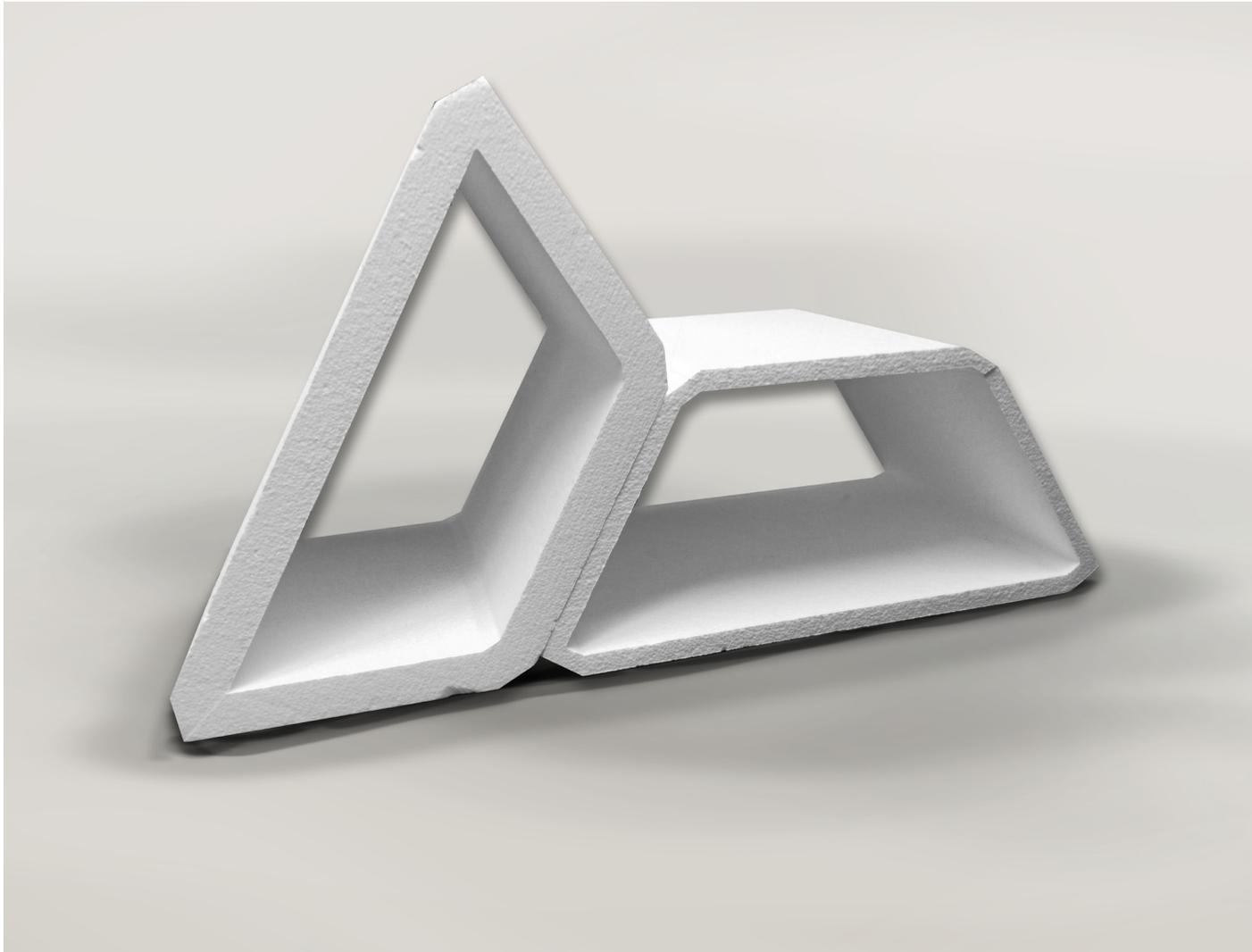


Figura 156: Fotografía del prototipo

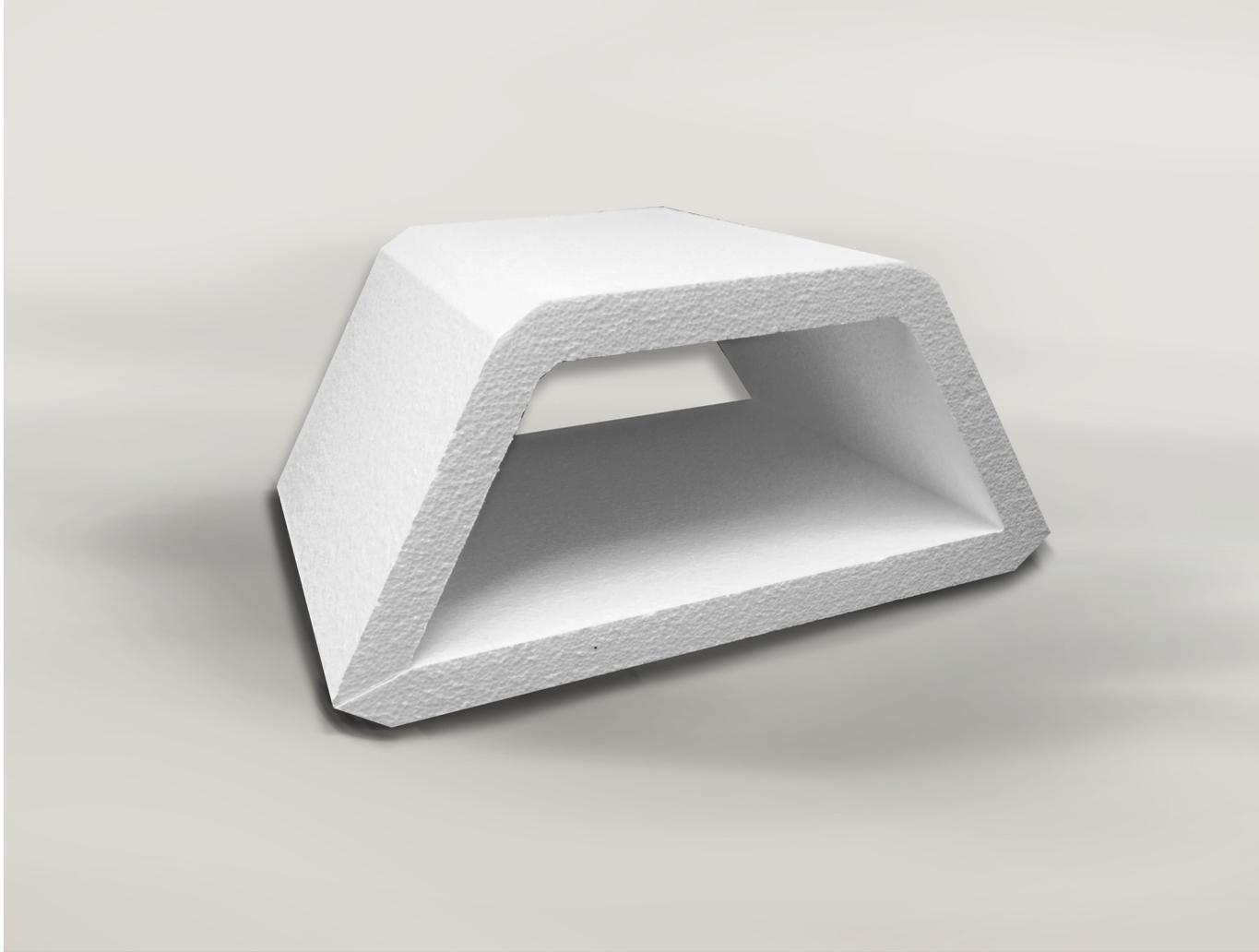


Figura 157: Fotografía del prototipo

7. Presupuesto

ANÁLISIS DE PRECIO UNITARIO (APU)				
CÓDIGO GENERAL	FECHA DE CREACIÓN	PROYECTO		
Tesis 01		Stand Betero		
CAPITULO	Stand 1	CODIGO CAPITULO	1	
DESCRIPCION		UN	CANTIDAD	
Rubro Stand Modelo 1				
Item	Descripción	U.M.	Cantidad	Fecha
1. MANO DE OBRA				
	Descripción	UN	Cantidad	Vr Unitario Vr Subtotal
	Producción Módulo Poliestireno Exp.	Unid.	45	\$18,00 \$810,00
	Producción Módulo Acrílico	Unid.	24	\$20,00 \$480,00
	SUBTOTAL:			\$1.290,00
2. MATERIALES				
	Descripción	UN	Cantidad	Vr Unitario Vr Subtotal
	Cinta Magnética	m	50	\$1,32 \$66,00
	Piezas de Union Plastica	Unid.	135	\$1,20 \$162,00
	SUBTOTAL:			\$228,00
3. EQUIPOS				
	Descripción	UN	Cantidad	Vr Unitario Vr Subtotal
	Tiras LED	Unid.	16	\$6,50 \$104,00
	Letreros LED (proveedor Promograf)	Unid. Letra	6	\$50,00 \$300,00
	SUBTOTAL:			\$404,00
4. TRANSPORTE				
	Trabajador	UN	Cantidad	Vr Unitario Vr Subtotal
	Plastex Ecuador	Kg	238	- \$40,00
	SUBTOTAL:			\$40,00
4. COSTOS INDIRECTOS				
	Trabajador	UN	Cantidad	Vr Unitario Vr Subtotal
	Montaje y Desmontaje	-	-	- -
	SUBTOTAL:			\$0,00
	TOTAL COSTO DIRECTO:			\$1.962,00
OBSERVACIONES DE LOS RESPONSABLES				
Los costos de montaje y desmontaje no están contemplados en el rubro ya que se espera que la misma empresa cubra este gasto.				
NOTAS IMPORTANTES				

Tabla 8: Presupuestos del proyecto Stand 1

ANÁLISIS DE PRECIO UNITARIO (APU)				
CÓDIGO GENERAL	FECHA DE CREACIÓN	PROYECTO		
Tesis 01		Stand Betero		
CAPITULO	Stand 2	CODIGO CAPITULO	2	
DESCRIPCION		UN	CANTIDAD	
Rubro Stand Modelo 2				
Item	Descripción	U.M.	Cantidad	Fecha
1. MANO DE OBRA				
	Descripción	UN	Cantidad	Vr Unitario Vr Subtotal
	Producción Módulo Poliestireno Exp.	Unid.	18	\$18,00 \$324,00
	Producción Módulo Acrílico	Unid.	11	\$20,00 \$220,00
	SUBTOTAL:			\$544,00
2. MATERIALES				
	Descripción	UN	Cantidad	Vr Unitario Vr Subtotal
	Cinta Magnética	m	45	\$1,32 \$59,40
	Piezas de Union Plastica	Unid.	80	\$1,20 \$96,00
	SUBTOTAL:			\$155,40
3. EQUIPOS				
	Descripción	UN	Cantidad	Vr Unitario Vr Subtotal
	Tiras LED	Unid.	7	\$6,50 \$45,50
	Letreros LED (proveedor Promograf)	Unid. Letra	1	\$50,00 \$50,00
	SUBTOTAL:			\$95,50
4. TRANSPORTE				
	Trabajador	UN	Cantidad	Vr Unitario Vr Subtotal
	Plastex Ecuador	Kg	238	- \$40,00
	SUBTOTAL:			\$40,00
4. COSTOS INDIRECTOS				
	Trabajador	UN	Cantidad	Vr Unitario Vr Subtotal
	Montaje y Desmontaje	-	-	- -
	SUBTOTAL:			\$0,00
	TOTAL COSTO DIRECTO:			\$835,00
OBSERVACIONES DE LOS RESPONSABLES				
Los costos de montaje y desmontaje no están contemplados en el rubro ya que se espera que la misma empresa cubra este gasto.				
NOTAS IMPORTANTES				

Tabla 9: Presupuestos del proyecto Stand 2



ANÁLISIS DE PRECIO UNITARIO (APU)					
CÓDIGO GENERAL	FECHA DE CREACIÓN	PROYECTO			
Tesis 01		Stand Betero			
CAPITULO	Stand 3	CODIGO CAPITULO	3		
DESCRIPCION		UN	CANTIDAD		
Rubro Stand Modelo 3					
Item	Descripción	U.M.	Cantidad	Fecha	
1. MANO DE OBRA					
	Descripción	UN	Cantidad	Vr Unitario	Vr Subtotal
	Producción Módulo Poliestireno Ex	Unid.	28	\$18,00	\$504,00
	Producción Módulo Acrílico	Unid.	8	\$20,00	\$160,00
			SUBTOTAL:		\$664,00
2. MATERIALES					
	Descripción	UN	Cantidad	Vr Unitario	Vr Subtotal
	Cinta Magnética	m	20	\$1,32	\$26,40
	Piezas de Union Plastica	Unid.	50	\$1,20	\$60,00
			SUBTOTAL:		\$86,40
3. EQUIPOS					
	Descripción	UN	Cantidad	Vr Unitario	Vr Subtotal
	Tiras LED	Unid.	7	\$6,50	\$45,50
	Letreros LED (proveedor Promograf	Unid. Letra	1	\$50,00	\$50,00
			SUBTOTAL:		\$95,50
4. TRANSPORTE					
	Trabajador	UN	Cantidad	Vr Unitario	Vr Subtotal
	Plastex Ecuador	Kg	238	-	\$40,00
			SUBTOTAL:		\$40,00
4. COSTOS INDIRECTOS					
	Trabajador	UN	Cantidad	Vr Unitario	Vr Subtotal
	Montaje y Desmontaje	-	-	-	-
			SUBTOTAL:		\$0,00
			TOTAL COSTO DIRECTO:		\$886,00
OBSERVACIONES DE LOS RESPONSABLES					
Los costos de montaje y desmontaje no están contemplados en el rubro ya que se espera que la misma empresa cubra este gasto.					
NOTAS IMPORTANTES					

Tabla 10: Presupuestos del proyecto Stand 3

ANÁLISIS DE PRECIO UNITARIO (APU)					
CÓDIGO GENERAL	FECHA DE CREACIÓN	PROYECTO			
Tesis 01		Stand Betero			
CAPITULO	Stand 4	CODIGO CAPITULO	4		
DESCRIPCION		UN	CANTIDAD		
Rubro Stand Modelo 4					
Item	Descripción	U.M.	Cantidad	Fecha	
1. MANO DE OBRA					
	Descripción	UN	Cantidad	Vr Unitario	Vr Subtotal
	Producción Módulo Poliestireno Ex	Unid.	168	\$18,00	\$3.024,00
	Producción Módulo Acrílico	Unid.	79	\$20,00	\$1.580,00
			SUBTOTAL:		\$4.604,00
2. MATERIALES					
	Descripción	UN	Cantidad	Vr Unitario	Vr Subtotal
	Cinta Magnética	m	120	\$1,32	\$158,40
	Piezas de Union Plastica	Unid.	250	\$1,20	\$300,00
			SUBTOTAL:		\$458,40
3. EQUIPOS					
	Descripción	UN	Cantidad	Vr Unitario	Vr Subtotal
	Tiras LED	Unid.	62	\$6,50	\$403,00
	Letreros LED (proveedor Promograf	Unid. Letra	7	\$50,00	\$350,00
			SUBTOTAL:		\$753,00
4. TRANSPORTE					
	Trabajador	UN	Cantidad	Vr Unitario	Vr Subtotal
	Plastex Ecuador	Kg	238	-	\$40,00
			SUBTOTAL:		\$40,00
4. COSTOS INDIRECTOS					
	Trabajador	UN	Cantidad	Vr Unitario	Vr Subtotal
	Montaje y Desmontaje	-	-	-	-
			SUBTOTAL:		\$0,00
			TOTAL COSTO DIRECTO:		\$5.855,00
OBSERVACIONES DE LOS RESPONSABLES					
Los costos de montaje y desmontaje no están contemplados en el rubro ya que se espera que la misma empresa cubra este gasto.					
NOTAS IMPORTANTES					

Tabla 11: Presupuestos del proyecto Stand 4



R.U.C : 1790013006001

FACTURA :

No. : 001-001-000018533

NUMERO AUTORIZACION :
1202202101179001300600120010010000185331234567816
FECHA Y HORA AUTORIZACION : 12/02/2021
AMBIENTE : PRODUCCION
EMISION : PPR-EN PROCESAMIENTO
CLAVE DE ACCESO



1202202101179001300600120010010000185331234567816

INDUSTRIA DE PLASTICOS EXPANDIBLES

Dir. Matriz : SAN JUAN DE TURUBAMBA CALLE 5 N.229 Y
AV. ESCALON 3
Teléfonos: 02-3068974 02-3068862
Dir. Sucursal : CUENCA - VIA OCHOA LEON S/N
Teléfonos: 07-2899804 07-2899568

AGENTE DE RETENCION: RESOLUCIÓN Nro. NAC-DNCRASC20-00000001
Obligado a llevar contabilidad : SI

Razón Social / Nombres y Apellidos : GONZALEZ TOALONGO ESTEBAN SANTIAGO Guía de Remisión : 0
RUC / CI : 0104525670
Fecha de Emisión : 12/02/2021 Teléfono 0986426574
Dirección Antonio Ante s/n y Ricardo Durán (CONTROL SUR)

CODIGO CLIENTE	PEDIDO	FORMA DE PAGO	VENCIMIENTO	VENDEDOR	DESPACHO
CLI02219		Crédito	13/02/21	OFIC	0

Código Pricpal	Descripción	Cantidad	Unidad	Precio Unitario	Precio Total
PTSB1050010	DOS FIGURAS POLIMETRICAS SEGUN DISEÑO	0.150	m3	241.0500	36.16

Informacion Adicional			
Email: esteban.gonzalez@hotmail.com		SUB TOTAL 12 %	36.16
DOS FIGURAS POLIMETRICAS SEGUN DISEÑO		SUB TOTAL 0 %	0
SIRVASE PAGAR CON:		SUB TOTAL SIN IMPUESTOS	36.16
*CHEQUE CRUZADO A NOMBRE DE PLASTEX S.A.		DESCUENTOS	0
*DEPOSITO Y/O TRANSFERENCIA BANCARIA		IVA 12%	4.34
FORMA DE PAGO	VALOR	VALOR TOTAL	40.50

Tabla 12: Factura Plastex Ecuador (precio módulo)



8. Conclusiones capítulo 3

Como conclusión del proyecto podemos determinar que se resolvieron los problemas que la marca posee actualmente, se resolvió el proyecto para los espacios que Betero acude, considerando costos de producción realistas para la empresa y además de eso se expandió mediante el diseño las posibilidades de la marca, es decir no cuentan solamente con un diseño de stand para ferias de exposición, sino que el módulo se puede acoplar para cualquier tipo de muestra ya sea comercial, de exhibición o mercadeo.

Bibliografía

Fuentes Bibliográficas

Broto, C. (2011). Diseño de Stands. Barcelona: Ocean Links.

Color, espacio y estilo: detalles para diseñadores de interiores Chris Grimley y Mimi Love. Traductora, Amaia Gómez. Love, M. Grimley, C. (2009). Color, espacio y estilo. México: G.G

Diseño de stands: low cost Francesc Zamora Mola, editor imp. Zamora Mola, F. (2010). Diseño de stands: low cost: Loft Publications.

Joan, C. (2004). La imagen de marca, un fenómeno social. Barcelona: Paidós Ibérica.

Kirchner, A. (1994). Guía para participar en ferias y exposiciones. Vol. 1. México D.F., México: Grupo Editorial Iberoamericano.

Logo Rapid. (2010). Libro de logotipos, marcas e imagen corporativa de logorapid. Barcelona, España: Matradracs S.L.

Meshner, L. (2011). Diseño de espacios comerciales. Barcelona, España: Editorial Gustavo Gili

Minguet, J. (2011). Stands architecture for exhibition. Vol. 1. Barcelona, España: Instituto Monsa de Ediciones S.A.

Morgan, T. (2008). Visual Merchandising: escaparates e interiores comerciales. Barcelona: Gustavo Gili, SL.

Principios del diseño en color: Wucius Wong, editorial GG Diseño Wucius, W. (1986). Principios del Diseño en Color.

Fuentes Virtuales

Autodidacta. (16 de mayo de 2021). Autodidacta, Madera. Obtenido de <https://autodidacta.info/carpinteria/manuales-sobre-ensambles-y-juntas-con-madera/>

Blanco, L. (2019). Visual Retailing. Recuperado el 24 de julio de 2020, de Visual Retailing: <https://static1.squarespace.com/static/560ceefbe4b00b16ea1601f5/t/5d0265f07e265f000144ab37/1560438265676/whitepaper-ENG.pdf>

EXPOPLAZA. (12 de Diciembre de 2020). Libro Guayaquil. Obtenido de Libro Guayaquil: <https://www.libroguayaquil.com/conocenos/>

Oxford Languages. (s/f). Oxford Languages. Obtenido de Oxford Languages: <https://languages.oup.com/>

Real Academia Española. (2020). Efímero. En diccionario de la Lengua Española (edición tricentenario). Recuperado el 4 de octubre de 2020, de <https://dle.rae.es/ef%C3%ADmero?m=form>

Real Academia Lengua Española. (2020). Módulo (Vol. 23). Obtenido de <https://dle.rae.es/m%C3%B3dulo?m=form>

Studio 5.5 . (16 de mayo de 2021). 5-5 Paris. Obtenido de <https://www.5-5.paris/fr/projets/nature-decouvertes-objets-a-faire-2019-105>

UCUENCA

ARTES