

11  
2Ej

**G** **UIA PARA DISEÑO Y  
MONTAJE DE STANDS**

**T E S I S**  
que para obtener el título de  
licenciado en **Diseño Industrial**

**PRESENTA**  
Cecilia López Cueto Espinosa

**UNIVERSIDAD NACIONAL AUTONOMA DE MEXICO  
FACULTAD DE ARQUITECTURA  
CENTRO DE INVESTIGACIONES EN DISEÑO INDUSTRIAL**

**FALLA DE ORIGEN**

MEXICO 1995

**TESIS CON  
FALLA DE ORIGEN**



Universidad Nacional  
Autónoma de México

Dirección General de Bibliotecas de la UNAM

**Biblioteca Central**



**UNAM – Dirección General de Bibliotecas**  
**Tesis Digitales**  
**Restricciones de uso**

**DERECHOS RESERVADOS ©**  
**PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL**

Todo el material contenido en esta tesis esta protegido por la Ley Federal del Derecho de Autor (LFDA) de los Estados Unidos Mexicanos (México).

El uso de imágenes, fragmentos de videos, y demás material que sea objeto de protección de los derechos de autor, será exclusivamente para fines educativos e informativos y deberá citar la fuente donde la obtuvo mencionando el autor o autores. Cualquier uso distinto como el lucro, reproducción, edición o modificación, será perseguido y sancionado por el respectivo titular de los Derechos de Autor.

# CENTRO DE INVESTIGACIONES DE DISEÑO INDUSTRIAL

FACULTAD DE ARQUITECTURA

Coordinador de Exámenes Profesionales de la  
Facultad de Arquitectura, UNAM  
PRESENTE

EP01 Certificado de Aprobación de  
Impresión

El director de tesis y los cuatro asesores que suscriben, después de revisar la tesis del alumno

NOMBRE **Cecilia López Cueto Espinosa** No DE CUENTA **8238181-5**

NOMBRE DE LA TESIS **Guía Para Diseño y Montaje de Stands**

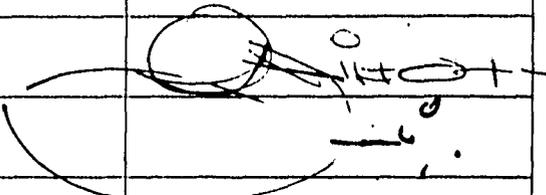
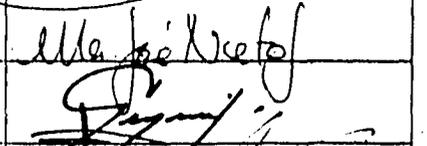
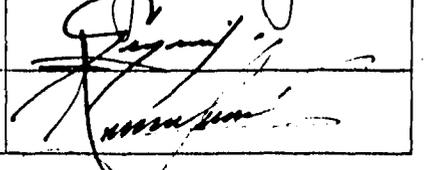
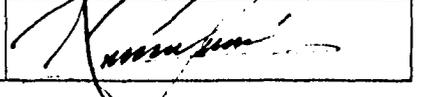
Consideran que el nivel de complejidad y de calidad de la tesis en cuestión, cumple con los requisitos de este Centro, por lo que autorizan su impresión y firman la presente como jurado del

Examen Profesional que se celebrará el día      de      de 199      a las      hrs

ATENTAMENTE

"POR MI RAZA HABLARÁ EL ESPÍRITU"

Ciudad Universitaria, D.F. a , 13 marzo de 1995

NOMBRE	FIRMA
PRESIDENTE D.I. JORGE VADILLO LOPEZ	
VOCAL D.I. FERNANDO RUBIO GARCIDUEÑAS	
SECRETARIO D.I. MARIA JOSE NIETO SANCHEZ	
PRIMER SUPLENTE D.I. CRISTINA GUZMAN SILLER	
SEGUNDO SUPLENTE D.I. LORENZO LOPEZ ZEPEDA	

Vo. Bo. del Director de la Facultad

M. EN ARQ. XAVIER CORTES ROCHA

-¿atarlo? ¡qué idea tan extraña!  
-Pero si no lo atas , se irá a cualquier lado y se  
te perderá...  
-Y mi amigo volvió a reirse:  
-Pero, ¿adónde quieres que vaya?  
-Ya te dije, a cualquier lado; derecho siempre  
adelante.

Quiero agradecer a:

Mi familia:

Juan, Ana María, Gabriela, Luis, Wisho, Rodrigo, Alejandro, Pedro, Julieta, José Antonio, Mónica y Angel .

Mis amigos:

quienes fueron herramientas indispensables en la elaboración de este trabajo. "todo esfuerzo es ya un éxito".

A Jorge Vadillo y a todos aquellos maestros que a lo largo de mi carrera se preocuparon por darme algo más que conocimientos ; una formación universitaria integral.

Y en forma especial a: José Antonio Villaseñor por nuestra vida juntos y formar parte de "la aventura" transformando los momentos difíciles en retos a vencer.

---

a la memoria de mi padre

---

<b>CONTENIDO</b>	<b>1</b>	<b>I</b> NTRODUCCION
	<b>2</b>	<b>H</b> ISTORIA DE LAS EXPOSICIONES
	<b>4</b>	<b>¿</b> QUE SON LAS EXPOSICIONES?
	<b>6</b>	<b>P</b> ERSPECTIVAS A FUTURO Y TLC
	<b>7</b>	<b>Q</b> UIEN HACE POSIBLES LAS EXPOSICIONES organizadores recinto ferial empresas de diseño y montaje servicios varios transporte de stands
	<b>9</b>	<b>E</b> SPACIO INFORMATIVO TRIDIMENSIONAL diseño especial diseño en sistema diseño mixto pabellones
	<b>11</b>	<b>G</b> UIA PARA DISEÑO Y MONTAJE DE STANDS PARA EXPOSICIONES.
	<b>50</b>	<b>G</b> LOSARIO DE TERMINOS
	<b>51</b>	<b>B</b> IBLIOGRAFIA
	<b>52</b>	<b>C</b> REDITOS

# introducción

La presente tesis es el resultado de los conocimientos adquiridos en el Centro de Investigaciones de Diseño Industrial de la Universidad Nacional Autónoma de México y de la experiencia adquirida durante tres años en el área de diseño, montaje y manejo de una empresa de stands.

Este trabajo se presenta como una contribución a una actividad que ha captado a un número importante de Diseñadores Industriales en México: **El diseño de stands para exposiciones**

Se pretende dar al Diseñador una guía práctica que le facilite el diseño y montaje de un stand, abarcando todas las etapas de un proyecto de este tipo que por lo general se realiza con tiempo y presupuesto limitados, por lo que el diseñador tiene que emplear toda su capacidad creativa y conocimientos para lograr su objetivo utilizando de manera óptima: **materiales, presupuesto y tiempo**

Cualquier proyecto de diseño y montaje por pequeño que sea, requiere de una metodología para su realización, de otra forma, el diseñador se enfrentará a problemas en las diversas etapas del proyecto que posiblemente lo lleven al fracaso.

La tesis presenta una parte introductoria en donde se habla de los antecedentes históricos del concepto de las exposiciones en México y en el Mundo. Se da un marco general de lo que son las exposiciones, de la importancia que tienen actualmente en nuestro país y en la dinámica del mundo actual, y de como el Tratado de Libre Comercio beneficiará su desarrollo.

Los antecedentes de la tesis presentan a las partes involucradas en la realización de cualquier exposición, con el objeto de entender mejor la logística de estas.

En el contexto se comentan los tipos de proyectos a los que se puede enfrentar el diseñador.

La guía práctica para el diseño de stands tendrá un lenguaje sencillo para hacer más fácil su consulta, se incluirán formatos que se utilizan en la práctica y se explicarán por medio de ejemplos que darán un panorama general de la aplicación de la guía.

Las conclusiones son sin duda la mejor manera de darle al lector una idea global de los logros obtenidos en el desarrollo de la tesis.

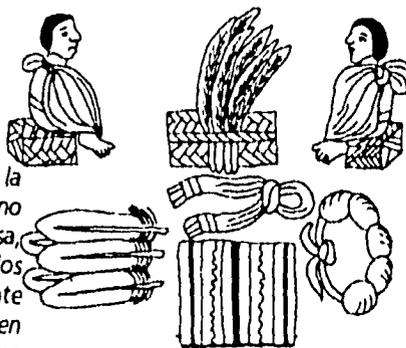
# historia de las Exposiciones

Hablar del concepto básico de las exposiciones, vender mercancías desde tres paredes y una mesa, es parte natural de nuestra cultura. En los mercados sobre



ruedas o en los tianguis, los comerciantes muestran y venden mercancías en una exposición callejera, organizados en áreas, pasillos y locales.

Esta costumbre de compra-venta en la calle o en una plaza, se presenta en la mayoría de los pueblos de Mesoamérica, en lo que denominaban *Tianquiztli*. Sabemos que Tlatelolco era uno de los más grandes, como nos lo narra Bernal Díaz del Castillo.



"Cuando llegamos a la gran plaza, como no habíamos visto tal cosa, quedamos admirados de la multitud de gente y mercaderías que en ella habla y del gran

concierto y regimiento que en todo tenían. Los principales que iban con nosotros nos lo iban mostrando. Cada género de mercaderías estaban por sí y tenían situados y señalados sus asientos"

Habían muchas cosas que se vendían y enseñaban ahí; piedras preciosas, pieles de jaguares, comidas, animales, textiles, esclavos, ropa, muebles, tabaco, papel y objetos de arte.

Además se podían ver cosas tan curiosas como la venta de yenda de hombre en canoas, que servía para hacer sal y curtir cueros, y panecillos hechos de una especie de lama que recogían de la laguna y que sabía similar al queso.

Por otra parte y en diferente momento histórico, Europa el viejo continente, realiza con diferentes características un sinnúmero de exposiciones que causaron gran impacto en la sociedad. La mejor manera de ofrecer a la humanidad los logros universales, era mostrándolos en exposiciones de igual magnitud. La Primera Exposición Universal se celebró en Hyde Park, Londres el 1 de mayo de 1851 donde, en una superficie de más de 100,000 m<sup>2</sup> de jardines, se erguía el Palacio de Cristal construido con más de 300,000 hojas de vidrio colocadas en columnas y cercos de hierro, enorme y deslumbrante edificio que albergó la gran exposición con más de 6,500 expositores de diferentes países.

La exposición fue una prueba fehaciente del desarrollo alcanzado por las naciones y un punto de partida para lanzarse por nuevas conquistas.

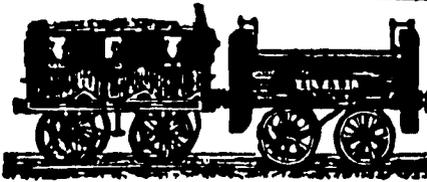
Paris, la ciudad luz, en 1925 espera a millones de visitantes de todo el mundo con una exposición Universal que estrenó la Torre Eiffel, bautizada burlescamente por algunos parisinos como "Nuestra Señora de Chatarrero".

En America, Nueva York, demuestra que no sólo Europa tenía la capacidad para llevar a cabo una Exposición Universal así que en 1939 recibe a más de 40 millones de visitantes.

En la más reciente Exposición Universal de Sevilla 1992, firmas de diseño de todo el mundo realizaron más de noventa pabellones mostrando la cultura y avances tecnológicos de más de cien países. Durante los seis meses de duración de esta exposición, el comercio y el turismo local se beneficiaron al recibir a más de 20 millones de visitantes.

**ELECTRO-MAGNETIC  
EXHIBITION,**  
UNDER THE PATRONAGE OF THE  
Royal Scottish Society of Arts.

---



**Mr. ROBERT DAVIDSON'S  
EXHIBITION OF ELECTRO-MAGNETISM,  
AS A MOVING POWER,  
IS NOW OPEN!**

at the  
**EGYPTIAN HALL, Piccadilly.**

THE MODELS AND APPARATUS COMPRISE THE FOLLOWING:

- A LOCOMOTIVE ENGINE,**  
Carrying Passengers on a Circular Railway.
- A PRESSING MACHINE AND TURNING LATHE.**
- A SAW MILL.**
- A MACHINE FOR COMMUNICATING BY ELECTRO-MAGNETIC SHOES.**
- AN ELECTRO-MAGNET!**  
The largest ever made. It weighs upwards of 200 Pounds and will support many Tons.
- A GALVANIC TELEGRAPH,  
AND CONDUCTORS OF WIRELESS.**  
Attached to each end with Special Connections, peculiar in color to the kind employed upon the Sea.
- MODEL OF THE FLYING MACHINE**
- MODEL OF AN AERIAL CARRIAGE,**  
By the GEORGE CAYLEY.

---

**OPEN FROM 12 TILL 6, AND FROM 7 TILL 9  
Admission, ONE SHILLING.**  
Children under 10 Years of Age, SIXPENCE.

PRINTED BY ELECTRO-MAGNETISM.

## ¿qué son las **E**xposiciones?

En los últimos años, las exposiciones han llegado a ser lugares de encuentro en donde se concentran vendedores y compradores; más allá de su función estrictamente comercial estos eventos son una fuente de información para la sociedad.

Las exposiciones son también convocatorias populares con gran asistencia de un público que aprovecha la oportunidad para constatar los avances del momento en cualquier tipo de actividad humana como la medicina, la moda, los libros, la alimentación, el turismo, los automóviles, el arte o los deportes.

Para entender un poco la dinámica de las exposiciones, podemos analizar el punto de vista de los principales protagonistas: **el expositor y el visitante**



Desde el **punto de vista del expositor** participar en una exposición representa una inversión considerable, por

otro lado las exposiciones son un medio de comercialización muy efectivo. Considerando que el promedio de visitantes a una exposición importante en México es de 8,000 personas durante 4 días, el participar en una exposición permite al expositor contactar a un buen número de clientes potenciales en tan sólo un par de días, cosa que de otra manera le tomaría semanas hacerlo. El expositor sabe además que el visitante está interesado en conocer los últimos adelantos en productos o servicios del área, y que tiene influencia en la compra dentro de la empresa que representa.

Estudios en Estados Unidos revelan que siete semanas después de una exposición el 65% de los visitantes espera realizar alguna compra, siete meses después el 69% de los que compraron dijeron que haber asistido a la exposición influyó en su decisión.



Desde el **punto de vista del visitante**, el asistir a una exposición le permite tener reunidos en un solo lugar a

todas sus opciones de compra y recabar información, muestras y tal vez poder ver demostraciones de los equipos o productos, todo esto en un ambiente de negocios y con los expositores dispuestos a atenderlo. También le permite mantenerse actualizado en los avances de su área.

Podemos clasificar a las **exposiciones comerciales** en nacionales e internacionales.

Típicamente tienen una duración de dos a cuatro días aunque en algunos casos llega a ser de más de una semana ambas se realizan por lo general una vez al año.

Las áreas con mayor actividad son la industria de la construcción, computación, ecología y libros. Las industrias y las empresas gastan mucho dinero para aventajar a sus competidores e impresionar a los visitantes con un stand espectacular, en una exhibición espléndida aunque frecuentemente breve.

En general las exportaciones son un medio para captar divisas, representan utilidades adicionales a las empresas y beneficios para la economía del país.

Para el diseñador de stands este tipo de proyectos resultan más complicados ya que implica trasladar o producir el stand en otro país.

#### Las Exposiciones Nacionales

Se realizan dentro de un marco delimitado de personas, idioma y perspectivas de venta, las exposiciones nacionales son aquellas que muestran las actividades, artesanías y servicios de una población determinada, como Expo Ganadería Texcoco, Expo Tlaxcala, Expo Guadalajara, La Guelaguetza en Guanajuato, La feria del Algodón en Chih., entre otras.

#### Las Exposiciones Internacionales

Son uno de los instrumentos más efectivos de promoción para la exportación. Representan un foro en el que los vendedores de distintos países ofrecen sus servicios a compradores internacionales.



## perspectivas a futuro y **TLC**

El Tratado de Libre Comercio es ya una realidad. El gran reto para las empresas mexicanas es hacerse competitivas a nivel global. Competitividad es la capacidad para tener un desempeño superior al de otras organizaciones dedicadas al suministro de bienes o servicios similares.

En pocas palabras, es hacer crecer su participación en el mercado de manera rentable.

Con la apertura comercial, México se convierte en un mercado en expansión de gran valor al ser socio comercial de la potencia más grande del mundo y en un paso estratégico para Latinoamérica.

El mercado potencial que representan los consumidores de México, E.U.A. y Canadá es enorme. Tomando en cuenta que en 1992 los 366 millones de consumidores de estas tres naciones compraron 6.4 millones de dólares en bienes y servicios.

Esta es sin duda, una gran noticia para las empresas que forman la industria de las exposiciones en México, y sobre todo para las empresas de diseño de stands.

De hecho México ya empezó a jugar un papel de anfitrión al recibir a una creciente comunidad de compradores y vendedores internacionales en un mayor número de exposiciones. Cabe mencionar que el interés en México no solamente procede de los empresarios americanos y canadienses sino también de otros países como China, Japón, Alemania, Costa Rica y Chile.

Ya hemos comentado que competitividad es la capacidad para tener un desempeño superior al de otras compañías similares, esto nos lleva a buscar y definir nuestro *Benchmarking* dentro de la industria de las exposiciones.

Por otra parte con el TLC la competencia para los diseñadores mexicanos de stands se incrementará, existen compañías de diseño, especialmente en Estados Unidos interesadas en hacer *join venture* con compañías mexicanas y establecerse en nuestro país, ¿qué significa esto? Que vamos a necesitar mejorar la calidad en nuestros servicios, recursos humanos y en nuestros productos para poder igualar los estándares internacionales y responder a las expectativas de los socios comerciales.



# quién hace posible las exposiciones.

En la producción de una exposición comercial las partes involucradas son los **organizadores, los recintos feriales, las empresas de montaje de mamparería, las empresas de diseño de stands, las empresas de servicios y las empresas de transporte de equipo y material de exhibición.**

El **organizador** es una empresa dedicada a producir exposiciones, vende los espacios de exhibición y promueve la exposición a través de medios como prensa, radio y televisión. Por lo general el organizador contrata a las empresas que darán servicio a los expositores durante el montaje, realización y desmontaje de la exposición. El organizador ejerce el papel de coordinador, canalizando cualquier problema con el contratista oficial que corresponda. Para cada exposición genera un manual de expositor donde se encuentran los reglamentos generales, la lista de servicios, precios y contratistas oficiales.

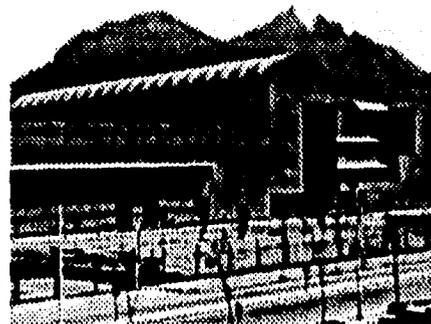
Son dos tipos de espacios los que se venden a los expositores, los stands paquete (shell scheme) la mayoría de las veces no exceden de 9 metros cuadrados, constan de paredes laterales y trasera, antepecho con el nombre del expositor un contacto de 15 Amp/120V, una mesa y dos sillas, e iluminación.

Los espacios vacíos (raw space) con frecuencia mayores a 27 metros cuadrados no incluyen nada por lo que el expositor debe de contratar a una empresa de diseño para el proyecto del stand, así como servicios adicionales al contratista oficial.

El **recinto ferial** es el lugar que alberga la exposición. El diseñador de stands deberá prestar especial atención a los lineamientos generales y reglas que cada recinto tiene. También deberá checar entradas de equipo y stands al recinto ferial, las alturas dentro de la sala de exposición y en particular el área asignada a nuestro stand.

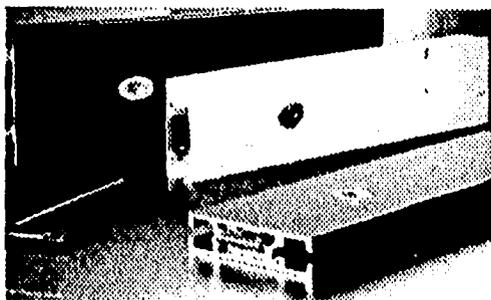
En México es común encontrarse con incómodos estacionamientos, bodegas, salones de hotel o explanadas que son adaptados para exposiciones, esto trae consigo problemas que el diseñador deberá solucionar.

En los últimos años se han desarrollado lugares especialmente diseñados para realizar exposiciones, tal es el caso de CINTERMEX, en la ciudad de Monterrey, al cual se le ubica actualmente como el mejor de Latinoamérica. Por otro lado en la Ciudad de México el World Trade Center WTCMx contará con un recinto ferial que tendrá todas las facilidades para una exposición de primer nivel y la última tendencia ha sido utilizar los pabellones que TECHNOGERMA dejó instalados en una de las explanadas del Palacio de los deportes.



Las **empresas montaje** de mamparas crean los espacios dentro de las salas de exposiciones por medio de sistemas comerciales modulares, con mamparas de pvc y postes de aluminio, con una gran variedad de accesorio para los expositores, se encargan también de la decoración general de la sala de exposicion y de la señalización. Los sistemas más comunes y utilizados para esta labor son el R8, Octanorm, Syma y Form+Technic, las principales diferencias entre ellos son los perfiles que utilizan.

Cabe mencionar que estos sistemas son de procedencia extranjera, principalmente alemanes y que las empresas mexicanas de mamparería los adquieren mediante una representación en México.



Las **empresas de DISEÑO** convierten un espacio vacío en un espacio de exhibición. Son quienes se encargan de proyectar espacios agradables con ideas innovadoras que destaquen a los productos o servicios que ofrecen los expositores, el stand es un recurso inestimable para causar impacto visual en los visitantes.

Es aquí donde interviene el diseñador industrial, que tiene la capacidad para resolver problemas técnicos y estéticos.

El organizador contrata también a una empresa especializada en **transporte** de equipo de exhibición. El transporte del stand desde nuestro taller hasta el lugar en el que se llevará a cabo la exposición es clave para el proyecto sobre todo cuando el montaje es en otra ciudad; este transporte corre por cuenta de la empresa de diseño de stands, pudiendo hacer uso del mismo que utilizarán los organizadores. Debemos asegurarnos de que nuestro stand llegará en buenas condiciones y a tiempo. En México no existen transportistas especializados en el área de stands por esto debemos supervisar con mucho cuidado el empaque, manejo, carga y descarga del equipo.



Por último tenemos a las empresas de **servicios** como edecanes, intérpretes, ayudantes, transportación urbana, fotógrafos, plantas y flores en renta, vigilancia y limpieza del stand.

Dependiendo de la elección de los materiales cambia en gran medida la estética del stand, podemos usar vidrio, metales, cerámica, textiles, papel, cartón, tapiz, yeso, paneles prefabricados y una extensa gama de plásticos.

El diseñador con su ingenio y creatividad combinará y adecuará todos estos

## Espacio informativo 3Dimensional

materiales para obtener un proyecto de calidad por supuesto sin perder de vista que su

Un **stand de exhibición** es un espacio con los elementos necesarios para mostrar de la mejor manera un producto, un servicio, o un tema cualquiera.

Para ubicar el contexto en el cual el diseñador de stands se desarrolla, se analizarán los diferentes tipos de proyectos que en la práctica se presentan

### diseño especial - custom design

Los diseños especiales de stands, se aplican cuando el espacio contratado por el expositor es vacío. En estos casos el diseñador propone un stand que responda a las necesidades particulares de una exhibición y presupuesto.

Para lograr un buen stand el diseñador debe saber elegir los materiales más adecuados. El stand custom es realizado en un 80% de madera, con acabados de diferentes laminados o pinturas lo cual resulta a veces más barato.

trabajo no termina al elaborar el diseño, sino también debe estar involucrado directamente en la supervisión de producción, transporte, montaje, desmontaje y guardado.

La iluminación es un elemento esencial en el stand. Es importante elegir las luminarias adecuadas, suministrar la intensidad suficiente y dirigir la iluminación a los puntos importantes del stand.

La mayoría de las empresas que optan por el stand custom son grandes corporativos multinacionales que invierten en los stands sumas considerables de dinero que saben que al final les reditan ganancias, entre ellas están: Alcatel, Exxon, General Electric, AT&T, Nec, McDonnell Douglas, etc.

Existe una tendencia generalizada por parte de los expositores a optar por stands reutilizables, intentando con esto amortizar la inversión. En estos casos el diseñador debe desarrollar elementos modulares fáciles de transportar, guardar y deben ser adaptables a diferentes áreas de exposición.

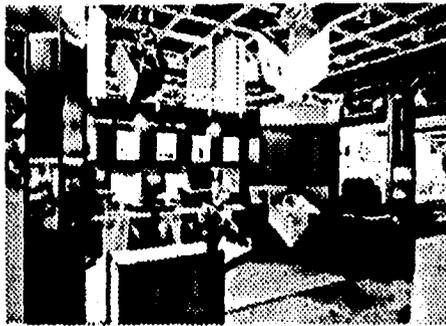
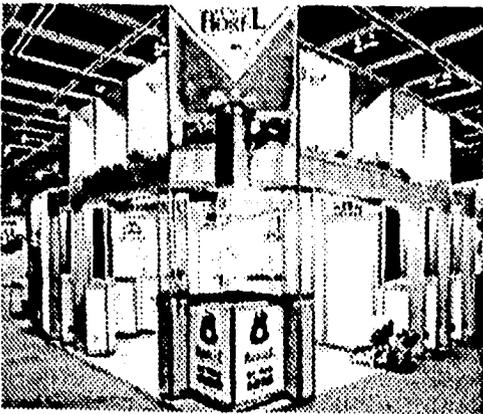
### diseño en sistema-system

Los diseños en sistemas modulares como: Voluma, Nimlok, Easy2, Mirage, Mero, Octanorm simplifican la tarea del diseñador, ya que sus elementos están configurados en medidas estandarizadas y no hay que fabricarlos. Por otro lado el diseñador tendrá que realizar diseños originales para que el stand se distinga en la exposición.

Los materiales que frecuentemente se utilizan en este tipo de diseños son las láminas de pvc y acrílico. Prácticamente cualquier material semirígido como láminas de metal, madera texturizada, pintada o tapizada, pueden ser una alternativa en este tipo de diseños.

Las ventajas de un diseño en sistema son: diseño más sencillo, menor tiempo de montaje, menores costos, material 100% reutilizable.

El diseñador debe sugerir al cliente un diseño en sistema cuando se cuenta con un presupuesto restringido.



### diseño mixto - mixed

Se llaman diseños mixtos porque se utiliza como estructura base algún tipo de sistema modular, y como apariencia otros materiales para mejorar la estética y espectacularidad del stand.

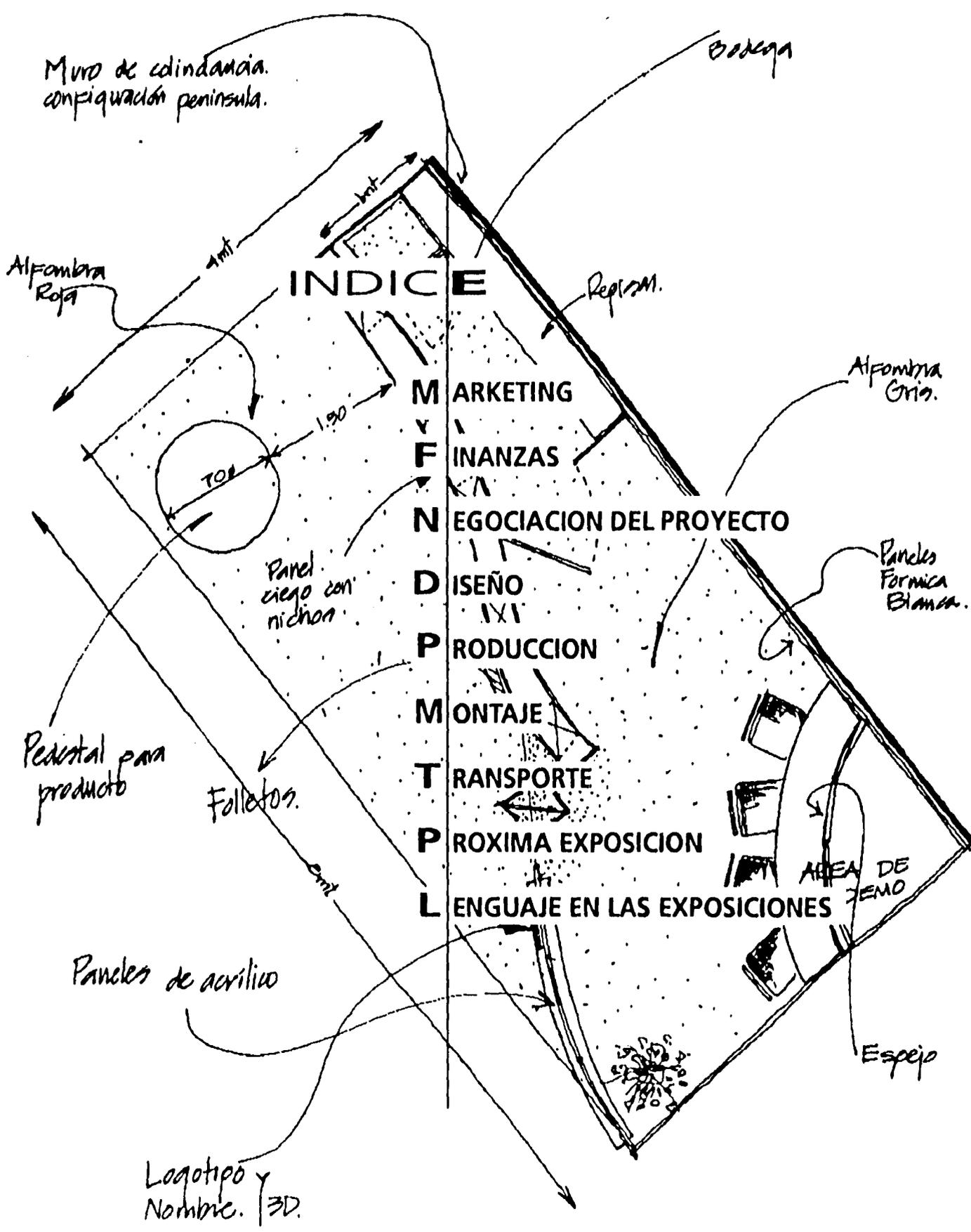
Por lo general el costo de producción de un diseño mixto estará entre el costo de producción de un custom y de uno en sistema.

### pabellones

Un pabellón es un stand que agrupa a varias empresas de un ramo o de un país. Primeramente debe decidirse si el pabellón se realizará utilizando algún sistema modular, en madera o mixto, dependiendo del presupuesto con el que se cuente.

Para el diseño del pabellón es necesario saber cuántos espacios de exhibición se deben crear y respetar las reglas de identidad gráfica.





Muro de colindancia.  
configuración península.

Alfombra  
Roja

Alfombra

Alfombra  
Gris.

Paredes  
Formica  
Blanca.

Especjo

Logotipo y  
Nombre. 3D.

Paneles de acrílico

Folleto

Pedestal para  
producto

Panel  
ciego con  
nicho

4mt

4mt

1mt

1mt

Replasm.

INDICE

MARKETING

FINANZAS

NEGOCIACION DEL PROYECTO

DISEÑO

PRODUCCION

MONTAJE

TRANSPORTE

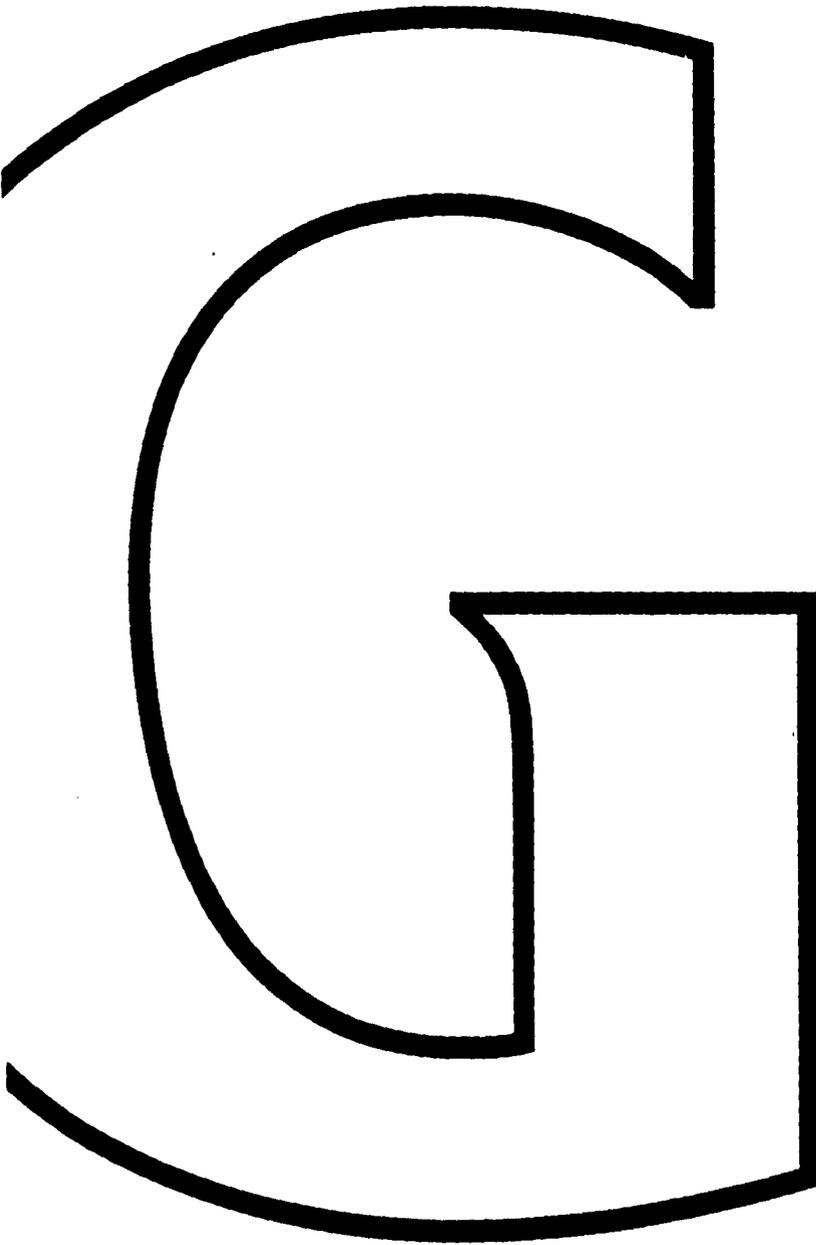
PROXIMA EXPOSICION

LENGUAJE EN LAS EXPOSICIONES

AREA DE  
JEMO

1.90

TOE



La industria de las exposiciones es única y complicada. Manejar una exhibición o diseñar un stand requiere de planeación cuidadosa, ya que existen muchos departamentos y personas involucradas en la realización de estos proyectos y la comunicación debe ser clara, rápida y precisa.

Hay muchos problemas y errores que se cometen durante el diseño de stands y el montaje de exhibiciones, uno de los objetivos de esta guía es hacer más sencillo el desarrollo de un proyecto de calidad.

Esta es la razón que me llevo a desarrollar esta guía de diseño y montaje de stands para exposiciones.

# **GUIA PARA DISEÑO Y MONTAJE DE STANDS**

# Marketing

## BUSQUEDA DE POSIBLES CLIENTES

Una de las más valiosas fuentes de información para una empresa de diseño de stands es la lista de expositores. Estas listas las genera el organizador de la exposición.

Con la lista de participantes podremos contactar a las empresas que contrataron espacio vacío, quienes necesariamente requerirán de un stand para sus productos o servicios. Obviamente las empresas con mayor área contratada requerirán de especial atención y canalización de esfuerzos. Ahora bien, no es sencillo conseguir una lista de participantes. Por lo general hay que tener buenas relaciones con las empresas de montaje de mamparería.

De manera general, podemos armar un plan de **mercadotecnia** tomando en cuenta los siguientes puntos:

1. Establecer contacto con empresas organizadoras de exposiciones.
2. Establecer contacto con empresas de montaje de mamparería.
3. Asistir a exposiciones y tomar datos de las empresas que exhiben, seguramente algunas de ellas tendrán otras exposiciones o quizá volverán a exhibir el año siguiente.
4. Embajadas y secciones comerciales son un medio para divulgar y contactar exposiciones, organizadores y expositores.

Un comentario importante relacionado con la manera de vender proyectos de diseño de stands, es que tenemos que señalar al cliente la importancia de contar con una empresa especializada en esta área para cubrir necesidades de exposición, incluyendo el guardado del stand, y su mantenimiento, así como la adecuación del mismo para cada ocasión.

Una vez que conseguimos que una empresa nos conceda una **primera cita**, habrá que tomar en cuenta los siguientes puntos importantes:

1. Carpeta de trabajo la cual dará al cliente una idea de nuestros proyectos, así como del acabado de nuestros stands.
2. Llevar los datos de la exposición, Nombre, lugar, fechas, horarios, ya que el cliente tendrá la impresión de que estamos al tanto de los pormenores y efectivamente así debe ser.
3. Familiarizarse con el recinto ferial donde se vaya a llevar a cabo la exposición en lo referente a entradas de material, alturas, restricciones, estructuras, etc. para demostrar al cliente que conocemos el recinto.
4. El manual de expositores es de gran ayuda para ubicar al cliente en costos y servicios que los organizadores proveen y que puede ser utilizado por nosotros.

# finanzas del proyecto

Se elabora un estimado de costos antes de la exposición, para obtener un precio de venta incluyendo el porcentaje de ganancia, mismo que fijaremos nosotros.

Se elabora una revisión de costos después de la exposición con el fin de obtener la utilidad real.

Nombre de la exhibición Lugar y Fecha		Nombre del cliente Area y No. del stand	
DESCRIPCION	costo inicial (ci)	costo final (cf)	proveedor
PABELLON			
DISEÑO ESPECIAL			
MONTAJE GRAL.			
<b>INGRESO TOTAL</b>			
<b>COSTOS DIRECTOS(cd)</b>			
custom/system			
piso			
iluminación			
electricidad			
mobiliario			
gráficos			
plantas			
montaje			
desmontaje			
transporte			
equipo audiovisual			
agua/aire/telefono			
tarifa aerea			
hotel			
comidas			
avión			
film y revelado			
contingencia			
TOTAL			
GANANCIA (Gn)			
PORCENTAJE			

ganancia es el ingreso total menos la suma de los costos directos

**Gn = it-cd**

El presupuesto presentado por incisos generales, como lo vemos en la pagina anterior funciona sobre todo para que nuestro cliente se de una idea general del costo del proyecto, sin embargo cuando se requiere negociar el precio es mejor presentar un presupuesto desglosado.

Para un presupuesto desglosado debemos dividir los costos directos en incisos correspondientes a cada uno por ejemplo:

Debemos hacer el análisis de costos en la moneda en la que entregamos el presupuesto.

<b>COSTOS DIRECTOS</b>	costo inicial	costo final	diferencia
<b>piso</b>			
iluminación			
electricidad			
mobiliario			
gráficos			

	precio de venta	costo proveedor	
a) alfombra	1,274	=980	+30%
b) bajo alfombra	333	=290	+15%
c) plástico protector	500	=475	+ 5%
d) tarima	3,164	=2260	+40%
e) instalación	880	=800	+10%
	<u>6,157</u>	=4505	
f)masking tape	250	=250	
	<u>6407</u>	=4755	

# Negociación del proyecto

Debemos considerar varios puntos en el cierre del proyecto del tal manera que aseguremos que tanto el cliente como nosotros hemos entendido el alcance del proyecto y lo convenido en cuanto a precio y terminos de pago. La manera en que podemos hacerlo es mediante un **contrato.**

Este tipo de documentos nos protegen contra malos entendidos. Para proyectos grandes, usd20,000 o más es común que el cliente solicite una fianza al diseñador, con esto asegura que el proyecto se le entregará de acuerdo a lo estipulado. La fianza representa al diseñador un costo adicional que deberá contemplar para la elaboración del presupuesto.

proyecto :  
Exposición :  
Lugar :  
Fecha :  
Compañía :  
Stand No. :  
Tamaño :  
Atención :

## I MATERIAL SUMINISTRADO

piso : especificar material, color y tamaño.

estructura: desglosar los elementos que conforman el stand y especificar acabados y materiales.

mobiliario: mostrar el tipo de mobiliario que se esta proponiendo.

electricidad: se especifica el número de luminarias y su carga eléctrica, así como la instalación de las mismas.

gráficos: en esta parte se debe tener mucho cuidado con la imagen gráfica de la empresa, en cuanto a medidas, estilos y colores.

## II PRECIO

Lo ideal para clientes extranjeros es entregar cotización en dolares al tipo de cambio del día en que se hace el pago (no olvidar especificar el IVA)

Se debe especificar si el stand esta cotizado en base a venta o renta

## III ALCANCE DEL PROYECTO

indicando de manera general lo que incluye en la cotización (diseño, producción, transporte, montaje, desmontaje y supervisión)

## IV TERMINOS DE PAGO

adelantos ,porcentajes de los mismos y pagos totales con fecha. puede agragarse a este punto la forma en que requerimos el pago.

## V VIGENCIA DE LA COTIZACION

El tiempo límite entre la confirmación y el comienzo de la producción

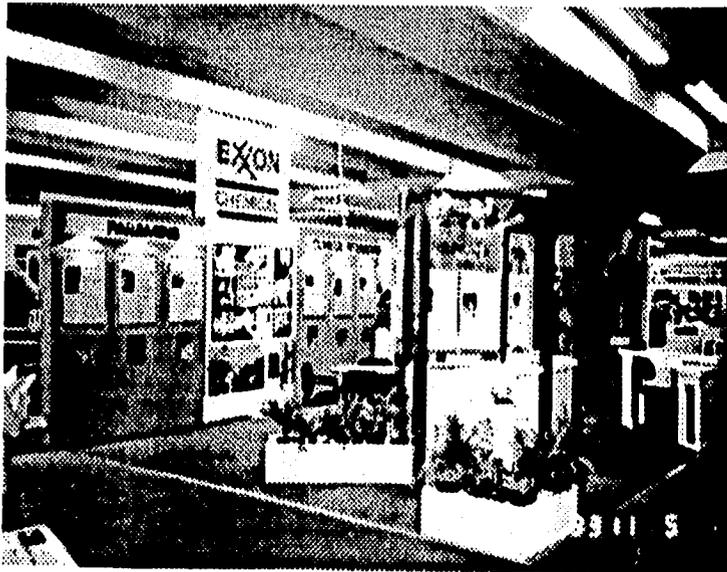
## VI NOTAS

Determinar y delimitar nuestras responsabilidades durante el montaje, desmontaje, la supervisión y el transporte.

## VII ACEPTACION DEL PROYECTO

Deben estar al calce las firmas de el cliente y de nosotros aceptando condiciones y terminos de pago. A veces el cliente entrega una carta indicando que somos los elegidos para elaborar el proyecto.

## QUE CONSTITUYE UN BUEN DISEÑO EN EL AREA DE LAS EXHIBICIONES?



Diseñar la imagen correcta que equilibre la personalidad de la empresa con requerimientos prácticos.

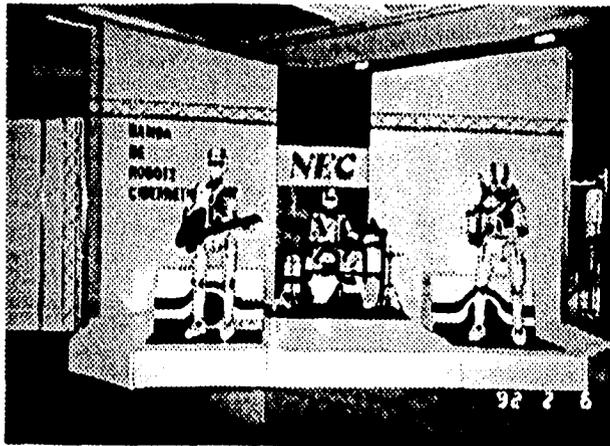
La idea no es mezclar los elementos sino más bien hacerlos dialogar, traduciendo las necesidades del cliente, en diseños únicos.

Esta parte comprende todas las etapas que intervienen en un proyecto de diseño de un stand como son la micro y macroubicación, las condicionantes, posibilidades de acomodo, circulaciones, medidas mínimas confortables, etc.,

El diseñar un stand de acuerdo a las necesidades particulares de exhibición de una empresa, producirlo en taller, montarlo y desmontarlo así como su transporte y guardado tiene niveles de dificultad e importancia para cada caso.

Para tener la mayor información por parte del cliente durante la primera cita es necesario que llevemos nuestro cuestionario provocando una conversación en donde obtengamos la mayor información de esta forma tendremos la oportunidad de entregar un proyecto que cubra sus necesidades.

Debemos tomar el tiempo necesario para entregar un proyecto de calidad sin perder de vista que la entrega del proyecto debe ser por lo menos en una semana para permitir que se someta a discusión y se tenga tiempo para entregar la propuesta.



## CUESTIONARIO

objetivos de la participación  
productos o servicios  
limitaciones estructurales y dimensiones  
del stand ubicación  
tipo de stand  
identidad corporativa  
areas  
presupuesto  
cuantas exposiciones al año  
macroubicación  
preferencias  
servicios adicionales  
que empresas participan y quienes son



Estas son unas de las preguntas necesarias para recabar la información que posteriormente completaran el formato que se utilizará durante toda la etapa de diseño  
No olvidar llevar unas hojas para hacer bocetos o anotaciones durante nuestra primera cita.

# formato de diseño

**■ ¿QUE PRODUCTOS SE EXHIBIRAN?**

- tamaño y peso aprox.
- especificaciones eléctricas
- interactivos
- estáticos

Cliente			nacional	internacional
No. del proyecto				
Presupuesto				
atención a:				
Diseñador			REVISIONES	1   2   3
<b>objetivo de la participación</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ - promover la imagen de la compañía.</li> <li>- atraer a nuevos clientes</li> <li>- ofrecer los servicios de la compañía</li> <li>- ofrecer productos</li> <li>- anunciar una nueva compañía</li> </ul>			
<b>productos o servicios</b>				
<b>limitaciones estructurales</b>	area del stand	altura		
		plano general	otros	
<b>áreas</b>	p. de v.	oficina		
	información	gráficos		
	edecanes	área de descanso		
	bodega	tv - video		
	área de servicios	demostraciones		
<b>ideas del cliente</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ de acuerdo a sus experiencias en participaciones pasadas</li> </ul>			
<b>formato y fecha de entrega</b>	boceto perspectiva via fax maqueta	NOTAS:		
<b>observaciones importantes</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ otras empresas participantes</li> <li>otras exposiciones en el año</li> <li>el proyecto esta en base a concurso</li> </ul>			

columnas arbotantes estructuras, salidas  
■ electricidad.etc...

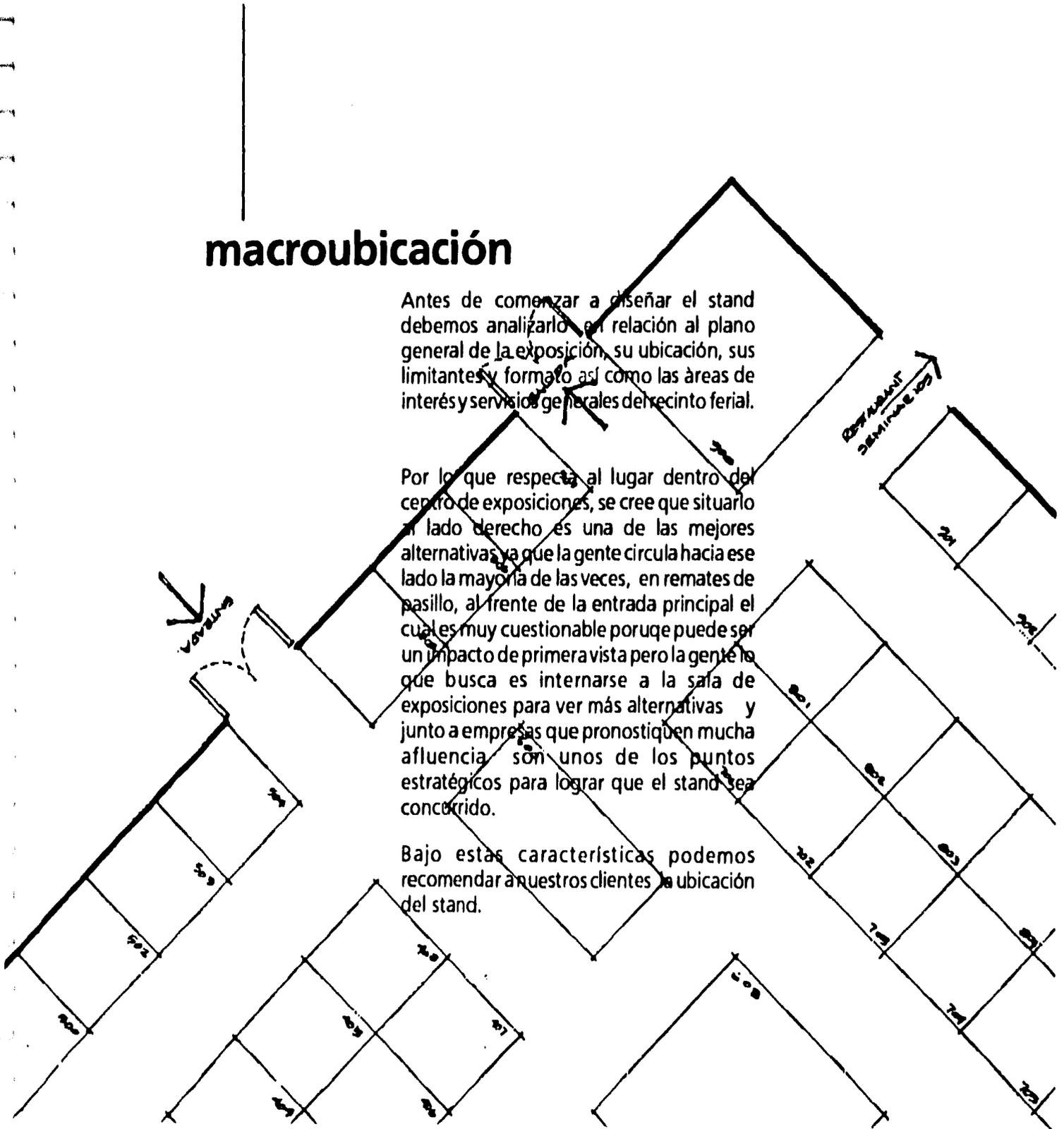
■ indicar medidas generales

## macroubicación

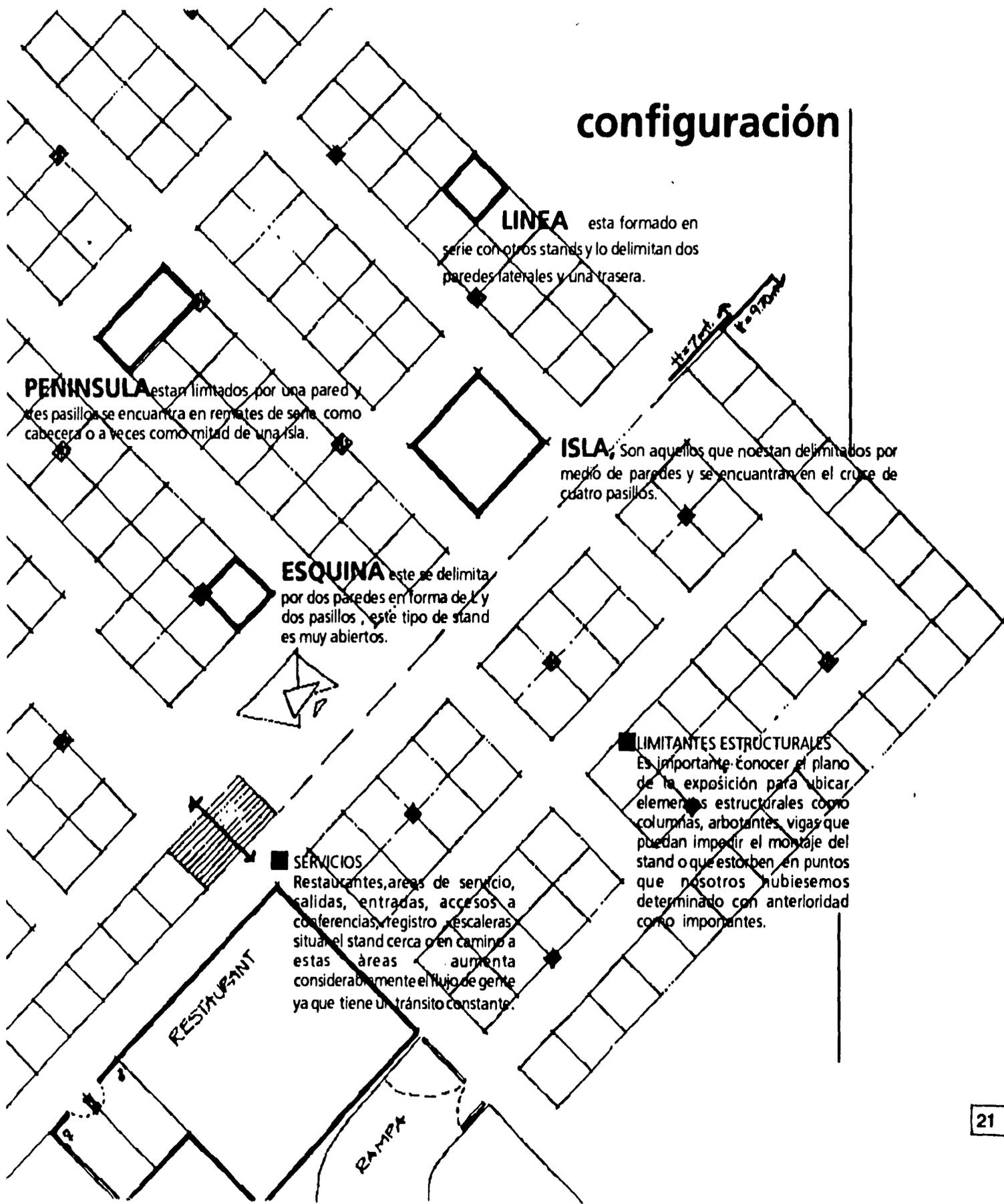
Antes de comenzar a diseñar el stand debemos analizarlo en relación al plano general de la exposición, su ubicación, sus limitantes y formato así como las áreas de interés y servicios generales del recinto ferial.

Por lo que respecta al lugar dentro del centro de exposiciones, se cree que situarlo al lado derecho es una de las mejores alternativas ya que la gente circula hacia ese lado la mayoría de las veces, en remates de pasillo, al frente de la entrada principal el cual es muy cuestionable porque puede ser un impacto de primera vista pero la gente que busca es internarse a la sala de exposiciones para ver más alternativas y junto a empresas que pronostiquen mucha afluencia son unos de los puntos estratégicos para lograr que el stand sea concurrido.

Bajo estas características podemos recomendar a nuestros clientes la ubicación del stand.



# configuración



**LINEA** esta formado en serie con otros stands y lo delimitan dos paredes laterales y una trasera.

**PENINSULA** están limitados por una pared y tres pasillos se encuentran en remates de serie, como cabecera o a veces como mitad de una isla.

**ISLA**, Son aquellos que no están delimitados por medio de paredes y se encuentran en el cruce de cuatro pasillos.

**ESQUINA** este se delimita por dos paredes en forma de L y dos pasillos, este tipo de stand es muy abiertos.

**LIMITANTES ESTRUCTURALES**  
Es importante conocer el plano de la exposición para ubicar elementos estructurales como columnas, arbotantes, vigas que puedan impedir el montaje del stand o que estorben en puntos que nosotros hubiesemos determinado con anterioridad como importantes.

**SERVICIOS**  
Restaurantes, áreas de servicio, salidas, entradas, accesos a conferencias, registro, escaleras, situar el stand cerca o en camino a estas áreas aumenta considerablemente el flujo de gente ya que tiene un tránsito constante.

# COMO LLEGAR AL DISEÑO

## CONDICIONANTES

### Areas en el stand

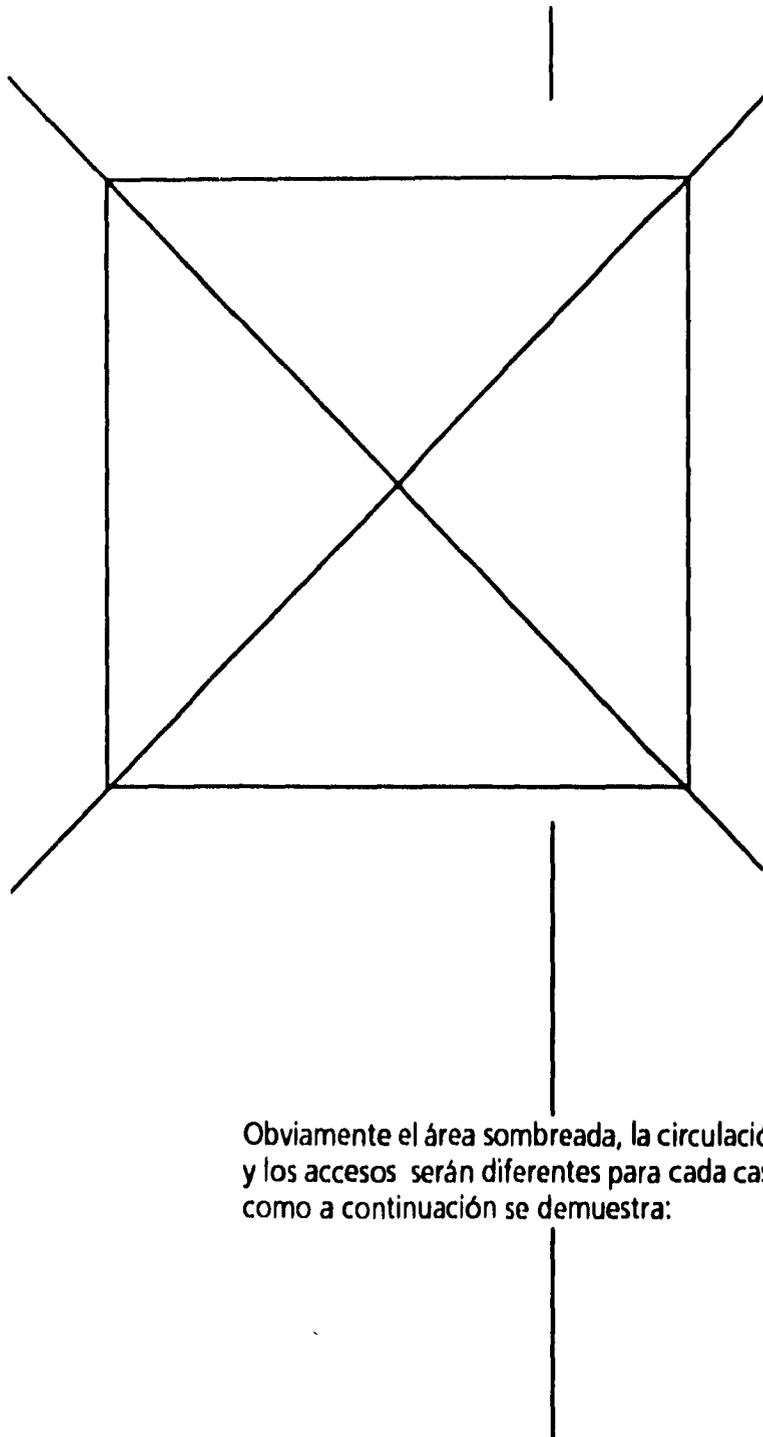
Debemos conocer las áreas de mayor y menor acceso , antes de hacer una división de espacios requeridos , los cuales estan en el formato de diseño.

Para encontrar estas áreas a continuación describiremos el método de las diagonales:

Primero delimitamos el perímetro del stand trazando las paredes y los pasillos que lo enmarcan, cruzamos dos líneas diagonales que lo atraviesen de vertice a vertice con el objeto de formar una X , ya que hemos localizado el centro del área , sombreamos desde este punto hasta las paredes del stand , de esta forma obtenemos el área de menor circulación y acceso que de acuerdo a la experiencia , se utiliza para áreas privadas como: sala de juntas, bodega para folletos y material gráfico, para cafetera y frigobar o para guardado de toma de corriente eléctrica, como sala de descanso o como área vip.

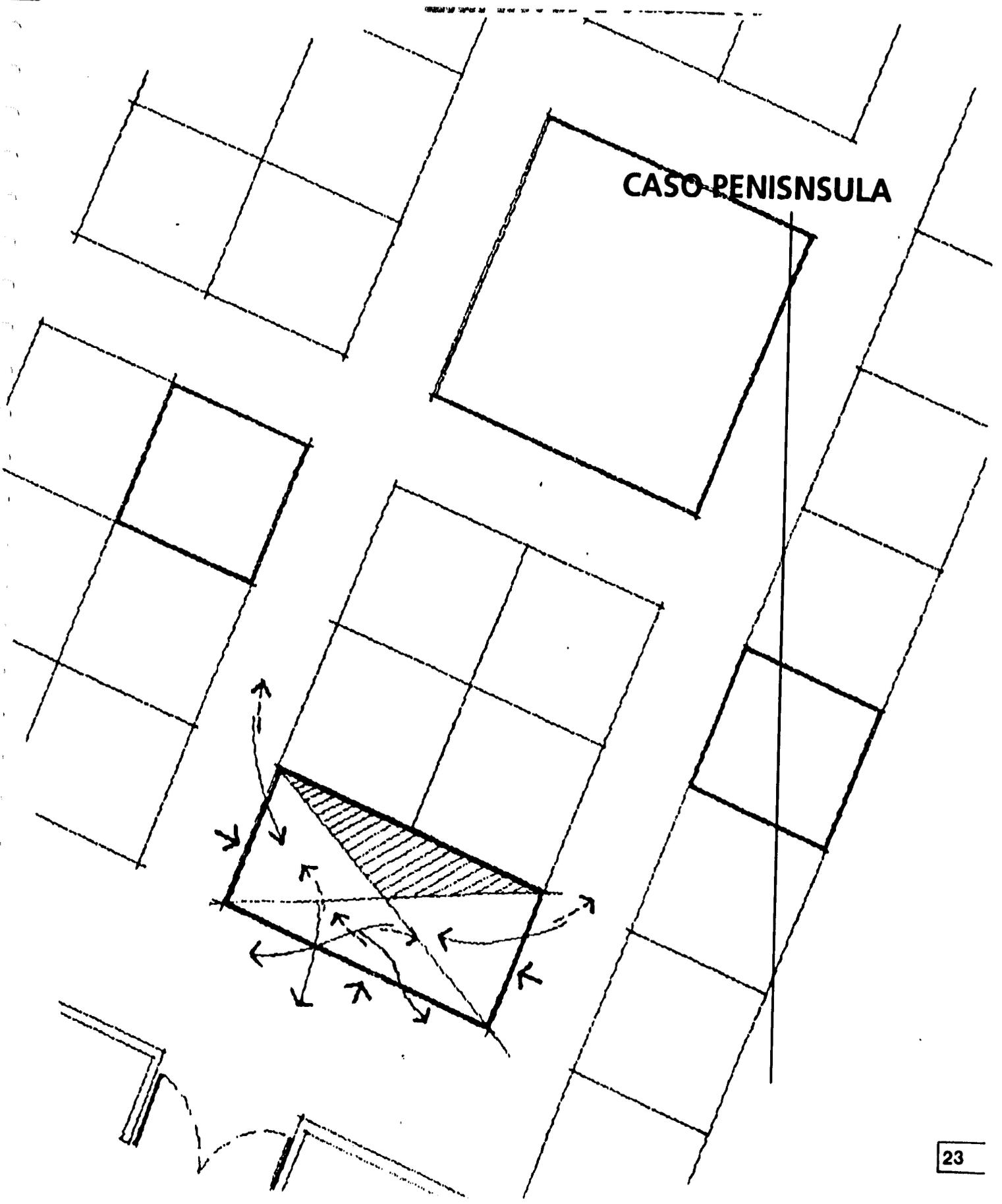
Por otro lado la parte que ha quedado sin sombrear y que esta limitada por los pasillos, es la de mayor circulación y acceso, misma que queremos que permanezca así para situar productos demostraciones o área de información.

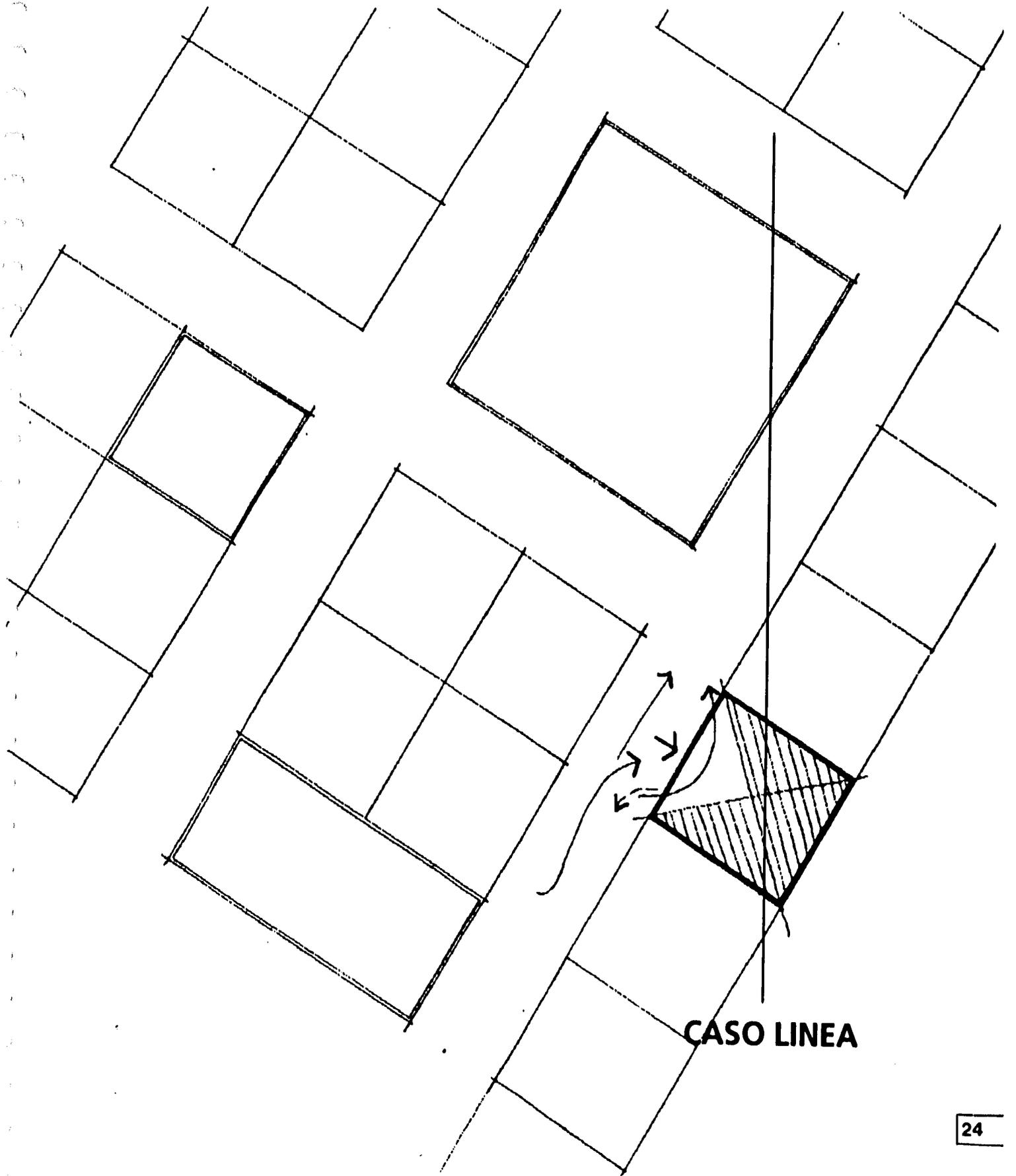
Este método también es útil para familiarizarnos con el stand, sus medidas generales, sus accesos y circulaciones.



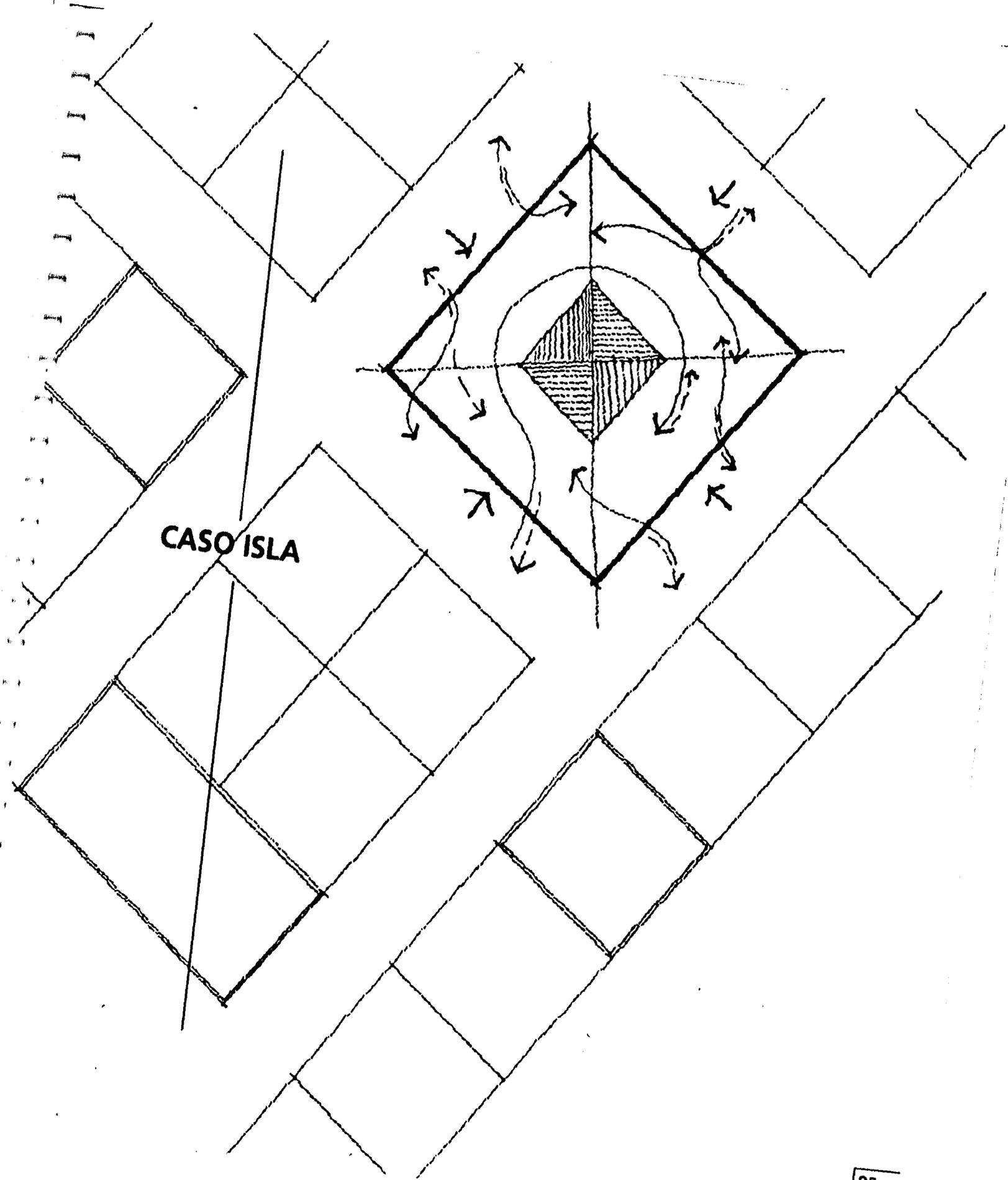
Obviamente el área sombreada, la circulación y los accesos serán diferentes para cada caso como a continuación se demuestra:

# CASO PENINSULA



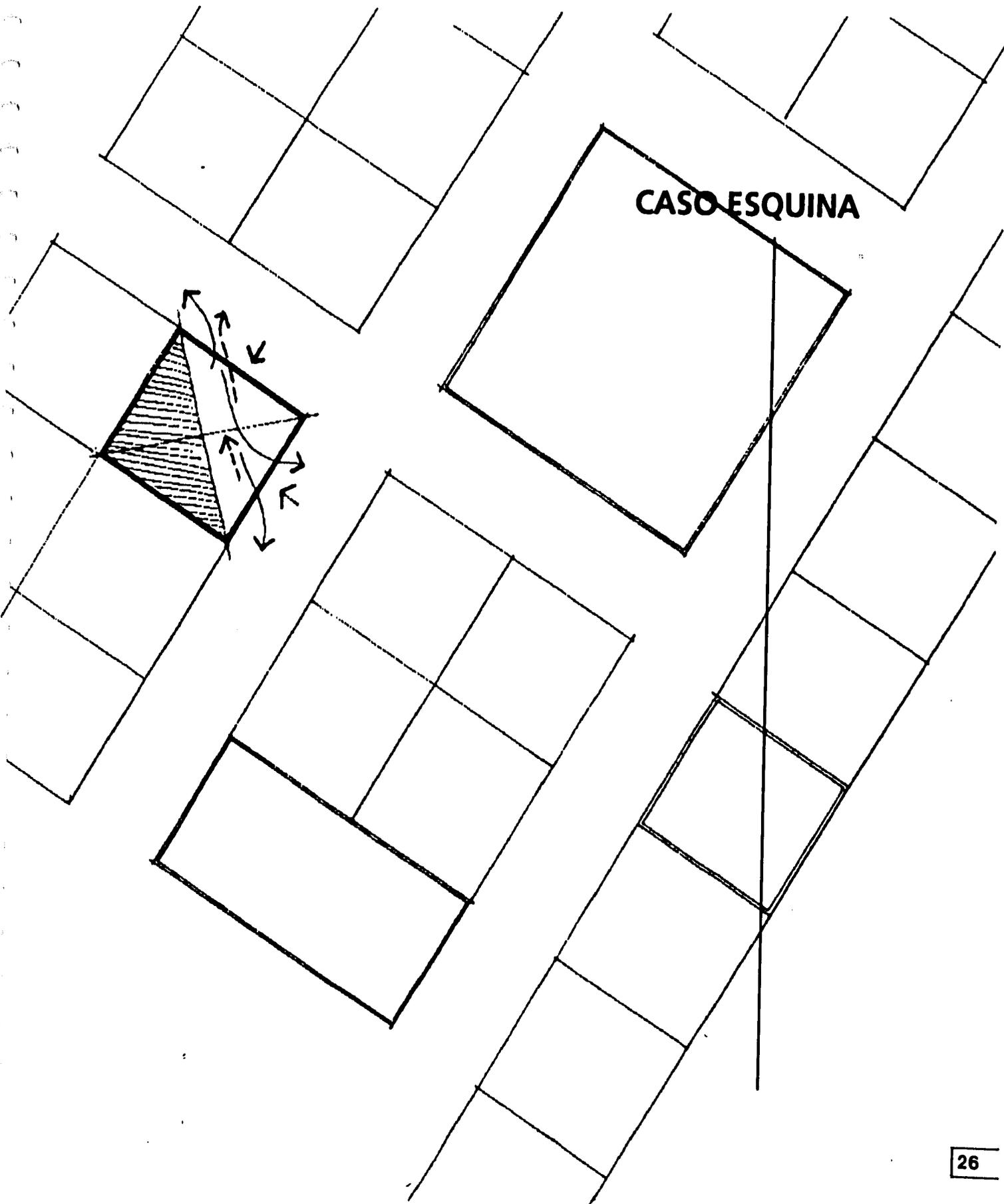


**CASO LINEA**



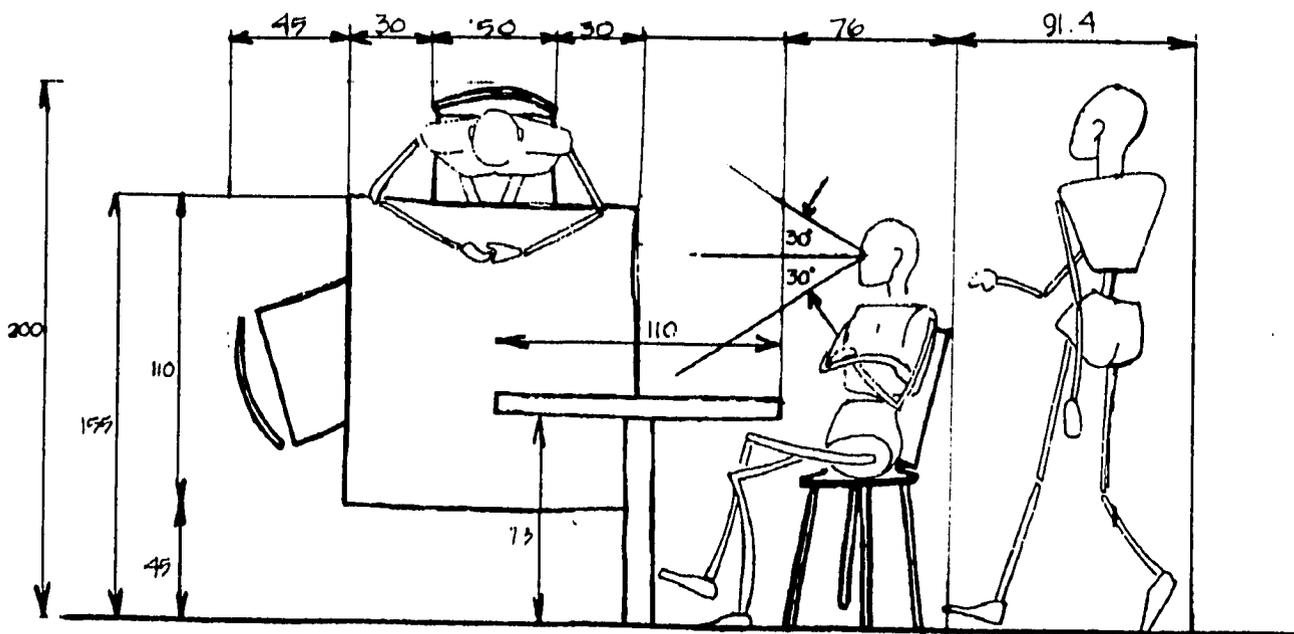
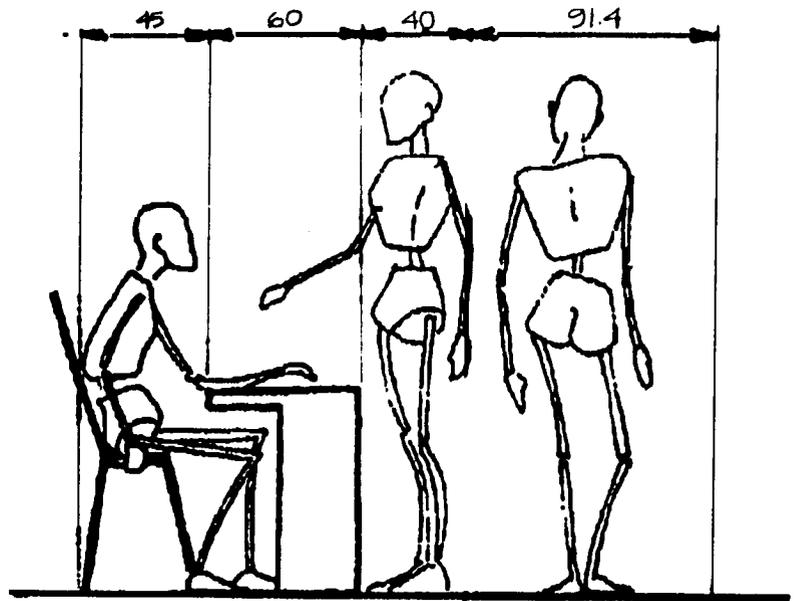
**CASO ISLA**

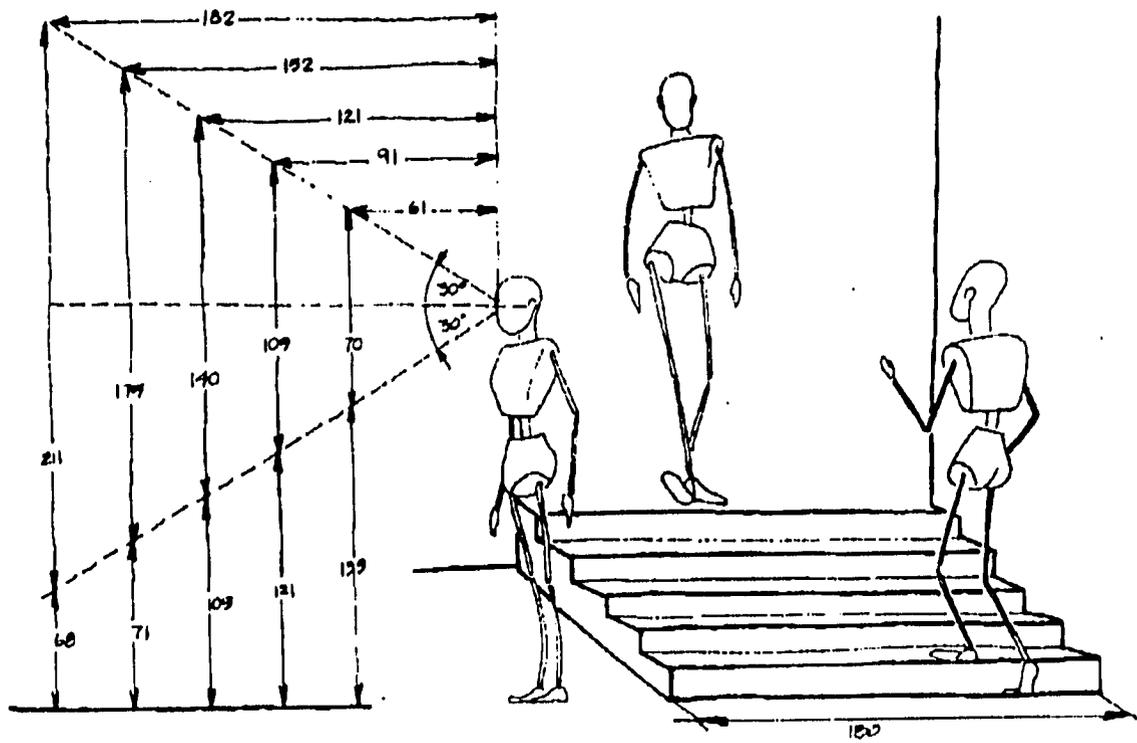
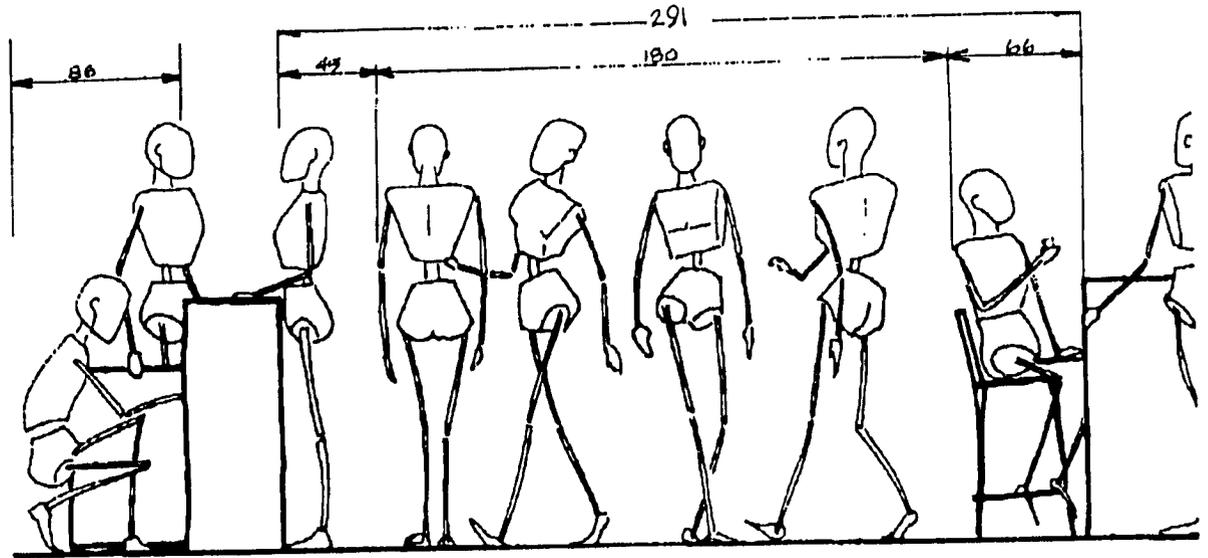
**CASO ESQUINA**



## Medidas mínimas confortables

Todas las medidas deben estar adecuadas al usuario como se muestran a continuación, sin perder de vista que existen materiales estandarizados y que esto reducirá o aumentará los costos del stand.





## iluminación

Una iluminación adecuada hace visible cualquier detalle, contrasta y llama la atención al visitante, puede crear efectos importantes que enfatice ciertas zonas, como sabemos si el objeto es más brillante que sus alrededores podrá percibirse más rápido aunque también es posible que sobresalga porque el ojo tienda a moverse a la parte más brillante del campo visual.

Los cuerpos absorben y reflejan cantidades y calidades de luz distintas, según las características de su superficie, por ejemplo una superficie altamente pulida puede reflejar el 90% de la energía de luz que cae sobre ella mientras que una superficie plana opaca refleja sólo el 10%, además de reflejarlo de manera distinta como sucede, en la superficie pulida el reflejo será especular, es decir el rayo de incidencia llevará el mismo ángulo que el de proyección, en cambio en una superficie con textura el rayo de incidencia se fracciona en rayos con direcciones distintas.

Cuando los reflejos de luz sobre el objeto causan molestia, irritación, incomodidad o distracción la respuesta por parte del observador es negativa.

Uno de los objetivos que se buscan por medio de una iluminación armónica es crear ambientes .

Como sabemos la percepción de los colores para el hombre está basada en cosas naturales, tales como, frío, aire, fuego, sombras, sol, nieve, etc.

Donde los colores fríos (azul, púrpura, blanco, violeta) calman o deprimen y los colores cálidos (rojo, amarillo, anaranjado) estimulan y excitan.

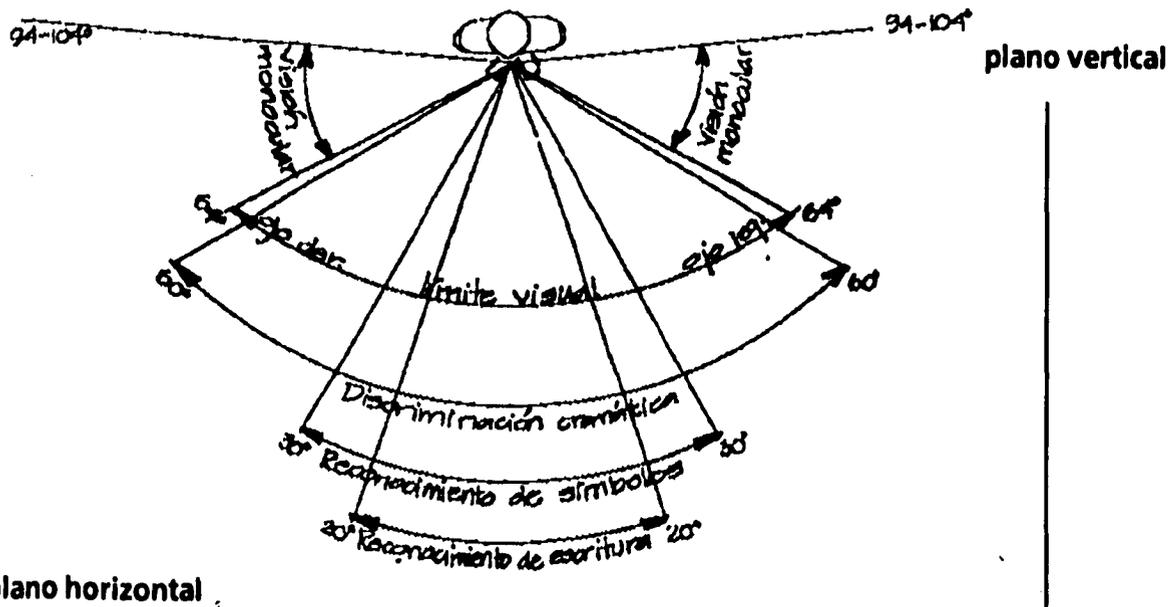
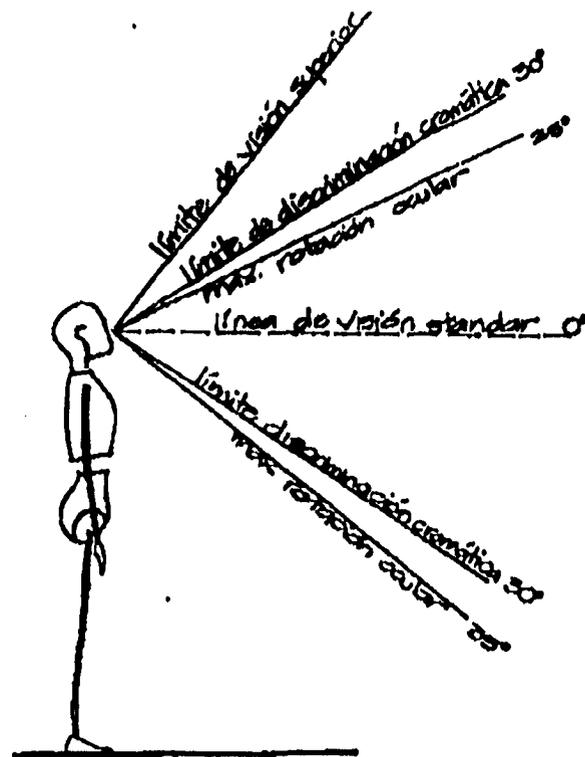
Por lo que para la iluminación de un espacio en el que se va a desarrollar cualquier actividad humana es indispensable tomar en cuenta esto.

Por ejemplo: un stand de dimensiones pequeñas con iluminación exagerada y en tonos de color amarillo harían que el espacio fuera sofocante y caluroso, insoportable para trabajar dentro de él.

A manera de conclusión; la luz no es un accesorio que se añade al stand, sino que es parte integral de este.

## campo visual.

El campo visual es la porción de espacio medida en grados, que se percibe manteniendo fijos cabeza y ojos; basandonos en estos ángulos podemos ubicar la imagen gráfica y productos en los lugares más adecuados y estratégicos.



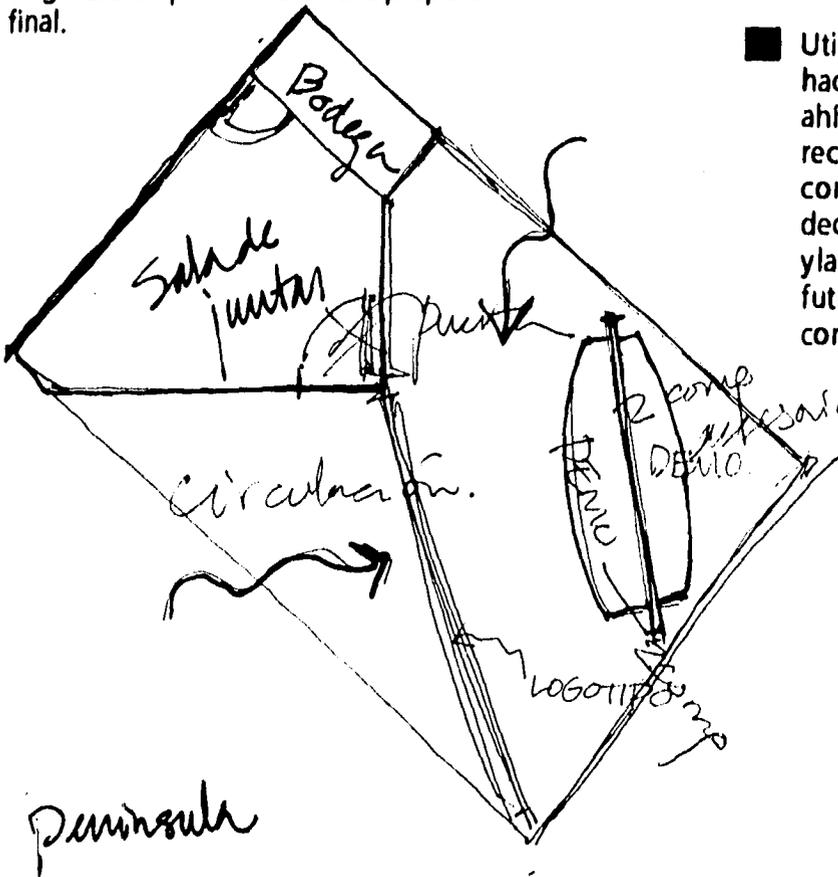
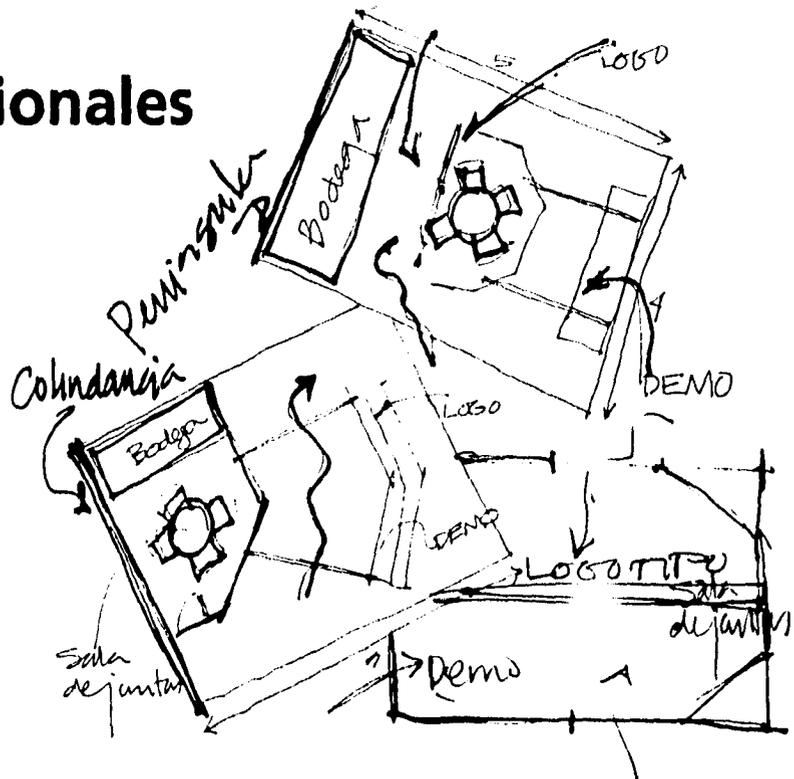
plano horizontal

# Alternativas divisionales

Una vez detectadas las áreas de menor y mayor circulación, acceso e importancia y de acuerdo a los datos recopilados en el cuestionario y/o formato podemos comenzar a dividirlos por usos como bodega, información, productos y demostraciones, rifas, edecanes, registro, información, etc.

Y como el mayor problema al que nos enfrentamos es disponer de elementos en espacio dado.

Es necesario hacer cuantas alternativas divisionales se nos ocurran con el fin de tener una lluvia de ideas y después poder elegir 2 ó 3 que nos lleven a la propuesta final.



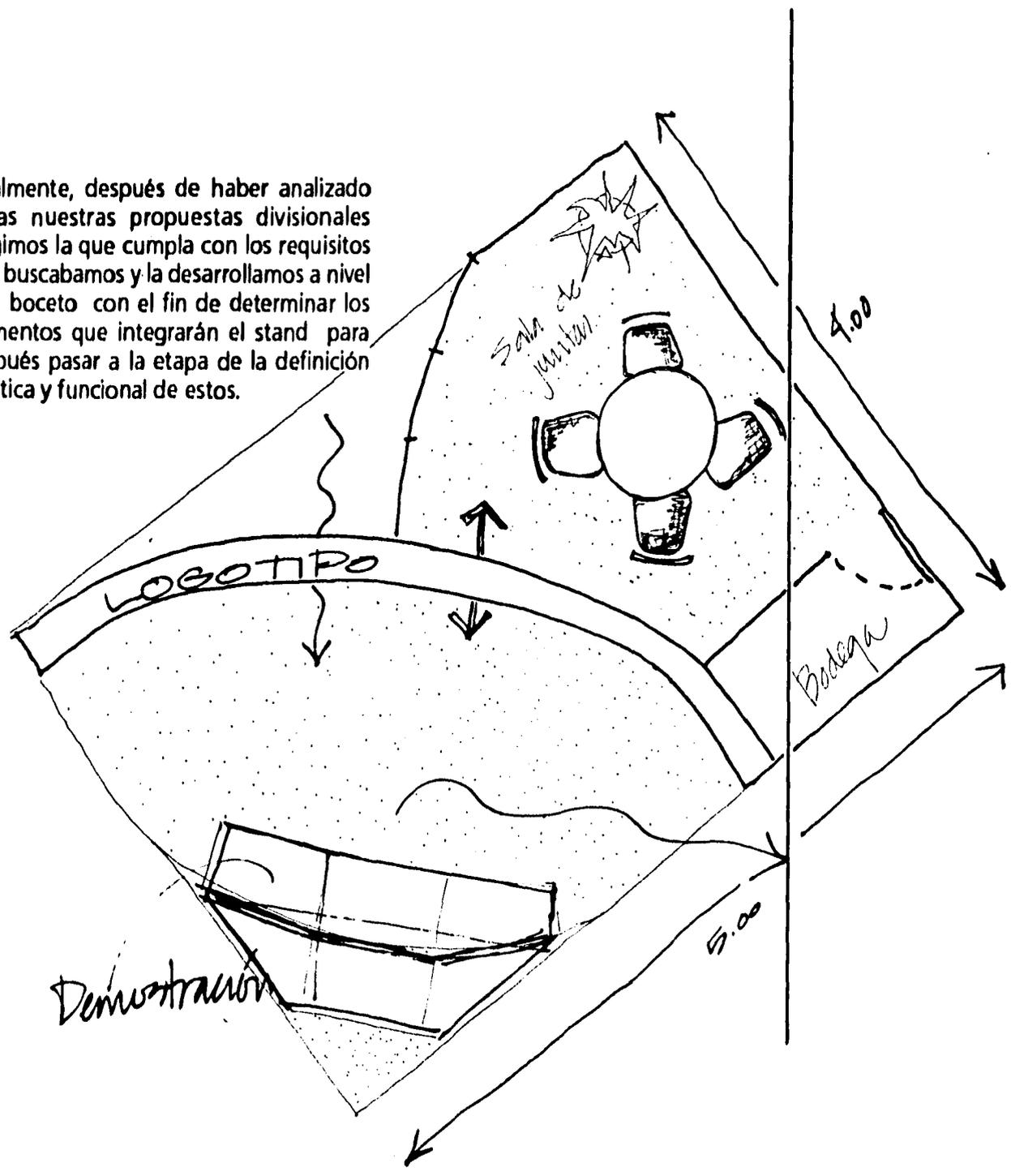
■ Utilizando una hoja milimétrica podemos hacer nuestra división de espacios por áreas, ahí marcamos todos los elementos del recinto ferial que intervengan en el stand como columnas, salidas de corriente, declives, escalones, muros, vigas, lámparas y las diferentes alturas para evitar problemas futuros como puede ser la modificación completa del stand.

El uso del espacio es el mejor  
 Existe equilibrio entre una area y otra  
 El area para los productos esta en el lugar más adecuado  
 El logotipo de la compañía es visible  
 Con esta serie de preguntas podemos analizar si en verdad estamos cumpliendo con los requisitos que nos fueron planteados.



# Elección de una alternativa

Finalmente, después de haber analizado todas nuestras propuestas divisionales elegimos la que cumpla con los requisitos que buscábamos y la desarrollamos a nivel de boceto con el fin de determinar los elementos que integrarán el stand para después pasar a la etapa de la definición estética y funcional de estos.

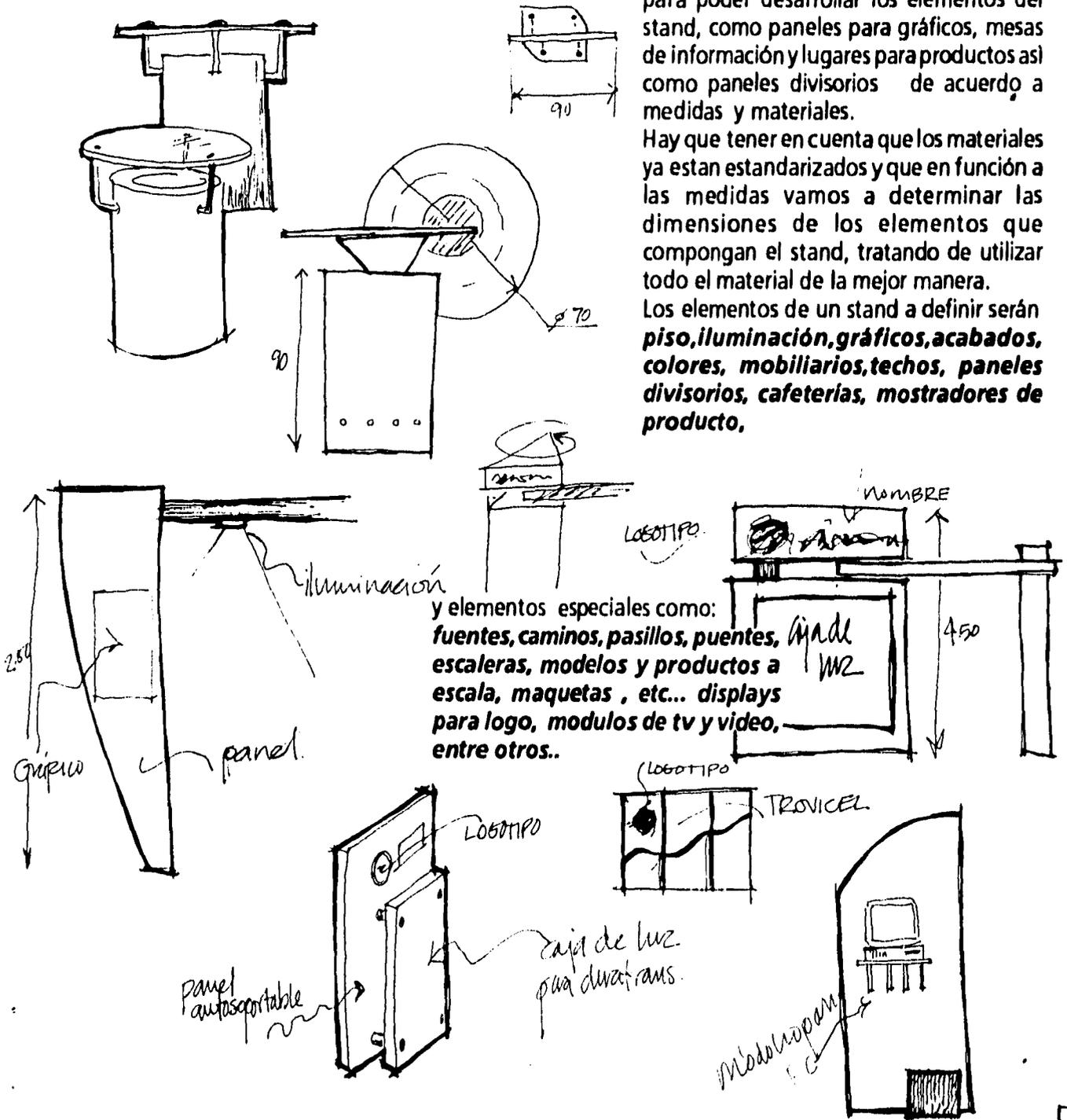


# Definición de elementos

Es importante primero determinar cual va a ser el estilo de diseño que vamos a utilizar para poder desarrollar los elementos del stand, como paneles para gráficos, mesas de información y lugares para productos así como paneles divisorios de acuerdo a medidas y materiales.

Hay que tener en cuenta que los materiales ya están estandarizados y que en función a las medidas vamos a determinar las dimensiones de los elementos que compongan el stand, tratando de utilizar todo el material de la mejor manera.

Los elementos de un stand a definir serán **piso, iluminación, gráficos, acabados, colores, mobiliarios, techos, paneles divisorios, cafeterías, mostradores de producto,**



y elementos especiales como:  
**fuentes, caminos, pasillos, puentes, escaleras, modelos y productos a escala, maquetas, etc... displays para logo, módulos de tv y video, entre otros..**



El propósito de la **perspectiva** es dar una interpretación detallada de cuales serán los resultados del proyecto.

Casi siempre la perspectiva se desarrolla de acuerdo a los bocetos anteriores y es un trabajo que lleva más cuidado y detalles para darle una imagen atractiva.

La forma de presentar un proyecto nos puede hacer perder o ganar el mismo.

Existen diferentes técnicas y materiales para elaborar una perspectiva esto depende del presupuesto y del estilo personal del diseñador.

Una de las formas de presentar un proyecto es por medio de una computadora existen varios programas que facilitan este trabajo y que proyectan una buena imagen a la compañía.

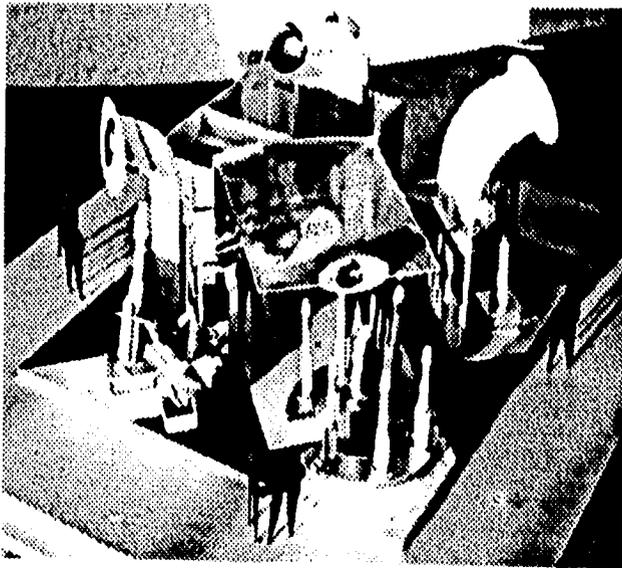
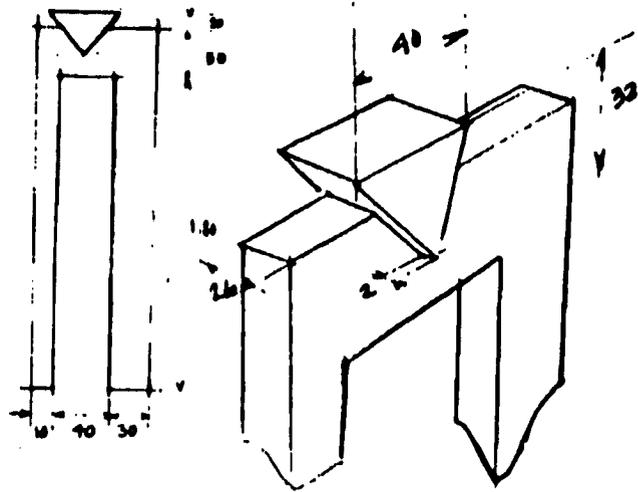
Se utiliza para la venta final del proyecto.

Una recomendación es poner dentro de la perspectiva el logotipo de la compañía que se esta elaborando, ya que esto hace sentir al cliente que el proyecto es más que suyo.



## detalles

Estos se hacen una vez que el proyecto fue asignado y sirven como parte de los planos para producción llamados planos maestros que muestran como solucionaremos partes específicas del stand.

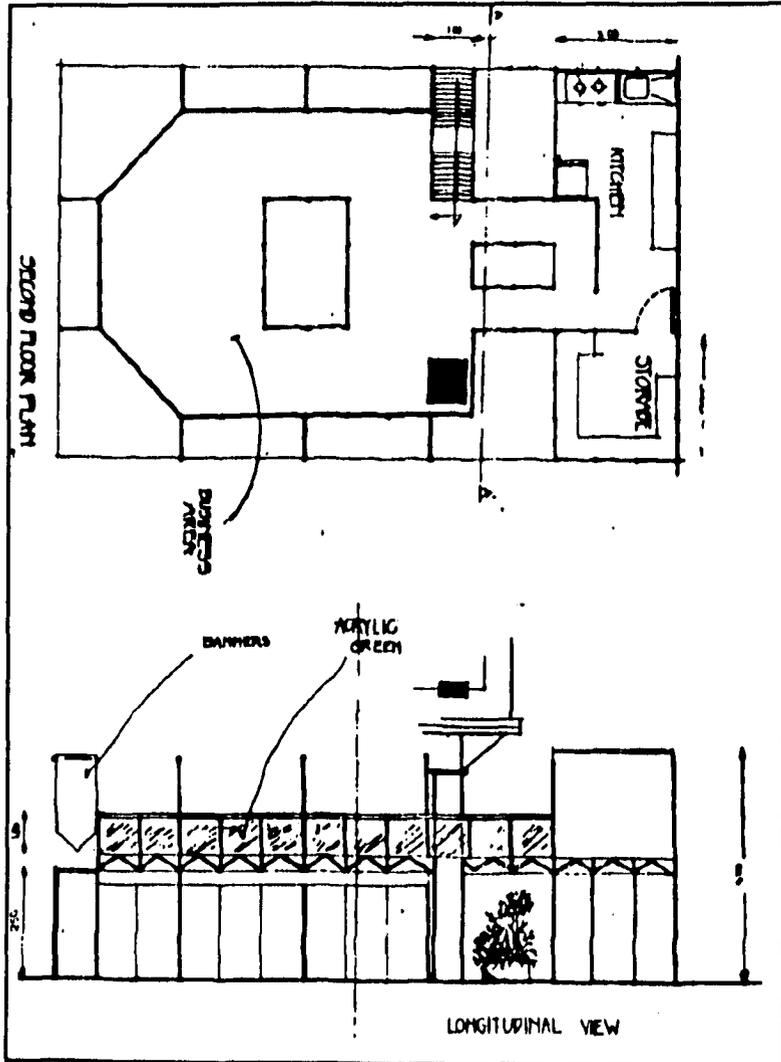


La mayor parte de las veces una **Maqueta** sustituye a una perspectiva por ser un elemento tridimensional y a escala de lo que será el stand y es entendida sin dificultad. Depende de la capacidad del diseñador y el tiempo para presentar el proyecto con una maqueta. La escala más recomendable para elaborar una maqueta es 1:20, por su facilidad de manejo y pocos detalles de acabado.

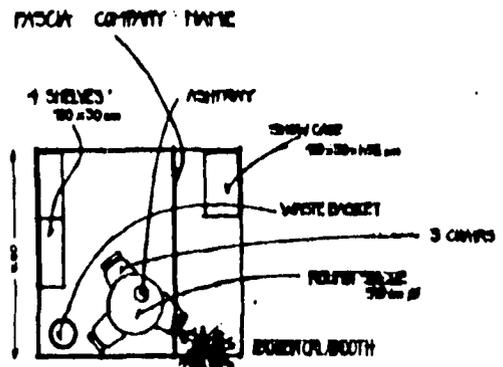
## Los planos generales

que son básicamente la planta y las elevaciones o alzados del stand definen los espacios y las ubicaciones para los equipos que se van a exhibir, son utilizados para mostrar las áreas y sus medidas, así como la

circulación y los accesos, es aquí donde se marca cualquier elemento que se encuentre en el recinto ferial como pueden ser columnas, desniveles, etc., que estén dentro de nuestro stand.



Deben ser hechos a escala para tener las dimensiones correctas del lugar donde se va a instalar el stand. Es preciso hacer el comentario de que muchas veces nuestros clientes nos dan medidas muy generales y que pueden fallar por algunos centímetros, esto no es de vital importancia si se trata de un espacio vacío, el problema se presenta cuando existen paredes divisorias de sistema, pues no están consideradas las medidas interiores del stand, por lo que una falla de centímetros puede ser fatal ya que nos encontraremos con que nuestro stand está correcto pero que no entra en el espacio asignado a nosotros. Esto es muy común que suceda.



Ahora bien hemos dicho que un acuerdo firmado por el cliente nos evita problemas

pero . . . **¿como asegurar que el proveedor nos va a cumplir a tiempo y con calidad?**

La manera más sencilla es pidiendo que las cotizaciones de nuestros proveedores estén lo más detalladas y lleven la firma de ellos como la nuestra incluyendo cláusulas indicando que habrá penalizaciones del tanto % por entrega tarde así que si el proveedor falla tendremos un documento que nos protege y en el caso de los proyectos con fianza habrá que hacer lo mismo con nuestros proveedores.

Además de estar involucrados durante el tiempo de producción y supervisar los tiempos y acabados.

Como ya lo hemos comentado, la producción y el montaje de un stand involucra a un promedio de ocho proveedores por lo que las posibilidades de algún fallo es considerable.

# producción



## PLANEACION

Una planeación ordenada de las actividades y los tiempos para el desarrollo satisfactorio de un stand es necesaria por lo cuál debemos elaborar un programa de actividades. De tal forma que observemos los avances, retrasos y detalles constructivos que no hubiesen sido resueltos, para solucionarlos a tiempo.

Lo más común es elaborar el contrato de tal forma que el proyecto quede confirmado con el tiempo necesario para la producción del stand.

La mayor parte de las veces requerimos de un quince días hábiles para la producción de un stand mediano para garantizar la calidad del mismo.

Aunque parezca extraño debemos estar al tanto del tipo de clima que imperará en el mes que se va a llevar a cabo la producción, ya que muchos materiales o acabados suelen dañarse con la humedad o los cambios de temperatura.

ACTIVIDADES	DIAS	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15
requisición de material		■	■													
habilitación		■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
ensambles					■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
acabados							■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
detalles									■	■	■	■	■	■	■	■
iluminación										■	■	■	■	■	■	■
gráficos											■	■	■	■	■	■
premontaje												■	■	■	■	■
empaque													■	■	■	■
imprevistos														■	■	■
transporte															■	■
revisiones																■

## DIBUJOS PARA PRODUCCION

Los dibujos para producción se desarrollan una vez que el proyecto ha sido confirmado, estos pueden ser tan elaborados como un dibujo a escala y acotado, sin embargo la mayoría de las veces los carpinteros prefieren un dibujo sencillo y bien explicado.

ESTA TESIS NO DEBE  
SALIR DE LA BIBLIOTECA

## materiales y sus ventajas.

Los **MATERIALES** para la construcción de un stand en diseño varían de diseño a diseño, aunque casi siempre cuando se trata de un stand custom el material principal es la madera, y solo cambia en su acabado.

Existen varios tipos de **ACABADOS** entre los más utilizados está la *melamina* con una gran variedad de colores y texturas, imitación madera y también metalizadas, estas últimas de importación, sabemos que una hoja de formica acabado metálico antes de la devaluación del '94 costaba N\$800.00, por lo que optar por comprar lámina de aluminio y pegarla directamente a la madera para hacerle el acabado esmerilado o cepillado resulta menos caro.

El vidrio es un recurso que está siendo utilizado por su transparencia y visibilidad como muro divisorio o como una ventana sustituyendo de esta forma al acrílico que es mucho más caro.

Los perfiles, tubos y estructuras de acero son un recurso en stands que tienen un estilo de diseño hi tech aunque también son utilizados para sujetar el vidrio o hacer ensamblajes entre materiales sin determinar o definir un estilo de diseño.

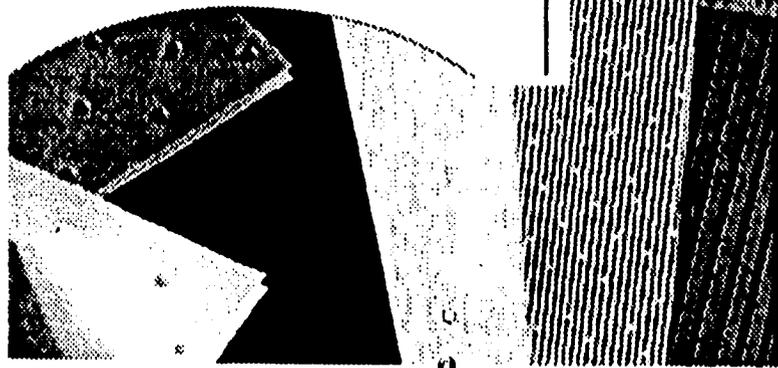
Los acabados en base a pintura requieren de una preparación del material que servirá como superficie, además de la mano de obra, materiales y herramientas para dejar un acabado que tenga el nivel de calidad de la formica.

Los textiles son también utilizados como recubrimientos para paneles o elementos que deben ser más ligeros, el velour ofrece cualidades específicas cuando se trata de elementos gráficos que van sujetos por medio de velcro.

En cuanto a **FORMA** se refiere, habrá que hacer hincapié en que los elementos planos son más sencillos en su producción, traslado, manejo y montaje.

Por otra parte aunque más complicadas en su fabricación y por lo mismo más caras, las curvas nos abren posibilidades de explorar nuevas composiciones, sin embargo para hacer diseños con estas hay que estar concientes del presupuesto.

**Como diseñadores tenemos la responsabilidad de tomar decisiones en la elección de los materiales más adecuados al stand y al diseño, sin perder de vista la supervisión de los acabados durante la producción, pues estos garantizan el 80% para que un stand sea un éxito.**



# montaje planeación

## PREPARAR

Preparar el equipo de montaje:  
Cuando el montaje es en sistema, ya sea, octanorm, form and technic, R8 la llave con la que se trabaja es la torca T-30

Camisetas para identificación

Equipo pesado de carpintería

Equipo ligero de carpintería

Equipo de comunicación cuando se lleven a cabo varios montajes a la vez.

Materiales utilizados para el stand (retacería)

Aspiradora y equipo de limpieza

Cintas adhesivas como: metálica, canela, de aislar, diurex, masking tape de una y dos caras y velcro.

Hacer una lista del equipo que se requiere para el montaje, de preferencia en inglés cuando se trate de un proyecto en latinoamérica debido a que denominamos a las cosas con diferentes nombres.

## CHECAR

- Horarios de montaje, desmontaje y exposición
- Areas específicas de conflicto acceso y descenso de material
- Medidas generales de los accesos y nivel (según pasadas experiencias).
- Reglas generales del recinto y los organizadores.
- Llevar el plano de la exposición
- Manual de los expositores.
- Carta de confirmación para montaje

## LLEVAR

Carpeta completa por cada proyecto de montaje e incluyendo:

Contrato firmado

Copia de factura anticipo

Factura original con el resto por cobrar

Dibujos generales

Perspectiva

Planos de producción

Programa de actividades para el montaje

Lista de contenido de las cajas del stand

Plano de montaje isométrico con código.

Nombres y teléfonos de clientes y proveedores.

Análisis de costos

formato de diseño

cuestionario

## **Durante la Exposición**

Lo más recomendable es asistir diario para checar que el stand que se instaló este en orden, esto es parte del servicio y se ofrece al cliente quién estará contento de tenerlo, aprovechando para visitar la exposición y contactar a más clientes.

## **Desmontaje** se realiza en

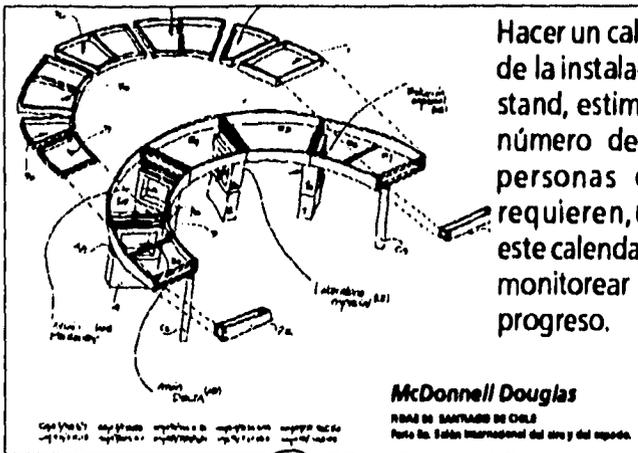
menos tiempo, con menos personas y se lleva a bodega, pueden ser vendidas algunas partes del stand en la misma exposición al cliente en caso de estar interesado en estas o otras compañías.

# montaje Ejecución

Un montaje ordenado, reduce riesgos de error, tiempo y dinero.

**1** Familiarizarnos con los planos de montaje hasta estar seguros de como debemos proceder.

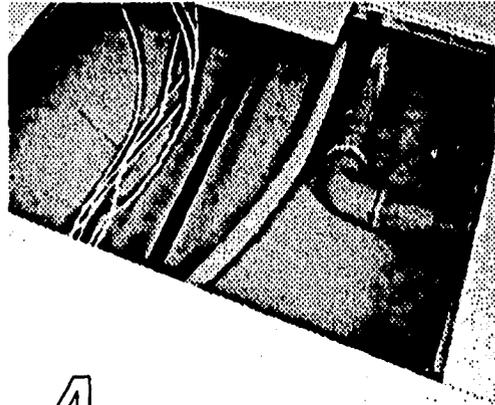
Un despiece isométrico con el número de pieza y el código de la caja en la que se embalaron es la herramienta cuando no ha sido posible un premontaje o cuando el montaje sea en otro país o ciudad.



**2** Al momento de cargar el camión hay que tener en cuenta el orden de las cosas para el montaje, de esta manera si el stand cuenta con tarimas éstas serán cargadas al último de manera que sea lo que se descargue primero, en caso de que sólo sea alfombra se hará de la misma manera.

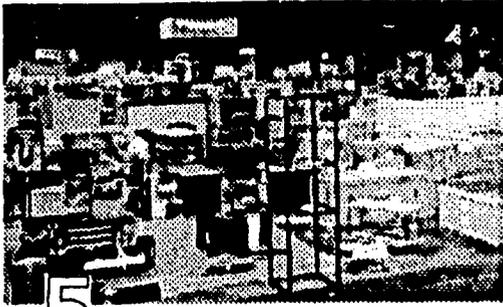
**3** El cableado de servicio eléctrico se instala bajo la tarima o alfombra, dejando contactos instalados o salidas para conectar equipo.

Marcar cada contacto con el voltaje que le corresponde, esto para evitar conexiones equivocadas que dañen los equipos de nuestro cliente, esto se puede hacer con un plumón marcador.



**4** Existen varias formas para instalar la alfombra una de ellas es por medio de masking tape de una cara y resistol 5000, y no es lo más recomendable ya que muchas veces el recinto ferial es un hotel con alfombra y podemos dañarla así que la forma que más se recomienda y utiliza es por medio de cinta doble cara, tiene bastante buena adherencia y el montaje de la alfombra se facilita y se realiza con mayor rapidez.

**RECOMENDACIONES:** nunca clavar al piso, porque los organizadores tienen el derecho de aplicar sanciones por destrucción al recinto ferial.



**5** Todas las cajas, empaques y elementos del stand deberán estar situadas en el perímetro de este, así como las herramientas de acuerdo a la lista que elaboramos con anticipación.

**6** Estar en el recinto ferial para recibir el camión evita retrasos. Debemos estar en el momento de descarga para verificar el empaçado, que la carga venga completa e ir llevando las cajas y los paquetes en orden de tal forma que queden accesibles para comenzar el montaje como lo teníamos previsto.



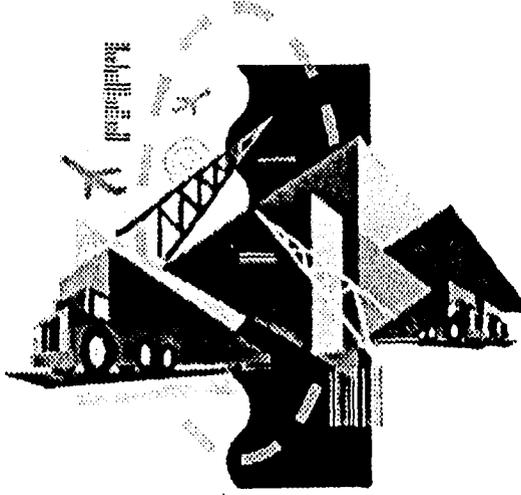
**7** Dejar los elementos frágiles y los gráficos en alguna caja para desempacarlos al último

**8** No hacer trabajos que pudieron ser elaborados en nuestro taller ya que usualmente el trabajo que se haga en el recinto ferial es de menor calidad y más costoso.

**9** Estar en constante comunicación con los organizadores y los contratistas oficiales.

**10** Llevar el folder con toda la información acerca del stand como el contrato, los planos de producción, los acabados propuestos, el código de colores, muestra de alfombra, y materiales, perspectiva y planos generales del stand, así como cualquier tipo de documento que pueda ser de utilidad para evitar confusiones con nuestro cliente durante el montaje del stand.

**11** La mayor parte de las veces los gráficos están elaborados en papel fotográfico, por lo tanto durante su montaje debemos utilizar guantes y la limpieza de estos estará garantizada, aunque no está de más tener a la mano Bencina, solvente que es utilizado para este fin.



## Transporte

Durante el transporte del stand desde el taller a la sala de exhibición, por lo general sufre daños por golpes e inclusive por causas naturales como lluvia, humedad o cambios de temperatura.

En el peor de los casos, un buen trabajo de producción puede perderse en el traslado de manera que :

**UN** empaque utilizando plástico burbuja, papel kraft y colchonetas evitará daños , nos ahorrará tiempo y dinero durante el montaje y la imagen de nuestra compañía se verá muy beneficiada .

**LA** carga del camión, sea supervisada por nosotros , ya que los operarios de las mudanzas no tienen mucho cuidado con el manejo de los elementos.

**EL** acomodo del camión debe estudiarse según nuestro plan de montaje.

El traslado de los objetos al lugar del stand dentro de la sala de exposiciones , debe hacerse por medio de carritos sencillos con ruedas y para maquinaria y elementos pesados debe utilizarse un montacargas.

**DE** debemos tener cuidado de etiquetar cada paquete, caja y elemento

Esta etiqueta debe ser vistosa y contener los siguientes datos:

Nombre del cliente

Código

Nuestra identificación

Simbología para manejo

Contenido

Nombre de la persona que va a recibir en la sala de exposiciones.

En caso de importación temporal:

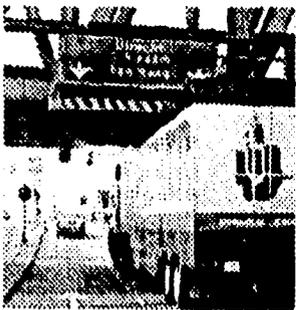
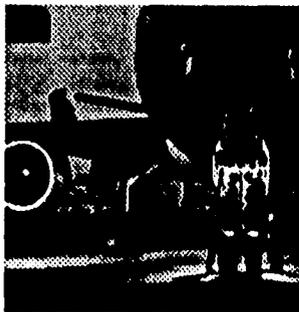
Nombre de la aduana

**EN** particular para el caso de transportar un stand a otro país, se tendrá que considerar una serie de trámites y costos adicionales como son las importaciones temporales y los gastos de aduana, los pedimentos, etc...

**UN** análisis de riesgos y costos del proyecto nos dirá si conviene transportar el stand o producirlo en el país donde se realiza la exposición.

**El tiempo estimado de traslado cuando se transporta el stand a otra ciudad o país es un factor que hay que cuidar mucho. recordemos que hay un tiempo límite para montar un stand , y recibir el stand siquiera un parde horas tarde será garantía de un montaje pesado con final dudoso.**

**Para Proyectos internacionales existen compañías que se encargan de trasportar el stand a cualquier parte del mundo , ya sea por avión o barco y se responsabilizan de cualquier demora o daño que exista, claro está que los costos son más elevados.**



## Próxima exposición

Con esta parte de la guía se cierra el ciclo del proyecto de un stand.

Hemos dicho que las empresas buscan tener stands que puedan ser utilizados en más de una exposición y así amortizar el proyecto.

Si el stand se negoció en venta, el cliente podrá recurrir a otra empresa de diseño para montar el stand para una segunda exposición por ello tenemos que estar en contacto con nuestros clientes con el objeto de ofrecerle un servicio integral.

Una gran ayuda es tener una base de datos de las empresas que participan en cada exposición, de tal manera que podamos contactarlas conforme se vaya acercando la fecha de realización.

De la buena realización de un montaje dependerá en gran medida que el cliente vuelva a trabajar con nosotros, porque prefiere una buena empresa que ofrezca servicios de calidad, que experimentar con una nueva.

Es por eso que el éxito de una empresa de diseño de stands dependerá del número de clientes cautivos que se tengan y por el mayor tiempo posible.

# EL LENGUAJE DE LAS EXPOSICIONES

## PALABRAS

**acabados.**-tipo de tratamientos físicos que se les da a las superficies para que cambien de apariencia.

**antepecho.**- elemento de 30 cms. de altura situado en la parte frontal superior de un stand tipo, con el objeto de estructurar y portar el nombre del expositor.

**bodega.**- lugar destinado al guardado de objetos de uso poco constante.

**booth.**-(angl.) denominación similar al uso de la palabra stand.

**caja de luz.**- elemento compuesto por un cuerpo elaborado en madera, una serie de lámparas de luz fluorescente y láminas de acrílico y se utiliza para proyectar una imagen elaborada en material translúcido

**custom.**- (angl.) palabra utilizada para denominar aquel stand que es construido a base de materiales tales como madera, metal, vidrio,

**contratista.**- persona o compañía contratada para ejecutar una obra material o para prestar un servicio a los organizadores de una exposición.

**cornisa.**- cuerpo voladizo con molduras que sirven de remate a otro.

**counter.**-(angl.) mostrador.

**duratrans.**- película plástica con fijadores especiales para impresión de negativos con una capa lechosa translúcida en la parte posterior como difusor para la luz.

**exhibición.**- el uso de las palabras, exhibición, exposición, muestra y feria, son utilizados para efectos prácticos como significados.

**geodésica.**- domo o cúpula que es elaborada en sistema meroform mr. a base de nodos y largueros.

**layout.**- trazo de la disposición de los elementos en un dibujo.

**logotipo.**- imagen iconográfica que identifica a una compañía.

**mampara.**- bastidor de madera cubierto con diferentes acabados según el uso que se requiera.

**mobiliario pifex.**- armado por medio de postes, largueros y lámina de trovicel que utilizan los sistemas comerciales.

**módulo.**- estructura proporcional y compatible a otras.

**montaje.**- ensamble y ajuste de los elementos que conforman un stand.

**mural.**- se aplica a los gráficos que ocupan una buena parte de un muro.

**neón.**- sistema de iluminación por medio de gas conducido por tubos de vidrio, con gran variedad de colores, es utilizado para dar efectos especiales.

**pantalla.**- lámina de una u otra forma y material que se utiliza para proyectar imágenes.

**pantone.**- más de 2000 colores codificados por medio de números.

**pasillo.**- camino largo y angosto de cualquier edificio.

**plataforma.**-suelo superior a diferente nivel del piso.

**postes.**- elementos verticales principales en los sistemas modulares, extruidos en aluminio que funcionan como sujetadores para paneles de cualquier material semirígido como el trovicel.

**rawspace.**- (angl.) espacio vacío; al contrario del shell scheme este tipo de espacio no contiene ningún servicio proporcionado por los organizadores a excepción de pedirlo y pagarlo.

**shell scheme.**-stand paquete, cuenta con mamparas, iluminación, contacto eléctrico, counter, dos sillas y rótulo con el nombre del expositor.

**sistema.**- materiales prefabricados, estandarizados y reutilizables que utilizan un sistema de ensamble para el montaje de un stand.

**stand.**-espacio reservado para una exposición con efecto de mostrar productos o servicios.

**tipografía.**-diseño general y aspecto del material impreso usando tipos.

**transparencia display.**-película plástica con fijadores especiales para impresión de negativos, sin capa lechosa y de menor calidad y costo que el duratrans.

**turnkey.**-los proyectos suelen denominarse "llave en mano" o turnkey.

**unicel.**- poliestireno expandido, cortado se utiliza para elaborar logotipos, rótulos.

**velcro.**- cinta machibrada con adhesivo para sujetar elementos ligeros.

**vinil autoadherible.**- película plástica con adhesivo, cortada por medio de computador con el objetivo de hacer logotipos o rotular

**vip.**-(angl.)very important people, áreas destinadas a sostener un trato personalizado con personas de interés para la compañía.

**vitrina.**- su función es mostrar productos que no deben ser tomados por los visitantes a una exposición, por medio de este sistema usualmente se exhiben muestras pequeñas o de gran valor comercial.

**watts.**-unidad de potencia eléctrica.

**zoclo.**- peralte que tienen los muebles en su parte inferior.

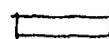
## Y SIMBOLOS

 televisión  
 video casettera

 halógeno

 lámpara de halogeno con brazo

 lámpara de halógeno de pie

 tubo fluorescente

 spot >100W

 spot <100W

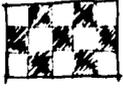
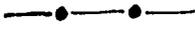
 contacto eléctrico

 fuente de poder

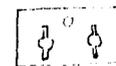
 teléfono

 aire comprimido

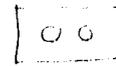
 agua

-  alfombra tendida
-  alfombra modular
-  puerta abatible
-  puerta de acordeón
-  elevaciones
-  accesos
-  circulación
-  cortes
-  estructura
-  meroform
-  sistema
-  sillón individual
-  silla
-  banco
-  sillón 2 ó 3 plazas
-  cafetera
-  refrigerador
-  plantas

**enchufes:**



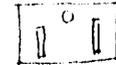
universal



européo



americano



asiático

convertidores

**tipo de transmisión tv:**

europa

américa

## GLOSARIO DE TERMINOS

**Afluencia.** acudir o concurrir en gran número, a un lugar determinado

**Amortizar.** recuperar, compensar una inversión

**Benchmarking.** es una herramienta en el proceso de control de calidad en el que se buscan y se implementan las mejoras prácticas de otras compañías que hayan logrado el éxito, se analizan y se implementan en nuestra compañía.

**Bernal Díaz del Castillo.** oriundo de Medina de Campo, España, fué uno de los conquistadores y descubridores de la Nueva España, escribió ya viejo y retirado del oficio de soldado, como herencia, la narración de las aventuras que viviera junto a Cortés.

**Canalizar.** encausar, dirigir, orientar.

**Cláusulas.** cada una de las disposiciones de un contrato o cualquier otro documento público o particular.

**Contraste.** oposición o diferencia.

**Convenio.** acuerdo, arreglo, ajuste, pacto.

**Estipular.** determinar cada una de las disposiciones de un contrato.

**Fehaciente.** fidedigno, evidente, irrefutable

**Fianza.** obligación que da el contratante en seguridad del buen cumplimiento de lo estipulado.

**Iva.** abreviatura de impuesto al valor agregado.

**Imputable.** acusar, atribuir o culpar.

**Join venture.** (anglismo) join: juntar venture: operación o empresa arriesgada. join venture: asociarse con riesgos.

**Marketing.** conjunto de técnicas para identificar las necesidades de un mercado y poderlas satisfacer con el producto o servicio adecuado.

**NAFTA.** abreviatura en inglés que identifican al Tratado de Libre Comercio.

**Recopilar.** juntar o reunir diversas cosas

**Tlatelolco.**

**Vigencia.** tiempo determinado para el cumplimiento de lo acordado.

**Yenda de hombre.** se sabe que es un sinónimo de mierda, excremento, cuya utilización se da en el español antiguo y vulgar.

# bibliografía

## LIBROS

- 1970 Burchell S.** *La edad del progreso*  
Grandes épocas de la humanidad TIME LIFE
- 1972 Chavero A.** *Resumen integral de México a través de los siglos* Overseas educational society of Mexico Tomo I Historia Antigua
- 1982 Díaz del Castillo Bernal** *Historia verdadera de la conquista de la Nueva España* Colección Austral Espasa Calpe Quinta edición
- 1986 Eco Umberto** *Cono se hace una tesis, técnicas, y procedimientos de investigación, estudio y escritura* Editorial Gedisa sexta edición
- 1987 Osborne J.D.** *Ergonomía en acción* Editorial Trillas
- 1987 Calderwood M.** *México visto desde las alturas* Fomento cultural Banamex
- 1989 Matos Moctezuma E.** *Los Aztecas* Editorial la aventura humana
- 1991 Capella J., Larrea Q.** *Nuevo Diseño Español* Editorial Gustavo Gili
- 1992 Stafford C.** *Diseño de stands, galerías, museos, y ferias* Editorial Proart
- 1992 Silvy Puha** *The pico collection books* volumen 1,2,3
- 1993 Swann Alan** *Como diseñar retículas* Editorial Gustavo Gili segunda edición.

## REVISTAS

### Cintermex

- 1992** nov. El inicio de una edad de oro de las exposiciones en México.
- 1993** jun. Cual es la importancia de las exposiciones?
- 1994** abr. México en la mira de las exposiciones.

### Exhibitor times

- 1992** jul. Benchmarking lessons from top performers
- 1993** jan. Location, Location, Location.
- 1993** sep. México: Training ground for International Exhibiting
- 1994** apr. Nafta opens the door to exhibiting in México

### Mundo Ejecutivo

- 1994** jul. La industria de las ferias y exposiciones

# créditos

a continuación se detallan las fuentes de ilustraciones de esta tesis.

*Fotografía aérea. México visto desde las alturas, Banamex - Tianguis en Michoacan.*

*Dibujo iconográfico. Los aztecas código Florentino, Eduardo Matos -Tianquiztli.*

*Litografía. Time Life, La edad del progreso - Palacio de Cristal.*

*Fotografía. Time Life, La edad del progreso - Torre Eiffel.*

*Impreso. Time Life, La edad del progreso - Cartel Exhibición*

*Imagen. Generada por computador, Marco Hernández - El ojo*

*Anuncio. Exhibitor times magazine - Contempo design.*

*Fotografía. José A. Villaseñor - Cintermex 1992*

*Fotografía. Cecilia López Cueto - Elementos del sistema*

*Fotografía. Cecilia López Cueto - Transportista*

*Fotografía. Stand Borel - grupo Pico.*

*stand Next - grupo Pico.*

*stand Singapur - grupo Pico.*

*La mayor parte de los dibujos, bocetos y fotografías de la segunda parte de esta tesis que corresponde a la guía han sido elaborados por: Cecilia López Cueto con excepción de :*

*Maqueta. stand ariane space*

*Fotografía. José Villaseñor . Stand de Exxon, Diseño Cecilia López Cueto.*

*Medidas mínimas . Panero.*

*Fotografía. Producción sombrilla. Black book*

*Agradezco la revisión ortográfica a Marco Hernández, Laura Reinoso y Mitzi Carrasco*