

# UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO

## Facultad de Estudios Superiores Aragón



Portafolios y Memoria del Desempeño Profesional, que para obtener el título de Lic. en Diseño Industrial, presenta:

Cindy Patricia González Maldonado

“Experiencia Profesional en Diseño de exhibiciones comerciales en Tecart & Design” (Tecartd)

Asesor: D.I. Ricardo Alberto Obregón Sánchez

Mayo 2014



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.

**UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO**  
Facultad de Estudios Superiores Aragón

Portafolios y Memoria del Desempeño Profesional, que para obtener el título de Licenciada en Diseño Industrial, presenta:

Cindy Patricia González Maldonado

**Experiencia Profesional en  
Diseño de exhibición y  
eventos comerciales  
en Tecart & Design  
(Tecartd)**

Asesor: D.I. Ricardo Alberto Obregón Sánchez

## Agradecimientos

Las siguientes páginas, muestra de mi primera experiencia laboral profesional, están dedicadas:

A mis *Padres*, por ser las personas más inteligentes que conozco y que más admiro. Porque nunca han dudado de mi capacidad para lograr mis metas, por ser el complemento de lo que soy, por confiar en mí, en mis decisiones y porque siempre me inspiran e impulsan para seguir conociendo el mundo.

A esos *Profesores*, que me marcaron durante mi estadía universitaria. Pues mas allá de la teoría y práctica en salón, me enseñaron a nunca perder mi capacidad de asombro, a cuestionarme lo que me rodea, y a exigirme siempre más como profesional y como diseñadora.

A *Fredy y Amigos*, mi segunda familia, que han estado desde el inicio, siempre apoyándome y haciéndome mejorar, no solo en lo personal sino en lo profesional.

# Indice

Introducción .....	1
Objetivo .....	2

## **CAPÍTULO 1 Estructura General de la Empresa y Proceso de Trabajo. .... 3**

1. 1 Descripción de la empresa. ....	4
1. 2 Organigrama empresarial. ....	5
1. 3 ¿Cómo llego a Tecart& Design?. ....	6
1. 4 Actividades laborales. ....	7
• Preámbulo .....	7
• ¿Qué elementos constituyen un stand? .....	7
• Composición general de un stand. ....	8
a) Diseño .....	9
Tipos de Proyectos. ....	9- 10
Proceso de Diseño: .....	11
1.- Detección de Necesidad. ....	12
2.- Conceptualización y Diseño. ....	14
3.- Producción y Montaje. ....	15
b) Apoyo en coordinación de Montaje. ....	16
c) Apoyo con entrega de elementos de montaje. ....	16

# Índice

<b>CAPÍTULO 2</b>	<b>Proceso Individual de Trabajo.....</b>	<b>17</b>
2.1	Muestra de una entrega de proyecto de diseño.....	18
	• Brief.....	19
	• Etapa de bocetaje.....	20
	• Vistas Generales.....	22 - 32
	• Guía de gráficos.....	33
	• Elementos para router.....	34
<b>CAPÍTULO 3</b>	<b>Portafolio y Memoria de Proyectos.....</b>	<b>35</b>
	• Preámbulo.....	36
	• Contenido de portafolio.....	37 - 75
<b>CONCLUSIONES.....</b>		<b>76</b>
<b>GLOSARIO.....</b>		<b>77</b>
<b>NOTAS BIBLIOGRÁFICAS.....</b>		<b>78 - 79</b>
<b>ANEXOS.....</b>		<b>80 - 81</b>

## Introduction

This paper describes my experience as an industrial designer along more than 3 years in T & D, a company dedicated to designing solutions for trade shows.

Where I applied my university knowledge to design and develop since displays, furniture, stands, pavilions, interior design, to scenery, and stage design; and be involved in the processes of production and assembly, which has made me a comprehensive designer, interested in going beyond the ideas.

## Introducción

El trabajo que se presenta a continuación, expone mi ingreso a Tecnología Arte y Diseño (TECARD) empresa dedicada a la conceptualización, diseño y desarrollo integral de exhibiciones comerciales; donde he mostrado mis conocimientos y habilidades adquiridos de mis estudios, y que, aplicados a mi vida laboral diaria, he tenido la oportunidad de crear y desarrollar proyectos.

Gracias a la dinámica de la empresa, que involucra la comunicación y contacto con las diferentes áreas, he ido adquiriendo, evolucionando y perfeccionando una identidad propia de estilo y diseño; lo que me ha hecho crecer como profesional y descubrir mis capacidades como diseñadora.

## Objetivo

Exponer las actividades que realizo, así como un portafolio de trabajos que demuestran lo siguiente:

- Versatilidad como diseñadora industrial para desarrollar distintos tipos y complejidades de proyectos.
- Habilidades de análisis para traducir las ideas y necesidades de exhibición de los clientes.
- Aprendizaje y aplicación continua en lo referente a materiales y tendencias, aplicados a los diseños.
- Progreso como diseñadora, desde el punto de vista formal y funcional en cada proyecto, con base al aprendizaje práctico de toda la gente que integra las áreas que conforman la empresa.
- Capacidad de toma de decisiones para solucionar situaciones, en las que, tanto diseños como asuntos de producción lograron resolverse eficazmente.

# Capítulo 1

**Estructura General de la Empresa  
y Proceso de Trabajo.**

## 1.1 Descripción de la empresa

Tecart & Design es una empresa que brinda soluciones estratégicas, logísticas, industriales y de comunicación: para dar a conocer, demostrar y lanzar cualquier producto o servicio al mercado.

**SERVICIO ESTRATÉGICO/ CREATIVO/ y de IMPLEMENTACIÓN**



conceptualización



diseño



fabricación

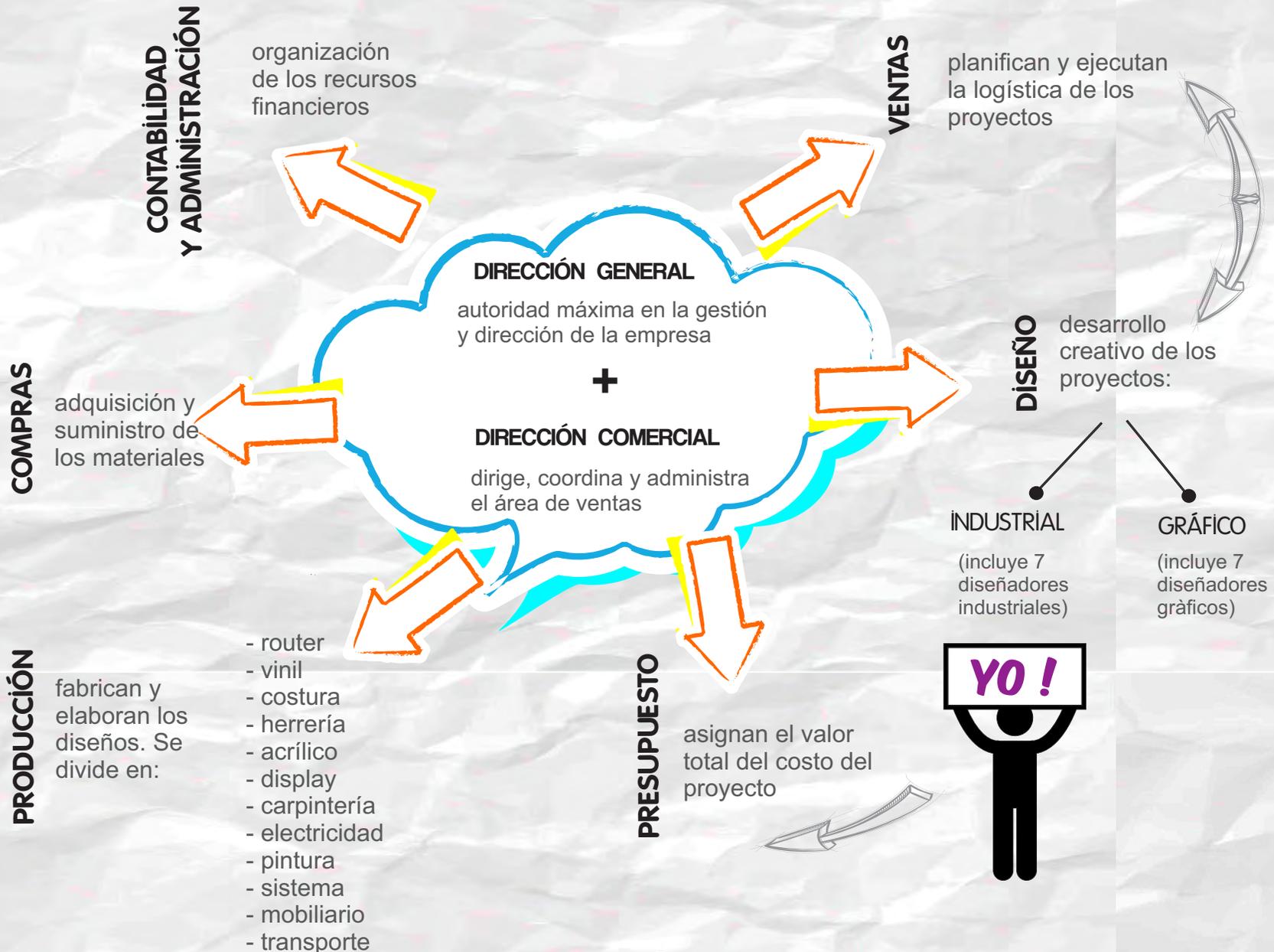
para solucionar las necesidades de exhibición del cliente, en áreas de:

- stands
- displays
- escaparates
- puntos de venta
- eventos especiales
- mobiliario
- arquitectura comercial
- diseño de interiores
- diseño gráfico, entre otros



## 1.2 Organigrama empresarial

Siendo una empresa tan dinámica, es necesario mostrar las diferentes áreas que la conforman; las cuales, en conjunto, funcionan para lograr que todos los retos y proyectos se lleven a cabo.



# El inicio ...

Hacia el inicio de nuevos ciclos de crecimiento personal, así como de descubrimiento del mundo laboral; me enfoqué en la búsqueda de un empleo orientado en la creación y desarrollo de conceptos, principalmente en el diseño enfocado a mobiliario, escenografías, así como de interiores.

En el proceso de búsqueda y selección, fue en Tecnología Arte y Diseño, donde se me dió la oportunidad para desenvolverme como diseñadora, aplicando mis conocimientos y enfoque creativo.

Comencé a laborar desde el año 2010 a octubre del 2013.

## 1.3 Cómo llego a

?

Tecart &  
design

exhibir... existir

## 1.4 Actividades laborales

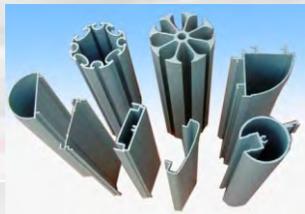
Existe una amplia variedad de actividades que se desarrollan dentro de la empresa, es importante destacar que dentro de las diversas soluciones de exhibición que generamos; el diseño de stands representa mas del 80% de las actividades.

Se desarrollan stands:

### SISTEMA



perfilería de aluminio



### CUSTOM



diseño personalizado con diferentes materiales y elementos para representar la imagen de la marca/cliente.

### HÍBRIDOS

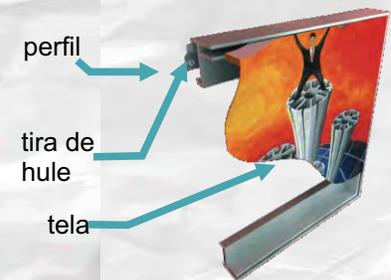


formado por componentes custom y sistema

Haciendo uso de recursos prácticos que permiten la construcción de un stand, tales como:

#### sistema fabric mix

(sistema de exhibición desarrollado internamente) creado a base de perfilería y ranuras donde embona tela en las superficies.



Así como elementos fabricados en MDF, espumados, acrílico, vinil, herrería y tela; que utilizados en conjunto, dan como resultado, conceptos físicos de exhibición.



¿Qué elementos constituyen un stand?

Como espacio diseñado y fabricado para exponer y exhibir productos y servicios de una marca específica; la constitución del espacio se adaptará con elementos diseñados para la funcionalidad de sus requerimientos, visualizados también de una forma atractiva y original para la audiencia a la que se dirigen.

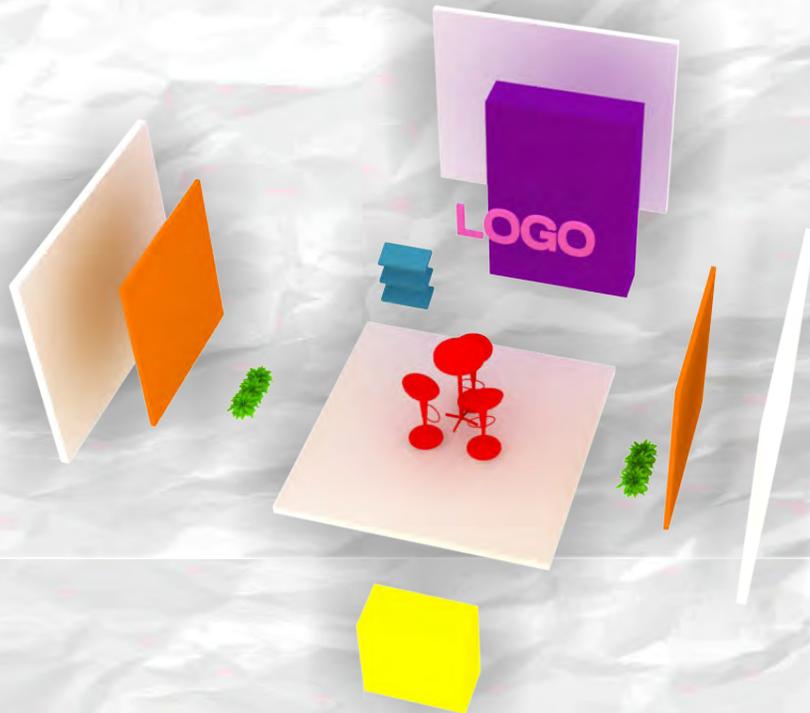
Con la variable primordial que va desde el espacio que se tiene establecido (ubicación) para diseñar:

- isla (sin paredes)
- cabecera (1pared)
- esquina (2 paredes)
- cajón (3 paredes)

Y de ahí en adelante, sus adaptaciones al espacio en conformaciones de :

- crecimiento en múltiplos de m2,
- 2do. piso,
- conectados a otro stand, entre otros.

## COMPOSICIÓN GENERAL DE UN STAND



- ESTRUCTURA GENERAL:** piso, paredes y elementos estructurales y conceptuales distintivos que definirán el espacio.
- MOBILIARIO:** áreas para atender al público asistente.
- LOGOTIPO:** elemento gráfico que identifica una marca.
- IMÁGENES:** gráficos publicitarios del producto y/o marca.
- EXHIBICIÓN:** dependerá del tipo de producto o servicio a exhibir.
- ÁREA DE ATENCIÓN:** funciona como el primer medio de acercamiento al público.
- BODEGA:** para el resguardo de insumos, pertenencias del equipo expositor, etc.
- AMBIENTACIÓN:** decoración con elementos y detalles para acondicionar el espacio. (follaje, banners, pendones, elementos colgantes, entre otros)

Desde displays, stands, pabellones, hasta eventos especiales, todos por igual involucran detalles numerosos que los conforman, por lo que no sólo me ubico diseñando todos los días, sino que, al igual que los demás diseñadores, colaboramos en distintas tareas para que los proyectos salgan a flote.

Entre las diversas actividades a cubrir, se encuentran:

- **DISEÑO**
- **APOYO EN COORDINACIÓN DE MONTAJE**
- **APOYO CON ENTREGA DE ELEMENTOS DE MONTAJE**

#### a) **DISEÑO**

Principal tarea que realizo, enfocado a crear y adaptar espacios en función de los objetivos comerciales del cliente.

Haciendo uso de software:

**1. para modelado:** 3DS max y Rhinoceros.

**2. para edición:** Corel Draw, Photoshop e Illustrator para presentar y editar pequeños detalles de mis diseños, así como las imagenes previas o representativas que utilizo para revestir cada diseño.

Ahora, antes de continuar, es útil y necesario mostrar el panorama y circunstancias en que se desenvuelve la entrega de cada asignación de tarea, pues éstas derivarán en un tipo específico de trabajo -----> traducido en la forma en que se desarrollará el proyecto (hablando esencialmente de tiempos de entrega).

Por lo tanto, los diseños, los dividimos en proyectos:

## Tipos de proyectos



## H

### habituales

Son los proyectos que entran en tiempos normales de entrega (de 3-5 días), con previa recopilación de información del cliente (requerimientos y detalles que el vendedor, habrá captado al conversar con él en las entrevistas), así como de su producto/ servicio.

Y primordialmente, donde el diseño se trabaja y construye “desde cero”.

## AD

### adaptaciones

Se generan también en tiempo normal de entrega, pero son aquellos donde, por practicidad del cliente en conjunto con el vendedor, es posible retomar o “reciclar”:

**1. concepto de diseño:** adaptándolo a la marca (ya sea por sugerencia del cliente o del gerente de proyecto mismo).

**2. medida y ubicación del espacio:** modificando los elementos de revestimiento visual (colores, logotipos e imágenes) y acoplándolos a la nueva marca. Tomando en cuenta que no siempre son las mismas necesidades... y por lo tanto, tampoco serán los mismos elementos: se quitan o crean nuevos para cubrir las necesidades específicas del cliente.

**3. elementos formales y estructurales:** se retoman elementos representativos y funcionales de proyectos anteriores (como estructuras frontales, áreas de exhibición, áreas de atención, acomodo de áreas, áreas lounge), se modifican hasta ajustarlos al nuevo diseño.

## B

### bomberazos

Se debe considerar, que las condiciones para el inicio del desarrollo de un proyecto/diseño no serán siempre las “óptimas”, en factores: **información**, y **tiempo** (de solicitud, y de entrega); denominados BOMBERAZOS, dada su característica situación de tiempo de entrega.

A éstos bomberazos los he dividido, basado en sucesos diferentes:

**TIPO 1.** Ocurren cuando el cliente solicita el desarrollo de un diseño en un periodo de tiempo limitado (generalmente para el mismo día o el siguiente).

**TIPO 2.** Cuando el proyecto es muy grande, nos lo dividimos entre los diseñadores que formamos el área.

Teniendo una breve “lluvia de ideas” y planeación de lo que se hará y cómo se solucionará; ésto para que todos trabajemos bajo el mismo concepto y así integrar todo el diseño, y al final se conjunta para presentación.

NOTA:

Cabe destacar que éstos generalmente provienen de la dirección general y comercial (pues ambos gerencian proyectos también, de manera individual); son tomados como **PROYECTOS PRIORITARIOS** y son asignados directamente por ellos a un diseñador en específico; ya sea para que lideré el desarrollo del proyecto o para que lo diseñe en su totalidad

(éste es elegido por el estilo característico de diseño, que se apega más a lo que consideran que su cliente requiere, así como también por la capacidad del diseñador para solucionarlo)

# Proceso de diseño

Para mi actividad principal, que es el **DISEÑO**; sin importar tamaño, tipo de exhibición y producto /cliente a quien prestar el servicio, es necesario y sin excepción alguna, seguir un proceso de organización para llegar a la meta final de satisfacción del cliente.

## 1 Detección de necesidad

El cliente acude a nuestro servicio, para asesorarle y ofrecerle solución a su necesidad de exhibición de producto y/o servicio, en ferias, exposiciones, eventos o promoción del mismo.

## 2 Conceptualización y diseño

Basados en sus necesidades, e m p e z a m o s l a s construcciones mentales sobre qué tipo de tendencia, estilo, y ambientación se le dará al espacio. Así como los elementos que se diseñarán en función de la exhibición del producto o servicio.

Para poder ofrecer al cliente, una opción de diseño que satisfaga sus necesidades, ésta debe reflejar la ideología e imagen corporativa del cliente; en un diseño ameno y atractivo.

Una vez que la solución ofrecida fue aceptada, lo siguiente será ejecutar:

**producción  
logística  
y montaje**

## 3 Producción y montaje

## Proceso de diseño

**1** Para la **Detección de necesidad**, es vital el trabajo que realiza el gerente de proyecto, pues al orientarlo, se irán descubriendo los aspectos a resolver y así entender lo que el cliente busca.

Algunas veces se solicita la presencia del diseñador durante las primeras citas, ya sea para:

- a) llevar a cabo levantamientos de espacios y visualización del mismo,
- b) conocer y entender directamente la importancia del producto y/o materiales que se quieren exhibir.

Se solicita material informativo al cliente, que servirá de referencia al diseñador, como fotografías, catálogos, y folletos.

Una vez localizadas las necesidades del cliente; se vacía y contiene toda la información en un **brief** que se entregará junto con la **orden de diseño** para solicitarlo al área de diseño.

# ESQUEMA DE SOLICITUD DE ORDEN DE DISEÑO

tipo de proyecto

fecha en que se recibe la orden

# de orden

área para descripción del proyecto

área para dibujo guía

especificaciones de elementos a colocar

Fecha entrega: 23 Mayo 2013.

Orden de Diseño  
Stand  Display  Grafico

Ejecutivo/ Brenda Torar Fecha/ 17/ Mayo 2013

Proyecto/ Convención Presupuesto/

Nombre de la empresa / Strategy FARMACIA BENAVIDES

Recinto/

Descripción/ stand 3x2 dividido en 3 áreas: Número/ 096

altura total máxima 4.50mts

3 áreas:  
Belleza de 2mts x 2mts / Gold Farma 3x2mts / Vitamin 200e 3x2.  
Belleza: área de exhibición / área para un maquillajeista y silla  
para maquillar / para exhibición / espejo con luz

Gold Farma corresponde a medicamentos genéricos / colocar una pequeña  
área de exhibición congráficas.

Incluir un grafico que englobe Farmacia Benavides  
En general 2 pantallas de plasma y área de atención  
en todas las áreas.

stand de 3x2 a 3.00mts simular un consultorio UMEB en cabecera  
mesa atn. y cama  
gabinete simulado pared tela. gráficos internos y  
externos.

Cabecera  Isla  Autorizaciones  
 Cajón  Esquina

Sistema  Área de Atn.   
 Custom  Doble piso   
 Alfombra  Exhibición de producto   
 Mobiliario  Fotos   
 Plataforma  Cajas de Luz   
 Piso  Pantallas   
 Bodega  Plantas   
 Área de guardado   
 Página Web

Boceto

Departamento de Diseño

Dirección General

4.16  
17 Mayo

## Proceso de diseño

# 2

Con orden de diseño en mano, entonces iniciamos la **Conceptualización y Diseño** considerando siempre:

- analizar la marca, así como el producto/ servicio que ofrecen.
- ubicar el público al que va dirigido
- requerimientos para su exhibición

Para así determinar las características que mejor lo representarán.

- logotipo,
- página web,
- imágenes,
- íconos,
- tipo de producto,
- forma,
- empaque,
- colores,

me proporcionan a veces, idea de las formas estructurales

bocetaje modelado y presentación del proyecto.

A la entrega, el proyecto se somete a revisión del cliente para ver si cumple con lo requerido, además de si le gustó la propuesta o no.

Es en ésta parte donde vienen los cambios (a veces nulos, y a veces se llega a pedir un diseño totalmente diferente) hasta ajustarlo en precio y forma a lo que desea el cliente.

- material fotográfico
- páginas de diseño arquitectónico y de interiores
- libros
- revistas
- material de exposiciones mundiales a las que acudimos como parte de nuestra capacitación continua en tendencias de diseño.

## Proceso de diseño

diseño final aceptado

Se analiza en conjunto con los jefes de cada área, y se asigna el proceso que llevará cada elemento; designándolo a cada área de producción específica, lo que llamamos: **despiece**; para así proceder a su **fabricación**.

Todos los elementos involucrados en la construcción, se **flejan** para evitar su deterioro y algún daño durante el transporte.

Una vez fabricado y flejado, con los tiempos establecidos; se procede a **cargar los camiones**. siempre en un orden específico:

1. lo último que se montará: ambientación, mobiliario, elementos de limpieza, pintura para retoques.
2. estructuras, mamparas y piezas.
3. piso (piso de panelart, duelas, alfombras, molduras)
4. herramienta y suministros para electricidad.

( se guarda **de atrás para adelante**; para ir sacando las cosas en el orden en que se irán utilizando. )

Ahorrando tiempo, y eficientizando el proceso de armado.

# 3

Una vez aceptado el diseño final, se comienza la logística de **Producción y Montaje**. Es en ésta parte donde se convoca a junta con todas la áreas de producción, para exponer lo que se va a hacer, fechas y cómo se piensa hacer.

Aquí se despliegan los elementos que conformarán el proyecto, y quienes estarán encargados de desarrollar y entregar cada elemento, organizando tiempos de entrega.

**Ensamblaje** de todas las piezas en sitio.

Una vez armado y montado:

- se hacen los últimos retoques al trabajo.
- se coloca el mobiliario
- ambientación
- limpieza
- **entrega al cliente.**

### NOTA:

Una vez entregado, se proporciona al cliente un formato interno para que firme de recibido; y es en éste donde se le piden observaciones acerca de su conformidad o no, con el montaje de su diseño.

## b) APOYO EN COORDINACIÓN DE MONTAJE

Cuando surgen los proyectos monumentales o que

- Pabellones a gran escala (350- 500expositores) un solo gerente de proyecto/vendedor no alcanza a cubrir la demanda, para todos los aspectos de logística; por lo que a las áreas de VENTAS y DISEÑO les son asignados cierto número de stands para coordinar todo lo necesario para equipar cada stand, así como las solicitudes de los clientes una vez ya entregados los espacios.
- Con eventos itinerantes: eventos que se realizan al mismo tiempo en distintas zonas de la república, donde es necesario el apoyo del diseñador pues conoce cómo debe quedar el diseño además de coordinar las actividades que se realizarán.

## c) APOYO CON ENTREGA DE ELEMENTOS DE MONTAJE

El departamento de diseño auxilia en el pegado de viniles de imágenes cuando el equipo del área de vinil no alcanza en número de integrantes a cumplir la tarea; es en casos comunes de pabellones donde es necesario montar logotipos y nombres de empresas. Depilado de logotipos. Empaque de banners e imágenes.

A continuación (a la derecha) material fotográfico en uno de los montajes de un Pabellón. Centro Banamex 2013.



1 Recinto vacío al llegar.



2 Se inicia delimitando cada isla con la colocación de alfombra.



3 Se levantan las mamparas, estructurando así, cada isla.



4 Ubicación de cornizas en piso, para facilitar el ensamble a los montadores.



5 Una vez montados los espacios, se acomoda el mobiliario.



6 Presentación final.

# Capítulo 2

Proceso Individual de Trabajo.

## 2.1 Muestra de entrega de una entrega de proyecto de diseño.

A continuación presento una muestra de una entrega de proyecto de diseño.

Compuesta siempre de vistas generales del diseño, así como de medidas generales del proyecto y elementos específicos.

### NOTA:

Todos los diseños están basados a partir de las medidas estándares que manejamos para producción y manufactura, así como de los sistemas de exhibición con los que trabajamos; los cuales dan la apariencia más acertada y asentada a la realidad.

Para el desarrollo de éste proyecto, el reto fue:

Integrar 8 marcas en conjunto, para la exposición de Concurso de la Elegancia que se lleva a cabo en el mes de abril, donde las marcas exponen vehículos y lanzamientos anuales, ubicada en Huixquilucan, Edo. Mex, al aire libre, con carpas para cada grupo.

Para éste tipo de eventos, se manejan 2 propuestas, una fue hecha por el diseñador de dirección general y la otra, por los demás diseñadores que integramos el área.

También adjunto el Brief enviado, para analizar los lineamientos con los que trabajamos.

Se asignó una marca por diseñador, en ésta ocasión me tocó diseñar el espacio para Chrysler.

El requerimiento principal general, fue trabajar bajo el concepto de diseño trabajado en Detroit Autoshow 2013: uso de texturas para cada marca.

Se diseñaron y entregaron las propuestas, en el caso de Chrysler, se el cliente optó por mi diseño; el cual aprovecho para mostrar la forma de entrega interna, así como especificaciones de entrega que utilizamos, para entendernos entre los distintos departamentos de producción.

# BRIEF HUIXQUILUCAN 2013 enviado por el cliente

## Brief de eventos

Febrero, 2013

**Evento:** XXVII Gran Concurso Internacional de Elegancia (Restaurante Las Caballerizas en Huixquilucan, Edo. de México)

**Marca:** Ram, Dodge, Chrysler, Jeep, Fiat, Alfa Romeo, Mopar y Mitsubishi

**Fecha:** 12 al 14 de Abril 2013

Grupo Chrysler, a través de sus ocho marcas (Ram, Dodge, Chrysler, Jeep, Fiat, Alfa Romeo, Mopar y Mitsubishi), contará con un área de exposición dentro del XXVII Gran Concurso Internacional de Elegancia. Se trata de un evento que se organiza anualmente en el Restaurante Las Caballerizas y que se celebra en Huixquilucan, Estado de México.

Ésta será la edición XXVII del evento, ofreciendo una exhibición de autos antiguos y de colección, así como la participación de representantes de la industria automotriz a través de sus marcas. Los días de evento son: viernes 12 de abril para prensa, y del sábado 13 al domingo 14 para el público en general; esperando una afluencia aproximada a las 20,000 personas durante el fin de semana.

Como cada año, los stands de nuestras marcas deberán ser visualmente los mejores y más impactantes del evento; imponiendo un estándar para las demás marcas. Se requiere una plataforma general con montajes que delimiten claramente los espacios de cada una de las marcas y música ambiental para todo el stand.



Los requerimientos de las marcas, son como sigue:

**CHRYSLER: 4 vehículos – 230 m<sup>2</sup>**

**DODGE: 7 vehículos – 395 m<sup>2</sup>**

**JEEP: 7 vehículos – 395 m<sup>2</sup>**

**RAM: 3 vehículos – 250 m<sup>2</sup>**

**FIAT: 8 vehículos – 440 m<sup>2</sup>**

**ALFA ROMEO: 2 vehículos – 110 m<sup>2</sup>**

**MITSUBISHI: 5 vehículos – 280 m<sup>2</sup>**

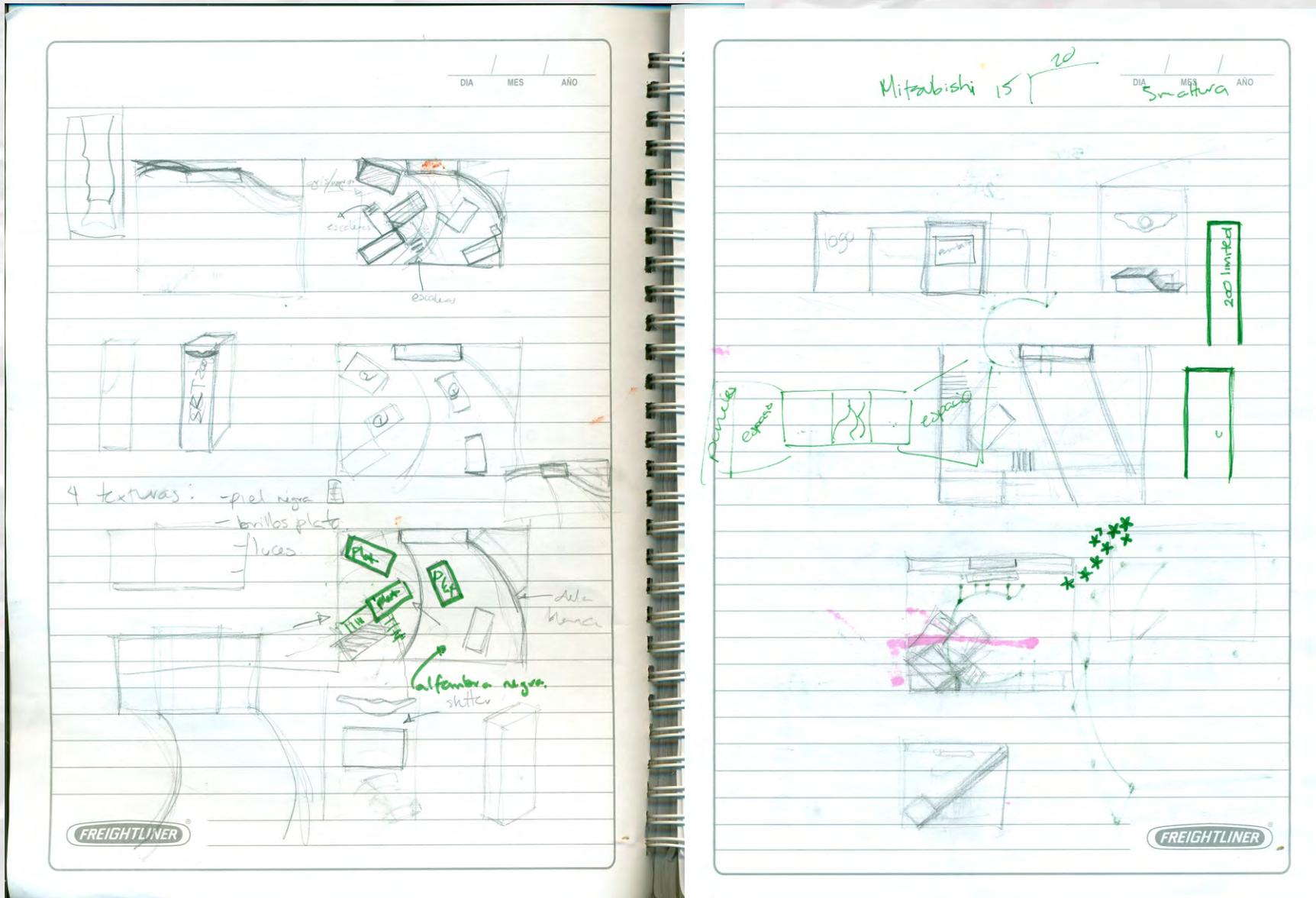
**TOTAL: 2,100 m<sup>2</sup>**

**CHRYSLER.** Ésta debe ser la marca *nice & trendy* del Grupo, denotando ser cosmopolita, elegante y con calidad, pero no inalcanzable. Se contemplan 4 automóviles para vestir el stand: 200 Limited, 200 convertible, 300 SRT-8 y Town & Country Tanya Moss; considerando que pudiera agregarse como una quinta opción un 300C. Se solicita un logotipo de la marca con buen tamaño y con volumen, además que el fondo del stand esté a una altura superior, tenga el espacio suficiente para el 300 SRT y la Town & Country Tanya Moss, y resista el peso de ambas unidades; con algunos escalones para acceder a él. Dentro del back se requieren fondos con toques citadinos, además que un tótem no demasiado grande para cada auto y un par de pantallas para correr un eyecatcher.

**DODGE.** Tecnología, diseño y potencia, donde predomina el color rojo. Se contempla la presencia de entre 7 y 8 automóviles, comenzando la lista con un SRT Viper de calle y uno de competencia —siendo ambos la cereza del pastel y con el requerimiento de estar dentro de un área con acceso limitado; además de un Charger SRT-8, Challenger SRT-8, Dart R/T, Durango y Journey, considerando que pudiera integrarse un Avenger como una opción adicional. Se aceptan propuestas con alturas diferentes dentro del stand, se requiere un par de pantallas para correr un eyecatcher.

## PRESENTACIÓN DE ETAPA DE BOCETAJE

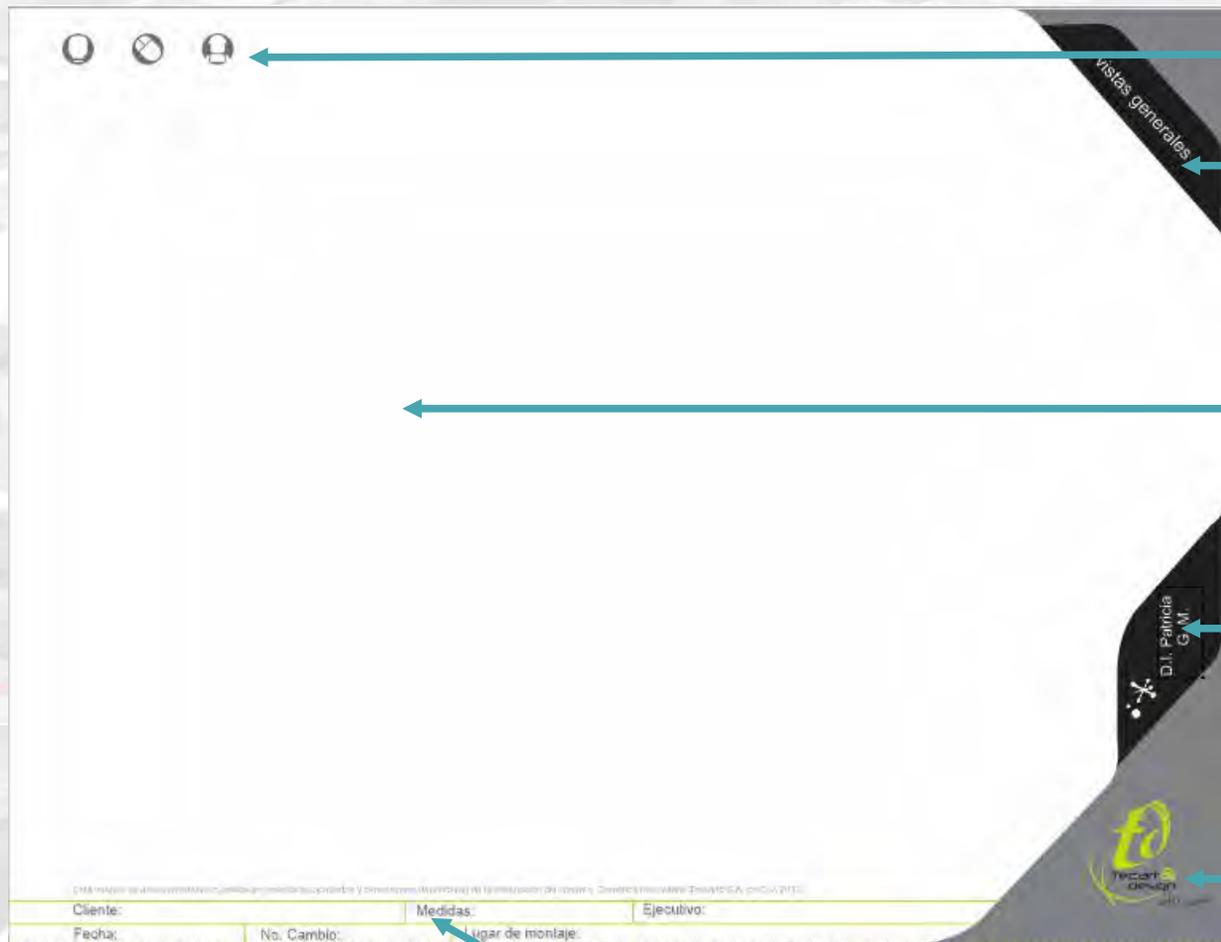
En mi etapa de bocetaje, generalmente lo hago desde la vista superior, para así distribuir los elementos que pondré en el espacio lo que me facilita la propuesta de formas y visualización estructural de mi diseño.



## FORMATO DE HOJA INTERNA PARA PRESENTACIÓN DE PROYECTOS

El siguiente formato que se visualiza, es la hoja base que utilizamos en el área de diseño, para montar todos los proyectos de diseño. Así es como unificamos el trabajo de todo el departamento.

íconografía de la papelería interna de la empresa (hojas membretadas, tarjetas de presentación, hojas de diseño)



parte del diseño que se está presentando

área para montar los renders

nombre del diseñador e ícono personalizado de cada uno.

logotipo de la empresa

cuadro de datos



## VISTA GENERAL CON UNIDADES

vistas generales

imágenes en gran formato en la parte trasera, para dar protagonismo a las unidades. ambientándolas y haciéndolas resaltar

“tótem” de entrada y bienvenida/bodega, con logotipos en la parte superior imagen para texturizarla y pantalla



uso de distintos pisos, nombre de la unidad a piso y al frente

D.I. Patricia G. M.



Esta imagen es una representación gráfica los materiales, acabados y dimensiones dependeran de la descripción del contrato. Derechos reservados Tecartd S.A. de C.V. 2013

Cliente:

Medidas:

22

Ejecutivo:

Fecha:

No. Cambio:

Lugar de montaje:

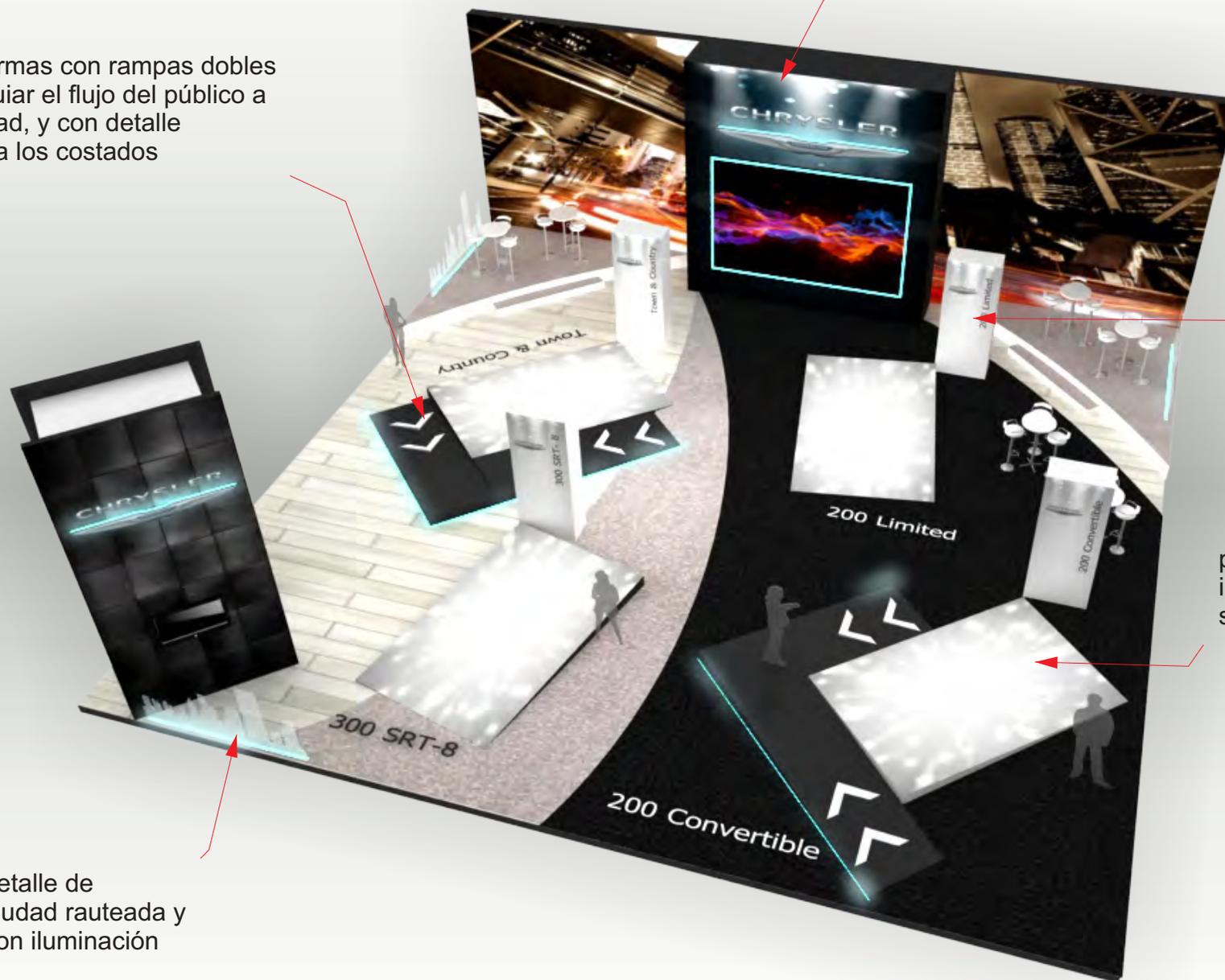


## VISTA GENERAL SIN UNIDADES

plataformas con rampas dobles para guiar el flujo del público a la unidad, y con detalle de luz a los costados

módulo central con imagen, logotipo en la parte superior y pantalla de LEDS

vistas generales



homogenización de tótems, con imagen neutral que destaca logo y nombre de la unidad

plataformas con imagen en la parte superior

detalle de ciudad rauteada y con iluminación

D.I. Patricia G. M.



Está imagen es una representación gráfica los materiales, acabados y dimensiones dependeran de la descripción del contrato. Derechos reservados Tecartd S.A. de C.V. 2013

Cliente:

Medidas:

23

Ejecutivo:

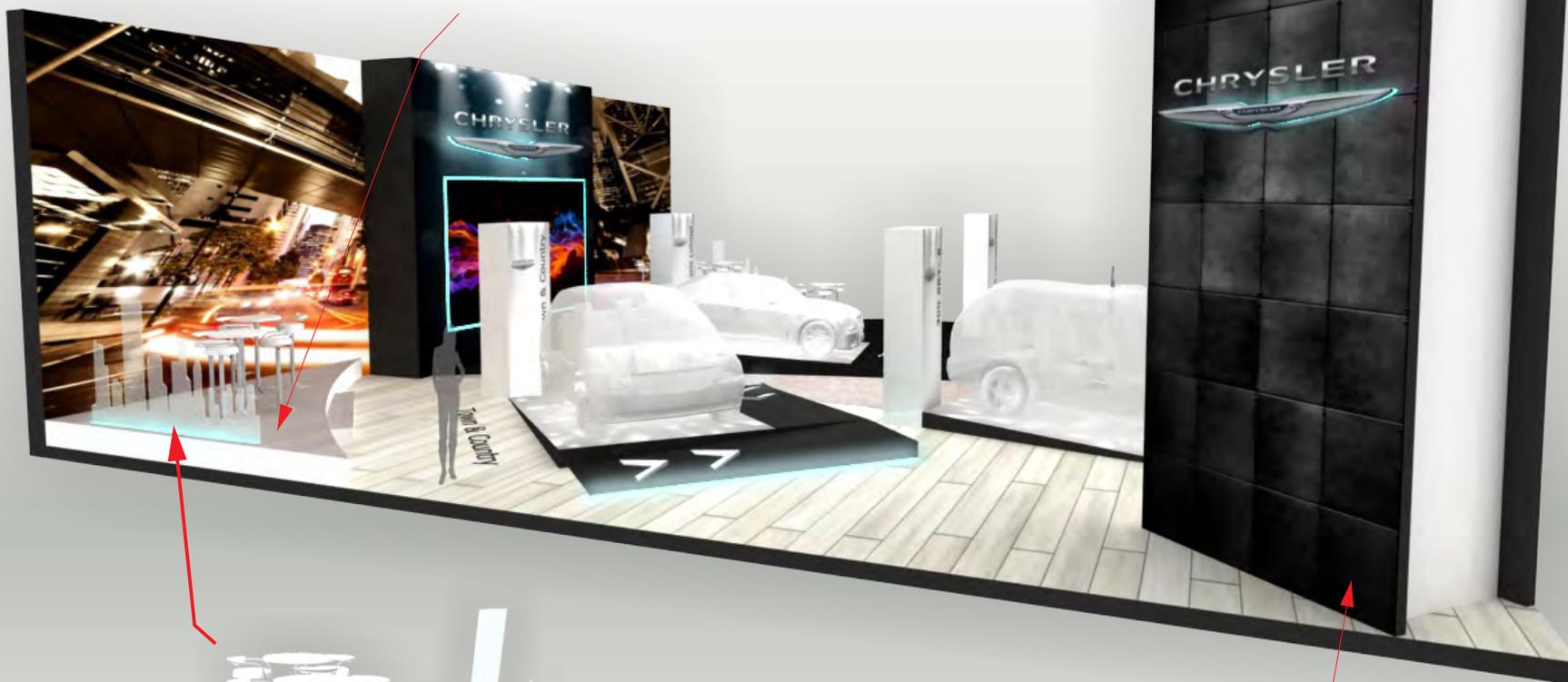
Fecha:

No. Cambio:

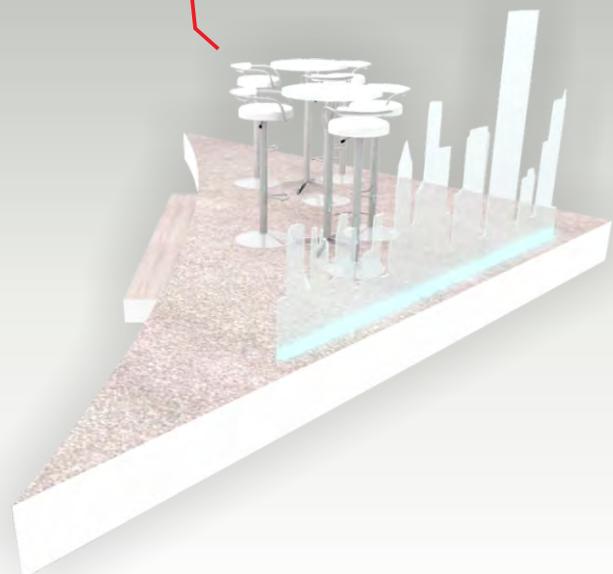
Lugar de montaje:



esquinas usadas  
como áreas de convivencia.  
con plataforma y mobiliario y detalles  
que resaltan el instinto ciudadano:  
con siluetas de ciudad en acrílico  
y con iluminación



vistas generales



bodega vista trasera:  
con imagen al frente, logotipo en la  
parte superior, en volumen y con  
iluminación

D.I. Patricia  
G. M.

Esta imagen es una representación gráfica los materiales, acabados y dimensiones dependerán de la descripción del contrato. Derechos reservados Tecartd S.A. de C.V. 2013

Cliente:

Medidas:

24

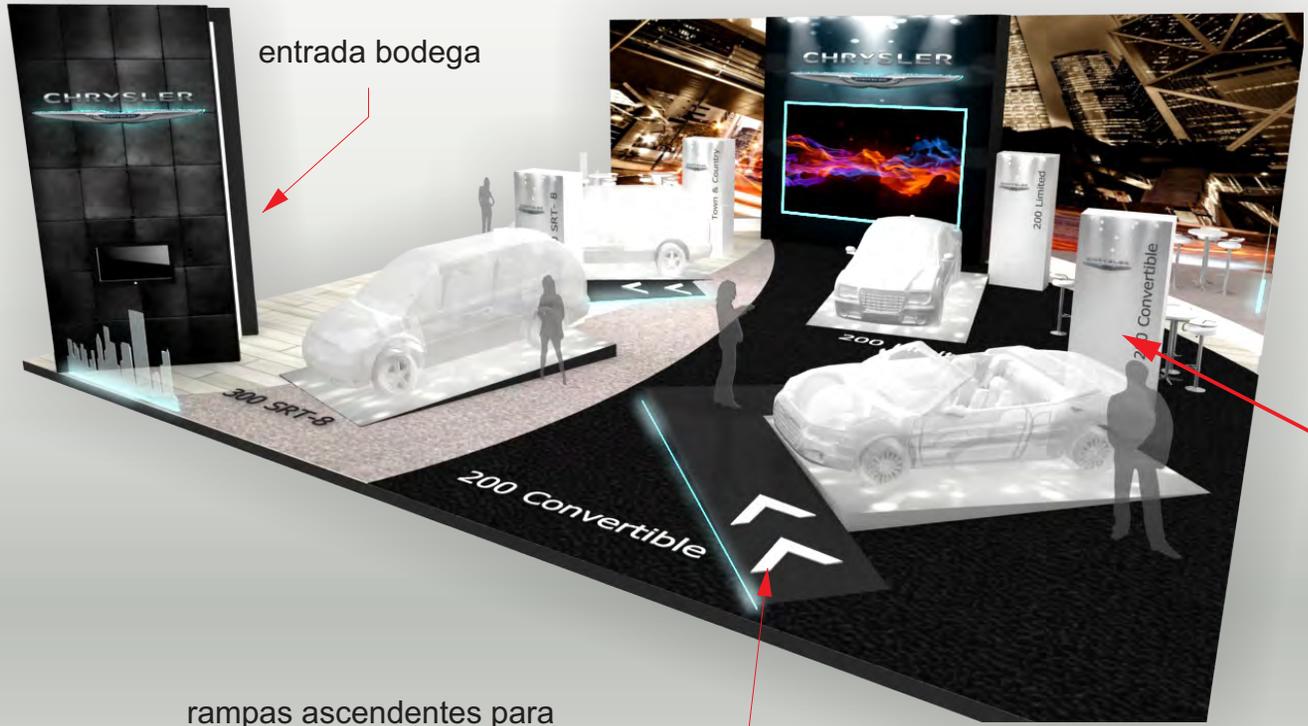
Ejecutivo:

Fecha:

No. Cambio:

Lugar de montaje:



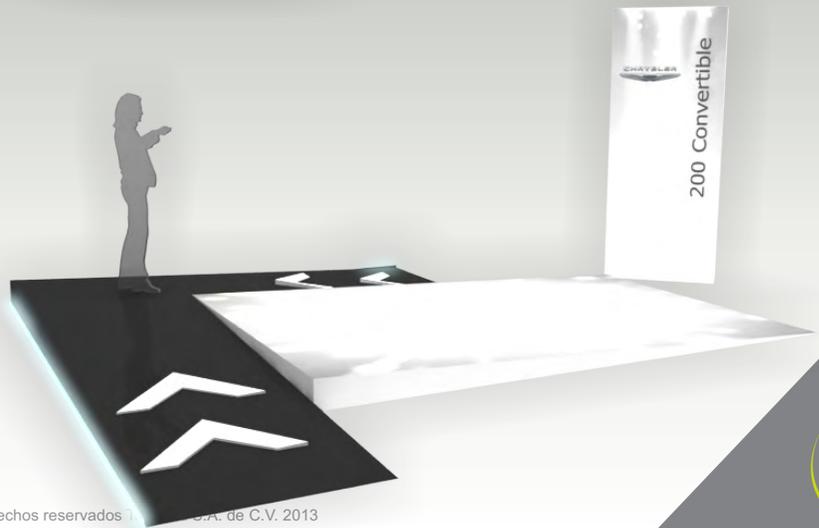


entrada bodega

rampas ascendentes para ver la unidad de frente y sus laterales

**NOTA:**

Los renders, así como vistas generales deben contener la **escala humana**; esto como elemento indispensable, para que el cliente tenga una percepción de las dimensiones del proyecto que se le está entregando.



D.I. Patricia G. M.

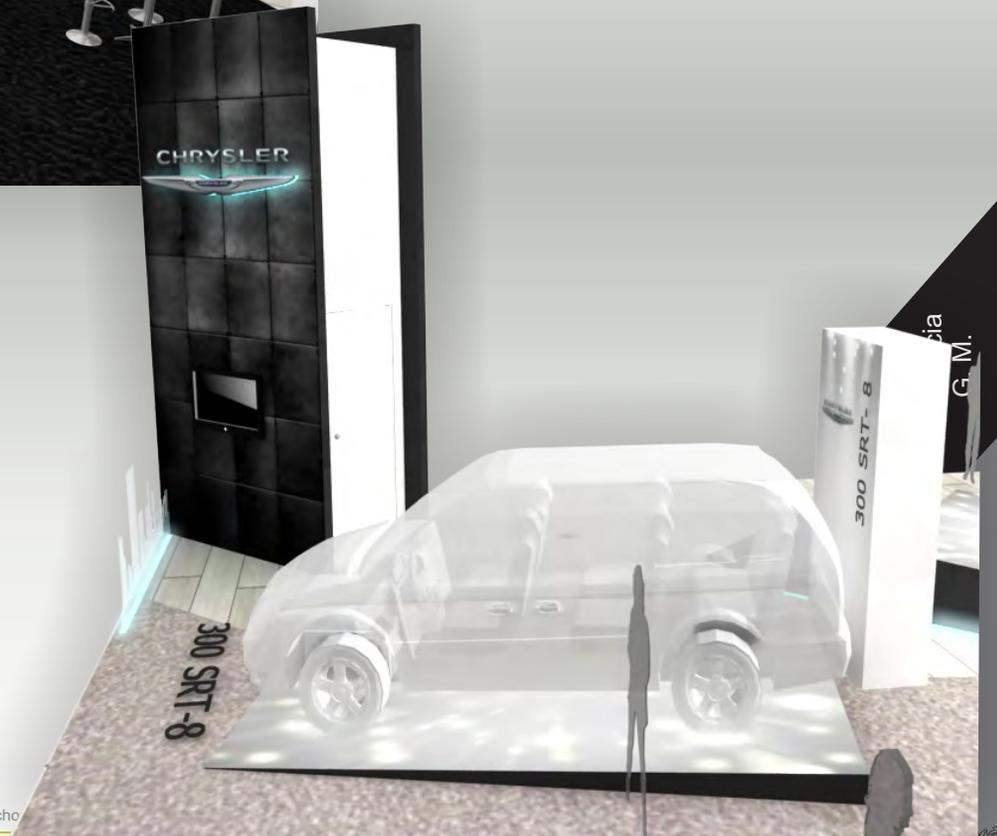


Esta imagen es una representación gráfica los materiales, acabados y dimensiones dependeran de la descripción del contrato. Derechos reservados. E.A. de C.V. 2013

Cliente:	Medidas:	25	Ejecutivo:
Fecha:	No. Cambio:	Lugar de montaje:	



vistas generales



Esta imagen es una representación gráfica los materiales, acabados y dimensiones dependeran de la descripción del contrato. Derecho

Cliente:

Medidas:

26

Ejecutivo:

Fecha:

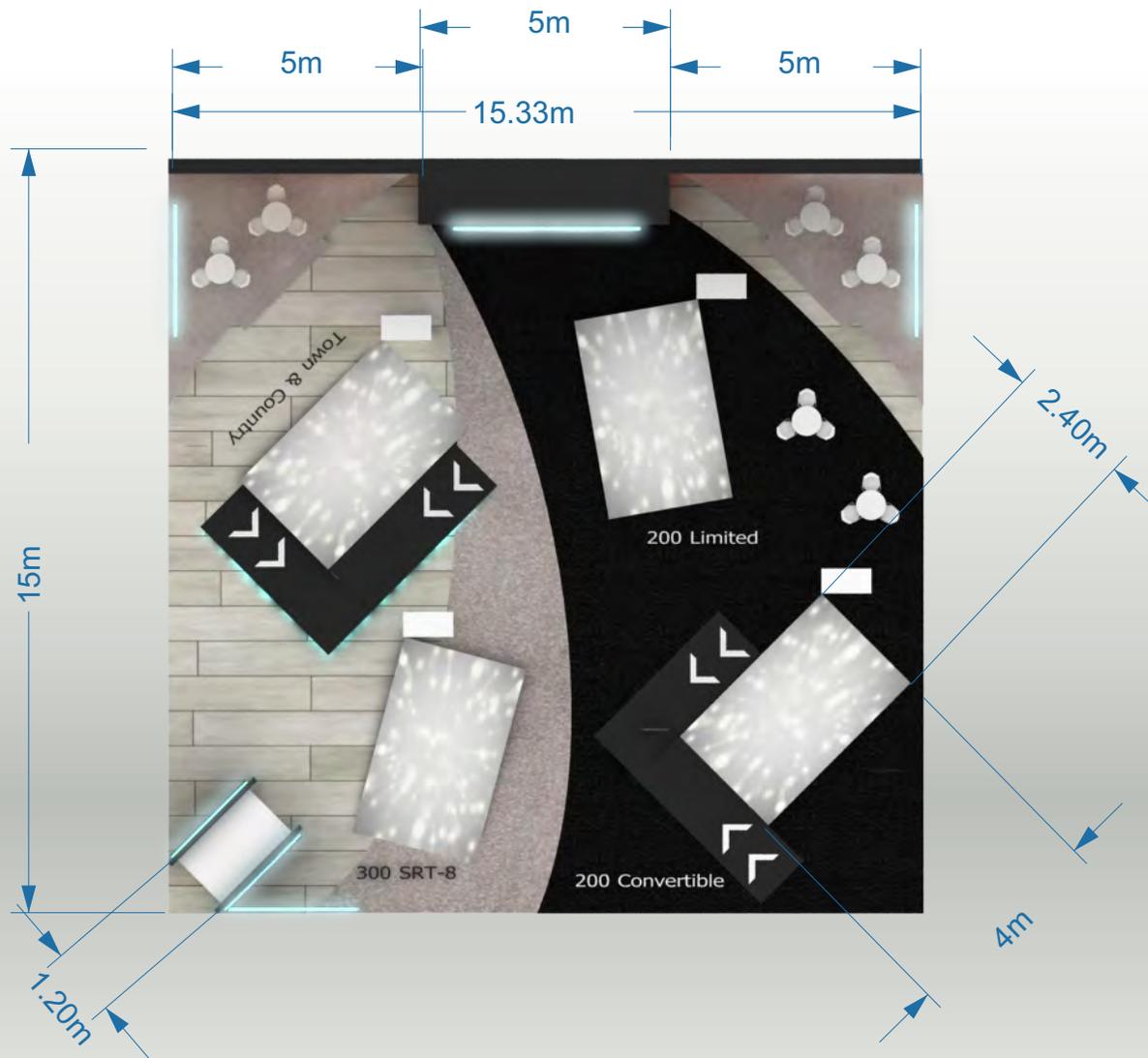
No. Cambio:

Lugar de montaje:

est



# ÁREA CHRYSLER



vistas generales

D.I. Patricia G. M.



Esta imagen es una representación gráfica los materiales, acabados y dimensiones dependeran de la descripción del contrato. Derechos reservados Tecartd S.A. de C.V. 2013

Cliente:

Medidas:

27

Ejecutivo:

Fecha:

No. Cambio:

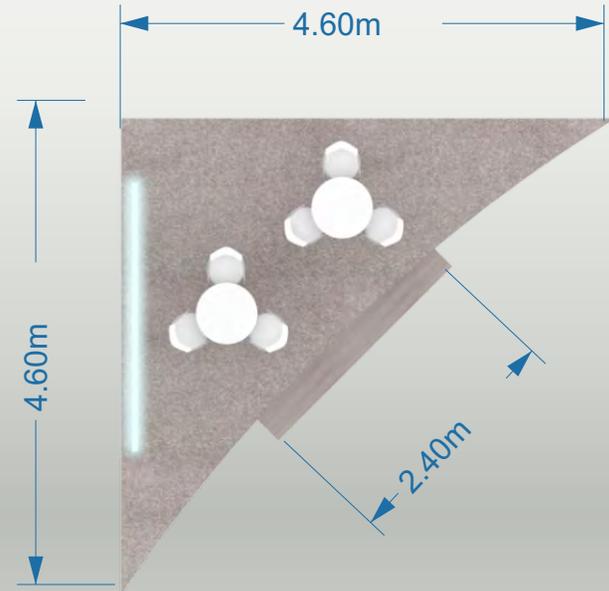
Lugar de montaje:



# ÁREA CHRYSLER

plataformas para estancia y delimitadoras

vistas generales



D.I. Patricia G. M.



Está imagen es una representación gráfica los materiales, acabados y dimensiones dependeran de la descripción del contrato. Derechos reservados Teecard S.A. de C.V. 2013

Cliente:

Medidas:

28

Ejecutivo:

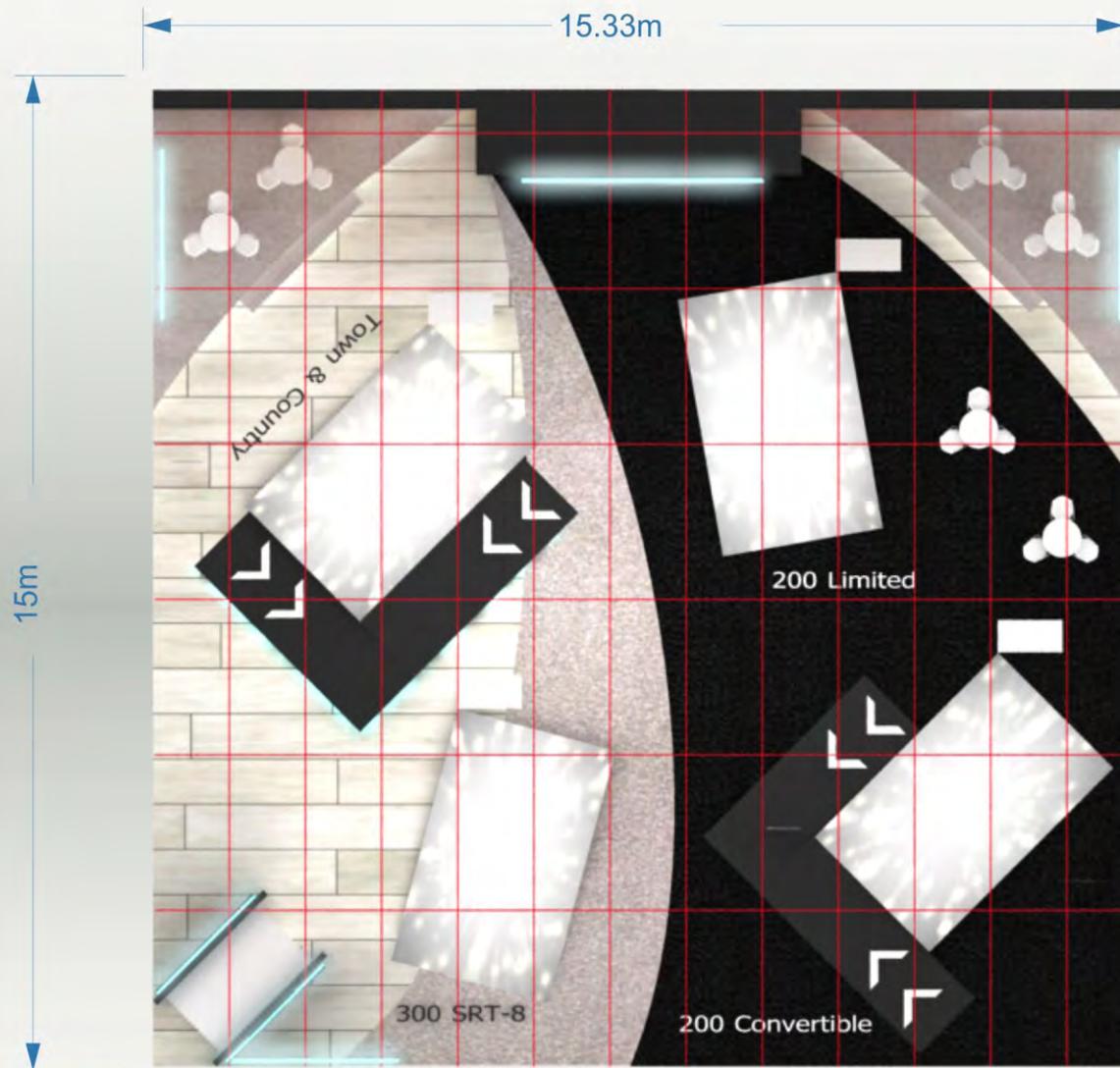
Fecha:

No. Cambio:

Lugar de montaje:



# ÁREA CHRYSLER



**NOTA:**  
Se entrega ésta retícula, para que se contabilicen el número de hojas (cada hoja mide 1.20 x 2.40m) que se van a utilizar para montar la plataforma que ocupará el área destinada para Chrysler en éste caso.

vistas generales

D.I. Patricia G. M.



Esta imagen es una representación gráfica los materiales, acabados y dimensiones dependeran de la descripción del contrato. Derechos reservados Tecartd S.A. de C.V. 2013

Cliente:

Medidas:

29

Ejecutivo:

Fecha:

No. Cambio:

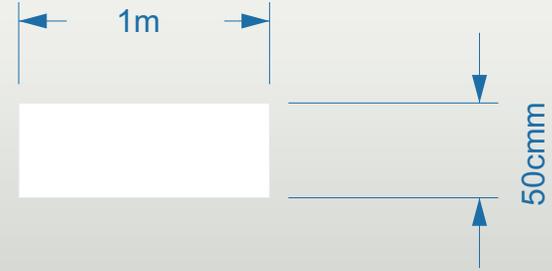
Lugar de montaje:



# ÁREA CHRYSLER

## TÓTEMS IDENTIFICADORES

vistas generales



D.I. Patricia G. M.



Esta imagen es una representación gráfica los materiales, acabados y dimensiones dependeran de la descripción del contrato. Derechos reservados Tecartd S.A. de C.V. 2013

Cliente:

Medidas:

30

Ejecutivo:

Fecha:

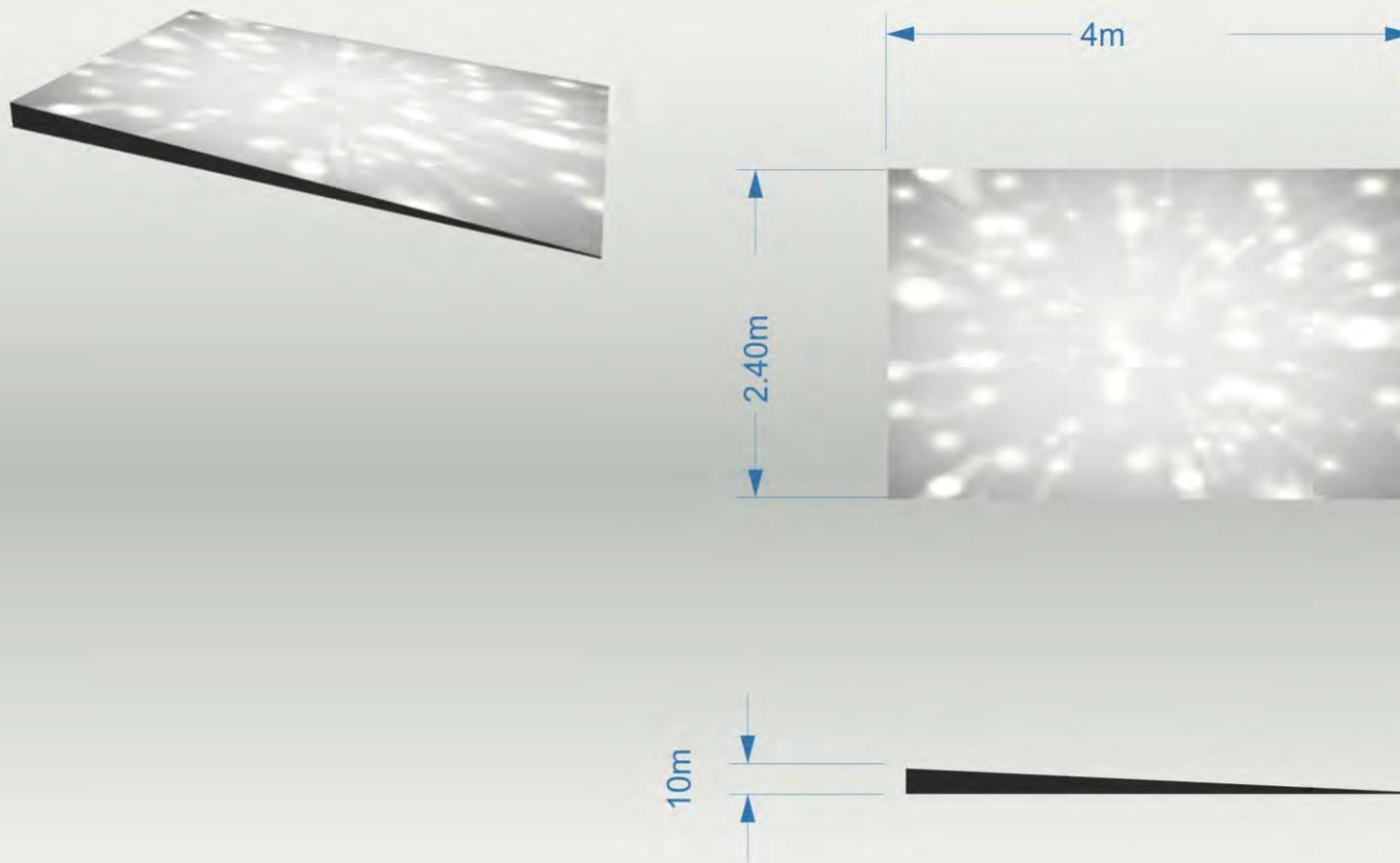
No. Cambio:

Lugar de montaje:



## PLATAFORMAS SENCILLAS (2 piezas)

vistas generales



D.I. Patricia  
G. M.



Esta imagen es una representación gráfica los materiales, acabados y dimensiones dependeran de la descripción del contrato. Derechos reservados Tecartd S.A. de C.V. 2013

Cliente:

Medidas:

31

Ejecutivo:

Fecha:

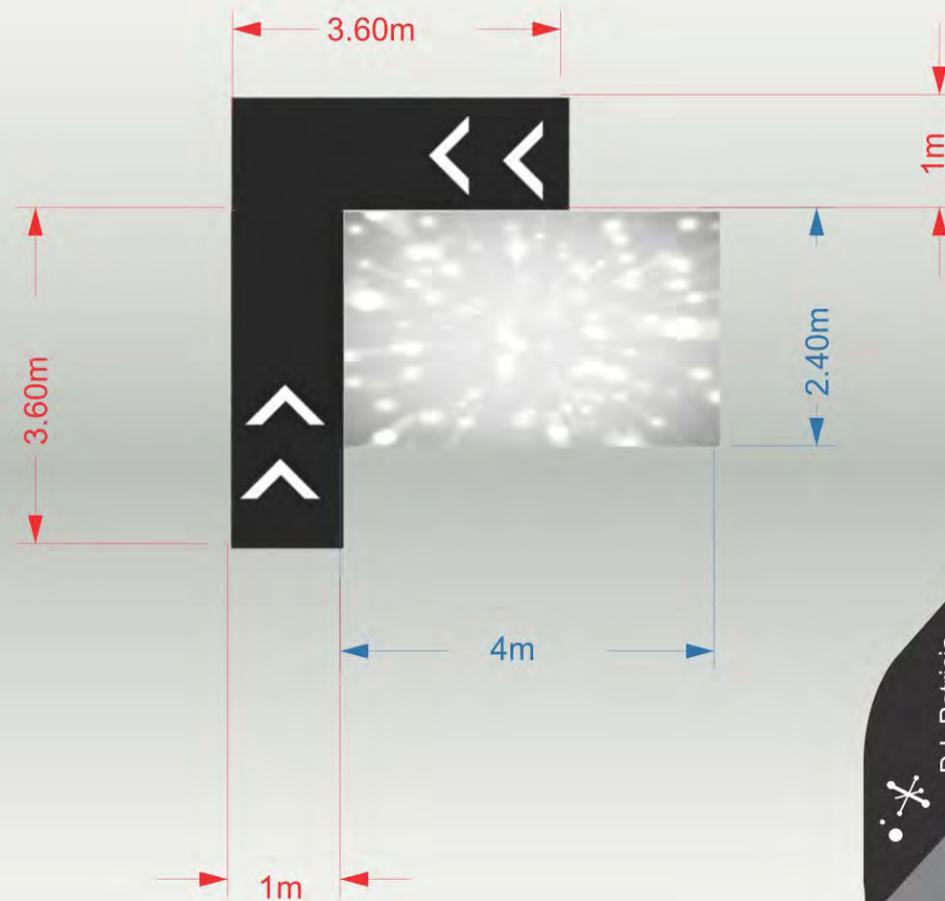
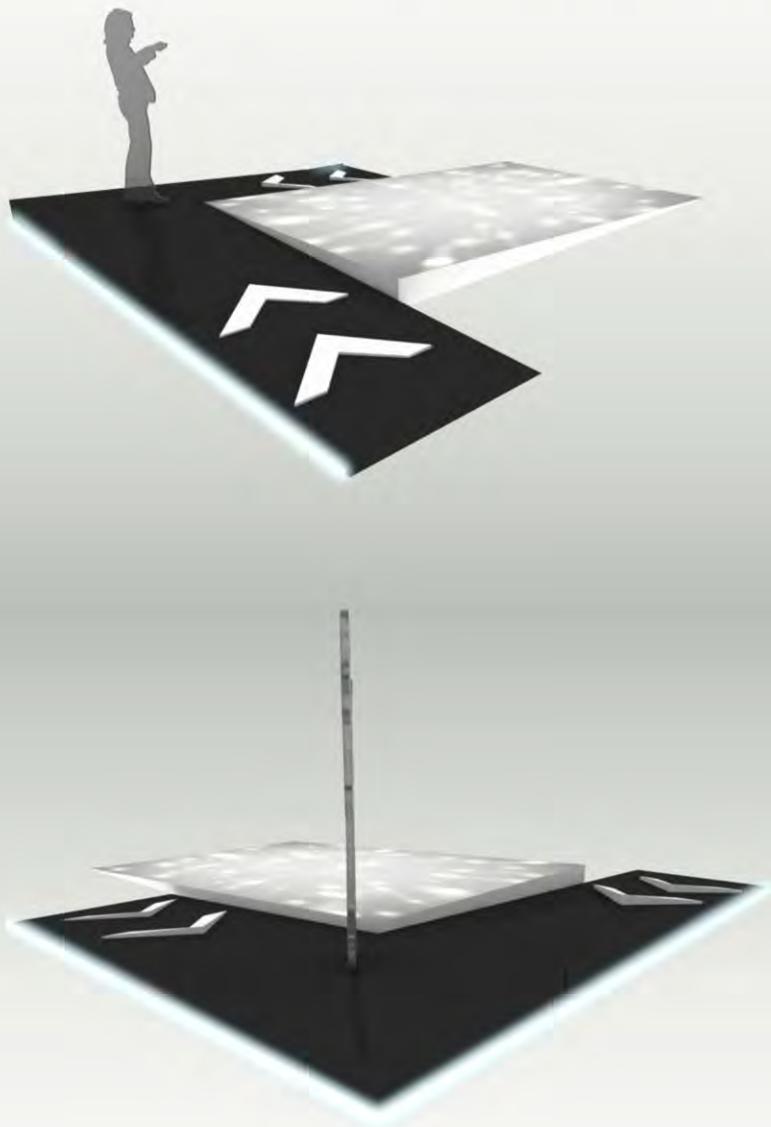
No. Cambio:

Lugar de montaje:



# PLATAFORMAS CON RAMPA DOBLE (2 piezas)

vistas generales



D.I. Patricia G. M.

Está imagen es una representación gráfica los materiales, acabados y dimensiones dependeran de la descripción del contrato. Derechos reservados Teecartd S.A. de C.V. 2013

Cliente:

Medidas:

32

Ejecutivo:

Fecha:

No. Cambio:

Lugar de montaje:



## GUÍA GRÁFICOS ÁREA CHRYSLER



pared trasera principal



superficies de las  
plataformas (4)



pared central (1)



tótems de identificación  
/4 por ambos lados)



## ELEMENTOS PARA ROUTER



logos para bodega/ tótem (2 piezas)

1.80m de largo x lo que desarrolle de altura



logo para muro central principal (1 pieza)

3.80m de largo x lo que desarrolle de altura



silueta de edificios en acrílico (3 piezas)

2m de largo x lo que desarrolle de altura

vistas generales

D.I. Patricia  
G. M.



Esta imagen es una representación gráfica los materiales, acabados y dimensiones dependerán de la descripción del contrato. Derechos reservados Tecartid S.A. de C.V. 2013

Cliente:

Medidas:

34

Ejecutivo:

Fecha:

No. Cambio:

Lugar de montaje:

# Capítulo 3

Portafolio y Memoria de Proyectos.

# Portafolio y memoria de proyectos

Para demostrar lo anterior puesto en práctica, a continuación presento una recopilación de trabajos desarrollados, así como material fotográfico que evidencia mi desempeño en el transcurso de 3 años, en los que se me ha permitido aprender, adquirir conocimiento, mostrar mis habilidades y desenvolverme como diseñadora industrial.

Cada uno de los trabajos que aquí presento, están señalados con una pestaña en la parte superior izquierda, que identificará la clasificación del tipo de proyecto. (pag.9-10)



## FICHA TÉCNICA

cliente: GENERAL ELECTRIC

tipo de diseño: stand

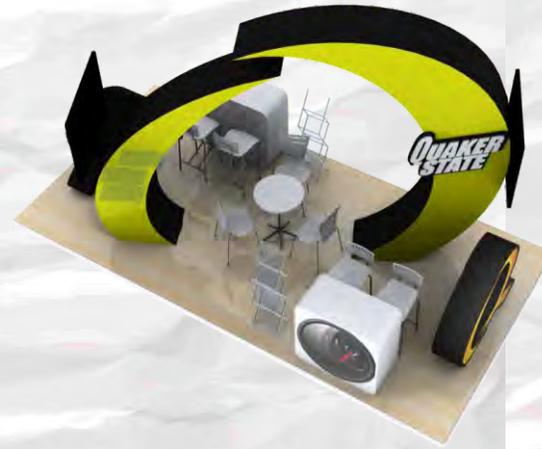
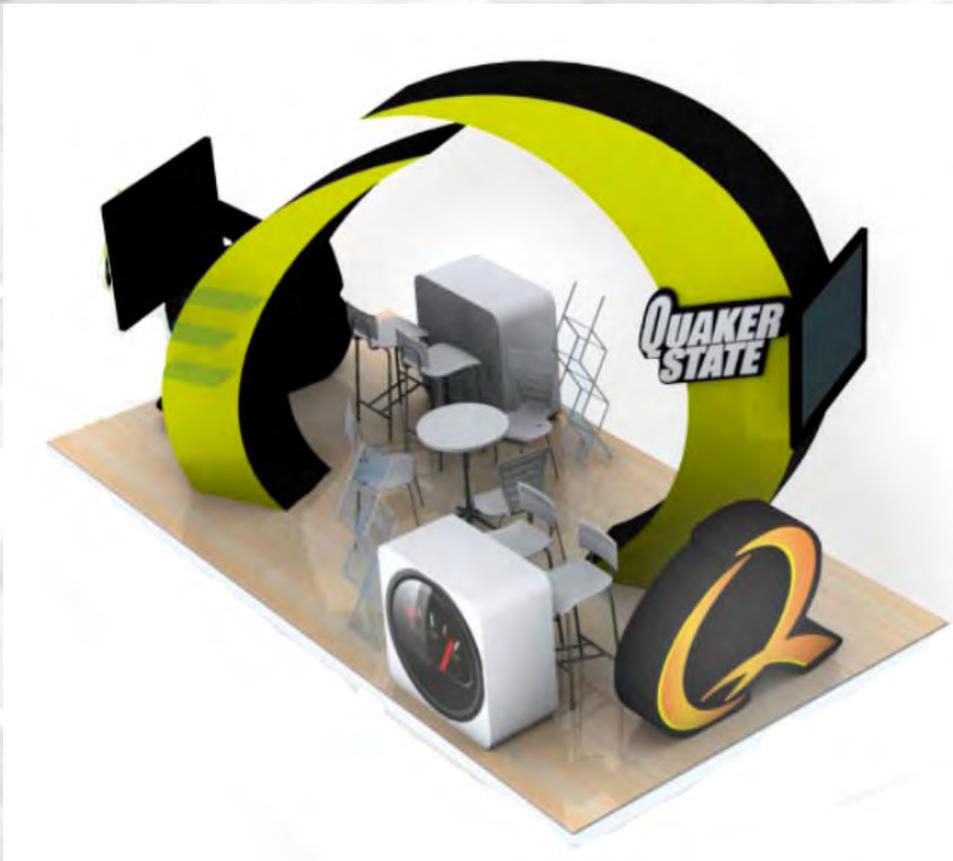
área: 4x 3 x 3.60m de altura en cabecera

año: 2010

requerimientos: exhibición de producto en vitrinas para Sam's y Walmart, presencia de marca, resaltar elementos ecológicos y producto focos ahorradores, áreas de atención.



Ésta fue mi primera asignación de trabajo, la cual debo decir, recuerdo con cierto cariño, pues se vendió por diseño además de un precio competitivo.



## FICHA TÉCNICA

cliente: QUAKER STATE

tipo de diseño: stand

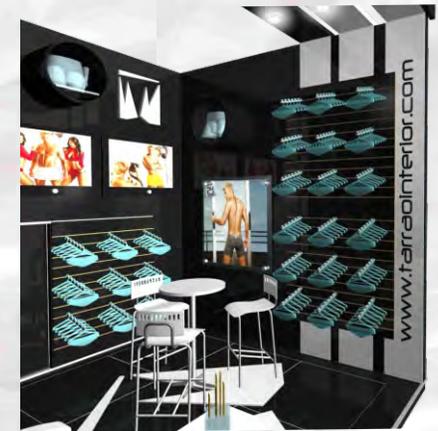
área: 6x3 x 3.60m altura, ubicación isla

año: 2009

requerimientos: Presencia de marca, atención a distribuidores y exhibición de productos



Con éste proyecto, aprendí cómo la comunicación visual del logo mismo, puede darte idea del elemento formal principal, en éste caso la "Q" que distingue a la marca.



puerta abierta

para aprovechar esta "puerta" también le coloqué panel ranurado para colocar más producto

puerta corrediza cerrada



## FICHA TÉCNICA

cliente: TARRAO

tipo de diseño: stand dentro de un pabellón

área: 3x3m en cajón

año: 2010

requerimientos: crear un diseño para esa marca en específico, para destacarse de los demás stands dentro del mismo pabellón. **IMPORTANTE:** como habría modelos y sin área para bodega o cambiador, crear una solución para que pudieran cambiarse "clandestinamente" detrás del stand.



REFLEXIÓN

Dentro de un área relativamente pequeña para exhibición, colocar: producto, pantallas, área de atención, nichos para maniqués y crear un sistema para que los modelos se cambiaran sin salir del stand.

\* Es grato nombrar, que gracias a ésta solución, el cliente se quedó con nosotros como su proveedor.

**B**

## FICHA TÉCNICA

cliente: TECNOLOGÍA ARTE Y DISEÑO DEPTO. DE DISEÑO

tipo de diseño: mobiliario

área: 6x 5m x 2.40 de altura

año: 2010

requerimientos: desarrollar el diseño de mobiliario para el área de diseño, un diseño modular funcional que integra: áreas de trabajo así como áreas de guardado individuales; además de que pueda adaptarse a distintos acomodos dentro del área, y que se fabriquen con materiales con los que se trabaja en la empresa.



En un periodo de tiempo corto se logró generar una propuesta de diseño con piezas individuales, además de ser aceptado por el jefe con previa revisión, quién dió autorización para producción de manera inmediata. (se realizaron a la par de otros proyectos produciéndose)



## FICHA TÉCNICA

cliente: ELÉCTRICA BARBA  
 tipo de diseño: juego de displays  
 área:  
 año: 2011  
 requerimientos: 2 opciones de diseño para reconocimientos, 1 catálogo para exhibición de piezas para terminales eléctricas



En el trabajo con los reconocimientos, el desafío fue innovar el tipo de reconocimientos, en cuanto a forma y presentación.

Con el catálogo, presentar una opción funcional, pero práctica, desechando la exhibición en un tablero común.

B



logo en piso  
y en caja de luz

áreas de  
registro al  
frente

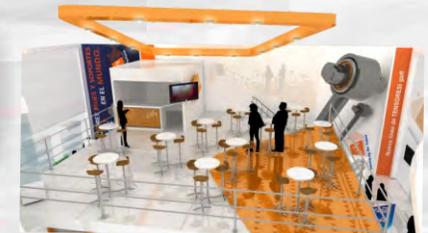


entrada bodega



área atn  
semicerrada

escaleras a  
2do piso



2DO PISO

## FICHA TÉCNICA

cliente: GAFF

tipo de diseño: stand para expo transporte 2011

área: 15.77m x 10.25m cabecera

año: 2011

requerimientos: diseñar áreas de exhibición y atención parte baja, área semicerrada para atención a clientes, bodega, con 2do piso dispuesto como área lounge para proveedores. tiempo de entrega: siguiente día antes de 4pm



REFLEXIÓN

Tratándose de un producto física y visualmente "fuerte", suavizarlo con el diseño, creando un espacio donde se pudieran apreciar desde el exterior el producto, con áreas de exhibición, presencia visual de marca a distancia, y lograr filtrar la entrada de personas, con ciertos elementos, además de destinar un área lounge para recibir solo a proveedores.

## Material fotográfico



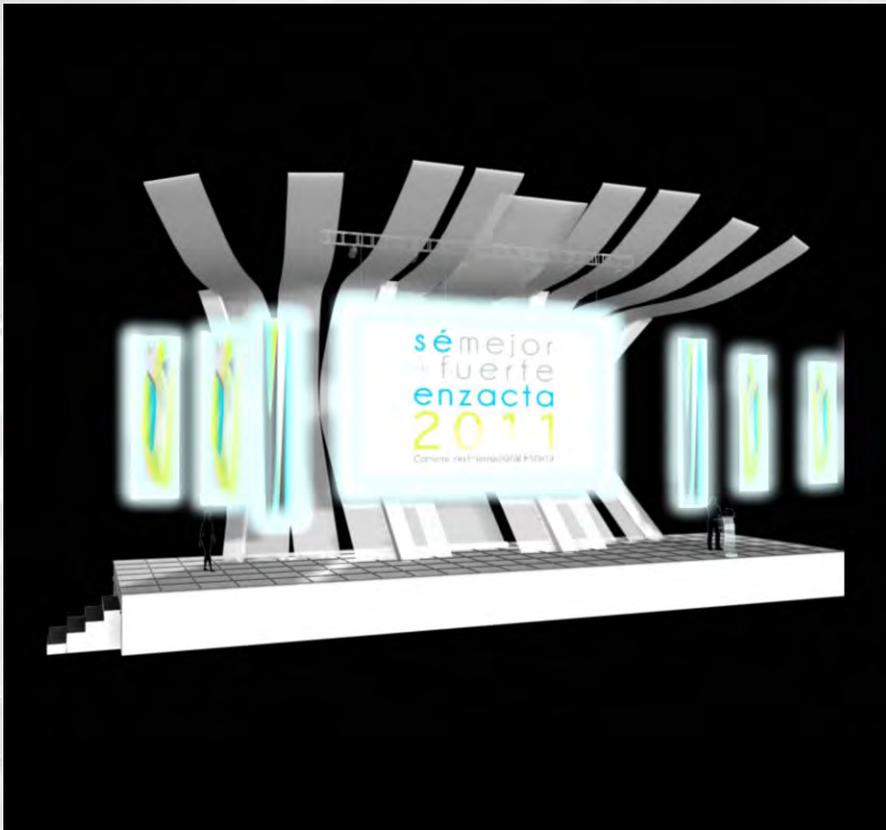
Vista general del stand.



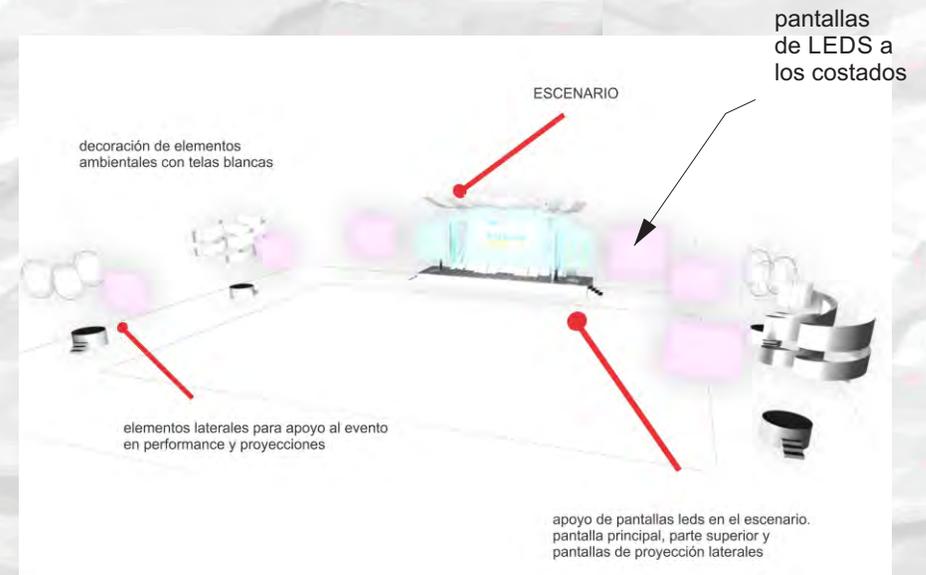
Detalle en de exhibición en piso con iluminación, (otro uso mas, para aprovechar la plataforma) de nuevas piezas de lanzamiento de la marca.



Vista lateral izquierda, donde se observa la composición de los elementos estructurales. (las piezas frontales, se repiten en los laterales, solo intercambiando el orden)



## ESQUEMA DE UBICACIÓN DE ELEMENTOS DEL EVENTO



### FICHA TÉCNICA

cliente: ENZACTA

tipo de diseño: evento especial

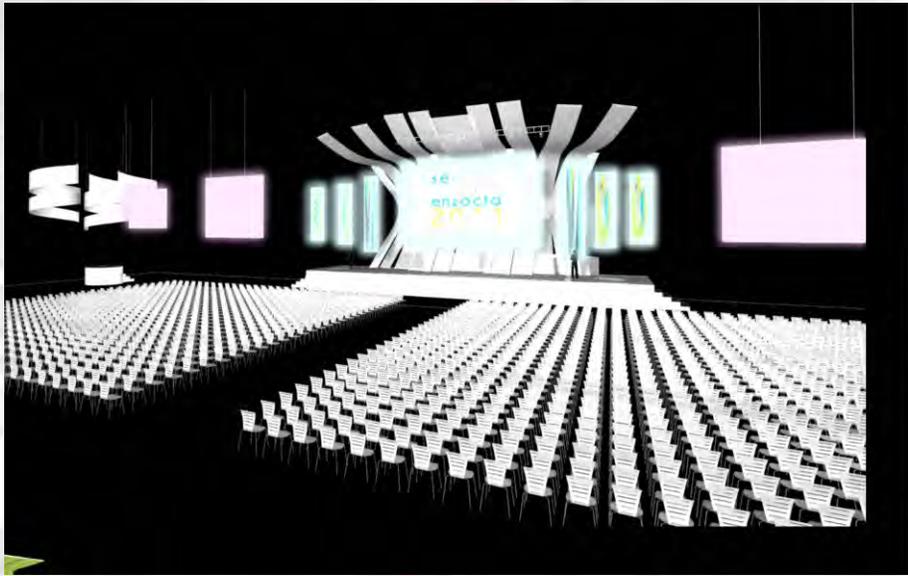
área: salón A del centro Bancomer DF

año: 2011

requerimientos: desarrollar el diseño y conceptualización de un evento a gran escala para el lanzamiento del nuevo logotipo de una empresa multinivel. Realizar un escenario para pláticas, performance, premiaciones y lanzamiento. Áreas laterales para puntos de enfoque, así como Áreas generales dentro del recinto.



El presente proyecto significó mi primer desafío diseñando escenarios y un evento especial. Competimos 2 diseñadores, y el cliente decidió la propuesta. Cabe destacar que no fue sencillo, pues no sólo fue un escenario, sino el desarrollo de otras áreas; además de ayudar durante el montaje y a coordinar durante el evento.



ÁREAS GENERALES



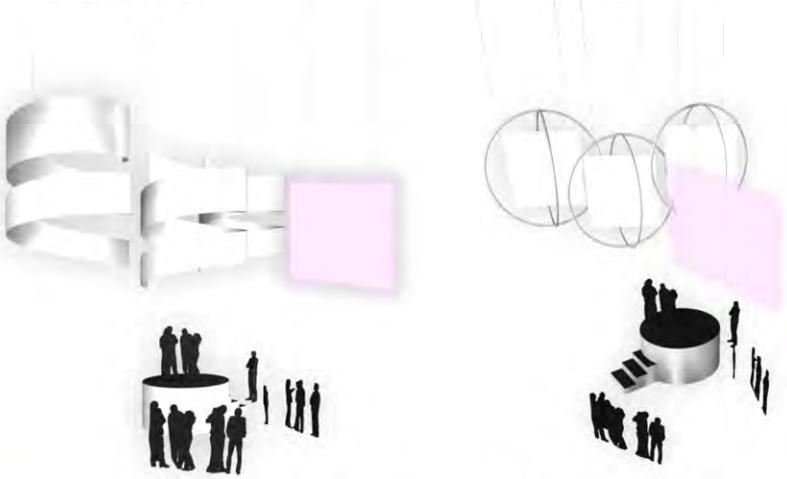
mamparas laterales con acrílicos para permitir la vista de la transmisión



ELEMENTOS LATERALES Y DE PROYECCIÓN

LISTONES EN ESPIRAL

ANILLOS



cada elemento con una plataforma en la parte inferior

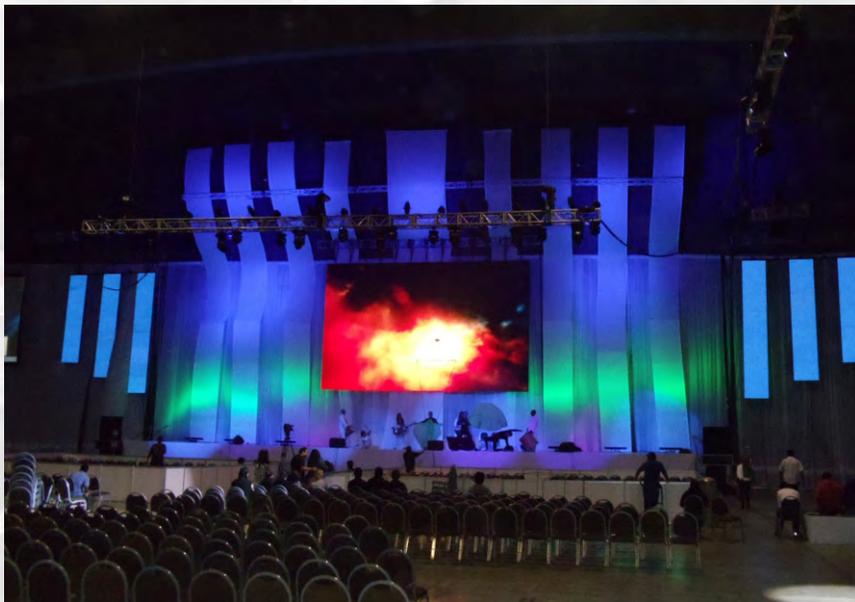
CAMERINO Y BACKSTAGE

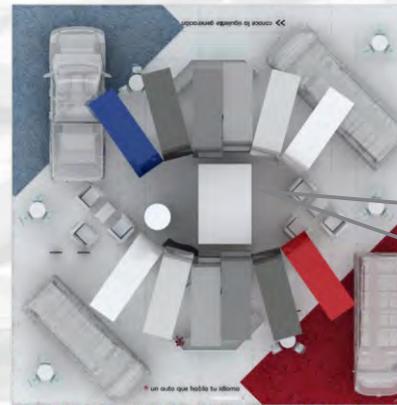


áreas ubicadas detrás del escenario

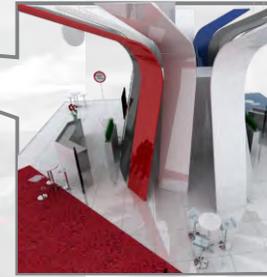


# Material fotogràfic



**B****AD****ÁREA CHRYSLER**

acceso a la bodega, aprovechando el acomodo de los módulos estructurales.

**ÁREA FIAT****FICHA TÉCNICA**

cliente: CHRYSLER / FIAT

tipo de diseño: stand

área: 15x 15x 6m altura en ubicación isla

año: 2011

requerimientos: Proponer un diseño que integre las marcas CHRYSLER y FIAT pero diferenciándolas una de la otra, resaltando: delicadeza más que rudeza. Con una bodega para compartir, áreas de atención y ubicar 2

**REFLEXIÓN**

Se integraron ambas marcas retomando la forma estructural del escenario de Enzacta, coloqué la bodega al centro donde también se ubicaba una columna del recinto, rodeé ésta área con la repetición de los piezas, pero logrando dinamismo con la gama de grises (que era el color en común) y asentando con el color principal de cada uno.  
\* el diseño terminó ganando un premio al mejor stand en esa expo.

## Material fotográfico



Vista general del stand. Logotipos colgantes y barras de atención iluminadas.



Vista general del stand. Entrada a la bodega ubicada en la parte central (ésto fue, para "disfrazar" y aprovechar la columna del recinto que ahí se ubicaba).



Detalle de las estructuras. (12 piezas iguales, pero forradas con telas de los colores de las marcas expositoras: rojo, blanco y grises para integrarlas)



Visualización: área rojos, blanco y grises para FIAT y área azul, blanco y grises para Chrysler

Arco de entrada



Cabaña



Área Nerf



Kidzone



## FICHA TÉCNICA

cliente: HASBRO

tipo de diseño:

área: ubicaciones de arco de entrada, pasillo e interior WTC

año: 2011

requerimientos: Destacar la presencia de HASBRO y sus submarcas en la expojuete, se dedican áreas específicas donde cada marca muestra lo que lo hace representativo, al igual que un área dedicada a los niños para interactuar con el producto, mientras los padres hacen las compras.



REFLEXIÓN

Un proyecto divertido apesar de ser pesado , hablando del tiempo de desarrollo en diseños que se estuvo trabajando (5meses) y la cantidad de personajes a trabajar, pero al final, la satisfacción de ver producidos los diseños y la satisfacción del cliente con la propuesta, valen siempre la pena.

## DISEÑO FINAL

## Arco de entrada



Para el diseño de entrada del arco, se definió en una estructura sencilla, con impresión en tela, logotipo resaltado siempre en grande y en la parte superior, se utilizaron siluetas impresas de transformers como elementos de bienvenida, así como nieve, copos y logotipos, resaltando siempre el azul y blanco de la marca.

## Cabaña



La cabaña: se utilizó finalmente la estructura de cabaña con la que trabajan cada año, sólo que se ambientó de forma diferente, con siluetas de personajes, nieve, esferas, copos y logotipos.

## Árbol de Navidad



Se solicitó un árbol de navidad con la presencia de HASBRO, pero que se ambientara solo con little pet shops en vez de esferas, uso de tonalidades moradas, y regalos gigantes en la parte inferior.



# Material fotogràfico



Cabaña Hasbro ubicada en el pasillo planta baja, WTC.



Arco de entrada a la Expo Juguete.



Árbol de Navidad Hasbro, decorado con los juguetes: Little Petshop.



Marco tipo arco de entrada al área de My Little Pony.

## Material fotogràfico



Castillos My Little Pony para exhibición de juguetes.



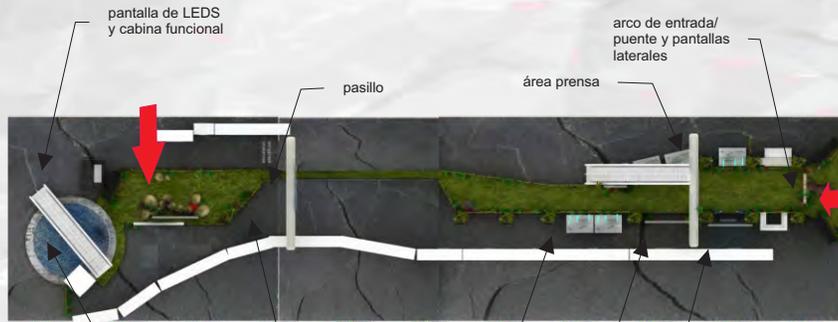
Túnel Little Petshop, haciendo uso de estereotomías, piezas horizontales como repisas tipo nichos, además de ser usadas para estructurar el diseño.



Vista exterior del túnel área Little Petshop.



Área Transformers para foto opportunity.



**BACK PARA FOTOS**



**ÁREA PRENSA**



**BALCONES Y CORREDORES**



**PRESENTACIÓN**



**FICHA TÉCNICA**

cliente: VIAJE 2 LA ISLA MISTERIOSA  
 tipo de diseño: premiere de cine/ alfombra verde  
 área: planta baja centro comercial Reforma 222  
 año: 2011  
 requerimientos: diseñar una premiere para el lanzamiento de la película, destacando elementos del filme, para ambientar áreas para entrada, pasillo, barandales, prensa y presentación de actores.



Un proyecto lleno de color y elementos visuales, también gracias al vendedor y a los clientes que pusieron toda la información disponible para "soltarnos" en el proyecto.

## Material fotográfico



Área entrada con presencia publicitaria.



Área entrada. Arco Bienvenida simulando entrada a cueva.



Balcones con presencia de elementos de la película.



Área back para fotos. Fuente con impresión de marca al frente para ser usado como back de prensa y fotos.



Vista del pasillo "alfombra verde" por el que harán el recorrido



Área para presentación artistas. Ambientada con elementos a gran escala para aumentar la teatralidad del momento.

## VISTA EXTERIOR DE LA SALA



### FICHA TÉCNICA

cliente: DIAGEO/ JHONNIE WALKER BLUE LABEL

tipo de diseño: arquitectura corporativa

área: 4.30 x 3m x 2.30m de altura

año: 2012

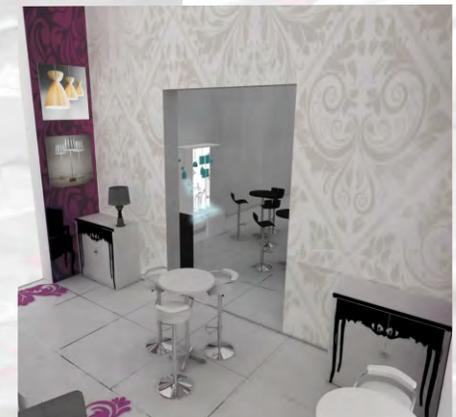
requerimientos: Usar salón3 de la sala de espera para clientes AMERICAN EXPRESS del aeropuerto de la cd de México como área exclusiva de producto Blue Label, para jóvenes adultos, que destinen unos minutos a relajarse y disfrutar del producto, antes de abordar sus vuelos.



REFLEXIÓN

Fue interesante pensar en un diseño exclusivo, sobretodo para un tipo de público "desconocido" para mí.

Pero la libertad de proponer mobiliario, áreas para exhibición y publicitarias, deja un amplio margen a la imaginación. El reto: el espacio destinado, pero aún así, se propusieron cosas interesantes.



## FICHA TÉCNICA

cliente: 2LUZ ENENE

tipo de diseño: stand

área: 6x6 en L

año: 2012

requerimientos: exhibición de producto: lámparas e iluminación, ambientado a espacios vanguardistas; comunicarlo con el stand lateral, lograr una diferenciación de tipo de producto y mercado, respecto a su marca compañera



REFLEXIÓN

Un reto gratificante al trabajar con diseño de interiores para la creación e integración de espacios; con presupuesto limitado, y detalles de diseño en mobiliario, piso y techo.

Además de lograr la comunicación entre stands, creando una diferenciación de mercado.



Vista general del stand.

## FICHA TÉCNICA

cliente: MASTERCARD

tipo de diseño: stand

área: 6x3 x 2.50m de altura

año: 2012

requerimientos: diseñar un stand para mostrar presencia de marca y atención a clientes viajeros. Un diseño que pueda desarrollarse con poco presupuesto, además de que varios de los elementos puedan seguir utilizándose a lo largo del año.



Se trabajó con telas impresas (sistema fabric mix), para que también funcionaran como back, pues se harían entrevistas en ese espacio.

Se logró plasmar lo que el cliente buscaba, además de que la imagen visual se quedó tal como la propuse, pues como no contaba con mucho material gráfico, sólo se me ocurrió resaltar los beneficios, y funcionó.



equipo exhibido sobre  
cajones que simulan  
roca



logo en volumen  
e iluminación



bodega bajo  
escalera



## FICHA TÉCNICA

cliente: HITACHI POWER TOOLS

tipo de diseño: stand expoferretera

área: 6x3 x 5m altura en cabecera con doble piso

año: 2012

requerimientos: diseñar bajo el concepto de: fuerza, poder, industrial, como en campo de trabajo; pero haciendo lucir la marca con gran impacto.

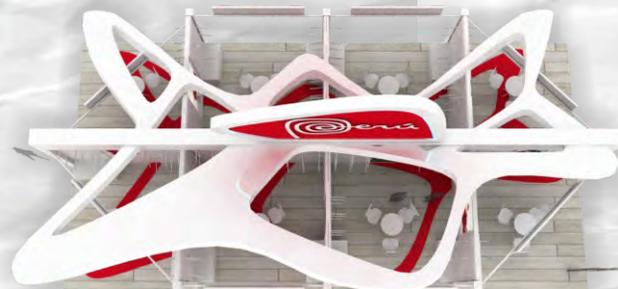


REFLEXIÓN

Hubo un reto con el espacio, integrar una columna del recinto al stand; junto con los elementos estructurales de truces y colores de la marca (verde y negro) se logró integrarla; además de hacer uso de materiales "tipo piedra en spray" para simular muros a media construcción.



VISTA SUPERIOR



## FICHA TÉCNICA

cliente: PERÚ Intermoda 2013

tipo de diseño: pabellón

área: 14.40 x 7.20m con 8 espacios de 3x3m para cada marca

año: 2012

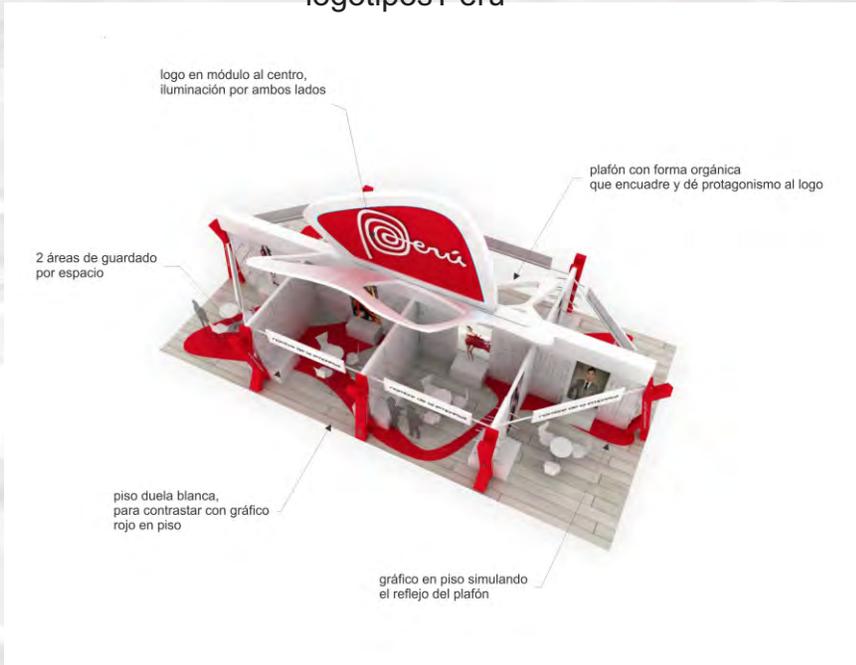
requerimientos: crear un diseño que represente a Perú moda, e integrando a 8 marcas expositoras, equipándolas a cada una con los mismos elementos: áreas para exhibición de producto, áreas de guardado, imagen y nombre de la empresa.



Se creó un diseño dinámico por los elementos formales que lo conforman, aunque después de varios cambios, valió la pena el resultado por la presencia de marca.

**CAMBIO 1**

consistió en reducir de tamaño el plafón y nuevas columnas: la forma se sacó seccionando la forma principal. convirtiéndolas en cajas de luz, con logotipos Perú



**CAMBIO 2**

Aunque el copete haya gustado, se pidió proponer un copete que se pudiera visualizar de todos lados y que causara el mismo impacto; además de otro tipo de columnas (se partió de la misma forma original, pero seccioné otra área)



# Material fotogràfico



Vista general del pabellón. (8 plazas)



Detalle de counter o credenza de atención.



Vista entrega del stand vacío. Detalle de vista estructura superior y marca Perú, integrado con counter y columnas estructurales.



Vista con clientes montando la exhibición de su producto.

**B**pieza superior  
deslizable sobre riel

## FICHA TÉCNICA

cliente: TECNOLOGÍA ARTE Y DISEÑO. DEPTO. DE DISEÑO

tipo de diseño: mobiliario

área: 90cm x 25cm de ancho

año: 2012

requerimientos: diseñar un área de almacenamiento y organizador específicamente para el área de diseño gráfico, que se pudiera acomodar en su área de trabajo y para contener consumibles además de teras y cámaras fotográficas.

**REFLEXIÓN**

Se trató de lograr un diseño que favoreciera y representara también a su área, se propuso con gráficos al frente y en el área superior; pero sobretodo en el interior del mueble no sólo manejar repisas, sino lograr un acomodo por secciones.

área de registro



stand para promoción de Perú



módulos para señalética



sala para conferencia de prensa



## FICHA TÉCNICA

cliente: PERÚ

tipo de diseño: evento especial

área: salones y terraza del Hotel Camino Real cd de México

año: 2012

requerimientos: Desarrollar el diseño de distintas áreas para llevar a cabo actividades específicas dentro de los salones y terraza del Hotel. Se debe tomar en cuenta que como el evento dura 1 solo día, el montaje y desmontaje de los elementos debe ser en un tiempo muy corto.



## REFLEXIÓN

Al tratarse de un evento para Moda, se trabajaron los diseños con cierta distinción de detalles, como uso de texturas y elementos representativos del mundo de la moda.

Con la pasarela, mostrar un ambiente, delicado, divertido y espectacular, apoyándose con el uso de iluminación y elementos a gran escala.

área para cocktail en la Terraza



propuesta de mobiliario:  
sillas y mesas altas con cubierta impresa de tela



pantallas de LEDS



elemento de ambientación

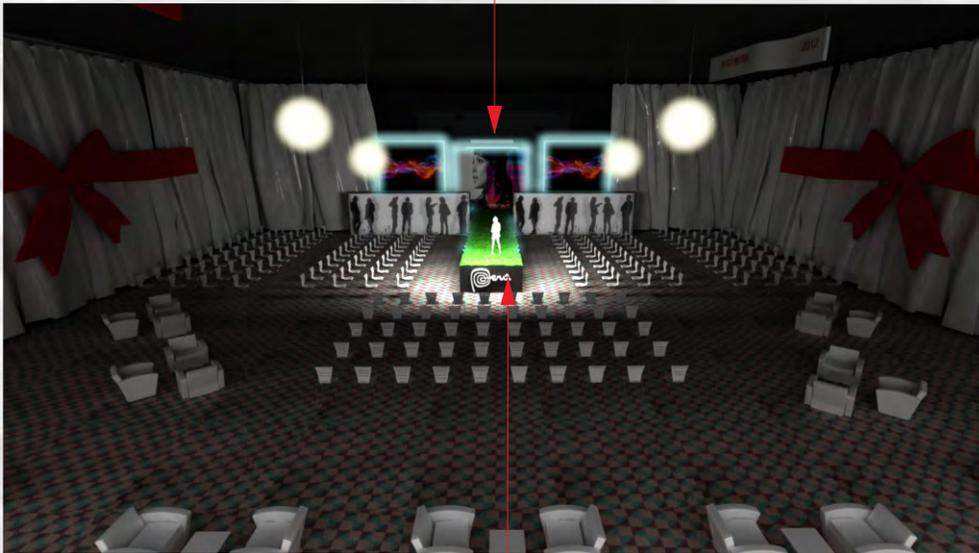


área para la cabina de DJ



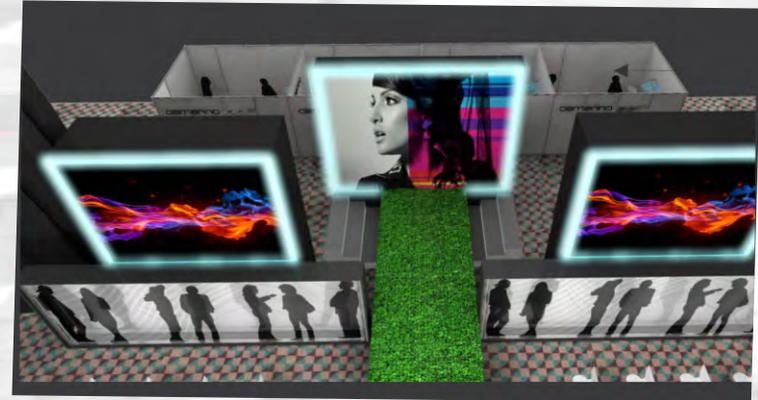
## Pasarela

uso de pantallas LEDS y cajas de luz con imágenes gigantes para resaltar visualmente el área



pasarela central  
con piso pasto artificial  
haciendo alusión al tipo  
de prendas que se presentarían

backs y camerinos en la parte trasera





ÁREA CHRYSLER

ÁREA JEEP



imagen en gran formato que abarca la periferia del área y con iluminación creando mov. y dinamismo

logotipo en la parte superior

área lounge: delimitada con alfombra negra en contraste con el mobiliario en piel blanca

plataforma con textura, para crear protagonismo al elemento a exhibir

área de atención



back en gran formato como apoyo visual de el medio en que se desenvuelve

bodega

área lounge: con sala y percheros en piel negra

plataforma para exhibición con textura

logotipo en volumen con ambientación de rocas y arena

## FICHA TÉCNICA

cliente: CRHYSLER

tipo de diseño: evento especial AIRSHOW 2012

área: hangar de 14x 11m

año: 2012

requerimientos: Agrupar en un hangar 2 marcas y lograr diferenciarlas entre sí, colocar áreas de atención y áreas lounge, además de que la ambientación, represente a cada marca.



Un reto integrar 2 marcas diferentes que van encaminadas a públicos distintos, pero lográndolas diferenciar destacando características de: elegancia/ glamour y fuerza y exploración todo ello para apoyar a las unidades exhibidas.

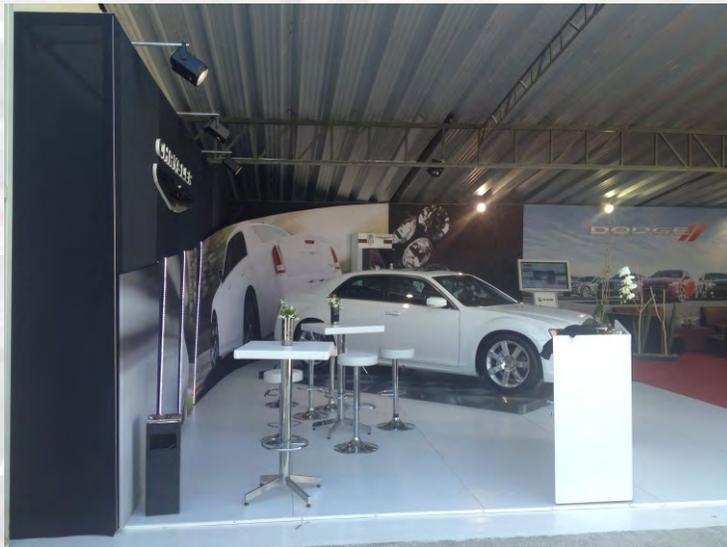
## Material fotogràfico



Vista área Chrysler: muro curvo seccionado, con imagen publicitaria.



Detalle de área VIP para atención a clientes, con imagen de back para ambientar el área e integrar el concepto Chrysler.



Vista general área Chrysler.



Vista general área Jeep.



imagen en gran formato que integra y ambienta los elementos del concepto

logotipo en primer plana, en la parte superior e iluminados por la parte de atrás  
estructura general con puerta lateral

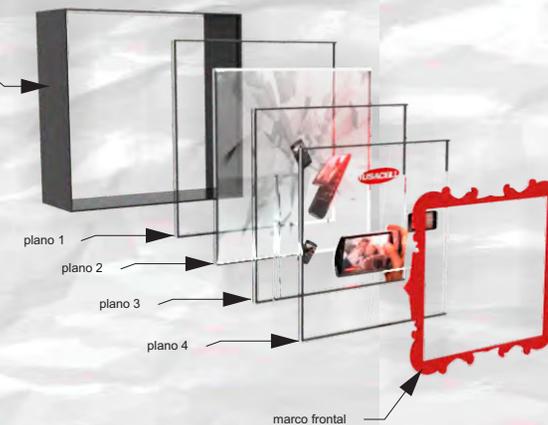


elemento para "enmarcar" el y los diferentes conceptos a intercambiarse según publicidad y temporada; es decir, será un elemento que dé protagonismo al concepto.

silueta humana en acabado espejo, para simular que "quien se refleja, es el que forma parte de lusacell"

iluminación con leds, en el plano de la imagen

estructura



## FICHA TÉCNICA

cliente: IUSACELL

tipo de diseño: escaparate

área: 2.40 x 2.40 x 1m de ancho

año: 2013

requerimientos: crear un escaparate con exhibición intercambiable para centros de venta y servicio. Además de que la exhibición se pudiera cambiar fácilmente por empleados del local.



Trabajé y resolví bajo éste concepto:

Todos los elementos que se encuentran dentro del escaparate, representan el universo lusacell.

El elemento al frente, es el que siempre integrará y hará protagonizar la publicidad y branding.

Y por último, la silueta (en acabado espejo), representará al "individuo"; pues toda persona que se refleje en la silueta, significará que forma o es un candidato a ser parte de éste universo, del cual tiene una infinidad de servicios a escoger.

AD

H



stand original

estructura original



estructura modular a manera de mueble seccionado, para contener el cableado así como para que el mismo personal pueda cambiarlos sin destruir el stand

## FICHA TÉCNICA

cliente: CONDUMEX

tipo de diseño: stand

área: 6x3 x 5m altura en cabecera

año: 2013

requerimientos: adaptar elemento formal de stand Aeroméxico, exhibición de producto, logotipo, presencia de marca, área de guardado, áreas de atención e imágenes.



REFLEXIÓN

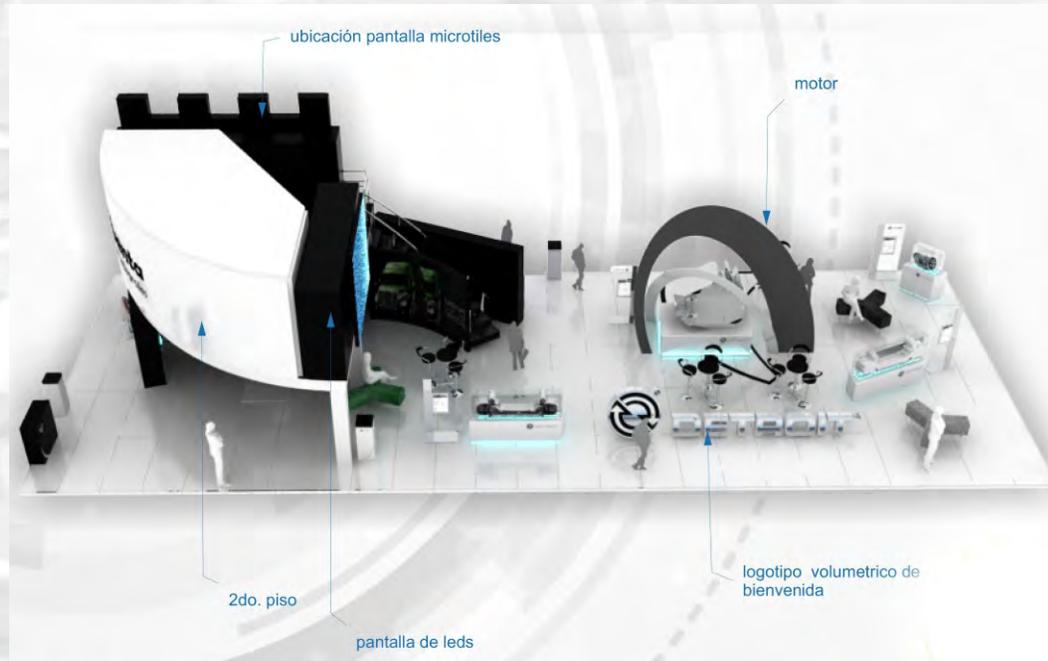
Se logró la identidad de marca en base a colores y logotipo, integrando imagen en gran formato como apoyo visual.

La estructura se integró desde piso (línea naranja), muro (estructura) a techo.

Exhibición en muro y estructura, limpio.

nombre de mi proyecto:

**tu futuro es DETROIT**



## FICHA TÉCNICA

cliente: DETROIT DIESEL

tipo de diseño: stand expo transporte 2013

área: 30x 15m esquina

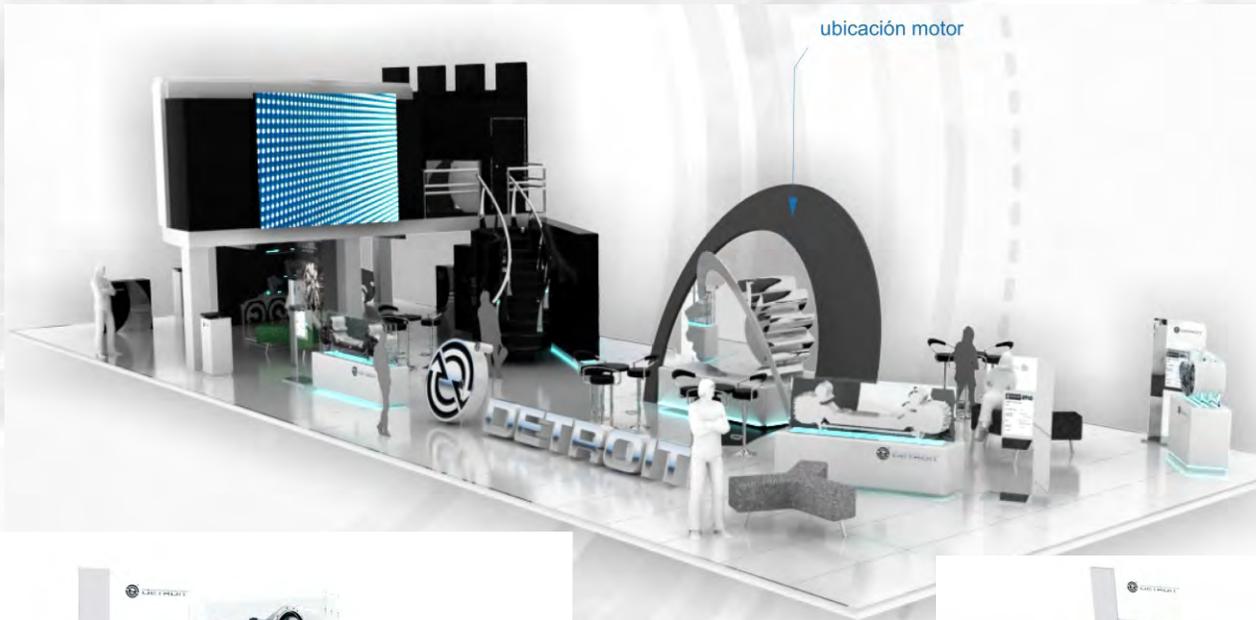
año: 2013

requerimientos: Diseñar un área destinada para la marca DETROIT, dentro del stand del stand de Mercedes-Benz, dándole individualidad a la marca aunque estuviera dentro del espacio de otra. Diseñarlo bajo el concepto de alta tecnología y destacando colores de la marca(azul, negro, blanco)



**REFLEXIÓN**

Coloco específicamente, éste como último proyecto de mi portafolio, pues fue mi último trabajo en Tecart, además de satisfacción personal, pues el cliente me pidió como su diseñadora en este proyecto, para su presentación en expotransporte; así como el uso del nombre de mi proyecto para ser usado en su campaña de lo que restaba del año.



ubicación motor



display para pieza con ficha tècnica lateral



display para pieza con ficha tècnica lateral



mòdulo 75 años de historia con pantalla movible



display para exhibición de refacciones

# Material fotográfico



Vista del montaje con 2do. piso ya montado, así como mobiliario y áreas específicas.



Detalle de logotipo en volumen gigante para dar la bienvenida al público al entrar al área Detroit.



Vista general interna.



Vista del área del motor.



Vista muro 75 años, con pantalla deslizable. A la derecha, lateral del 2do piso, con pantallas microtiles.

Luego de exponer mi book de actividades en Tecart; presento ahora, uno de mis trabajos en este nuevo empleo. Es importante nombrar, que gracias al aprendizaje obtenido en años pasados; ahora tengo la posibilidad de extender esos conocimientos y aplicarlos a nuevas actividades de diseño.

A continuación, muestro uno de mis proyectos, en mi presente estadia.



Diseño basado en piràmides volumètricas, en distintas medidas. Y acomodadas en mayor cantidad en los extremos y al centro solo el logotipo FONATUR, simulando una explosión de geometrias, hasta llegar a la creación del logo.



Vista de representación de escenario, con la opción de proyección de luces y pantalla central.

### FICHA TÉCNICA

cliente: FONATUR

tipo de diseño: escenario para celebración y mapping de 40 años

área: 24x 12m x 3.20m altura

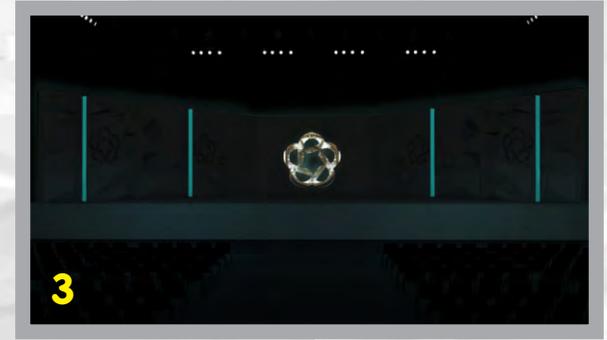
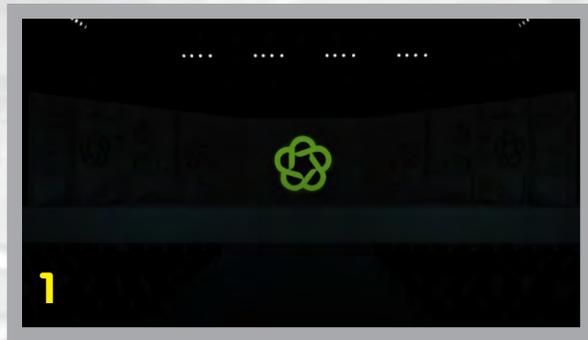
año: 2014

requerimientos: Diseñar un escenario que pueda ser adaptado a distintas actividades: presentación, proyección de luces y mapping conmemorativo.



Se logró la versatilidad de los requerimientos, presentando el diseño de la estructura todo en blanco, para que se pudiera utilizar la proyección de luces y mapping, con un solo elemento base.

## SECUENCIA DE REPRESENTACIÓN DE VIDEOMAPPING



Pirotecnia fría, para el acto de impacto del cierre del evento.

## Conclusión

En 2009 inicié una nueva etapa de vida, no sólo fue. “lo que le seguía de la escuela”, sino la verdadera prueba de fuego necesaria para desarrollarme profesionalmente: mi carrera laboral como diseñadora industrial.

El haber logrado entrar a Tecart sin experiencia alguna, contando sólo con mis conocimientos universitarios; fue sin exagerar, la oportunidad de vivir una serie de sucesos llenos de retos, que al final del día se convirtieron algunas veces, en errores, pero también en muchos éxitos, es decir, en vivencias laborales.

Desde aprender a mostrar mis ideas, adaptarme a una forma de trabajo y organización, relacionarme con compañeros (de mi área, y de las demás que componen la empresa); enseñarme a escuchar, observar, argumentar, dar voz a mis propuestas, autoevaluarme, a convivir con desafíos diarios para hallar soluciones prácticas y funcionales, resultado de ésto, a trabajar eficientemente bajo presión.

Ser parte de un equipo de personas y jefes que te exigen y enseñan con su propio ejemplo, a ver mas allá y a entregar el doble de lo que uno cree que es capaz de mostrar ....y ganar con ello.

He aprendido lecciones y estrategias, cosas que no se enseñan habitualmente al ir creciendo, sino que se generan, se aprenden y se pulen al ir trabajando.

La combinación de todo lo anterior, son el resultado de evolucionar en un individuo con la meta profesional de conocer cada vez mas, de seguir vigente en la búsqueda incesante de nuevos conocimientos y constante mantenimiento en actualización de software de modelado y edición; en investigación, desarrollo y nuevas tendencias de diseño, para así adaptarme a nuevas personas, lugares y campos laborales, aprender y a transmitir mas; ser una gestora de grandes ideas.... de ser una mejor Diseñadora Industrial.

# Glosario

- **Stand** Espacio diseñado y fabricado para exponer y exhibir productos y/o servicios de una marca específica.
- **Render** Representación visual de un objeto o proyecto.
- **Pabellón** Espacio integrado por varios stands pertenecientes a la misma marca o cliente.
- **Brief** Es el vaciado de información que contiene los aspectos útiles y necesarios para tomarse en cuenta al diseñar. Tales como:
  - objetivo del cliente, fecha, área de exhibición, recinto, producto(s) a mostrar, colores a usar, estilo, presupuesto\*.

Cabe aclarar que no siempre se parte desde cero, muchas veces, el cliente entrega desde el inicio su brief.

En éstos casos, se asienta desde el inicio lo que el cliente requiere, cómo lo quiere solucionar, colores, materiales y hasta qué ideas tiene en mente para ello.

- **Book** Es una visualización de actividades y proyectos (propios o de los cuales se ha sido partícipe) para mostrar la experiencia profesional del individuo.
- **Ferma** Término utilizado para referirse a las siluetas de algún objeto, forma o gráfico, para ser utilizadas en múltiples materiales.

# Notas Bibliográficas

## REGISTRO DE CONSULTA DE LIBROS

- **Display, Commercial Space and Design. vol.37** (2009) ed. Rikuyoshi
- **Creative Booth Design 2** (2010) ed. Alphabook.
- **Fair Design.** Architecture for exhibition (2010) ed. Braun
- **Tiendas.** TopShops 2 (2012) ed. Links
- **Bares, Clubs y Restaurantes.** Innovación y Diseño (2010) ed. Links
- **Pantone.** The 20th Century in Color (2011) ed. Chronicle Books
- **Trade Fair Design Annual** (2007- 2008) ed. Aveditor<sup>2</sup>
- **Grand Stand Design & Construction.** Design for trade fair, stand and exhibition.(2009) ed. Frame
- **Grand Stand 2.** Design Trade Fair Stand more than 500m (2009) ed. Frame
- **Cafes, Bars & Restaurants.** Architectural Design (2009) ed. Monsa

# Notas Bibliográficas

## REGISTRO DE CONSULTA DE PÁGINAS WEB

NOMBRE	TIPO	AÑO
• <b>designmilk.com</b> .....	diseño de interiores, arquitectura, mobiliario, arte, estilo y tecnología.....	2009
• <b>deezen.com</b> .....	arquitectura, diseño y tecnología.....	2012
• <b>retaildesignblog.net</b> .....	mobiliario, visual merchandising, branding e iluminación.....	2012
• <b>thecoolhunter.net</b> .....	moda urbana, diseño, moda, arquitectura y arte.....	2011
• <b>picamemag.com</b> .....	publicidad, ilustración, arte, diseño, música, papel y fotografía.....	2011
• <b>collater.al</b> .....	formas creativas de: arte, estética contemporánea y cultura del diseño.....	2011
• <b>mocoloco.com</b> .....	diseño contemporáneo y arquitectura.....	2010
• <b>revistacodigo.com</b> .....	arte, arquitectura, moda y estilo.....	2010
• <b>desiretoinspire.net</b> .....	inspiración de diseño de interiores.....	2013
• <b>designsponge.com</b> .....	remodelación de mobiliario, diseño gráfico y diseño de interiores.....	2009

## Catálogo de materiales para consulta, ubicados en el área de compras



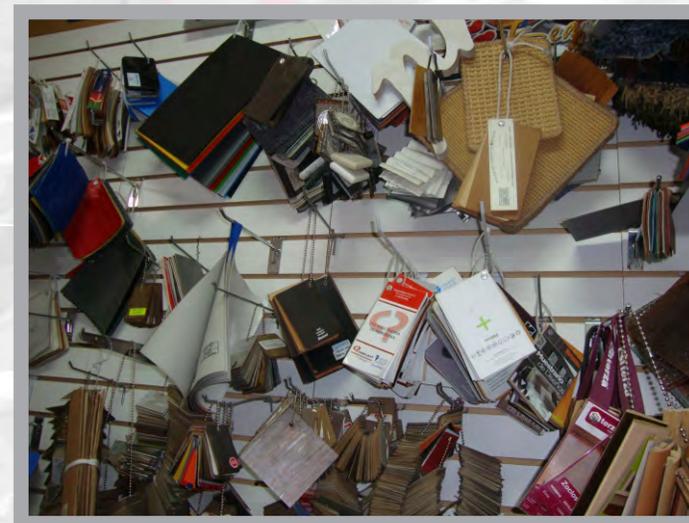
**PISOS Y DUELAS**



**MEMBRANAS, ACRÍLICOS Y TEXTILES**

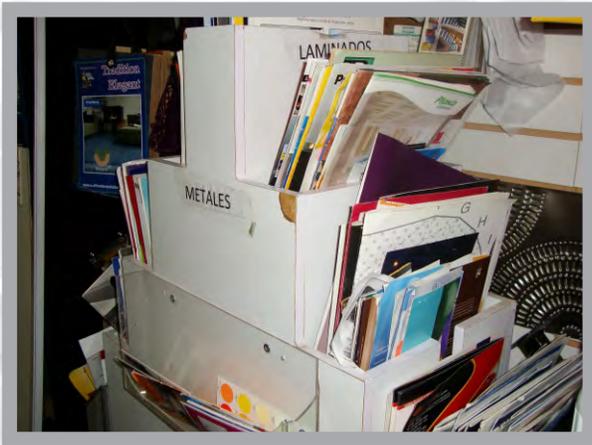


**ALFOMBRAS Y PASTOS**



**PANELES PARA RECUBRIMIENTOS**

# Catálogo de materiales para consulta, ubicados en el área de compras



**HERRAJES Y LAMINADOS**



**MUESTRARIO DE ILUMINACIÓN (LEDS)**



**Gracias.**