



**UNIVERSIDAD
DEL AZUAY**

FACULTAD DE
DISEÑO Y ARTE

ESCUELA DE DISEÑO DE OBJETOS

DISEÑO DE
**STANDS
MODULARES**

para fortalecer la identidad y
presencia de la Universidad del Azuay
en eventos deportivos
(caso de estudio los Pumas)

Trabajo de Graduación previo a la
obtención del título de:

DISEÑADOR DE OBJETOS

Autor:

**CAPÓN GUAMAN
DAVID ADRIÁN**

Director:

DIS. ALFREDO CABRERA CHIRIBOGA

Cuenca, Ecuador 2026

DISEÑO DE
STANDS
MODULARES

para fortalecer la identidad y
presencia de la Universidad del Azuay
en eventos deportivos
(caso de estudio los Pumas)



FACULTAD DE
DISEÑO Y ARTE

ESCUELA DE DISEÑO DE OBJETOS

DISEÑO DE
**STANDS
MODULARES**

para fortalecer la identidad y
presencia de la Universidad del Azuay
en eventos deportivos
(caso de estudio los Pumas)

Trabajo de Graduación previo a la
obtención del título de:

DISEÑADOR DE OBJETOS

Autor:

**CAPÓN GUAMAN
DAVID ADRIÁN**

Director:

DIS. ALFREDO CABRERA CHIRIBOGA

Cuenca, Ecuador 2026

DEDICATORIA

Dedico este proyecto de titulación, con profundo cariño y gratitud, a mi familia, quienes han sido mi mayor apoyo e inspiración a lo largo de este camino. Gracias por su amor incondicional, su confianza en mí y por acompañarme en cada desafío, brindándome la fuerza necesaria para seguir adelante y alcanzar esta meta tan importante.

También dedico este logro a todas las personas que formaron parte de esta etapa de mi vida, por sus palabras de aliento, su apoyo y los momentos compartidos que contribuyeron a mi crecimiento personal y profesional.

Este trabajo es el reflejo del esfuerzo realizado, pero también del cariño, la confianza y el respaldo de quienes estuvieron a mi lado durante este recorrido.





AGRADECIMIENTO

Expreso mi más sincero agradecimiento a mi familia por su amor, comprensión y apoyo incondicional a lo largo de toda mi formación académica. Su confianza en mí ha sido una fuente constante de motivación para superar cada desafío y alcanzar esta importante meta.

Agradezco profundamente a todos mis maestros, quienes con dedicación y compromiso contribuyeron a mi formación profesional y personal, transmitiéndome no solo conocimientos, sino también valores fundamentales para mi desarrollo como persona.

De manera especial, extiendo mi gratitud a mi tutor, Alfredo Cabrera, por su guía, paciencia y apoyo constante durante mi carrera y, especialmente, durante el desarrollo de este proyecto de titulación. Sus enseñanzas y recomendaciones fueron esenciales para la culminación exitosa de este trabajo.

Finalmente, agradezco a mis amigos, quienes me acompañaron durante esta etapa de mi vida, compartiendo experiencias, aprendizajes y momentos inolvidables que hicieron este camino más llevadero y enriquecedor.

A todos ustedes, gracias por formar parte de este logro.

ÍNDICE GENERAL

DEDICATORIA	6
AGRADECIMIENTO	7
ÍNDICE GENERAL.....	9
RESUMEN	12
ABSTRACT	13
INTRODUCCIÓN	14
PROBLEMÁTICA	15
OBJETIVOS	16
Objetivo general:	16
Objetivos específicos:	16
CAPÍTULO 1.....	17
1.1 INTRODUCCIÓN.....	18
1.2 ANTECEDENTES INSTITUCIONALES	19
1.3 VOLEIBOL (Femenino y Masculino).....	21
1.3.1 Descripción y práctica en Cuenca.....	21
1.3.2 Cómo se juega	21
1.3.3 Medidas de la cancha.....	21
1.4 FÚTBOL (Femenino y Masculino).....	22
1.4.1 Descripción y práctica en Cuenca.....	22
1.4.2 Cómo se juega.....	22
1.4.3 Medidas de la cancha (fútbol 11).....	22
1.5 BÁSQUETBOL (Femenino y Masculino).....	23
1.5.1 Descripción y práctica en Cuenca	23
1.5.2 Cómo se juega.....	23
1.5.3 Medidas de la cancha (FIBA).....	23
1.6 TENIS DE MESA / PING PONG (Femenino y Masculino).....	24
1.6.1 Descripción y práctica en Cuenca	24
1.6.2 Cómo se juega.....	24
1.6.3 Medidas del área de juego	24
1.7 ATLETISMO (Femenino y Masculino).....	25
1.7.1 Descripción y práctica en Cuenca.....	25
1.7.2 Cómo se practica	25
1.7.3 Medidas de la pista	25
1.8 NATACIÓN (Femenino y Masculino).....	26
1.8.1 Descripción y práctica en Cuenca	26
1.8.2 Cómo se practica.....	26
1.8.3 Medidas de la piscina	26
1.9 CICLISMO (Femenino y Masculino).....	27
1.9.1 Descripción y práctica en Cuenca	27
1.9.2 Cómo se practica.....	27
1.9.3 Espacios de práctica.....	27
1.9.4 Parámetros generales.....	27
1.10 LOS PUMAS DE LA UNIVERSIDAD DEL AZUAY	28
1.11 ELEMENTOS PROMOCIONALES Y COMUNICACIONALES	29
1.12 LOS STANDS	30
1.13 CLASIFICACIÓN DE STANDS	31
1.13.1 Stands modulares.....	31
1.13.2 Stands tecnológicos.....	31

1.13.3 Stands personalizados.....	31
1.13.4 Stands institucionales.....	31
1.13.5 Stands portátiles.....	31
1.13.6 Stands comerciales.....	31
1.13.7 Stands de isla.....	31
1.13.8 Stands ecológicos.....	31
1.13.9 Stands lineales.....	31
1.13.10 Stands experimentales.....	31
1.14 SITUACIÓN PROBLEMA.....	32
1.15 ESTADO DEL ARTE.....	34
1.15.1 Estado del arte 1: Diseño de stands comerciales en el barrio de la Floresta, Quito, Ecuador.....	34
1.15.2 Estado del arte 2: Marketing mix y posicionamiento de marca: el caso de la empresa Innova- dent.....	35
1.15.3 Estado del arte 3: Which Dimension of Brand Activation in an Event Context has a Greater Impact on Customer based Brand Equity.....	36
1.15.4 Estado del arte 4: Cardboard-formed Exhibition Space 2.0.....	37
1.15.5 Estado del arte 5: Stands a partir de contenedores reformados.....	38
1.15.6 Estado del arte 6: Design of a modular exhibition structure with additive manufacturing of eco sustainable materials de Invernizzi.....	39
1.16 CONCLUSIÓN.....	40
CAPÍTULO 2.....	41
2.1 MARCO TEÓRICO.....	42
2.2 INTRODUCCIÓN.....	43
2.3 TEORIAS.....	44
2.3.1 Teoría de la experiencia de marca aplicada al diseño experiencial.....	44
2.3.2 Teoría del diseño modular aplicada a la arquitectura efimera.....	45
2.3.3 Teoría de la identidad institucional aplicada a eventos deportivos.....	46
2.3.4 Teoría de la portabilidad en el diseño de stands promocionales.....	47
2.4 CONCEPTOS.....	48
2.4.1 Diseño experiencial.....	48
2.4.2 Modularidad.....	49
2.4.3 Identidad de marca.....	50
2.4.4 Portabilidad.....	51
2.5 CONCLUSIÓN.....	52
CAPÍTULO 3.....	54
3.1 INTRODUCCIÓN.....	55
3.2 METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN.....	56
3.2.1 Enfoque metodológico.....	56
3.2.2 Tipo y nivel de investigación.....	56
3.2.2.1 Tipo de investigación.....	56
3.2.2.2 Nivel de investigación.....	56
3.2.3 Población y muestra.....	57
3.2.3.1 Población.....	57
3.2.3.2 Muestra.....	57
3.2.3.3 Encuesta.....	57
3.2.3.4 Observación directa.....	57
3.2.4 Objetivo general de la encuesta.....	57
3.2.4.1 Objetivos específicos.....	57
3.2.4.2 Procesamiento y análisis de resultados.....	57
3.3 RESULTADOS DE LA ENCUESTA.....	58
3.4 RESULTADOS MÁS RELEVANTES DE LA ENCUESTA.....	64
3.4.1 Resultado 1 – Importancia de la rapidez y accesibilidad.....	64
3.4.2 Resultado 2 – Necesidad de mayor visibilidad.....	64
3.4.3 Resultado 3 – Preferencia por productos útiles y experiencia práctica.....	64
3.4.4 Vinculación de los resultados con el desarrollo del proyecto.....	64
3.5 PERFIL DE USUARIO 1: Estudiante / Hija / Deportista.....	65
3.5.1 Información general.....	65
3.5.2 ¿Quién es el usuario?.....	65

3.5.3 Situación / Problema	65
3.5.4 Obstáculos.....	65
3.5.5 ¿Qué influencias / gustos / necesidades hay?.....	65
3.5.6 Motivaciones / objetivos	65
3.5.7 Frustraciones.....	65
3.5.8 Necesidades iniciales (palabras clave).....	65
3.6 PERFIL DE USUARIO 2: Público general / Familiar / Visitante externo	66
3.6.1 Información general.....	66
3.6.2 ¿Quién es el usuario?.....	66
3.6.3 Situación / Problema	66
3.6.4 Obstáculos	66
3.6.5 ¿Qué influencias / gustos / necesidades hay?.....	66
3.6.6 Motivaciones / objetivos	66
3.6.7 Frustraciones.....	66
3.6.8 Necesidades iniciales (palabras clave).....	66
3.7 BRIEF	67
3.7.1 Necesidades Iniciales.....	67
3.8 HOMÓLOGOS.....	68
3.8.1. Stand Modular – Octanorm Systems.....	68
3.8.1.1 Formal:.....	68
3.8.1.2 Funcional:.....	68
3.8.1.3 Tecnológico:.....	68
3.8.1.4 Expresivo:.....	68
3.8.2. Stand Modular – Expo-System Modular Booth	69
3.8.2.1 Formal:.....	69
3.8.2.2 Funcional:.....	69
3.8.2.3 Tecnológico:.....	69
3.8.2.4 Expresivo:.....	69
3.8.3. Stand Modular – beMatrix Frame System.....	70
3.8.3.1 Formal:.....	70
3.8.3.2 Funcional:.....	70
3.8.3.3 Tecnológico:.....	70
3.8.3.4 Expresivo:.....	70
3.8.4. Stand Modular – Aluvision Hi-LED System	71
3.8.4.1 Formal:.....	71
3.8.4.2 Funcional:.....	71
3.8.4.3 Tecnológico:.....	71
3.8.4.4 Expresivo:.....	71
3.9 IDEACIÓN	72
3.9.1) Plegabilidad	72
3.9.2) Armable.....	72
3.9.3) Flexibilidad	72
3.9.4) Geométrico	72
3.9.5) Brutalismo.....	72
3.9.6) Adaptable	72
3.9.7) Simplicidad.....	72
3.9.8) Tecnología.....	72
3.9.9) Vintage	72
3.9.10) Industrial.....	72
3.10 PARTIDAS DE DISEÑO.....	73
3.10.1. PARTIDA FORMAL.....	73
3.10.2. PARTIDA FUNCIONAL.....	74
3.10.3. PARTIDA TECNOLÓGICA	74
3.11 BOCETOS	75
3.12 CONCLUSIÓN	78
CAPÍTULO 4	79
4.1 INTRODUCCIÓN.....	80
4.2 DOCUMENTACIÓN TÉCNICA.....	81

4.3 SIMULACIÓN Y ANÁLISIS DE ESFUERZOS DEL MÓDULO DISEÑADO	91
4.4 RENDER.....	97
4.5 FOTOS DEL PRODUCTO	103
4.6 CONCLUSIONES DEL CAPÍTULO	106
4.7 CONCLUSIONES GENERALES	107
BIBLIOGRAFÍAS	108

ÍNDICE DE IMÁGENES

imagen 1 . Puma en la selva.....	14
imagen 2 . Personas haciendo calentamiento.....	16
imagen 3 . Boceto	16
imagen 4 . Persona impulsando productos.....	18
imagen 5 . Corredores.....	18
imagen 6 . Muestra de stand.....	19
imagen 7 . Muestra de stand	20
imagen 8 . Personas jugando voleibol.....	21
imagen 9 . Jugador de voleibol.....	21
imagen 10 . Persona con balon.....	22
imagen 11 . Arquero.....	22
imagen 12 . Personas jugando basquetbol	23
imagen 13 . Jugador de basquetbol.....	23
imagen 14 . Jugador de ping pong.....	24
imagen 15 . Mesa de ping pong	24
imagen 16 . Atleta haciendo calentamiento.....	25
imagen 17 . Atleta	25
imagen 18 . Nadadora en piscina.....	26
imagen 19 . Nadador.....	26
imagen 20 . Ciclista	27
imagen 21 . Ciclistas en pista.....	27
imagen 22 . Puma en la selva	28
imagen 23 . Muestra de stand	32
imagen 24 . Muestra de stand.....	33
imagen 25 . Muestra de stand	34
imagen 26 . Muestra de stand	35
imagen 27 . Personas caminando.....	36
imagen 28 . Muestra de stand.....	37
imagen 29 . Personas frente a stand.....	38
imagen 30 . Muestra de stand.....	40
imagen 31 . Deportistas	42
imagen 32 . Personas visitando stand.....	43
imagen 33 . Muestra de stand	44
imagen 34 . Muestra de stand.....	45
imagen 35 . Muestra de stand.....	46
imagen 36 . Muestra de stand.....	47
imagen 37 . Muestra de stand.....	48
imagen 38 . Muestra de stand.....	49
imagen 39 . Muestra de stand.....	50
imagen 40 . Muestra de stand.....	51
imagen 41 . Muestra de stand.....	52
imagen 42 . Muestra de stand.....	53
imagen 43 . Mano con resaltador.....	55
imagen 44 . Persona llenando encuesta.....	56
imagen 45 . Persona llenando encuesta.....	57
imagen 46 . Estudiantes	58
imagen 47 . Figura.....	58
imagen 48 . Figura.....	58
imagen 49 . Figura.....	58
imagen 50 . Figura.....	59
imagen 51 . Figura	59
imagen 52 . Figura	59
imagen 53 . Figura.....	60
imagen 54 . Figura.....	60
imagen 55 . Figura	60
imagen 56 . Personas de diferentes edades.....	60
imagen 57 . Figura	61
imagen 58 . Figura.....	61
imagen 59 . Figura	61
imagen 60 . Figura	62
imagen 61 . Figura.....	62
imagen 62 . Figura.....	62
imagen 63 . Figura.....	63
imagen 64 . Figura.....	63
imagen 65 . Figura.....	63
imagen 66 . Estudiantes.....	63
imagen 67 . Estudiantes.....	65
imagen 68 . Personas comunes.....	66
imagen 69 . Muestra de stand.....	67
imagen 70 . Muestra de stand.....	72
imagen 72 . Muestra de stand.....	73
imagen 73 . Muestra de stand.....	74
imagen 74 . Muestra de stand.....	78

RESUMEN

Diseño de un stand modular para eventos deportivos de la Universidad del Azuay

La Universidad del Azuay cuenta con una destacada participación en eventos deportivos; sin embargo, carece de espacios especializados que permitan fortalecer su presencia e identidad institucional durante estas actividades. Por ello, el presente proyecto de titulación tiene como objetivo diseñar un stand modular que responda a las necesidades de promoción, representación y comunicación de la marca deportiva universitaria. Mediante el análisis de referentes, el estudio de los usuarios y la aplicación de principios de modularidad, portabilidad e identidad visual, se desarrolló una propuesta adaptable a diferentes escenarios deportivos. Como resultado, se obtuvo un sistema funcional, fácil de transportar y montar, capaz de mejorar la experiencia de los usuarios y reforzar el reconocimiento de los Pumas y de la Universidad del Azuay en distintos contextos deportivos.

Palabras clave: Stand – Modularidad – Portabilidad – Identidad – Comunicación – Adaptabilidad – Deporte – Experiencia.

Alumno: Capón Guaman David Adrián





ABSTRACT

Design of a modular stand for sporting events at the University of Azuay

The University of Azuay has a prominent presence in sporting events; however, it lacks specialized spaces to strengthen its institutional identity and presence during these activities. Therefore, this thesis project aims to design a modular stand that meets the promotional, representational, and communication needs of the university's sports brand. Through an analysis of relevant examples, a user study, and the application of principles of modularity, portability, and visual identity, a proposal adaptable to different sporting venues was developed. The result is a functional system that is easy to transport and assemble, capable of enhancing the user experience and reinforcing the recognition of the Pumas (the university's soccer team) and the University of Azuay in various sporting contexts.

Keywords: Stand – Modularity – Portability – Identity – Communication – Adaptability – Sports – Experience.

Student Capón Guaman David Adrián

INTRODUCCIÓN

En los eventos deportivos universitarios, la presencia institucional constituye un elemento fundamental para fortalecer la identidad, promover la participación y generar un mayor sentido de pertenencia entre la comunidad educativa. Sin embargo, muchas instituciones carecen de espacios especializados que permitan comunicar de manera efectiva su imagen y brindar información a los asistentes durante estas actividades.

Por esta razón, el diseño de stands modulares se presenta como una alternativa que responde a las necesidades de adaptabilidad, funcionalidad y portabilidad requeridas en este tipo de eventos. A partir de la necesidad de fortalecer la presencia de la Universidad del Azuay en los escenarios deportivos, se plantea una propuesta de diseño de un stand modular que permita representar la identidad de los Pumas y de la institución, facilitando su transporte, montaje y adaptación a diferentes espacios y contextos deportivos.



imagen 1

PROBLEMÁTICA

Según Hsiao, Tang y Su (2021), las estrategias de promoción bien diseñadas permiten incrementar la equidad de marca y la intención de compra cuando se activan experiencias de marketing durante un evento deportivo. Esto demuestra que la promoción no es solo un recurso comunicativo, sino un factor decisivo para la sostenibilidad económica de los eventos. La literatura indica que las activaciones presenciales concebidas como experiencias de marca incrementan la equidad de marca y la intención de compra, por lo que la ausencia de stands especializados supone una oportunidad perdida para la proyección institucional. (Orozco Grover, 2018). Uno de los principales retos es el costo de montaje. Diseñar, construir y operar un stand involucra materiales, personal, iluminación, mobiliario y servicios adicionales. Hsiao, Tang y Su (2021) señalan que la activación presencial de los patrocinadores —que incluye stands y exhibiciones— influye positivamente en la percepción de marca y la intención de compra, pero al mismo tiempo requiere inversiones significativas que no siempre se equilibran con los beneficios obtenidos. La complejidad logística del transporte en los eventos deportivos suele realizarse en distintos recintos o ciudades, lo que obliga a trasladar, montar y desmontar los stands repetidamente. Según el análisis de Nuseir (2020), aunque la presencia física de los patrocinadores aumenta la visibilidad del evento, muchas organizaciones subestiman los costos asociados a la logística y el transporte de los elementos promocionales, generando sobrecostos no pla-

nificados. Además, los stands que no son modulares ni reutilizables suelen implicar mayores gastos, ya que deben adaptarse o rehacerse para cada nuevo evento. Este problema conecta con lo que Liu y Liu (2025) identificaron en su revisión: la falta de coherencia y adaptabilidad en la activación física puede reducir tanto la eficacia promocional como la eficiencia financiera del patrocinio. Al mismo tiempo, la evidencia sugiere que diseñar stands con criterios de modularidad y desmontaje reduce costos logísticos y permite la reutilización en múltiples eventos, mejorando la eficiencia económica de las activaciones. (Kawa, Van Schoor, Galle & De Temmerman, 2024). La Universidad del Azuay promueve fuertemente la práctica del deporte en distintas disciplinas como fútbol, voleibol, básquet, atletismo, natación, tenis de mesa y ciclismo, todas cuentan con un equipo femenino y masculino que compiten al menos en dos campeonatos por ciclo lo cual no solo refuerza la salud y el rendimiento académico de los estudiantes, sino que también fomenta identidad institucional y sentido de pertenencia (Robles, 2024). Con este contexto A pesar de la amplia participación de los estudiantes en distintas disciplinas deportivas, la Universidad del Azuay no cuenta con stands especializados para estos eventos. Esta falta representa una oportunidad para desarrollar espacios de activación y promoción que permitan proyectar la marca de la institución de manera estratégica, Con esta problemática, y desde el Diseño de Productos, se plantea la elaboración de una propuesta de stands para eventos deportivos, que permitan potenciar la identidad de marca para los Pumas de la Universidad del Azuay.

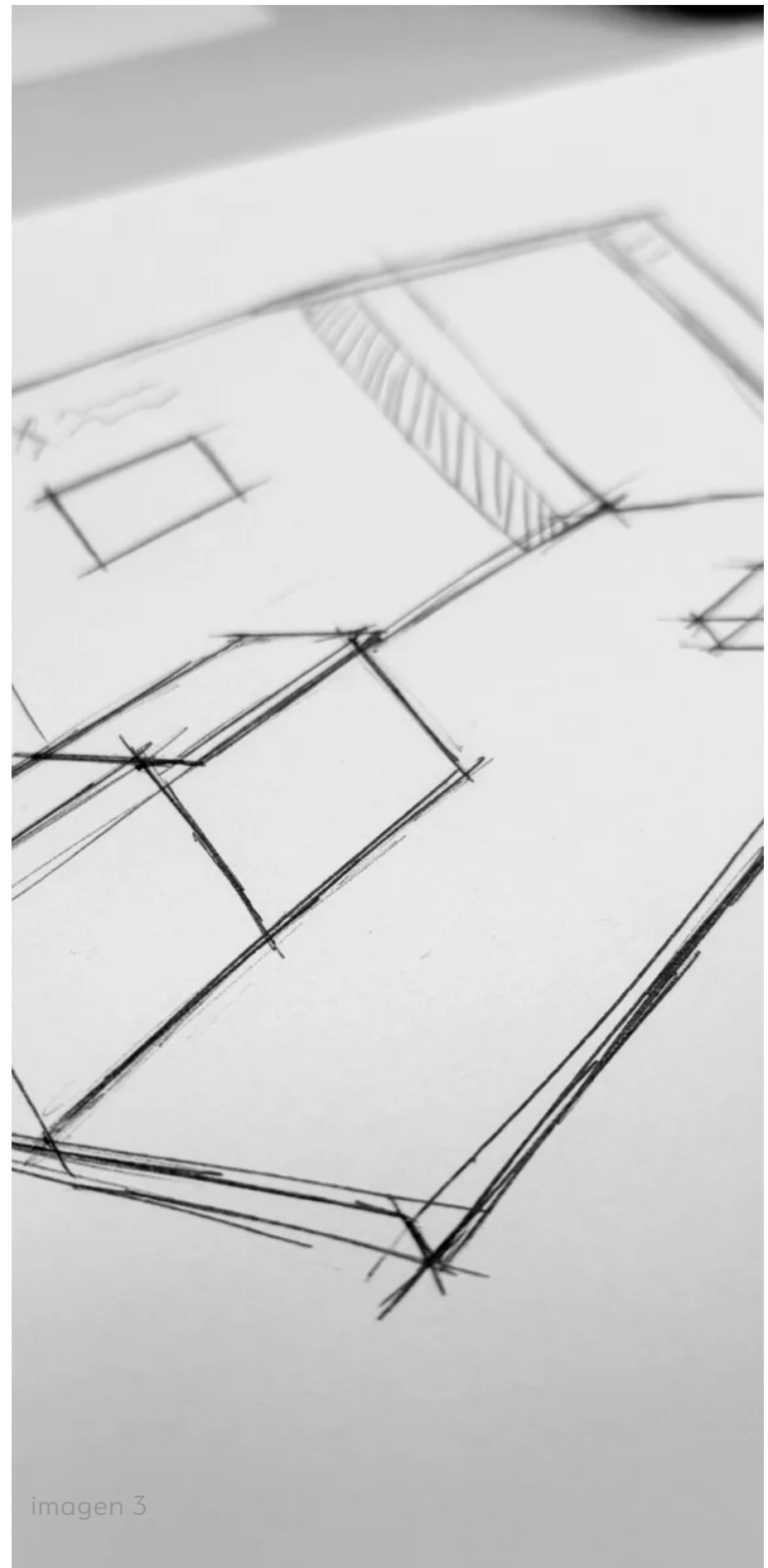
OBJETIVOS

Objetivo general:

Aportar con una propuesta de stands modulares tomando como referente a los Pumas, con el propósito de potenciar la presencia e imagen de la Universidad del Azuay en los eventos deportivos.

Objetivos específicos:

- Analizar los elementos técnicos y promocionales que actualmente utiliza la Universidad del Azuay.
- Establecer un marco conceptual basado en diseño experiencial, modularidad e identidad de marca para sustentar la propuesta de stands modulares.
- Diseñar un stand modular, adaptable a diversos espacios, que represente la identidad de la Universidad del Azuay.





CAPÍTULO 1

1.1 INTRODUCCIÓN

El presente capítulo tiene como fin contextualizar y fundamentar el estudio mediante el análisis de antecedentes institucionales y conceptuales vinculados al desarrollo del deporte universitario y a los stands como espacios de comunicación y proyección institucional en eventos deportivos. En este sentido, se inserta la evolución histórica del deporte en la Universidad del Azuay, donde se pone de manifiesto la progresiva ampliación de su infraestructura deportiva, la consolidación de sus equipos representativos y al mismo tiempo el fortalecimiento de la identidad institucional a partir de la actividad deportiva.

Adicionalmente, se incorpora el concepto de stand, su funcionalidad, así como su clasificación teniendo como centro la importancia que tiene como dispositivo fáctico de comunicación en los eventos académicos y deportivos. El capítulo desarrolla el estado del arte, mediante el análisis de investigaciones y proyectos recientes vinculados al diseño de stands, modularidad, identidad institucional y activación de marca en contextos temporales.



imagen 4



imagen 5

1.2 ANTECEDENTES INSTITUCIONALES

De acuerdo a Encalada (2025), el proceso de desarrollo del deporte en la Universidad del Azuay se remonta a los primeros años de la misma institucionalización de esta universidad, alrededor de la década de 1950, y es precisamente por ello que las actividades deportivas se llevaban a cabo en la cancha de indor ubicada en el patio de la Facultad de Diseño, espacio en el que se practicaban deportes como el fútbol, el indor y el ecuavóley; dicho espacio se constituyó en el primer escenario del deporte universitario y, al mismo tiempo, la universidad empezó a participar en competencias interuniversitarias.

Las siguientes décadas, especialmente desde los años noventa, se presentan con un auge del desarrollo de la infraestructura deportiva en la universidad; en esta época se desarrolló el área que actualmente constituye el CIAP, que contaba con una cancha sintética y una cancha de baloncesto dentro de un proyecto de coliseo. Este lugar fue muy propicio para la colocación de gradas y el desarrollo de encuentros deportivos masivos, en su mayoría recreativos y competitivos.

Ya en el año 2011, la Universidad del Azuay contaba con una cancha sintética formal y les hizo uso al coliseo, la cancha original del patio de la Facultad de Diseño y al gimnasio universitario. Luego, en el 2015, se intensificó el uso para el desarrollo de competencias deportivas y la universidad celebró un convenio para el uso piscina, permitiendo así arrancar con la aplicación de la natación como práctica formal también, bajo la conducción del técnico Iván Enderica. En el año 2017, se incapacitaron los equipos de cheerleaders, uniendo la presencia institucional, el apoyo visual en las competencias.

Desde el año 2018, la infraestructura deportiva fue creciendo. Este fue el año en que se llevó a cabo la inauguración de la cancha de césped natural, la cual se encuentra situada en el sector de La Travana, en el campus del Valle, Quingueo. Más adelante, el año 2020 vio la inauguración del Coliseo Bicentenario, uno de los recintos deportivos más reconocidos de la ciudad, el cual puede albergar diversas disciplinas, como son el voleibol, el baloncesto, el tenis de mesa y los deportes de combate. Este coliseo deportivo cuenta con camerinos de primer nivel y piso oficial para competencias internacionales, lo que ha hecho que la Universidad del Azuay se convierta en la primera y única universidad del país en tener infraestructura de nivel internacional.



imagen 6

También se desarrollaron en el Campus Tech los espacios deportivos con medidas oficiales para voleibol y baloncesto, visión que ha llevado a que la universidad se convirtiera en pionera en el país en la construcción de esta infraestructura deportiva universitaria. El programa Puma Salud se desarrolla en el año 2024, el cual ofrece atención integral y gratuita para los deportistas universitarios, entre los que se encuentran prejubilación y medicina deportiva, nutrición, fisioterapia y psicología, lo cual ha potenciado el enfoque humanista de la institución.

A lo largo de la historia de la universidad, se ha mantenido la práctica de deportes individuales como el atletismo, así como disciplinas de combate como el judo, además del tenis de mesa y el ajedrez, incluso en contextos donde no existían espacios ni entrenadores formales. Un referente destacado es Jefferson Pérez, exalumno de la Universidad del Azuay y campeón olímpico, cuyo legado constituye un antecedente importante en la trayectoria deportiva de la institución. En la actualidad, la universidad cuenta con siete disciplinas deportivas: **voleibol, fútbol, básquet, tenis de mesa (ping pong), atletismo, natación y ciclismo**, todas con equipos tanto masculinos como femeninos.

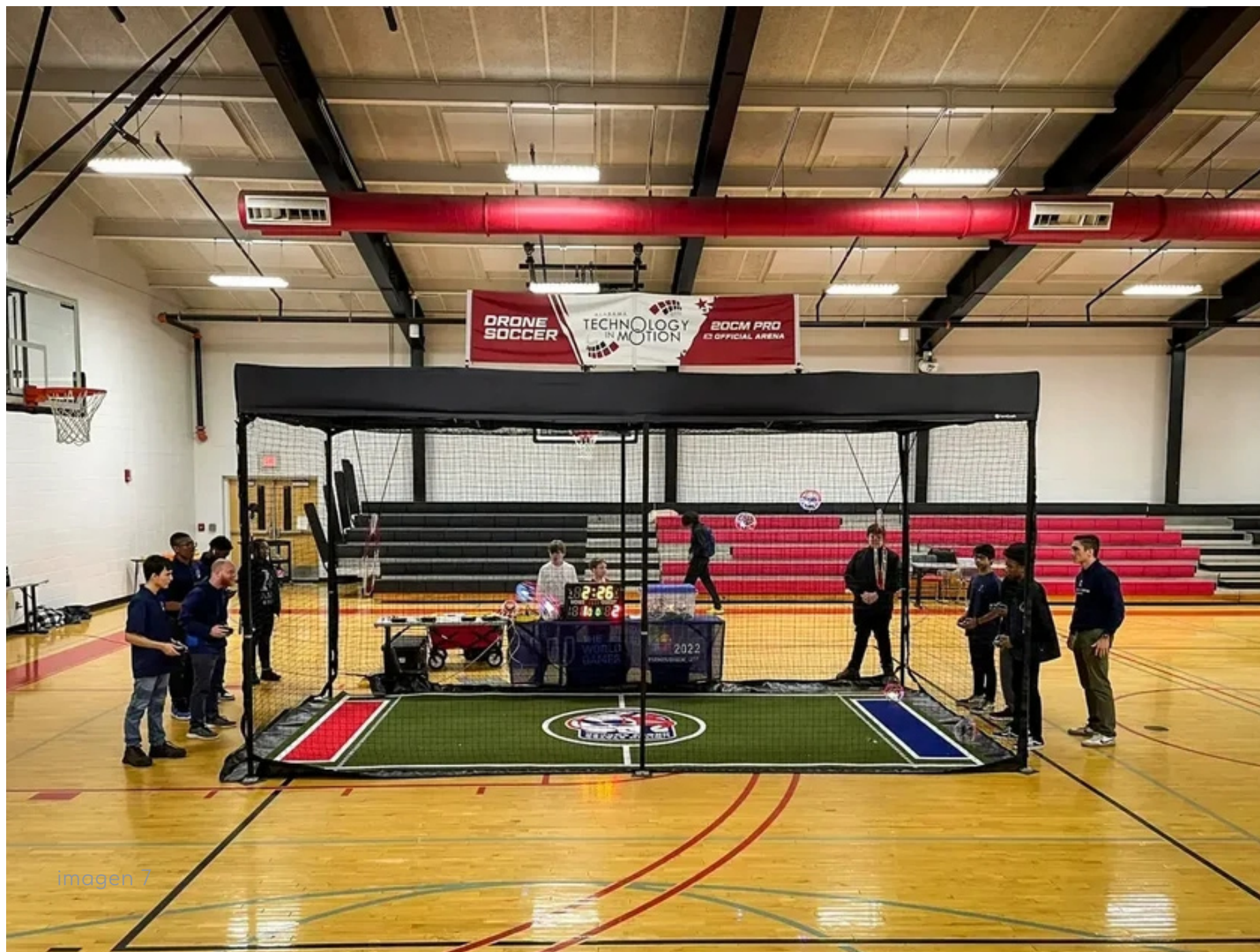


imagen 7



imagen 8

imagen 9

1.3 VOLEIBOL (Femenino y Masculino)

1.3.1 Descripción y práctica en Cuenca

El voleibol es un deporte colectivo muy practicado en coliseos, unidades educativas y clubes deportivos de Cuenca. Se juega tanto a nivel recreativo como competitivo en categorías femeninas y masculinas.

1.3.2 Cómo se juega

Se enfrentan dos equipos de 6 jugadores cada uno. El objetivo es pasar el balón por encima de la red y que caiga en el campo contrario, evitando que toque el suelo en el propio. Cada equipo puede dar hasta tres toques antes de enviar el balón.

1.3.3 Medidas de la cancha

- **Cancha:** 18 m de largo x 9 m de ancho
- **Altura de la red:**
 - **Masculino:** 2,43 m
 - **Femenino:** 2,24 m
- **Zona libre alrededor:** mínimo 3 m



1.4 FÚTBOL (Femenino y Masculino)

1.4.1 Descripción y práctica en Cuenca

El fútbol es el deporte más practicado en Cuenca, presente en canchas barriales, complejos deportivos y estadios. Se desarrolla en ligas femeninas y masculinas.

1.4.2 Cómo se juega

Dos equipos de 11 jugadores compiten por anotar goles introduciendo el balón en la portería contraria, usando principalmente los pies. El partido se divide en dos tiempos.

1.4.3 Medidas de la cancha (fútbol 11)

- **Largo:** 90 a 120 m
- **Ancho:** 45 a 90 m
- **Arco:** 7,32 m x 2,44 m
- **Duración del partido:** 90 minutos (2 tiempos de 45)



imagen 11



imagen 10



imagen 12



imagen 13

1.5 BÁSQUETBOL (Femenino y Masculino)

1.5.1 Descripción y práctica en Cuenca

El básquetbol se practica en coliseos, canchas abiertas y centros educativos. Es común en torneos intercolegiales y clubes deportivos, tanto femeninos como masculinos.

1.5.2 Cómo se juega

Dos equipos de 5 jugadores buscan encestar el balón en el aro contrario, respetando reglas de dribleo, pases y lanzamientos. El juego es rápido y dinámico.

1.5.3 Medidas de la cancha (FIBA)

- Cancha: 28 m de largo x 15 m de ancho
- Altura del aro: 3,05 m
- Diámetro del aro: 45 cm
- Duración: 4 cuartos de 10 minutos

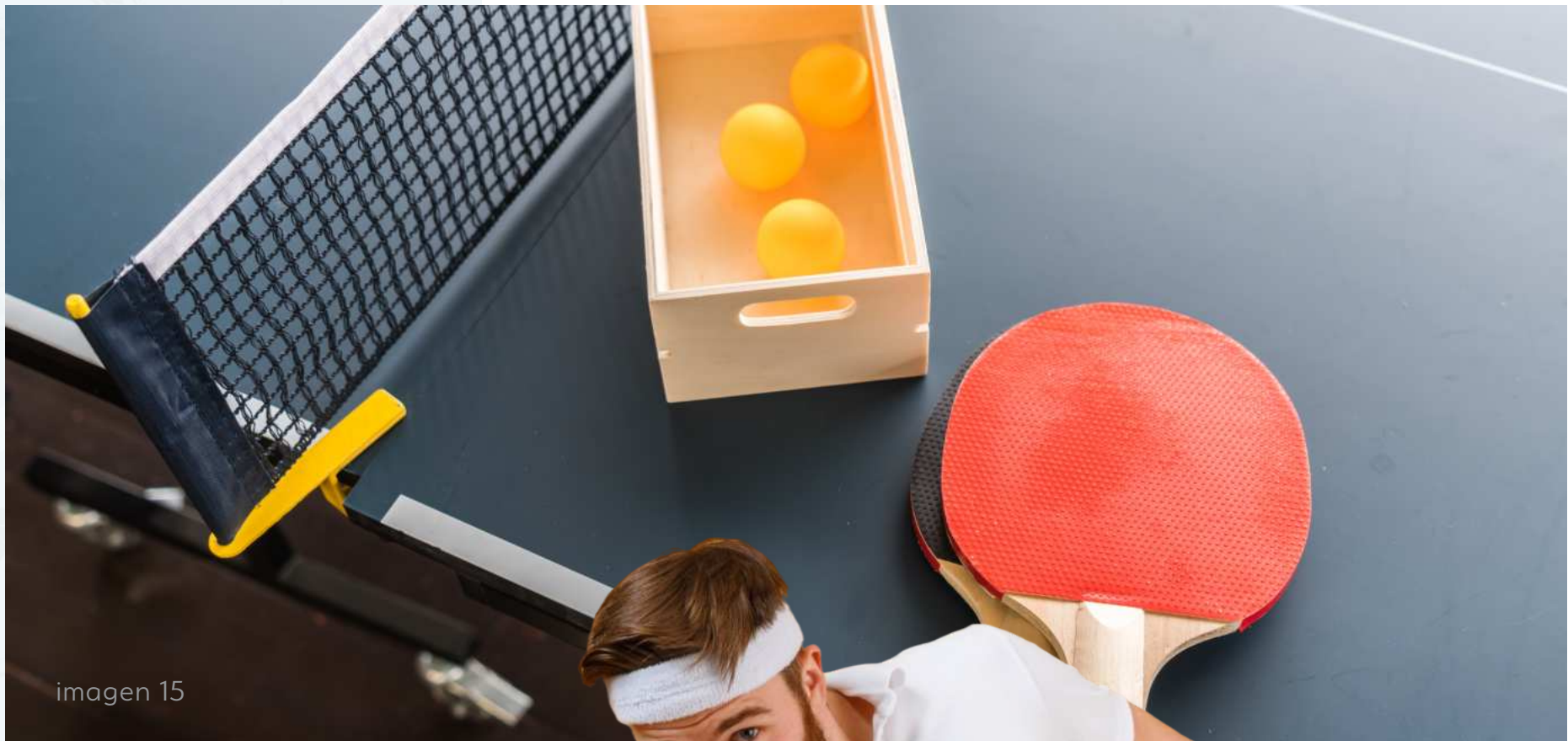


imagen 15

1.6 TENIS DE MESA / PING PONG (Femenino y Masculino)

1.6.1 Descripción y práctica en Cuenca

El tenis de mesa se practica en coliseos, clubes y espacios recreativos. Es un deporte accesible y muy común en competencias escolares y federativas.

1.6.2 Cómo se juega

Se juega entre dos jugadores (individual) o cuatro (dobles). El objetivo es golpear la pelota con la raqueta y hacer que el rival no pueda devolverla correctamente.

1.6.3 Medidas del área de juego

- **Mesa:**
 - **Largo:** 2,74 m
 - **Ancho:** 1,525 m
 - **Altura:** 0,76 m
- **Red:** 15,25 cm de altura
- El partido se juega a 11 puntos por set



imagen 14

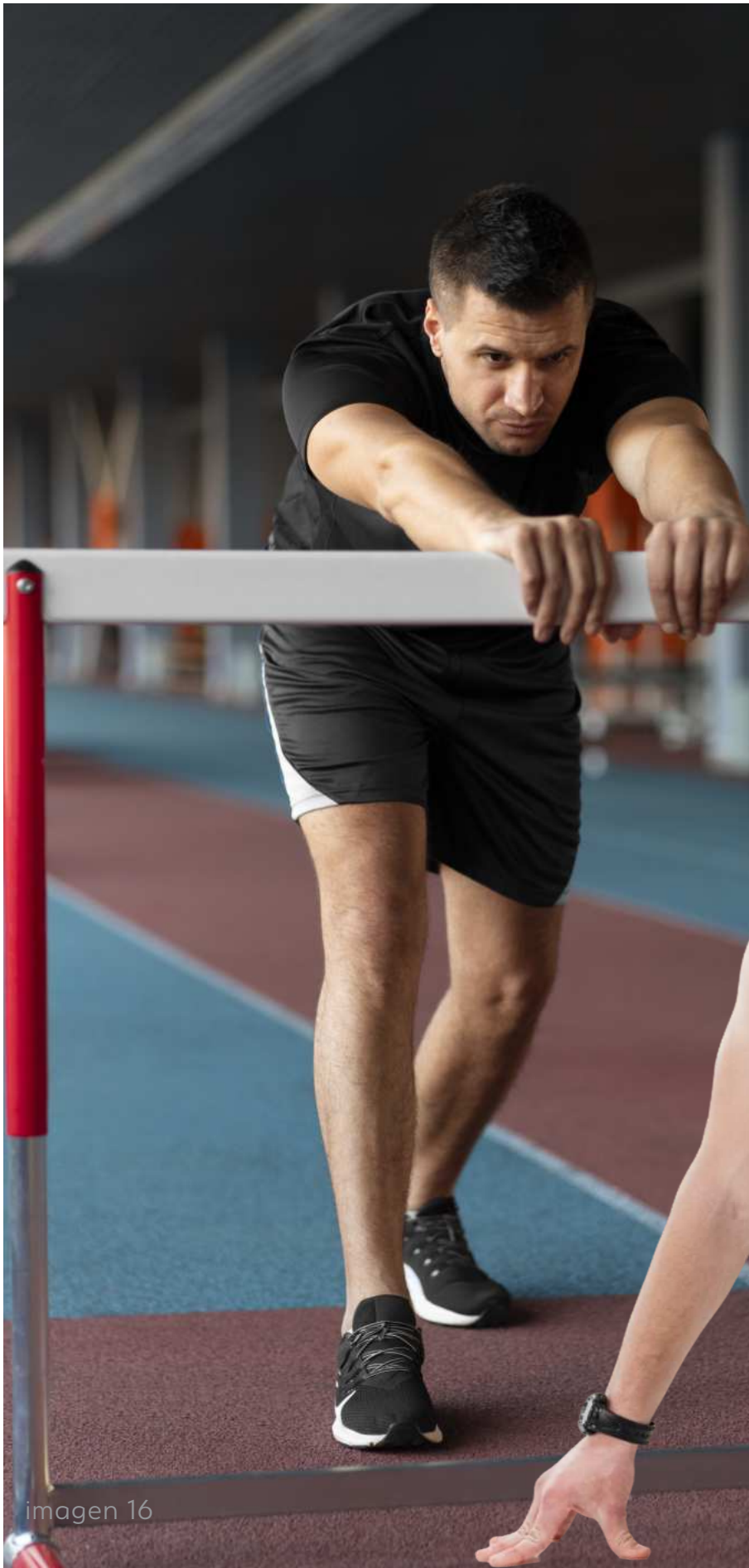


imagen 16

1.7 ATLETISMO (Femenino y Masculino)

1.7.1 Descripción y práctica en Cuenca

El atletismo es uno de los deportes base más practicados en pistas atléticas de la ciudad. Incluye pruebas de velocidad, resistencia, saltos y lanzamientos, en ramas femenina y masculina.

1.7.2 Cómo se practica

Los atletas compiten de forma individual según la prueba. Gana quien logre el mejor tiempo, mayor distancia o altura, según la disciplina.

1.7.3 Medidas de la pista

- Pista estándar: 400 m de longitud
- Carriles: 8 carriles, cada uno de 1,22 m de ancho
- Área central: campo para lanzamientos y saltos



imagen 17

1.8 NATACIÓN (Femenino y Masculino)

1.8.1 Descripción y práctica en Cuenca

La natación se practica en piscinas públicas, privadas y centros deportivos.

Es un deporte individual con competencias femeninas y masculinas en distintos estilos.

1.8.2 Cómo se practica

El nadador debe recorrer una distancia determinada en el menor tiempo posible, utilizando uno de los estilos: libre, espalda, pecho o mariposa.

1.8.3 Medidas de la piscina

- Piscina semiolímpica:
 - Largo: 25 m
- Piscina olímpica:
 - Largo: 50 m
- Ancho por carril: 2,5 m
- Profundidad mínima: 1,35 m



imagen 19



imagen 18



imagen 21



imagen 20

1.9 CICLISMO (Femenino y Masculino)

1.9.1 Descripción y práctica en Cuenca

El ciclismo se practica ampliamente en Cuenca, tanto en rutas urbanas como rurales, y en competencias organizadas. Existen categorías femeninas y masculinas.

1.9.2 Cómo se practica

El objetivo es completar un recorrido en el menor tiempo posible, ya sea en ruta, montaña o pista, respetando normas de seguridad y competencia.

1.9.3 Espacios de práctica

- Vías asfaltadas (ciclismo de ruta)
- Senderos y montañas (ciclismo de montaña)
- Velódromo (cuando aplica)

1.9.4 Parámetros generales

- Bicicleta adecuada a la modalidad
- Uso obligatorio de casco
- Distancias variables según la competencia

1.10 LOS PUMAS DE LA UNIVERSIDAD DEL AZUAY



imagen 22

La identidad de carácter deportivo de la Universidad del Azuay se proyecta y se consolida de forma gradual con la creación de los Pumas de la Universidad del Azuay, un proyecto de identidad institucional en lo que respecta a lo deportivo y a lo comunicacional. Aunque la idea de contar con una mascota institucional surge a lo largo del año 2019, la consolidación de esta idea inicia a través de un proceso de análisis, conceptualización y diseño que culmina en el año 2021; en este último año se definieron las características simbólicas del puma como símbolo de la institución, características como la fuerza, la agilidad, la resiliencia, la inteligencia, tanto física como psicológica. La primera versión oficial de los Pumas se produce en el año 2022, junto a la inauguración del Coliseo Bicentenario, y así se consolida como uno de los baluartes identitarios del deporte universitario.

La mascota institucional -el puma- se adhiere a los colores oficiales de la Universidad del Azuay, jugando un papel esencial en su función de símbolo y de comunicación; tal elección obedece a la necesidad de promover, visibilizar y coherentizar la identidad institucional ante la comunidad universitaria y la comunidad en general. En esta línea, la mascota se sitúa como una pieza clave dentro del sistema de identidad visual, ya que constituye el medio de conexión entre los valores de la universidad y sus actividades deportivas, culturales y representativas. Debe tener, además, una identidad gráfica que se exprese de manera clara, consistente y coherente en todas sus aplicaciones, con la intención de resguardar la unidad visual y no distorsionar el mensaje institucional. En efecto, la competencia y correcta utilización de colores, formas y símbolos colaboran en el fortalecimiento de la imagen de la universidad y, a la vez, en el desarrollo de un mayor sentido de pertenencia entre los estudiantes, los docentes o los deportistas. Este proceso de fortalecimiento se evidencia, para el 2025, se manifiesta en la construcción de una identidad sólida en la creación de productos institucionales propios, como bebidas deportivas y barras energéticas, pensadas para fortalecer la marca deportiva de los Pumas. También, los uniformes deportivos incorporan elementos gráficos representativos, como la garra del puma, que resulta relevante simbólicamente al significar valores como el coraje, la determinación, la fuerza y la competitividad. Este recurso visual no sólo proporciona más valor estético, sino que, además, pone de manifiesto el vínculo emocional que tienen los deportistas con la institución, convirtiendo esa motivación para representar los valores universitarios, tanto dentro como fuera de lo deportivo.

1.11 ELEMENTOS PROMOCIONALES Y COMUNICACIONALES

De igual manera, la Universidad del Azuay aplica distintos elementos y estrategias comunicativas con el propósito de reforzar su imagen institucional en las competiciones deportivas y reafirmar el posicionamiento de su identidad deportiva. En el caso de los principales recursos empleados, podemos encontrar los medios de comunicación institucionales como las redes sociales y el correo electrónico institucional, recursos que permiten, de forma directa y ágil, comunicar información relacionada con actividades académicas, así como de eventos deportivos y los logros conseguidos por los equipos representativos de la universidad. Estos medios han favorecido de forma notable el poder afianzar el apoyo hacia los Pumas de la Universidad del Azuay y el dar visibilidad al deporte universitario de la comunidad académica y el público externo.

En el caso de las estrategias promocionales, se puede destacar la creación y el uso de productos institucionales, así como la presencia activa de la mascota en actos de vinculación y eventos deportivos. Las mismas van acompañadas de la adecuada puesta en práctica de la identidad visual en soportes como los uniformes, las piezas gráficas, los elementos promocionales..., de manera que se pueda exhibir correctamente una imagen institucional limpia, coherente, fácilmente reconocible, etc. La gestión de la identidad deportiva de marca se desarrolla de forma sincronizada con el ámbito del departamento de comunicación de la universidad, para garantizar una gestión correcta en la que se conserve la imagen institucional y se representen los valores.

Dentro del contexto indicado, la exhibición de la bandera institucional de gran formato durante las competiciones deportivas se entiende como uno de



los elementos visuales más representativos, dado que esto permite reforzar el sentido de identidad y de pertenencia, tanto en los deportistas como en el público que asiste a los eventos. Este elemento simbólico, además de la generalización visual que destaca a la Universidad del Azuay en relación a otras instituciones, va fortaleciéndola en los diferentes contextos deportivos.

Por otra parte, se toma en consideración la vinculación de la entrega de obsequios publicitarios al público, como termos y pequeños regalos institucionales que van con un sentido comunicacional y recordador de la marca. Este tipo de elementos podría manifestarse de diferentes formas y elementos;

por ejemplo, sellos con la figura del puma o de la universidad, y, por ejemplo, impresiones gráficas del puma en su versión animada o estilizada. Estos elementos tendrían la finalidad de reforzar la emocionalidad de la universidad para con los asistentes, multiplicando, a su vez, la identificación visual de la universidad.

Además, las proyecciones para futuros campeonatos y eventos deportivos también se limitan a la propia venta de productos, como una bebida energética identificada con el sello del puma y con la imagen institucional de la Universidad del Azuay. De acuerdo con el producto que ha sido diseñado para los deportistas, la bebida, la que no es gasificada y que es vendida en tres sabores: mora azul, naranja y manzana verde. Este tipo de producto responde a la idea de ofrecer un producto que es funcional y podría ayudar, más que en el aporte nutricional, también a la imagen de la marca deportiva universitaria. Al mismo tiempo, la barra energética de cacao, como alimento de apoyo para la actividad física, el de la bebida energética y la barra energética tuvieron como propósito fundamental el de satisfacer necesidades de los deportistas, pero con el fin que puedan ser vendidos en los eventos deportivos, logrando así multiplicar su alcance hacia el consumidor. Todas juntas refuerzan la imagen institucional de la Universidad del Azuay, además de indicar una gestión que aporta al desarrollo coordinado del deporte, la comunicación y la identidad visual de forma coherente y sostenible.

1.12 LOS STANDS

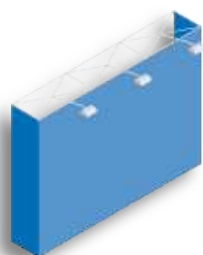
Los stands desarrollan una acción más o menos estratégica dentro de los eventos académicos y deportivos, ya que, a través de los mismos, se establece un contacto importante dentro de la bidireccionalidad entre una institución y su público. Tal como lo mencionan Kotler y Keller (2016), el stand hace presente la identidad de la misma a partir de muchos de los elementos que la conforman, tratándose de un espacio donde la interacción con la cara visible de la institución sucede de manera fluida y rápida. Y no solo eso, sino que el stand no solo asume una función expositiva, sino que este, además, apunta a convertirse en un lugar de comunicación, organización y posicionamiento de la identidad institucional, donde el stand opera como contenedor en el que la estructura, las gráficas, la iluminación o su distribución tienen en común que cada uno de sus elementos cumple una función específica dentro del propio mensaje institucional (Pérez, 2018).

Los stands cumplen con el rol del punto dentro del marco universitario, desde donde se genera información, representación y promoción de actividades académicas y deportivas, propiciando también el refuerzo de la identidad visual y de los valores institucionales (Gómez, 2019). Y no solo eso, sino que, además, el stand permite la promoción de los equipos representativos, las mascotas institucionales y los programas de bienestar, cuando se despliega en el marco de un evento deportivo, propiciando también, en este sentido, la identidad y el sentido de pertenencia a lo que constituye la marca universitaria, y la identificación con el mismo (Ramírez, 2021).



1.13 CLASIFICACIÓN DE STANDS

Se diferencian varios tipos de stands en función de la función de la estructura o de su configuración: stands modulares, stands personalizados, stands portátiles, stands de isla, stands de esquina, stands lineales, stands tecnológicos, stands institucionales, stands comerciales y stands experienciales. Cada tipología de stand se diseña de acuerdo a unas necesidades o requisitos bien definidos de visibilidad, movilidad, comunicación y de adecuación del espacio disponible, siendo especialmente relevantes los stands modulares en eventos deportivos por su polivalencia y facilidad de adecuación.



1.13.1 Stands modulares

Estructuras prefabricadas reutilizables permiten configuraciones según espacio disponible y destacan por polivalencia, montaje y uso frecuente en ferias y exposiciones.

1.13.2 Stands tecnológicos

Estos stands incorporan pantallas y elementos digitales para interactuar y captar la atención de los visitantes, mejorando al mismo tiempo la experiencia del usuario real.



1.13.3 Stands personalizados

Stands que se configuran a medida para marcas o instituciones según su identidad visual, lo que genera una alta notoriedad y diferenciación para eventos muy relevantes.

1.13.4 Stands institucionales

Estos stands representan a una entidad educativa o del sector público, y están orientados a informar y reforzar la imagen institucional de la propia entidad en cuestión.



1.13.5 Stands portátiles

De poco peso y fáciles de transportar, como roll-ups o pop-ups, se ajustan a eventos pequeños o itinerantes que requieren un rápido despliegue de la estrategia de stand.

1.13.6 Stands comerciales

Estos stands están orientados principalmente a la promoción, la venta y la entrega de productos o sus servicios, e incluyen áreas de exhibición y atención a la clientela.



1.13.7 Stands de isla

Se instalan independientemente y permiten el contacto por todos sus lados, con la máxima visibilidad y la máxima circulación por parte del público.

1.13.8 Stands ecológicos

Dichos stands usan materiales de naturaleza sostenible y reutilizables, transmitiendo un compromiso medio ambiental y una responsabilidad social de la empresa expositora.

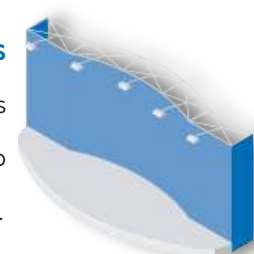


1.13.9 Stands lineales

Este estilo particular de stands tiene un frente y va alineado al pasillo, resultando en los más frecuentes y de menor coste, ya que la comunicación del stand es frontal.

1.13.10 Stands experimentales

Estos stands se basan en la generación de experiencias emocionales y sensoriales; su objetivo es crear un recuerdo duradero del stand y conectar a la persona con la marca.



1.14 SITUACIÓN PROBLEMA

Las apuestas de promoción eficientemente elaboradas permiten favorecer la equidad de marca y la intención de compra si se ponen en marcha experiencias de marketing en un evento deportivo (Hsiao et al., 2021). Este tino pone de manifiesto que la promoción debiera ser vista no solo como un recurso comunicativo, sino como un elemento estratégico capaz de afectar a la sostenibilidad económica de los eventos y de las organizaciones que intervienen en ellos. En el ámbito del deporte, las experiencias presenciales permiten establecer un lazo afectivo entre el público receptor y la marca, en consideración del refuerzo del anclaje de marca y de una probabilidad de respuesta positiva por parte de los asistentes. Así pues, los eventos deportivos actúan como lugares con un fuerte potencial de activación de marca, siempre que existan apuestas de promoción correctas y definidas.

La literatura especializada indica que las activaciones presenciales, entendidas como experiencias de marca, aumentan tanto la equity de la marca como la intención de compra, precisamente porque posibilitan la interacción de manera directa, tangible y, sobre todo, importante para los públicos objetivos. En este sentido, Orozco (2018) señala que los espacios de activación, por ejemplo, los stands, facilitan la comunicación bidireccional, el contacto humano y la vivencia de los valores de la marca en un entorno real.

La ausencia en eventos de espacios de activación supone una ventaja por parte del público hacia los roles institucionales, debido a que se limita la capacidad de las organizaciones para apropiarse del potencial comunicacional y relacional que ofrecen este tipo de eventos. Faltando espacios de activación, no se favorece que la marca pueda adoptar una posición estratégica ante un público altamente motivado y con una intensa capacidad de conexión emocional hacia la actividad deportiva.

Uno de los obstáculos más grandes que tiene la implementación de stands especializados es el coste del montaje. Para la construcción, operación y diseño del stand se realiza una inversión importante (materiales, personal, sistemas de iluminación, mobiliario, recursos tecnológicos, servicios y un etcétera), lo cual implica que la implementación de un stand total puede requerir de unos recursos importantes que no siempre rinden su balance a corto plazo. Hsiao, Tang y Su (2021) argumentan que la activación presencial de los sponsors (stands y exhibiciones físicas) tiene a largo plazo efectos posi-



vos en cuanto a la impresión de marca y a la intención de compra de los asistentes, pero también afirman que este tipo de activaciones requieren de una inversión económica bastante importante que no se equipara de inmediato a las ventajas de esta práctica. Por tanto, surge una tensión entre el potencial comunicativo del stand y la viabilidad de su implantación, sobre todo en instituciones que deben gestionar recursos muy limitados.

Sumado a este reto económico, se da la dificultad logística que acompaña a los eventos deportivos; eventos que normalmente se desarrollan y ejecutan en varios recintos, distintas localidades e incluso provincias. Tal dinámica da lugar a que deba realizarse el traslado, montaje y desmontaje de los stands de forma reiterada, lo cual contribuye a incrementar los costos de operaciones y a producir un posible deterioro de los materiales. De acuerdo con el estudio de Nuseir (2020), si bien una presencia física de los patrocinadores y de las marcas institucionales aumenta la visibilidad y el valor del evento, la mayoría de las organizaciones suelen ignorar los costos que la logística y el desplazamiento de los elementos de promoción requerirían. Ello origina la aparición de sobrecostos no previstos, que afectan a la eficiencia económica de los planes de promoción y que, en ocasiones, hacen desincentivar el que la estrategia de promoción continúe. A su vez, los stands que no están diseñados bajo criterios mínimos de modularidad y reutilización incurrir en gastos multiplicados a largo plazo si han de ser readaptados o incluso reconstruidos para el evento en cuestión.

El problema al que se hace referencia y cuya fuente se encuentra en Liu y Liu ha tenido la actividad competitiva, la Universidad del Azuay no cuenta hoy en día con stands para estos eventos, limitando las posibilidades de desarrollar espacios de activación y de promoción que permitan evidenciar la marca (2025) está vinculado a la idea de que la falta de coherencia, capacidad de institucional de un modo estratégico y coherente. La falta de stands limita las adaptación y estandarización de la activación física hacen perder tanto eficacia promocional como eficiencia financiera de la sponsorización deportiva. Los stands bien diseñados se exponen a la posibilidad de ser utilizados en diferentes espacios, públicos y formatos de evento. A su vez, perder la posibilidad de optimizar recursos y potenciar su identidad visual disminuye el poder comunicacional de la marca.

Las evidencias más recientes dicen todo lo contrario, el diseño de stands en función de criterios de modularidad, desmontabilidad y reutilización (Kawa, et al., 2024). Permiten abaratar los costes logísticos y operativos. Los sistemas de stands modulares permiten poder utilizar un mismo stand en diferentes configuraciones espaciales y en diferentes eventos, de esta manera se mejora la eficiencia económica de las activaciones físicas presenciales. Por otra parte, este tipo de gestión ayuda a contribuir con la sostenibilidad, puesto que disminuirá el desperdicio de materiales y, a su vez, extenderá la vida útil de las estructuras de promoción.

Desde este punto de vista, la modularidad se traduce no solo en un recurso técnico, sino también en una línea de trabajo que facilita la sostenibilidad desde el punto de vista económico y ambiental. En el contexto universitario, la utilización de stands especializados adquiere especial sentido, ya que estos espacios no solo tienen función promocional, sino también institucional y formativa. La Universidad del Azuay está fomentando el uso del deporte en diferentes disciplinas (fútbol, voleibol, baloncesto, atletismo, natación, tenis de mesa, ciclismo). Todas las disciplinas deportivas cuentan con equipos de varones y mujeres que disputan al menos dos campeonatos por ciclo académico, lo que refuerza no solo la salud y el rendimiento académico de los estudiantes universitarios, sino también la identidad institucional y el sentido de pertenencia. El deporte se convierte, de esta manera, en un eje articulador de la vida universitaria y en un canal estratégico para hacer visible la institución.

No obstante, lo anterior, a pesar de la amplia participación de los estudiantes en distintas disciplinas deportivas, y a pesar del crecimiento sostenido que opciones de aprovechar en su plenitud los eventos deportivos como espacios de comunicación con la comunidad universitaria, con otras instituciones y con las personas ajenas a esta, lacerando el retorno que la Universidad del Azuay tiene de su inversión en infraestructura deportiva y en programas de formación integral.

De esta manera, la falta de stands especializados no solo representa una debilidad promocional, sino que también representa una oportunidad de mejora en la presencia institucional en el contexto deportivo. La creación de stands especializados, diseñados mediante criterios de modularidad, reutilización y coherencia visual, permitiría a la Universidad del Azuay optimizar recursos, posicionar la experiencia de los asistentes y reforzar la identidad de la Universidad del Azuay como institución comprometida con el deporte y el bienestar integral de sus estudiantes. De este modo, los stands podrían transformarse en herramientas estratégicas que articulen promoción, identidad institucional, respondiendo a los desafíos que la literatura especializada ha puesto en evidencia.



Imagen 24

1.15 ESTADO DEL ARTE

La revisión del estado del arte muestra un interés creciente por el diseño de stands que se conciben como estructuras temporales, flexibles y funcionales, y, a la vez, coherentes con la propia identidad institucional. Proyectos recientes ponen de manifiesto la importancia de la modularidad, la eficiencia espacial y la coherencia visual como factores que se suponían clave para mejorar la presencia institucional en el aspecto de eventos deportivos y culturales. Estos trabajos ponen de manifiesto la consideración del stand no sólo como una instancia operativa, sino como Eine Dispositif genérico de comunicación y representación institucional.



1.15.1 Estado del arte 1

Diseño de stands comerciales en el barrio de la Floresta, Quito, Ecuador.

Se llevó a cabo un proyecto de diseño orientado específicamente a los stands comerciales del barrio La Floresta, en Quito, el cual tuvo como objetivo analizar, rediseñar y optimizar los módulos empleados por los vendedores ambulantes que se instalan los viernes en la calle Galavis, el cual consiste en la propuesta de un sistema de stands modulares, livianos y funcionales, que se adecúan al espacio urbano y a las condiciones reales de uso. La finalidad fue mejorar la experiencia de los vendedores ambulantes y de los visitantes y favorecer un uso más eficiente del espacio público, al mismo tiempo que se disminuyen los impactos ambientales y logísticos provocados por el montaje y el transporte de los mismos puestos. Por otra parte, se pretendía fortalecer la identidad del barrio La Floresta en cuanto a la conexión social, cultural y comercial, integrando las tres premisas de diseño, sostenibilidad y comunidad en el mismo proyecto.

El proceso comenzó con un análisis territorial y ambiental que evaluó aspectos como la radiación solar, los vientos, accesos, la movilidad y las condiciones de sombras. A continuación, se desarrollaron prototipos de stands modulares de materiales ligeros y de fácil montaje/desmontaje y de transporte (de madera, varilla metálica y lona/PVC). Los modelos propuestos definieron una modulación de 2,1 x 3 m, con una disposición lineal que se adaptaba a la calle y que mejoraba la circulación y la visibilidad de los productos.

El ámbito del proyecto consistió en la mejora funcional, la sostenibilidad y la imagen de las ferias urbanas, como oferta replicable a otras zonas de Quito. Sus resultados fueron la disminución de la huella de carbono, el incremento del confort térmico y visual de los stands, la máxima utilización del espacio público y la revalorización del comercio local. El proyecto también mostró cuál puede llegar a ser el modo del diseño para equilibrar economía, ecología y experiencia social en ámbitos urbanos emergentes. El proyecto da cuenta de que los stands modulares y adaptables permiten la maximización de espacios temporales y la montabilidad/montabilidad y la mejora de experiencia de los usuarios, al tiempo que refuerzan la identidad de la marca y promueven criterios de sostenibilidad y de eficiencia logística en eventos.



1.15.2 Estado del arte 2

Marketing mix y posicionamiento de marca: el caso de la empresa Innova-dent.

Se realizó una investigación de tipo aplicada, correlacional y cuantitativa, con la finalidad de identificar cómo los elementos que integran el marketing mix (producto, precio, plaza y promoción) están relacionados con el posicionamiento de marca de Innovadent, empresa del rubro odontológico ubicada en Huánuco, Perú. La población estuvo conformada por 255 clientes que visitaron la empresa desde el mes de julio a septiembre del año 2023; la muestra estuvo conformada por 155 clientes. Se usaron como instrumentos un cuestionario de encuesta sobre los elementos del marketing mix y un cuestionario de encuesta sobre el posicionamiento de marca.

Las pruebas estadísticas se realizaron utilizando el coeficiente rho de Spearman. El objetivo del estudio fue averiguar si existe correlación entre el marketing mix y el posicionamiento de marca de Innovadent, para conocer cómo la correcta combinación de esos elementos genera una percepción favorable de marca; también, este estudio pretende ser útil en el desarrollo de la actividad de marketing e incrementar la presencia local de la empresa Innovadent. El presente estudio tuvo un diseño de investigación correlacional y un enfoque cuantitativo. La recolección de datos se llevó a cabo mediante la utilización de encuestas estructuradas en clientes de Innovadent, cuya muestra fue re-

presentativa. El análisis de los datos se llevó a cabo utilizando el coeficiente rho de Spearman, el cual permitió establecer la fuerza y el sentido en cuanto a la posterior relación entre las variables intervinientes del marketing mix y del posicionamiento de marca.

Los resultados del estudio muestran que la correcta combinación de las variables del marketing mix, como la variedad de servicios dentales ofrecidos, el valor deseado sobre el precio de servicio, la presencia en redes sociales y la calidad del entorno físico de la clínica, contribuyen a la percepción favorable con respecto a la marca por parte de los clientes de Innovadent. Se estableció que el marketing mix y el posicionamiento de marca de Innovadent en Huánuco se relacionan positivamente de forma muy alta. Este estudio representa evidencia empírica que puede ser útil para que la empresa adapte su actividad de marketing y optimice su posicionamiento de forma local.

El estudio muestra cómo la correcta combinación de los elementos del marketing mix puede ayudar significativamente al posicionamiento de marca, siendo aplicable en cualquier stand de eventos deportivos, donde la correcta combinación de producto, promoción o localización de experiencias o servicios puede ayudar a incrementar la percepción de marca, junto a un incremento de recordación e interactividad con el público asistente.

1.15.3 Estado del arte 3

Which Dimension of Brand Activation in an Event Context has a Greater Impact on Customer based Brand Equity

La investigación propuso un estudio empírico con el que evaluar qué dimensión de la activación de marca en un contexto de evento tiene mayor impacto sobre la equidad de marca desde el consumidor (CBBE). Su propuesta fue averiguar qué dimensión de la activación de marca (intelectual, sensorial, conductual o afectiva) producen un mayor impacto directo e indirecto sobre la equidad de marca desde el consumidor. Para ello, se utilizó una encuesta online con escala revalidada aplicada a un contexto de activación de marca, tras lo cual se llevó a cabo un análisis cuantitativo que

examinó los efectos directos e indirectos de cada una de las dimensiones de la activación de marca sobre los componentes de equidad de marca. La investigación concluye que la dimensión intelectual de la activación de marca es la que más impacto tiene sobre la equidad de marca, por el efecto directo e indirecto que genera; la dimensión conductual es la que menos impacto tiene de forma significativa. El estudio de Rebello (2020) apunta a la necesidad de diseñar activaciones de marca atendiendo a las dimensiones que mejor impacto generan en la percepción del consumidor. Para el proyecto de stands modulares de la Universidad del Azuay, esto significa que el diseño no tiene que ser solo estético y funcional, sino que también tiene que ser modular, a la vez que refuerza la identidad institucional.



imagen 27

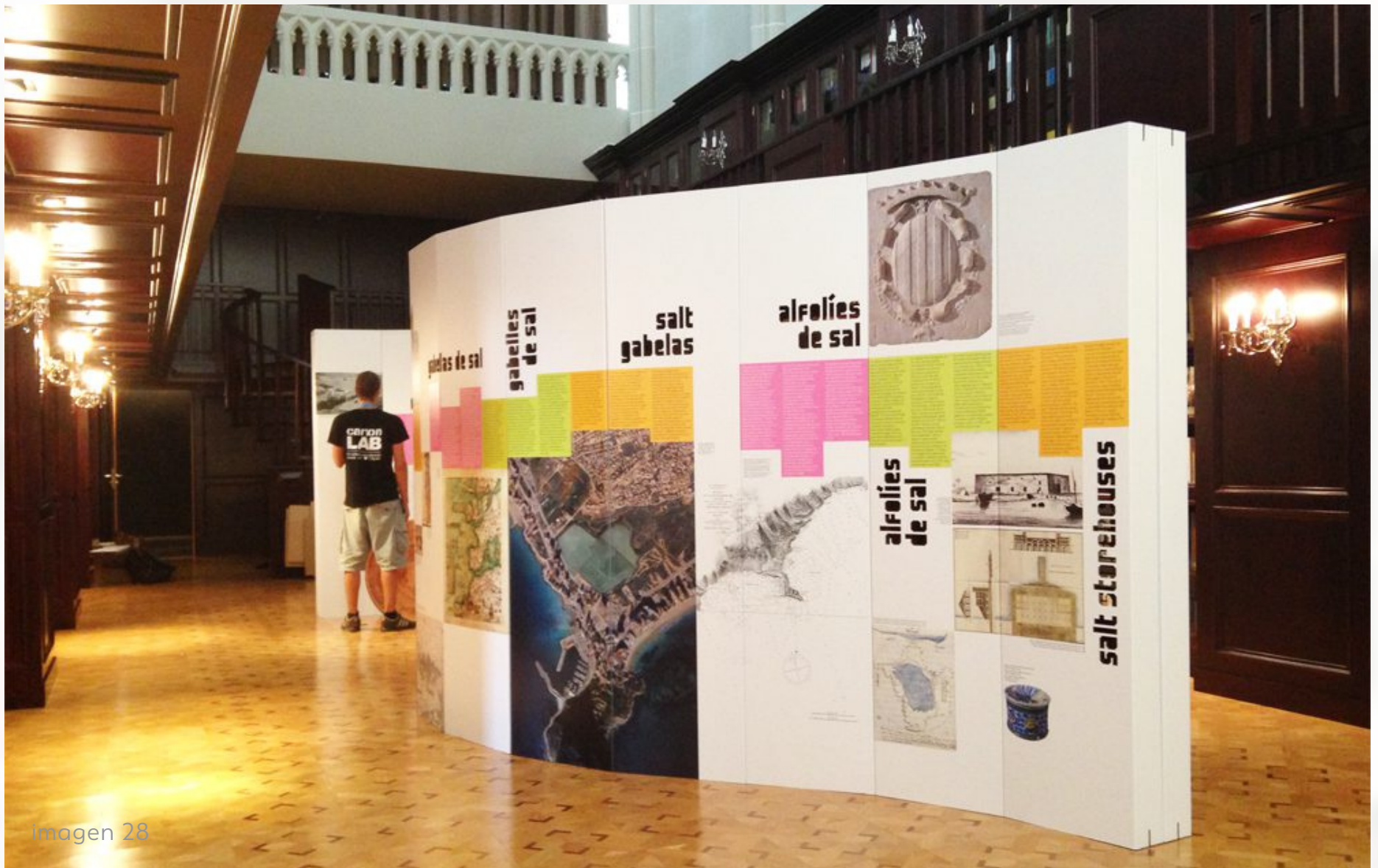


imagen 28

1.15.4 Estado del arte 4

Cardboard-formed Exhibition Space 2.0

Se diseñó y construyó un espacio expositivo temporal para el Xinyang Book Market: Books 'N Tea, un evento que reunió a 18 librerías y editoriales independientes en la provincia de Henan, China. El espacio se ubicó en el Autumn Bookhouse y Winter Bookhouse, diseñados por Atelier Liu Yuyang Architects, en el complejo Baihuayuan Four Seasons, en el distrito de Yangshan Nuevo. World-Architects El objetivo fue proporcionar un entorno flexible y sostenible para las librerías participantes, permitiendo una presentación atractiva y funcional de sus productos en un tiempo limitado. La iniciativa buscó también explorar el uso de materiales reciclables y técnicas de construcción eficientes en eventos culturales temporales. LUO studio utilizó cartón corrugado como material principal para la construcción del espacio expositivo.

El diseño incluyó seis tipos de módulos constructivos adaptados a las necesidades específicas de cada librería. La construcción se realizó en un plazo de tres días, desde el 25 hasta el 27 de abril de 2023, con el montaje finalizado el 28 de abril. World-Architects El proyecto no solo proporcionó un espacio funcional para las librerías participantes, sino que también demostró la viabilidad del uso de materiales reciclables en la construcción de espacios expositivos temporales. La iniciativa contribuyó a la promoción de prácticas sostenibles en el diseño de eventos culturales y ofreció una solución eficiente y económica para la organización de exposiciones en entornos urbanos.

El proyecto demuestra que el uso de materiales reciclables y sistemas modulares permite construir espacios expositivos temporales, funcionales y sostenibles en plazos cortos.

1.15.5 Estado del arte 5

Stands a partir de contenedores reformados

Se implementaron stands modulares, contruidos a partir de contenedores reformados, los cuales se destinarán al uso de eventos como ferias o exposiciones. Los stands modulares son espacios que ofrecen un servicio sostenible y personalizable a diversas necesidades de atención y servicio de venta. El objetivo de la propuesta fue ofrecer una solución para que las empresas presentaran su marca en eventos como ferias, destacándose de otras alternativas, presentando un servicio de stands hechos a medida con un diseño diferente y práctico. Además, se presentó como un espacio que promueve la sostenibilidad en la industria de los eventos, haciendo uso de materiales reciclados. Los contenedores fueron adaptados y reformados en espacios modulares que incluían la propia marca. Dentro de esos espacios, se incorporaron elementos personalizables y funcionales que permitieron diferentes configuraciones del stand para responder a las diferentes necesidades del evento. Así mismo, fueron opciones de alquiler, justo cuando las empresas o instituciones querían acceder a esos espacios sin un costo de gasto elevado. La construcción de stands utilizando contenedores reformados ha ido creciendo como una opción y ha demostrado las ventajas económicas y operativas de su durabilidad, su rapidez de montaje y el hecho de poder reutilizarlos en Wagon Lots. Este crecimiento ha ayudado a la mayoría de empresas para que la presentación de su marca fuese igual de innovadora y, al mismo tiempo, sostenible, contribuyendo a una buena imagen en la industria de eventos.

La utilización de contenedores reformados como stands modulares pone de manifiesto que combinar adaptabilidad, sostenibilidad y personalización de espacios para eventos temporales es posible. Este enfoque es también aplicable a stands de eventos deportivos, pues permite montar rápidamente un espacio funcional que recoja la identidad de la marca, se adapte a las diferentes necesidades del evento y promueva prácticas sostenibles, optimizando la inversión y la experiencia del público.



imagen 29



1.15.6 Estado del arte 6

Design of a modular exhibition structure with additive manufacturing of eco sustainable materials de Invernizzi

Ciaccio y Nicola, P. (2021) es un trabajo que investiga el desarrollo de una estructura de exposición modular a partir de la manufactura aditiva usando materiales ecológicos. El propósito fue el de investigar cómo un sistema modular y el bioplástico elaborado a partir de residuos agrícolas podría integrarse en el diseño de estructuras de exposición reutilizables, ecológicas y adaptables. Se realizó una campaña experimental de las propiedades mecánicas del bioplástico, a partir de ensayos de tracción y de deformación mediante la técnica DIC, además de experimentar el diseño de un pabellón modular que utiliza módulos fabricados mediante impresión 3D o moldeo y el análisis mediante métodos de elementos finitos para validar el comportamiento del pabellón con carga de viento y sismo. Se concluye que no sólo la utilización de materiales ecológicos en el diseño de estructuras de exposición es factible desde los puntos de vista técnico y estructural, sino que - a su vez- un diseño que fomenta la reutilización de los elementos, la modularidad y la adaptabilidad en entornos de exposición.

El estudio de Invernizzi et al. (2021) muestra que la combinación de modularidad y el uso de materiales ecológicos en la fabricación de estructuras de exhibición puede cambiar la estructura de la exposición y hacerla reutilizable, adaptable y, desde el punto de vista técnico-ambiental, muy eficiente. Este enfoque se convierte -en el caso de proponer un diseño de stands modulares para la Universidad del Azuay- en una referencia importante, pues traslada la importancia de fomentar un diseño de los stands que integre criterios del diseño funcional y estructural con la sostenibilidad, de manera que no solo representen la identidad de esta institución, sino que, además, sean adaptables eficaz y eficientemente a distintos espacios y eventos.

1.16 CONCLUSIÓN

A raíz de la revisión de las ideas previas institucionales, las ideas previas teóricas y el estado del arte, se ha llegado a comprender que la Universidad del Azuay ha ido construyendo, de una forma progresiva y consistente, lo que se traduce un deporte universitario como rasgo categorial de su propia identidad institucional. Desde sus primeras manifestaciones en espacios deportivos elementales hasta la culminación de una infraestructura de alto nivel y la participación en diferentes competencias nacionales e internacionales, la universidad ha ido asumiendo un referente al interior del deporte universitario. Este desarrollo ha sido uno de los elementos detonantes para reforzar el sentido de pertenencia de la comunidad universitaria, como una acción que ha permitido proyectar la imagen institucional mediante sus equipos representativos y con la imagen de los Pumas como identidad institucional.

Sin embargo, el análisis realizado deja ver una problemática importante en el ámbito de los eventos deportivos universitarios: la inexistencia de stands que le den soporte e incluso una especie de cobertura institucional a estos eventos. Si bien es cierto que muchos estudiantes de distintas disciplinas toman parte de las actividades deportivas y que la universidad ha sabido hacerse un nombre en el deporte, no hay espacios de acondicionamiento físico especialmente indicados para la promoción institucional, la circulación de información y la representación de la identidad visual de la marca universitaria en los eventos deportivos. Esto hace que no se pueda hacer uso pleno de los eventos deportivos como espacios útiles de comunicación directa con la comunidad universitaria y el público externo.

La situación actual de la problemática es que se produce una desconexión entre el estado del desarrollo del deporte tratado y el uso de los recursos de

comunicación física en los eventos deportivos. Si bien la universidad tiene su propia identidad visual, unos canales digitales activos, una imagen institucional bien construida, estos elementos no están de forma sistemática representados en los espacios físicos de los eventos deportivos. La no existencia de stands específicos impide la representación de la institución de forma coherente y homogénea, así como la organización de actividades de información, promoción y vinculación que garanticen el acercamiento de la universidad hacia sus deportistas y los asistentes.

A la luz de esta situación, la revisión del estado del arte permite observar que, a nivel académico, profesional e investigativo, han surgido diversas propuestas vinculadas a los stands como estructuras adaptables, funcionales y coherentes con la identidad institucional. Los estudios revisados tienen un acuerdo general en el sentido de que los stands desempeñan un rol clave como dispositivos de comunicación visual, organización del espacio y apoyo institucional en los eventos, permitiendo afianzar la marca y organizar la interacción con los públicos. Se destaca también un creciente interés por el desarrollo de sistemas de stands que puedan responder a distintos contextos, eventos y necesidades, manteniendo la coherencia visual y funcional.

En este sentido, se sostiene que la problemática presentada aquí no se reduce solo a la falta de stands en sí, sino a la necesidad de introducirlos de forma estratégica del ecosistema deportivo universitario. La información revisada permite llegar a la conclusión de que el diseño de stands para los eventos deportivos es una oportunidad para fortalecer la identidad institucional de la Universidad del Azuay, aumentar la visibilidad en escenarios competitivos y mantener su presencia como una universidad con referencia en el ámbito del deporte universitario, conferida a la infraestructura, la comunicación y la identidad en forma coherente.



Imagen 30

CAPÍTULO 2





2.1 MARCO TEÓRICO

El presente trabajo se sustenta en un enfoque teórico–conceptual interdisciplinario que entrelaza aportaciones del diseño, la comunicación institucional y la arquitectura efímera, para identificar y plantear soluciones espaciales para aplicarse a los eventos deportivos universitarios. Este enfoque permite entender el diseño de stands como una estructura funcional, sí, pero también como un dispositivo comunicativo, de representación institucional y de movilidad estratégica, y en el que la portabilidad puede asumir el status de principio, pues permite garantizar la existencia continuada y mantenida de la identidad universitaria en diversos espacios deportivos.

El enfoque teórico se articula en torno a cuatro teorías y las cuatro nociones consideradas como claves para la comprensión de una realidad que queda articulada y que va a marcar el sentido del análisis de la investigación, como del mismo desarrollo proyectual. Este tipo de teorías permiten comprender cómo el diseño de stands, cómo el diseño de un stand puede llegar a crear experiencias significativas, cómo el diseño de un stand puede llegar a ser estructuralmente adaptable a distintos contextos, cómo el diseño de un stand puede llegar a dar cuenta de la identidad institucional y cómo el diseño de un stand puede llegar a dar respuesta a las necesidades de movilidad propias de los tipos de eventos temporales.

En primer lugar, se expone la Teoría de la experiencia de marca aplicada al diseño experiencial, fundamentalmente la teoría que desarrolla Bernd H. Schmitt, que es también interpretativamente el eje que permite comprender cómo los espacios diseñados influyen en la forma en la que los públicos perciben e interpretan a una institución. Desde esta manera de ver las cosas, se

definen los eventos deportivos como situaciones de interacción simbólica, y es aquí cuando se puede determinar que el diseño del espacio puede fortalecer la relación de la universidad con su comunidad. En relación a esta teoría, se introduce el concepto de diseño experiencial, que es entendido como una estrategia de diseño que traduce los valores institucionales en elementos espaciales, gráficos y comunicativos. Este concepto permite operacionalizar la experiencia de marca desde el diseño de stands, comunicando de forma más fácil el hecho de generar interactividad y llegar a la identificación y a la claridad comunicacional. En segundo lugar, la investigación se basa en la Teoría del diseño modular aplicada a la arquitectura efímera, una teoría teórica que tienen autores como Baldwin y Clark y que está complementada con Kronenburg. Esta teoría es el fundamento para asociar la modularidad como un principio de organización espacial fundamentado en un sistema flexible y adaptable.

En tercer lugar, se incorpora la Teoría de la portabilidad del diseño de stands promocionales, la cual permite entender la movilidad, la facilidad de transporte, de montaje y de desmontaje de estructuras temporales, sin que su funcionalidad ni su carga simbólica se vean afectadas. Esta teoría tiene su importancia dentro de los eventos deportivos universitarios, ya que permite comprender la forma en que una estructura diseñada puede ser variable en el espacio y la logística, exige un diseño que funcione de forma efectiva y que se pueda reutilizar. En cuarto lugar, se incorpora la Teoría de la identidad institucional aplicada a eventos deportivos, fundamentada en las definiciones de Capriotti y Villafañe, entendiendo y conceptualizando la identidad institucional como un sistema de valores, atributos y significados que se comunican de forma coherente a través de múltiples canales, entre ellos los espacios físicos temporales.

2.2 INTRODUCCIÓN

El abordaje teórico-conceptual se articula a partir de un conjunto de teorías y conceptos que permiten comprender de forma integral la problemática estudiada; es decir, en este sentido, se entienden como las líneas teóricas la teoría de la experiencia de marca aplicada al diseño experiencial, la teoría del diseño modular aplicada a la arquitectura efímera, la teoría de la portabilidad en el diseño de stands promocionales y la teoría de la identidad institucional aplicada a los eventos deportivos; todos ellos ofrecen un andamiaje para examinar el stand como una construcción, pero también como un recurso estratégico de comunicación, representación e interacción institucional. De otro lado, el marco de referencia se complementa con cuatro conceptos fundamentales: diseño experiencial, modularidad, portabilidad e identidad institucional; cada uno de ellos aporta unos criterios específicos para interpretar las necesidades espaciales, funcionales y simbólicas que demanda el contexto de los eventos deportivos universitarios, de la siguiente forma: el diseño experiencial permite comprender de qué manera un stand puede crear vínculos significativos con los públicos; la modularidad define la flexibilidad y adaptación del sistema; la portabilidad responde a los requerimientos de traslado, montaje y reutilización; la identidad institucional asegura la proyección coherente de los valores institucionales.

Por lo tanto, la articulación teórica-conceptual fundamenta el análisis de la problemática, que es la carencia de stands institucionales portables y especializados en los eventos deportivos de la Universidad del Azuay, al tiempo que sustenta una propuesta de diseño coherente con los requerimientos del contexto deportivo universitario sobre la base de unas dimensiones funcionales, comunicativas e identitarias en una solución espacial flexible y estratégica.

Por consiguiente, esta base teórica no solo orienta la comprensión del objeto de estudio, sino que también establece criterios claros para la toma de decisiones en el proceso de diseño, permitiendo integrar de manera equilibrada los aspectos técnicos, estéticos y comunicacionales del stand; en este sentido, se busca que la propuesta resultante no se limite a resolver una necesidad operativa, sino que contribuya activamente a fortalecer la presencia institucional en los eventos deportivos, optimizando la interacción con los públicos y garantizando una experiencia coherente, funcional y alineada con los principios identitarios de la Universidad del Azuay.



2.3 TEORIAS

2.3.1 Teoría de la experiencia de marca aplicada al diseño experiencial

La teoría de la experiencia de la marca es defendida sobre todo por el autor Bernd Schmitt (1999), ya que considera que las marcas no tienen que ser interpretadas en base a sus íconos visuales o a su significado propio de la comunicación, sino que deben ser entendidas como productoras de experiencias que tienen importancia para los seres humanos. En el caso de la experiencia de marca, Schmitt considera que es el resultado de unos estímulos planificados que recurren a la percepción, a la emoción, a la cognición, así como a la interacción de la persona con la marca en un contexto determinado. Este planteamiento sostiene que el valor de la marca se propulsará cuando las personas no sean solo capaces de ser conscientes de su existencia, sino que cuando tengan la habilidad de interactuar con ella a través de una experiencia personal e inolvidable.

En entornos presenciales, como en eventos deportivos o ferias, la experiencia de marca es el elemento central que sirve para reforzar la relación entre la institución y el público, porque el espacio físico es hijo de un soporte de comunicación tangible. Desde una interpretación teórica, la experiencia de marca es una visión global de un proceso en el cual el diseño tiene un papel estratégico. El diseño experiencial traduce los valores y atributos de una

marca a elementos espaciales, gráficos y comunicativos que permiten una interacción clara y coherente. En este sentido, el espacio deja de ser un contenedor neutro y se convierte en un dispositivo narrativo que transmite identidad.

Aplicado a eventos deportivos universitarios, esta teoría permite entender que la presencia institucional es mayor que la mera participación deportiva, sino que tiene espacio para los elementos de encuentro, información y representación. Un stand, bajo este prisma, es un dispositivo que articula diseño, comunicación e interacción para representar una imagen institucional clara y reconocible. En esta investigación, la teoría de la experiencia de marca servirá como tronco conceptual para analizar y proyectar el diseño de stands como espacios de interacción institucional en eventos deportivos de la Universidad del Azuay.

Desde el prisma investigativo, esta teoría permitirá poner en valor cómo la ausencia o debilidad de los espacios experienciales limitan la visibilidad y el reconocimiento institucional en esos eventos. Desde el prisma proyectual, servirá para guiar el diseño de stands que traduzcan los valores universitarios y la identidad de los Pumas a elementos espaciales coherentes. La aplicación de esta teoría permitirá entender el stand no solo como un elemento funcional, sino como una vía estratégica para mejorar la presencia institucional y la relación simbólica universidad-comunidad deportiva.



imagen 33



imagen 34

2.3.2 Teoría del diseño modular aplicada a la arquitectura efímera

La teoría del diseño modular ha sido elaborada por autores como Baldwin y Clark (2000), que definen la modularidad como el principio organizativo que permite integrar sistemas formados por unidades independientes que pueden ser combinadas, reorganizadas o adaptadas a partir de las exigencias del medio. En el campo del diseño y la arquitectura, la teoría modular señala que los sistemas modulares pueden ser flexibles, adaptables y coherentes estructuralmente, a la vez que no pierden unidad formal. La modularidad como recurso en la arquitectura efímera resulta ser una pieza fundamental para la creación de estructuras temporales que deben responder a distintos contextos y necesidades espaciales.

Desde el lado conceptual, la modularidad puede entenderse como una estrategia de diseño que permite que el espacio se pueda adaptar a numerosas condiciones sin perder su carácter visual. En lo que respecta a los stands, la arquitectura modular facilitará diferentes configuraciones espaciales a partir de un mismo sistema base que mantiene una lógica formal coherente. Este punto resulta esencial en el ámbito de los eventos deportivos, donde los espacios son diferentes en gran tamaño, ubicación, características, etcétera. La modularidad no solo responde a requisitos técnicos, sino que también permite aportar claridad visual y orden compositivo, los cuales son imprescindibles para tener una buena comunicación institucional en situaciones en las que el movimiento y el aforo son intensos.

En esta investigación, la teoría del diseño modular será utilizada como una base estructural para generar los stands destinados a los eventos deportivos de la Universidad del Azuay. Desde el análisis, se podrá intentar poner de manifiesto todas las limitaciones que suponen las soluciones espaciales rígidas en el frente de la diversidad de condiciones de los espacios deportivos. Desde la propuesta proyectual, orientará el diseño de un sistema de stands en donde modularidad y flexibilidad tengan en común la adaptación a diversas disciplinas y a diversos espacios, pero con coherencia formal y funcional. Esta teoría permitirá la concepción del stand como una estructura flexible y repetitiva que será capaz de dar respuesta a las necesidades de los equipos deportivos de la universidad y reforzar su presencia institucional constantemente de forma ordenada.



2.3.3 Teoría de la identidad institucional aplicada a eventos deportivos

La teoría de la identidad institucional es elaborada por Capriotti (2009), quien señala que se entiende por identidad al "conjunto de características o atributos, valores, creencias, rasgos, etc. construidos y transmitidos como coherente para reconocerse posteriormente en los públicos" (p. 259). De esta manera, para esta teoría la identidad no es sólo un conjunto de elementos visuales aislados, sino que se expresa tal y como se pone en práctica, esto es, en formas de conducta, en las diferentes manifestaciones del discurso para hacer presentable el espacio de representación en el que una organización se encuentra. En este sentido, la identidad institucional en el ámbito universitario se encuentra estrechamente ligada a la misión educativa, a los valores académicos y, por lo tanto, a las actividades —entre ellas el deporte— que dicha institución haya decidido promover.

Desde un abordaje teórico, puede entenderse la identidad institucional como una forma de sistema simbólico que se representa en diversas dimensiones de la comunicación. Los elementos de los acontecimientos deportivos constituyen un espacio estratégico para poner de manifiesto tal identidad institucional, dado que son el lugar donde interactúan personas de distintas colectividades, tales como: estudiantes, docentes e incluso público ajeno a la representación de la institución, en un ejercicio de representación colectiva. En este sentido, los elementos visuales (gráfica institucional, colores de la institución, etc.) y los elementos físicos (los espacios físicos de las instituciones, como el diseño gráfico o la climatización de los espacios) llevan al establecimiento de los sentidos de pertenencia y reconocimiento. Todo ello se fractura ante situaciones en las que no existen espacios institucionales fácilmente identificables, debilita la proyección institucional y, por tanto, limita el grado de simbolismo de la participación deportiva.

En la presente investigación, la teoría de la identidad institucional será utilizada como hilo conductor para el análisis y el diseño de los stands modulares de la Universidad del Azuay. Desde una aproximación de la investigación, permitirá caracterizar la medida de la identidad universitaria y la imagen de los Pumas se efectúa en los acontecimientos deportivos. Desde el marco del diseño, permitirá incluir de forma adecuada los elementos gráficos, cromáticos y simbólicos necesarios para el diseño de los stands y asegurar la coherencia con la identidad institucional. Esta perspectiva teórico-práctica permitirá materializar el stand como soporte físico de representación institucional y como elemento que fortalece la presencia física y simbólica de la universidad dentro del mundo deportivo.



2.3.4 Teoría de la portabilidad en el diseño de stands promocionales

La portabilidad aplicada al diseño de stands promocionales tiene su fundamento en los principios de diseño funcional, diseño industrial y arquitectura efímera, que establecen que todo objeto, componentes o sistemas diseñados para contextos efímeros deben tener como premisa la portabilidad, así como el montaje, desmontaje y la reutilización (Kronenburg, 2011). La portabilidad se configura, por tanto, desde esta perspectiva, como un criterio de diseño que determina de forma directa la eficiencia operativa con la que son tratados los espacios efímeros, así como su capacidad para comunicarse. Autores como Munari (2008) manifiestan que un buen diseño debe dar respuesta de forma universal a las condiciones reales de uso, así como a sus dimensiones: el peso, el volumen, la resistencia o la facilidad de manipulación. Así como ocurre con los stands promocionales, la portabilidad también se puede considerar un principio de diseño que asegura que una configuración de una misma estructura y montaje pueda desplazarse y utilizarse en escenarios diferentes sin perder funcionalidad, estabilidad o coherencia visual. La portabilidad tiene sentido en el diseño de stands para eventos deportivos, donde el

montaje suele ser breve y los espacios cambian constantemente.

Desde un enfoque teórico, la portabilidad se relaciona de manera bastante clara con la modularidad; ambos principios permiten que se dé la posibilidad de crear mecanismos portátiles que se desplieguen y puedan volver a colocar; pero, a diferencia de la modularidad, que se centra en la organización estructural del sistema, la portabilidad gira en torno a la logística y la movilidad de su diseño. De este modo, un stand portátil no solo debe ser modular, sino con una estructura ligera, pequeña y tal que pueda desplazarse fácilmente y ser operativo en otros contextos deportivos (Bonsiepe, 2011).

En cuanto a la promoción de la identidad institucional, la portabilidad permite que una presencia institucional se repita en diferentes eventos. La Universidad del Azuay, por lo tanto, puede utilizar los stands portátiles para que los Pumas puedan ofrecer su despliegue en diversas disciplinas y contextos, permitiendo reforzar constantemente la visibilidad y el reconocimiento institucional. En consecuencia, la portabilidad se convierte en un principio teórico que da lugar a funcionalidad, eficiencia y comunicación visual en los stands promocionales.



2.4 CONCEPTOS

2.4.1 Diseño experiencial

La noción de diseño experiencial se basa en los postulados de Bernd (1999), que postula que el diseño tiene que ir más allá del carácter estético o utilitario para enfocarse en la producción de experiencias como una manera de dar sentido a las experiencias de los usuarios. A partir de esta óptica, el diseño se interpreta como un catalizador de percepciones, emociones y procesos cognitivos para que las personas puedan establecer un vínculo concreto con una marca o institución. Por su parte, Schmitt también agrega un elemento importante. Según este autor, los entornos páginas pueden modular los procesos interpretativos y de memoria de una marca, sobre todo en contextos presenciales. Por lo tanto, el diseño experiencial se centra en el diseño de espacios, de manera que los usuarios accedan a ellos, realicen una vivencia simbólica y se conviertan en protagonistas del espacio proyectado (Schmitt, 1999).

Desde una visión conceptual, el diseño experiencial podría entenderse como una estrategia proyectual que combina forma, función y comunicación para construir una experiencia coherente y reconocible. En términos prácticos, esto se da con frecuencia en espacios de museos interactivos, ferias, exposiciones

y eventos deportivos, donde el diseño del espacio facilita el recorrido, el análisis de la información y el refuerzo del mensaje institucional. Por ejemplo, un stand diseñado bajo las fórmulas del diseño experiencial nunca solo tendrá una función informativa, sino que utilizará recursos gráficos, espaciales o simbólicos para construir valores y generar identificación. En los eventos deportivos, el diseño experiencial se traduce cuando el espacio institucional permite al público identificar a la organización, entender su identidad y sentirse parte de ella, en tanto se refuerza el regreso institucional-comunitario (Pine & Gilmore, 1999).

En la presente investigación, el diseño experiencial será aplicado como un eje conceptual para la concepción de stands institucionales en eventos deportivos de la Universidad del Azuay. Este concepto permitirá analizar cómo el diseño del espacio puede fortalecer la presencia universitaria más allá de la participación deportiva. En la propuesta proyectual, el diseño experiencial guiará la organización espacial, el uso de elementos gráficos y la disposición de los componentes del stand, con el objetivo de comunicar de manera clara la identidad de los Pumas y de la universidad. De este modo, el stand se plantea como un espacio de interacción y representación institucional que contribuye a una mayor visibilidad y reconocimiento dentro del contexto deportivo.

2.4.2 Modularidad

El concepto de modularidad es ampliamente examinado por Baldwin y Clark (2000: 19-21), quienes la definen como un principio de diseño basado en la organización de los sistemas a partir de unidades que funcionan de manera independiente y que se combinan entre ellas de formas diferentes, propias de cada sistema, pero manteniendo la coherencia entre sus partes. En el ámbito del diseño y la arquitectura, con la modularidad se puede crear soluciones flexibles y adaptativas a los distintos contextos, manteniendo una estructura base común. Este concepto es especialmente importante en proyectos en los que se requiere versatilidad espacial, ya que, a través de la modularidad, se puede adaptar el diseño a distintas necesidades y usos en el espacio sin modificar la esencia formal y funcional entre las partes (Baldwin & Clark, 2000: 19-21). Desde un punto de vista aplicado, la modularidad podría entenderse como una estrategia proyectual que mejora la distribución del espacio, a la par que favorece la repetición de forma sistemática de otro elemento.

En arquitectura efímera o diseño de stands, la modularidad se puede utilizar para la elaboración de estructuras que se pueden reconfigurar según la dimensión del recinto o el tipo de evento que se realiza. Por ejemplo, un sistema modular puede funcionar como un stand pequeño en un evento local para poder ampliarse en uno de otra envergadura, manteniendo una identidad visual única. Autores como Kronenburg (2011) afirman que la modularidad permite mantener coherencia formal, orden visual y claridad compositiva, aspectos fundamentales en el ámbito de los espacios temporales, donde la atmósfera comunicativa debe ser inmediata y efectiva.

Esta investigación empleará el concepto de modularidad como base estructural para el diseño de stands orientados hacia eventos deportivos universitarios. Tendrá la finalidad de plantear un sistema adaptativo a la diversidad de disciplinas y espacios en los que intervienen la Universidad del Azuay. Desde el enfoque proyectual, la modularidad tratará de orientar la creación de los componentes que se deben ensamblar de diferentes formas, pero sin que esta forma arrastre una completa centralidad. De esta forma, el stand modular se plantea como una solución flexible para facilitar la presencia continua de la universidad en eventos deportivos, ayudando a reforzar su imagen, a la par que se presenta un diseño habitual y sistemático.

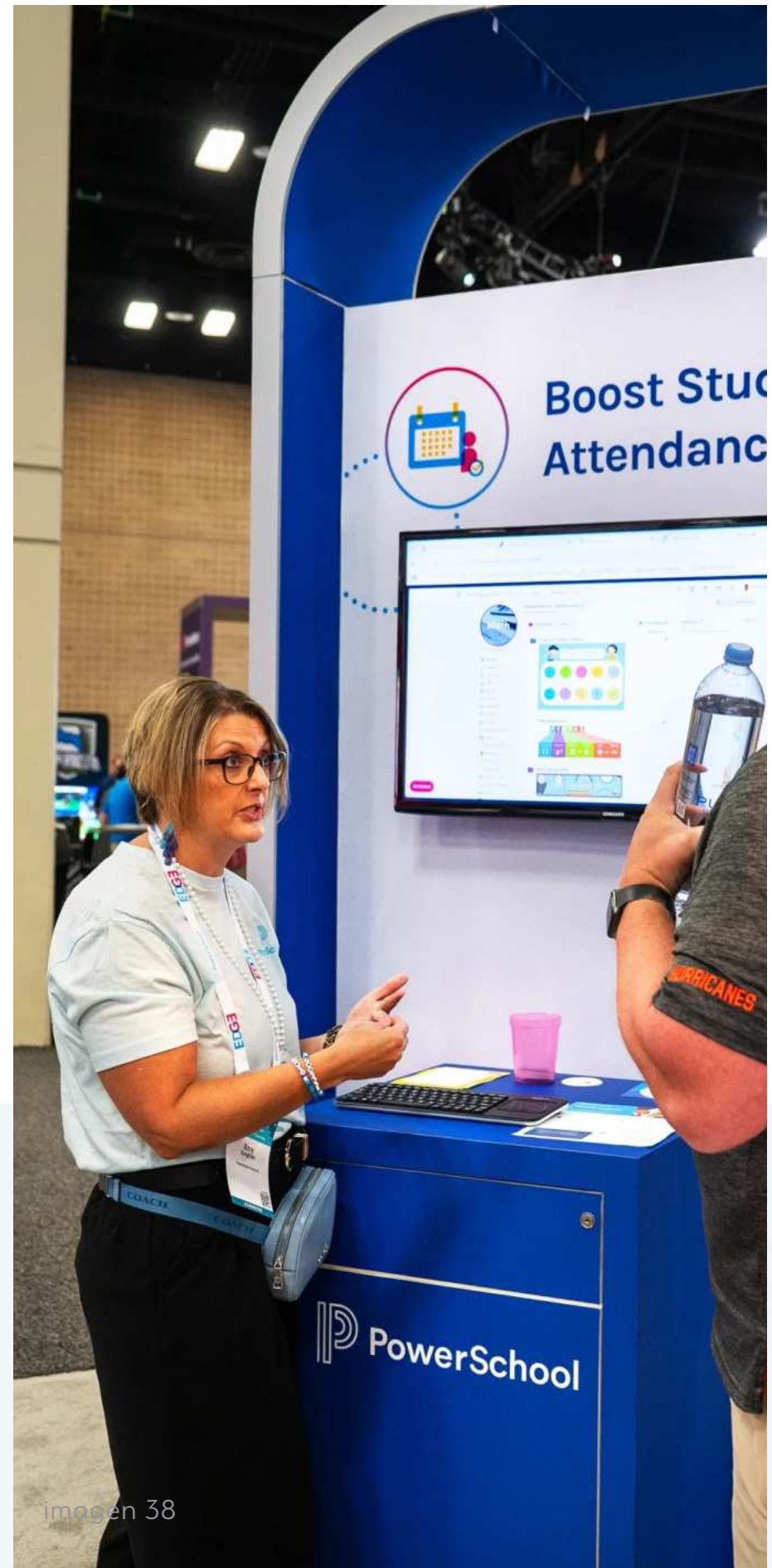


imagen 38

2.4.3 Identidad de marca

La identidad de marca es un concepto con autores como Capriotti (2009), que la define a partir del conjunto de atributos, valores y rasgos que configura y concreta la organización de forma coherente, de tal manera que pueda ser reconocida por sus públicos. La identidad de marca no es sólo logotipos o colores, sino que abarca todo aquello que expresa visualmente, discursivamente y espacialmente la institución. En el ámbito universitario, la identidad de marca se relaciona con la misión educativa, los valores institucionales y las actividades que la universidad promueve, entre ellas el deporte (Capriotti, 2009). Desde una visión conceptual, la identidad de marca puede considerarse un sistema simbólico que se manifiesta a través de cada punto de contacto entre la institución y su comunidad. La identidad puede hacerse visible, entre los demás elementos de la identidad corporativa, en los uniformes, en la gráfica, en la comunicación visual o en los espacios institucionales. La repetición de colores, tipografías, gráficos o símbolos permite que el público asocie de forma rápida una institución o una entidad en un entorno competitivo, que se encuentra en la identificación con la misma. Para Villafañe (2004), esta forma de identidad permite que la institución o entidad sea reconocida; el reconocimiento se convierte en pertenencia y, aunque este proceso de identificación se lleva a cabo con otras marcas en contextos de alta visibilidad, como son los eventos deportivos, es significativo.

Este concepto de identidad de marca servirá en la investigación como eje transversal del análisis y el diseño de los stands modulares de la Universidad del Azuay. Permitirá saber cómo la identidad institucional y la imagen de los Pumas se representan en los eventos deportivos actualmente, pero además podrá determinar la forma de fortalecer su imagen mediante el diseño del espacio. En la propuesta proyectual, la identidad de marca servirá como guía para la elección de los elementos gráficos, cromáticos y simbólicos del stand, pero, además de ello, esta identidad provoca la coherencia con la imagen institucional. Así, el stand se desarrollará como un soporte físico de la identidad universitaria que va a intensificar la imagen visual y simbólica de la Universidad del Azuay en la práctica del deporte.



imagen 39

2.4.4 Portabilidad

Dentro de la construcción y la arquitectura efímera, el concepto de portabilidad se entiende como la capacidad de un objeto, sistema o estructura, para poder ser transportado, montado y desmontado de forma sencilla, manteniendo, a su vez, la lógica de funcionamiento y su coherencia formal (Kronenburg, 2011). Este concepto surge como respuesta a las necesidades de movilidad y adaptabilidad a los espacios temporales, donde el diseño debe responder a condiciones cambiantes y a limitaciones logísticas necesarias.

Para la interpretación del concepto de portabilidad, podemos observar cómo pensar el diseño desde una lógica unitaria que plantee materiales livianos, sistemas de ensamblaje simples y soluciones compactas. Munari (2008) menciona que la simplicidad constructiva y la claridad estructural son un eje necesario para obtener un diseño racional y efectivo. Cuando se hace referencia a los stands promocionales, la portabilidad es una condición necesaria para la reducción de tiempos de montaje y la disminución de costes de transporte, así como para la posibilidad de reutilización de los stands para otros even-

tos.

En el diseño de stands para eventos deportivos, la portabilidad toma un valor estratégico, ya que estos espacios requieren de cambios de recintos, disciplinas y públicos. Un stand portable implica mantener una identidad visual sin requerir de una infraestructura fija, lo cual beneficia la continuidad comunicacional de la marca. Asimismo, la portabilidad también contribuye a mejorar la experiencia del usuario mediante la disposición ordenada de elementos informativos y promocionales en el espacio.

En el marco del presente trabajo, el concepto de portabilidad se aplica como un eje de diseño para la elaboración de stands a partir de los eventos deportivos de la Universidad del Azuay. Este concepto permite desarrollar una propuesta que resguarde la movilidad del stand, la facilidad de montaje en diferentes escenarios y su adecuación con la identidad visual institucional. La portabilidad se convierte así en un recurso necesario que complementa incluso la modularidad y el diseño experiencial, consolidando la presencia de los Pumas en el ámbito del deporte universitario.



imagen 40

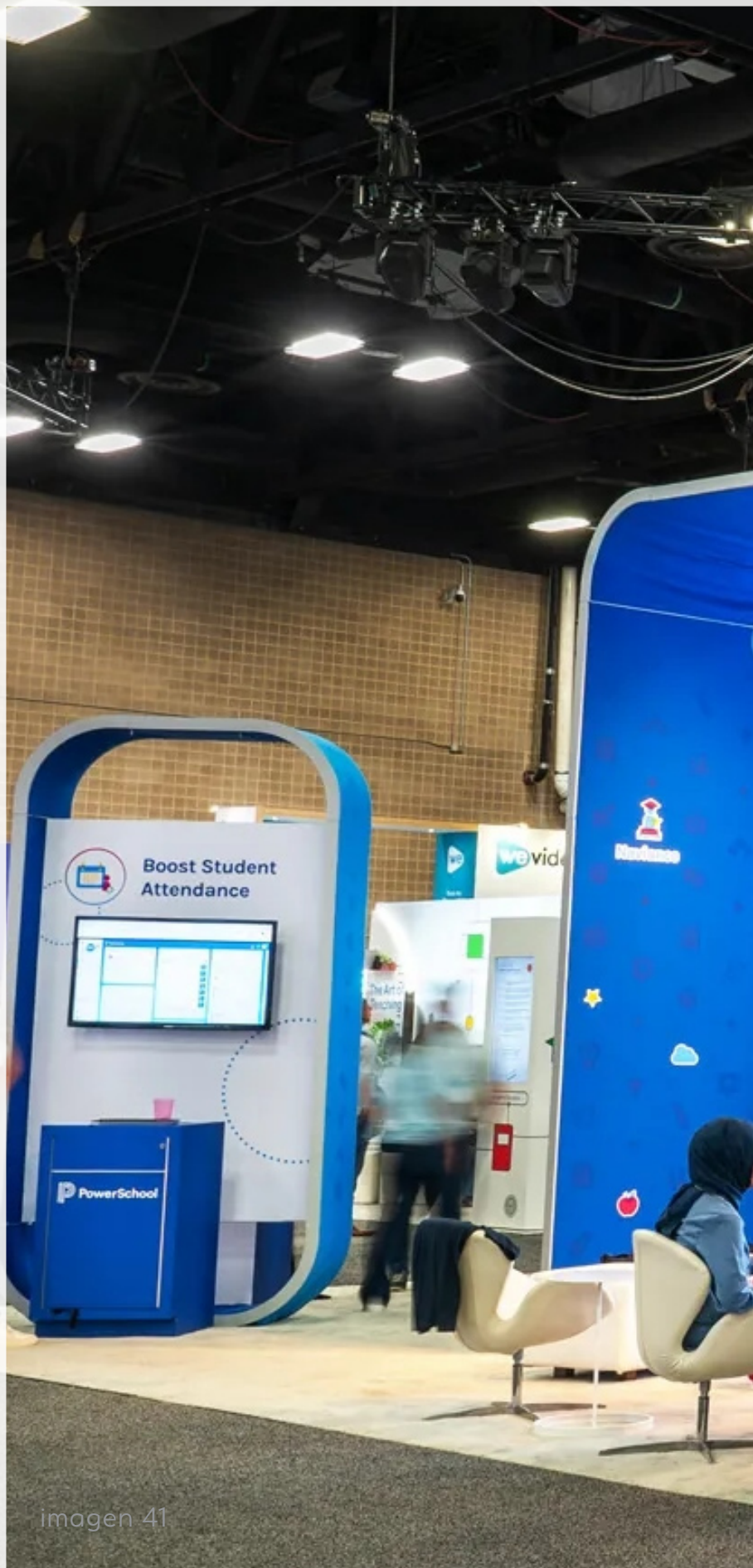


imagen 41

2.5 CONCLUSIÓN

El presente capítulo ha servido para construir un marco de referencia teórico-conceptual sólido que justifique la elaboración de la propuesta de diseño de stands modulares y portables para reforzar la identidad y la presencia de la Universidad del Azuay en eventos deportivos, utilizando como estudio de caso a los Pumas. A partir del análisis de las teorías y conceptos revisados, hemos conseguido establecer que el diseño de stands modulares y portables trasciende, como se ha dicho anteriormente, su carácter utilitario y se consolida como una manera de, a través de la comunicación institucional, hacer coincidir la identidad visual, la experiencia de marca y la eficiencia funcional en el contexto deportivo universitario.

Desde la teoría de la experiencia de marca aplicada al diseño experiencial, se entiende que el diseño de los espacios responde a una práctica mediante la cual los espacios diseñados inciden en todos aquellos modos en que los públicos retratan, aprehenden e interpelan a una institución. De este modo, los eventos deportivos se convierten en un alto espacio de carga simbólica y la presencia institucional debe ser categórica, congruente y con significado. El stand deja de entenderse como punto de información y pasa a transformarse en un medio de comunicación que permite abrir y proyectar los valores, el carácter y la identidad de la Universidad del Azuay, contribuyendo a crear un vínculo emocional entre la institución y la comunidad deportiva a la que pertenece. El diseño experiencial, entendido como un concepto operativo, permite hacer la transposición de estos conceptos teóricos al contexto del proyecto a partir de la asociación de elementos espaciales, gráficos y de comunicación. En esta forma de entender el diseño experimentado, la propuesta de diseño asume la organización del espacio, la jerarquización visual y la interacción del usuario como estrategias necesarias para la producción del reconocimiento ante el propio proyecto y para que el mismo produzca un lazo con la misma institución, tal como hemos expuesto. Así, tal y como nos planteamos, el stand se plantea como un entorno que fomenta la participación del público, también refuerza el sentimiento de pertenencia e incide en una experiencia que resulta congruente con la identidad de los Pumas y de la Universidad.

La teoría del diseño modular aplicada a la arquitectura efímera, por su parte, aporta el sustento estructural de la propuesta, al entender la modularidad como un sistema flexible y cambiante en el que se dan las condiciones para un contexto espacial u otro. En los eventos deportivos universitarios, en los

que los espacios varían en tamaño, emplazamiento y condiciones, la modularidad se presenta como una de las pautas primordiales del diseño de stands que puedan ser reconfigurados sin perder coherencia formal ni identidad visual. El concepto de modularidad, por tanto, se establece como una estrategia de proyección que permite la replicabilidad, el orden espacial y la consistencia gráfica de la propuesta. Asimismo, la introducción de la teoría de la portabilidad en la concepción de stands promocionales amplía el enfoque estructural y funcional del proyecto; la portabilidad también permite considerar el stand de exhibición como una estructura móvil, la cual debe ser fácil de transportar, montar y desmontar, siendo estable y funcional, y reservando su valor comunicacional. Este principio es muy importante en el marco de los eventos deportivos universitarios, donde la movilidad entre recintos y disciplinas implica ofrecer soluciones de diseño eficiente y reutilizables. En consecuencia, la portabilidad se reafirma como un criterio estratégico que optimiza recursos, reduce tiempos de montaje y permite una presencia institucional permanente en distintos escenarios deportivos. La portabilidad se vincula con la modularidad y el diseño experiencial, dando lugar a una propuesta totalizadora, en la que el stand no solo realiza una adaptación espacial, sino que acompaña a la entidad en la experiencia deportiva. El stand portable permite que la identidad visual de la Universidad del Azuay y de los Pumas se mantenga en consonancia y sea reconocida por todos en cada evento, manteniendo alta visibilidad institucional y reforzando el posicionamiento de la marca universitaria. Es decir, la portabilidad no es simplemente una cuestión técnica, es un elemento comunicacional que refuerza la proyección simbólica por parte de la universidad.

La teoría de la identidad institucional conjugada con eventos deportivos y el concepto de la identidad de marca permite entender la importancia de representar de forma consistente los valores, símbolos y atributos de la Universidad del Azuay en espacios físicos temporales. El diseño del stand se presenta como la extensión de la identidad universitaria, integrando a la misma los elementos gráficos, cromáticos y formales que fijan el reconocimiento institucional y el sentido de pertenencia de la comunidad.

En la misma dirección, las teorías y conceptos que han sido tratados en este capítulo se integran de forma complementaria para dar una propuesta de diseño que articula experiencia, estructura, movilidad e identidad, para que el diseño del stand no sea una solución independiente, sino una solución estratégica en concordancia con los objetivos institucionales de la Universidad del Azuay en el ámbito deportivo, estableciendo así bases conceptuales para el desarrollo proyectual del siguiente capítulo.

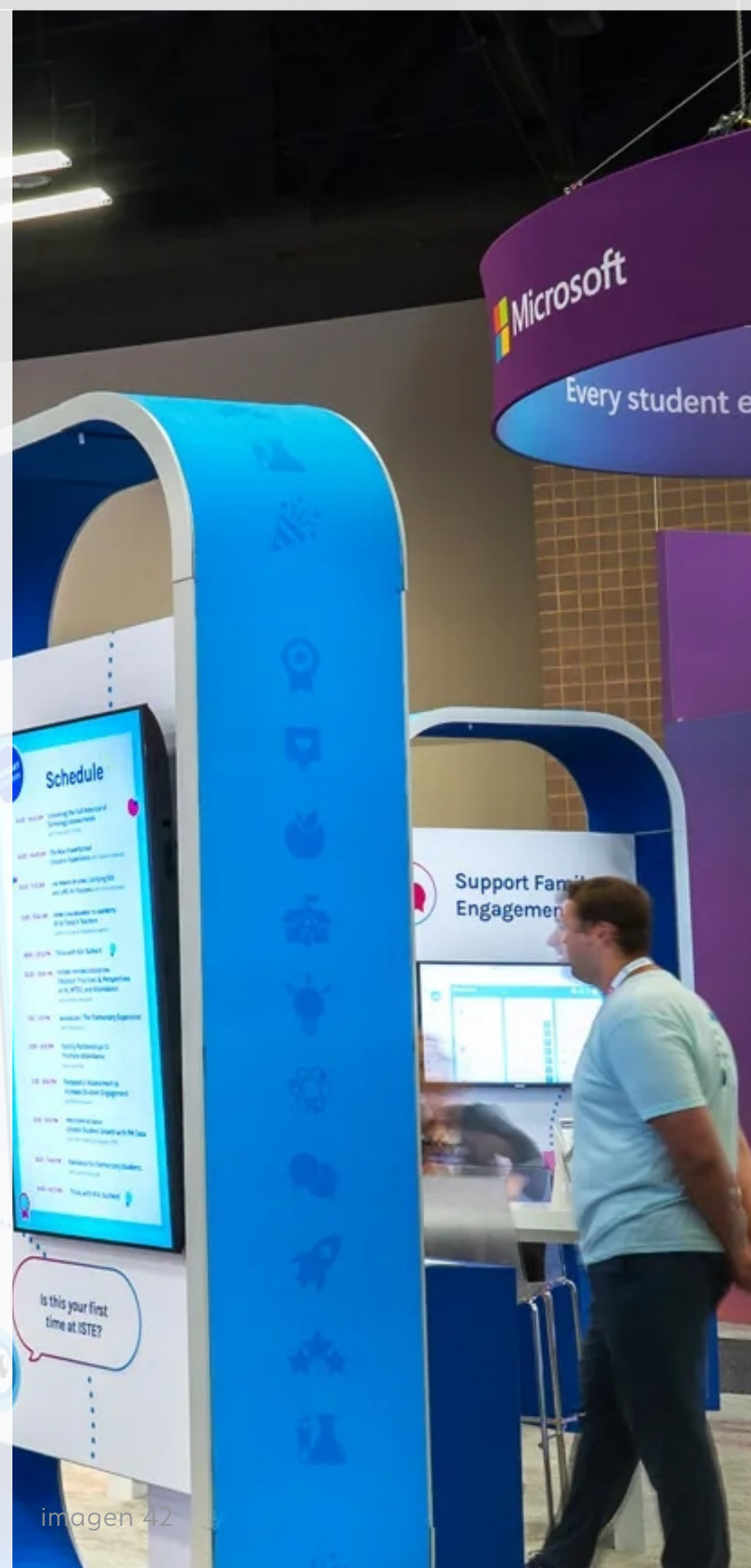
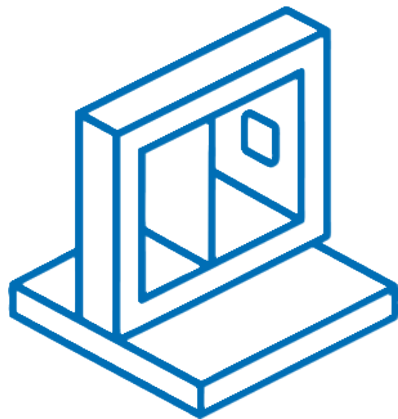


imagen 42



CAPÍTULO 3

3.1 INTRODUCCIÓN

El presente capítulo desarrolla la metodología proyectual aplicada para el diseño del stand modular destinado a eventos deportivos de la Universidad del Azuay, integrando el análisis de usuarios, el brief de diseño, el estudio de referentes homólogos, el proceso de ideación mediante bocetaje y la definición de las partidas de diseño. Estos componentes permiten estructurar, de manera coherente, los criterios que guían el desarrollo conceptual, formal, funcional y tecnológico del proyecto.

El proceso metodológico parte del estudio de dos perfiles de usuario representativos: el estudiante-deportista universitario y el público general o visitante externo. A partir del análisis de sus comportamientos, necesidades, motivaciones y problemáticas, se identifican los principales requerimientos del stand, tales como la modularidad, la adaptabilidad espacial, la claridad informativa, la facilidad de uso, la rapidez de armado y la correcta representación de la identidad institucional. Estos factores se convierten en la base para la toma de decisiones proyectuales.

Posteriormente, el brief del proyecto establece los lineamientos generales que orientan el diseño hacia una solución funcional, armable, reutilizable y adaptable a distintos espacios, asegurando su correcta implementación en eventos deportivos. De manera complementaria, el análisis de homólogos permite reconocer estrategias formales, funcionales, tecnológicas y expresivas aplicadas en sistemas modulares contemporáneos, aportando criterios de referencia que enriquecen el desarrollo del proyecto.

Dentro del proceso metodológico, el bocetaje cumple un rol fundamental como herramienta de exploración, análisis y síntesis creativa. A través de bocetos conceptuales, formales y funcionales, se experimentan distintas configuraciones espaciales, sistemas estructurales y propuestas compositivas, permitiendo visualizar soluciones preliminares, evaluar alternativas y seleccionar la propuesta más adecuada. Este proceso facilita la traducción de los conceptos teóricos en propuestas visuales concretas, fortaleciendo la coherencia entre la idea inicial y la solución final.

Finalmente, toda la información recopilada se sintetiza mediante la formulación de las partidas de diseño formal, funcional y tecnológica, las cuales actúan como instrumentos metodológicos que organizan, jerarquizan y estructuran los criterios proyectuales. Estas partidas orientan el desarrollo del stand hacia una solución integral, coherente, eficiente y alineada con los objetivos de fortalecer la identidad institucional, mejorar la experiencia del usuario y optimizar el desempeño del producto en contextos deportivos.



imagen 43

3.2 METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

3.2.1 Enfoque metodológico

La presente investigación se desarrolla bajo un enfoque mixto, combinando métodos cualitativos y cuantitativos, con el fin de obtener información integral sobre las necesidades, percepciones y comportamientos de los usuarios frente a los stands modulares utilizados en eventos deportivos universitarios.

El enfoque cuantitativo permite analizar datos estadísticos obtenidos mediante encuestas estructuradas, mientras que el enfoque cualitativo facilita la interpretación de opiniones, preferencias y experiencias del usuario. Esta combinación fortalece el proceso de diseño, permitiendo desarrollar una propuesta funcional, formal y tecnológica coherente con el contexto real.

3.2.2 Tipo y nivel de investigación

3.2.2.1 Tipo de investigación

Descriptiva: porque permite analizar cómo se comportan los usuarios en eventos deportivos, cómo perciben los stands actuales y qué necesidades presentan.

Proyectual: ya que la investigación culmina en una propuesta de diseño, aplicando los datos obtenidos al desarrollo de un stand modular.

3.2.2.2 Nivel de investigación

Exploratorio: al estudiar un problema poco abordado dentro del contexto universitario local.

Explicativo: al analizar las causas que generan dificultades en el uso de stands tradicionales y su impacto en la experiencia del usuario.

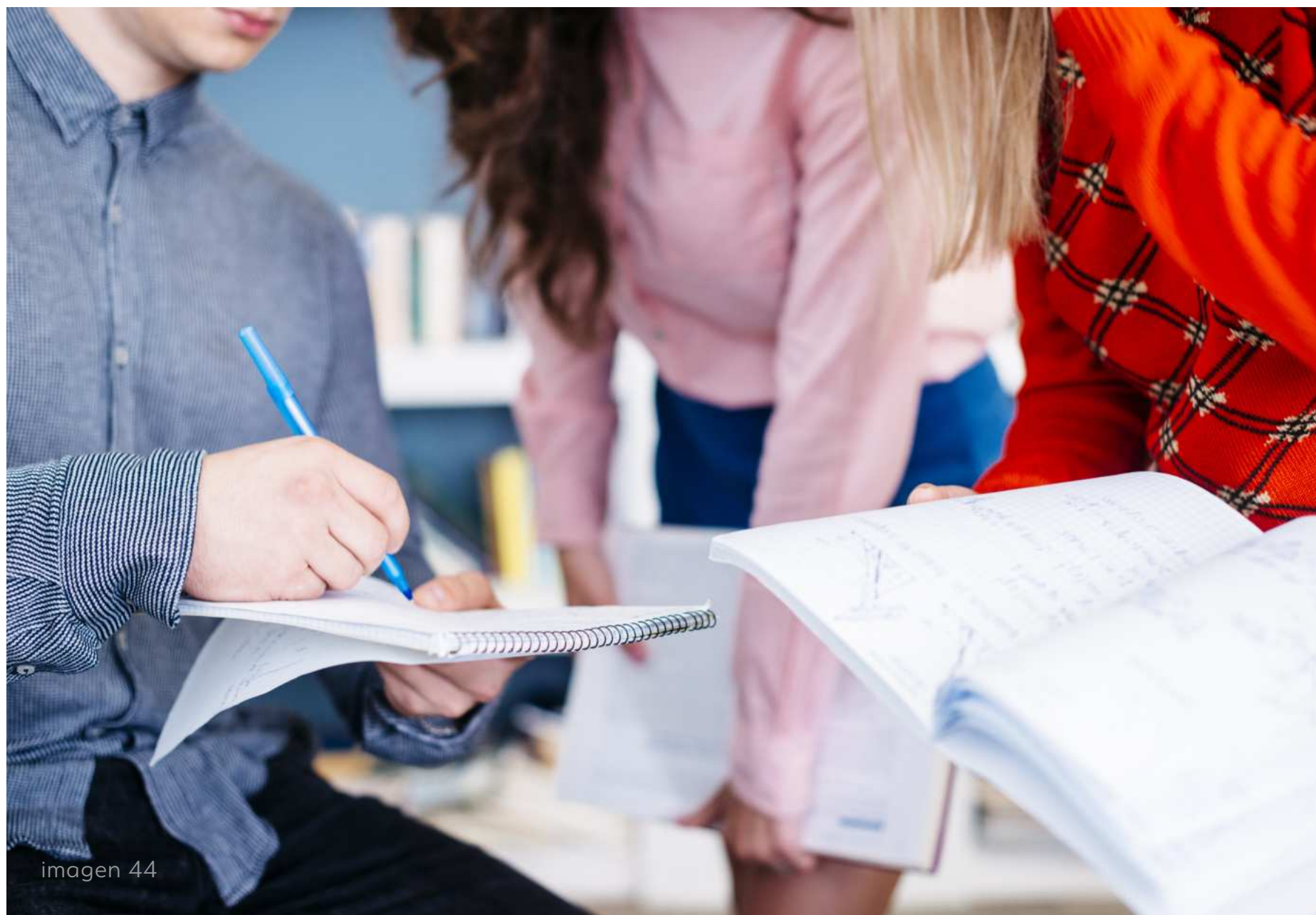


imagen 44

3.2.3 Población y muestra

3.2.3.1 Población

La población está conformada por estudiantes, y todo tipo de público, especialmente aquellos que asisten con frecuencia a eventos deportivos.

3.2.3.2 Muestra

La muestra corresponde al público entre 18 y 60 años, pertenecientes a diferentes ciudades, seleccionados mediante un muestreo no probabilístico por conveniencia, considerando su disponibilidad y cercanía al contexto del estudio.

Técnicas e instrumentos de recolección de datos

Para la obtención de información se utilizaron las siguientes técnicas:

3.2.3.3 Encuesta

Se aplicó una encuesta digital estructurada, compuesta por preguntas cerradas y de opción múltiple, dirigida a estudiantes universitarios. Esta herramienta permitió recopilar datos cuantificables relacionados con:

- Frecuencia de asistencia a eventos deportivos.
- Uso de stands informativos y comerciales.
- Dificultades encontradas en estos espacios.
- Preferencias formales, funcionales y visuales.
- Necesidades reales del usuario frente a un stand modular.

3.2.3.4 Observación directa

Se realizó observación durante eventos deportivos universitarios, registrando:

- Flujo de personas.
 - Ubicación de stands.
 - Interacción usuario-stand.
 - Problemas de circulación, visibilidad y accesibilidad.
 - Diseño, aplicación y estructura de la encuesta
- La encuesta fue diseñada con el objetivo de identificar problemas, necesidades y oportunidades de mejora en el diseño de stands modulares para eventos deportivos universitarios.



3.2.4 Objetivo general de la encuesta

Analizar la experiencia del usuario en eventos deportivos universitarios y determinar los criterios formales, funcionales y tecnológicos necesarios para el diseño de un stand modular adaptable, práctico y visualmente atractivo.

3.2.4.1 Objetivos específicos

- Identificar los principales problemas de los stands actuales.
- Reconocer las necesidades espaciales y funcionales del usuario.
- Analizar preferencias estéticas e institucionales.
- Determinar características prioritarias para el diseño del stand.

3.2.4.2 Procesamiento y análisis de resultados

Los datos obtenidos fueron organizados mediante gráficos estadísticos y analizados de forma interpretativa, permitiendo identificar patrones claros de comportamiento, necesidades frecuentes y oportunidades de diseño.

Los resultados más relevantes fueron seleccionados con base en su impacto directo sobre el desarrollo del proyecto, priorizando aquellos que influyen en:

- La modularidad.
- La adaptabilidad.
- La visibilidad.
- La rapidez de uso.
- La identidad institucional.

3.3 RESULTADOS DE LA ENCUESTA

Edad:
58 respuestas

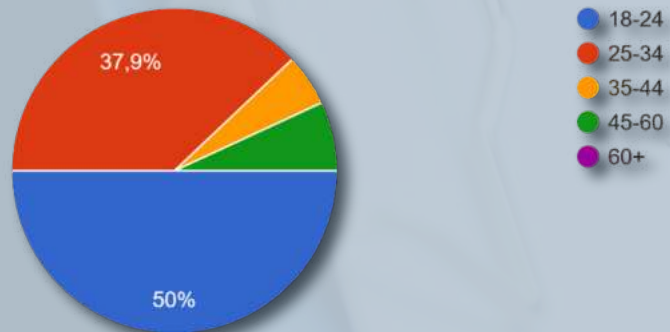


imagen 49

Tipo de asistente al evento:
56 respuestas

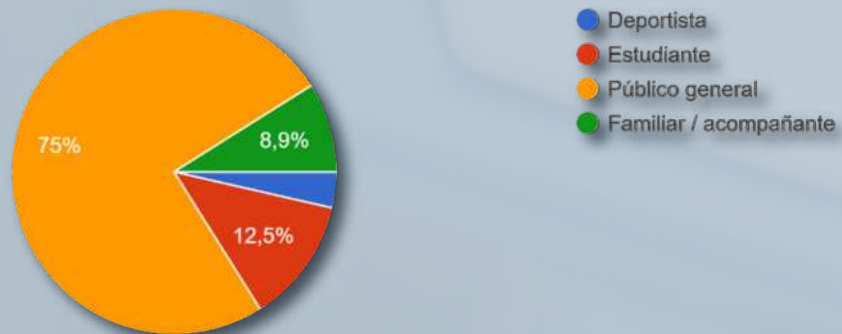


imagen 47

Género:
58 respuestas

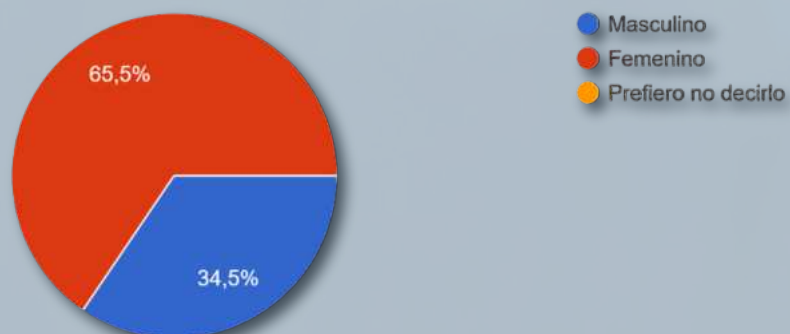


imagen 48



imagen 46



Tipo de evento deportivo al que asiste:

57 respuestas

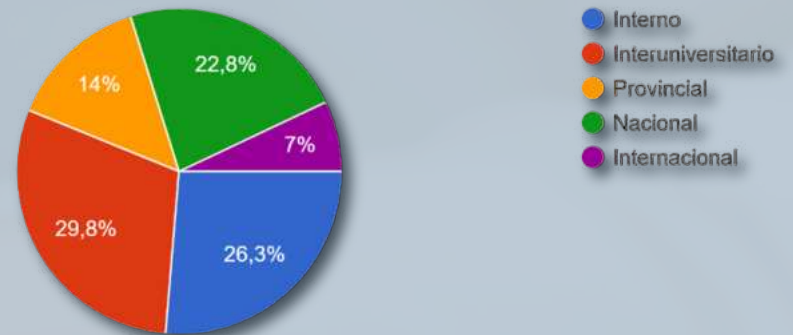


imagen 52

Frecuencia de asistencia a eventos deportivos:

58 respuestas

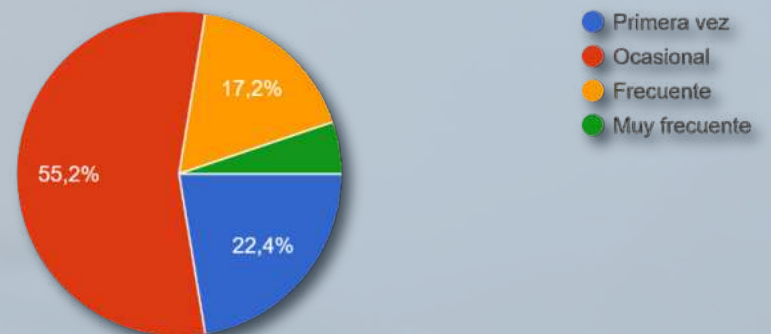


imagen 50

Durante el evento, ¿observó algún tipo de espacio de presentación o publicidad de marcas o instituciones?

58 respuestas

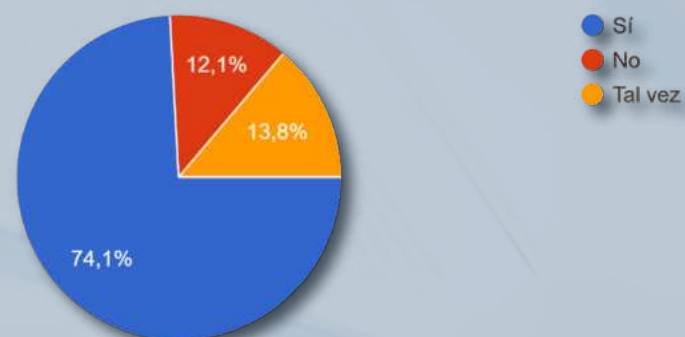


imagen 51

¿Qué tipos de espacios de presentación observó? (Puede marcar más de uno)

58 respuestas

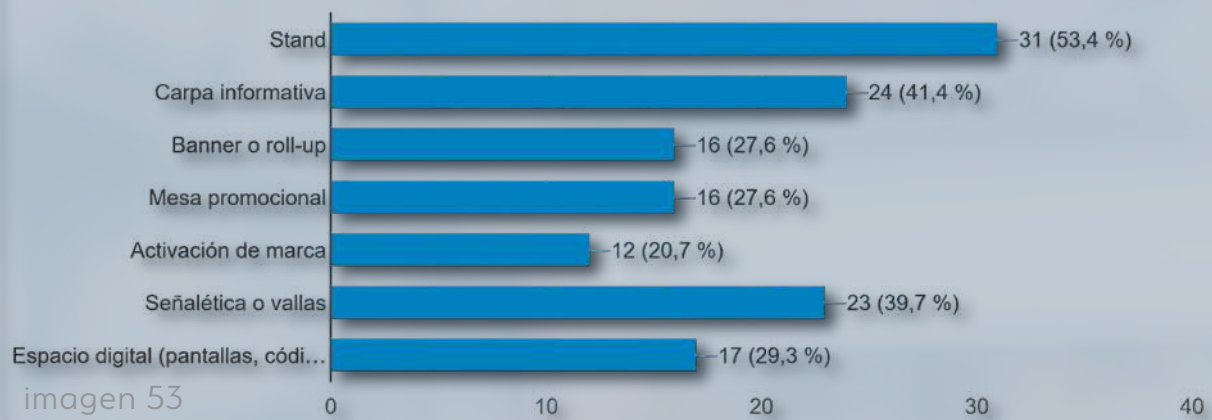


imagen 53

Espacio que más llamó su atención:

58 respuestas

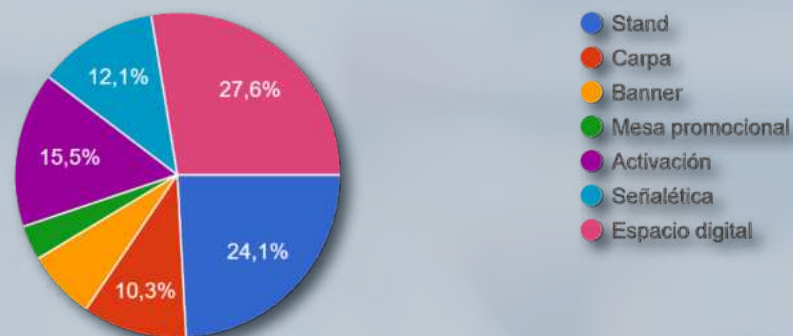


imagen 54

Elemento que más influye para que un espacio llame su atención:

58 respuestas

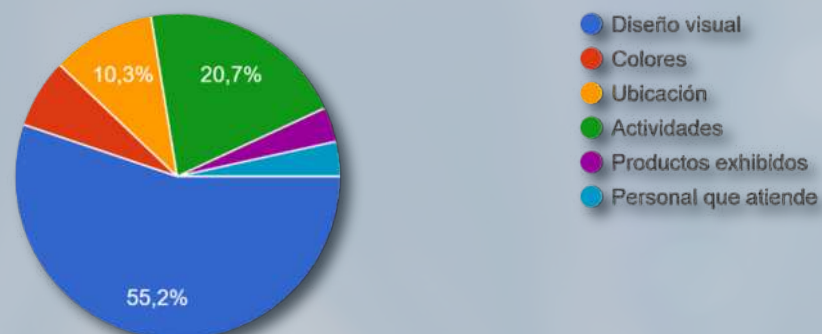


imagen 55



imagen 56



Nivel de atención generado por los espacios de presentación:

58 respuestas

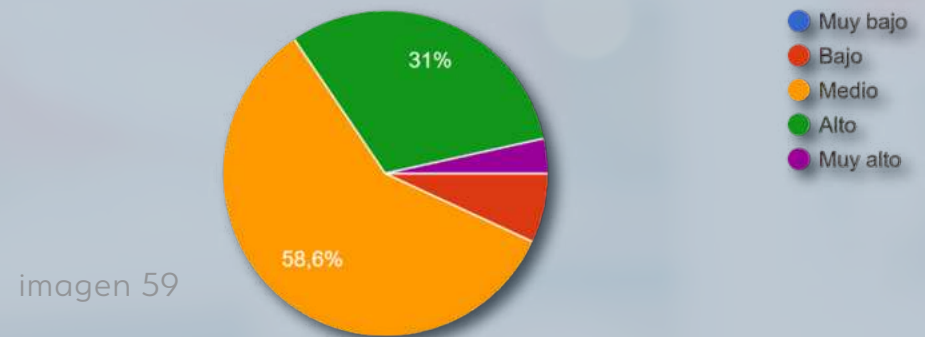


imagen 59

Motivo principal para acercarse a un espacio de marca:

58 respuestas

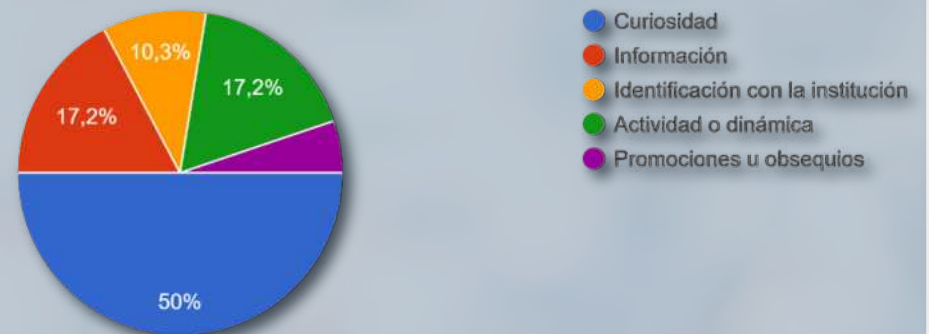


imagen 58

Nivel de interacción que tuvo con algún espacio de presentación:

58 respuestas

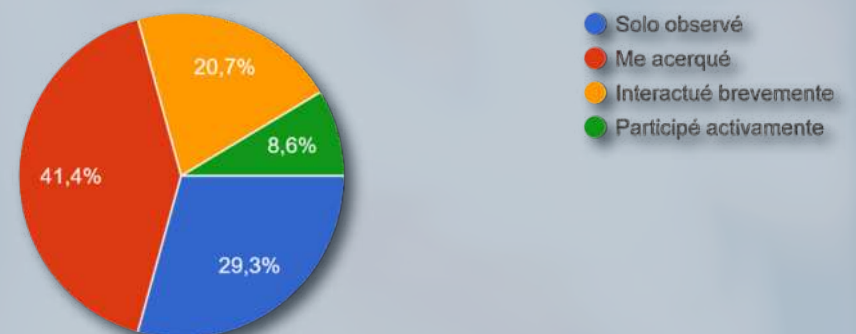
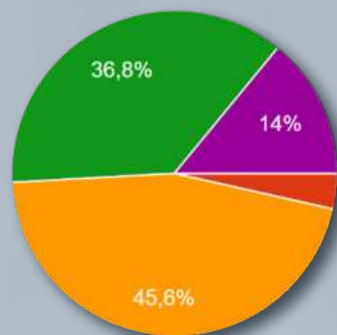


imagen 57

Claridad con la que se identificó la marca o institución:

57 respuestas

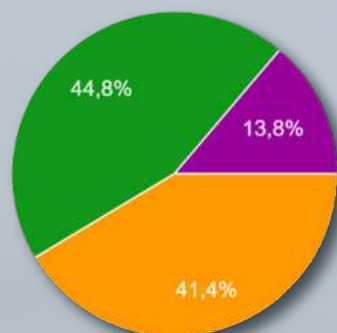


- Muy confusa
- Confusa
- Regular
- Clara
- Muy clara

imagen 62

Imagen que transmiten los espacios de presentación:

58 respuestas

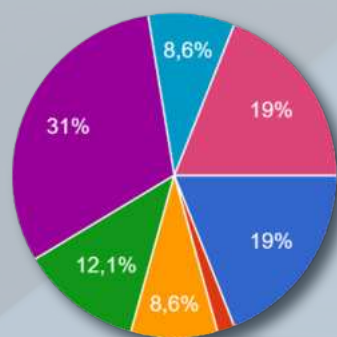


- Muy negativa
- Negativa
- Neutral
- Positiva
- Muy positiva

imagen 61

Formato que considera más efectivo para representar una institución en eventos deportivos:

58 respuestas



- Stand
- Carpa informativa
- Banner o roll-up
- Mesa promocional
- Activación de marca
- Señalética
- Espacios digitales

imagen 60





El uso de espacios de presentación mejora la experiencia del evento deportivo:
58 respuestas



imagen 65

Importancia de contar con espacios de presentación de marca en eventos deportivos:
57 respuestas

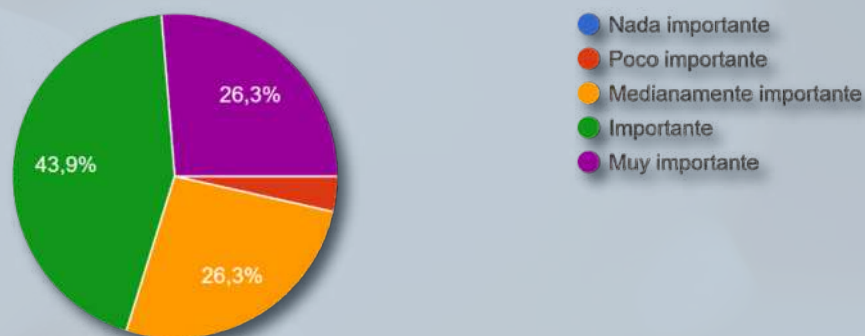


imagen 64

¿Cómo definiría, en una frase breve, qué representa para usted un stand dentro de un evento deportivo?

44 respuestas

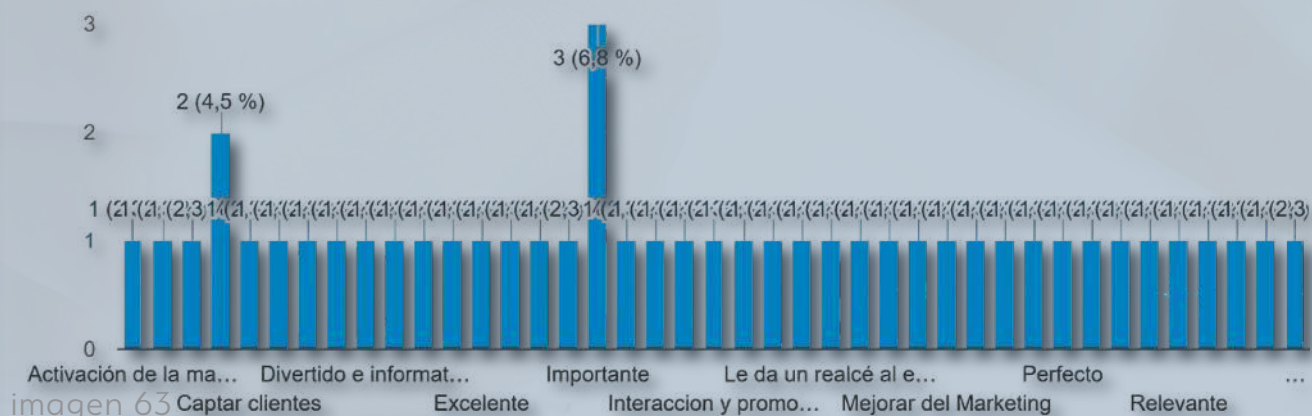


imagen 63

imagen 66

3.4 RESULTADOS MÁS RELEVANTES DE LA ENCUESTA

3.4.1 Resultado 1 – Importancia de la rapidez y accesibilidad

Los encuestados señalaron que la rapidez de atención y facilidad de acceso son factores determinantes para utilizar un stand. Esto evidencia la necesidad de un diseño con zonificación clara, circulación fluida y procesos simples de compra e información, influyendo directamente en la partida funcional del proyecto.

Justifica la implementación de un sistema modular que permita armado rápido, circulación ordenada y atención eficiente.

3.4.2 Resultado 2 – Necesidad de mayor visibilidad

Una gran parte de los usuarios indicó que los stands pasan desapercibidos dentro del entorno deportivo, lo que provoca desinterés y pérdida de información.

Fundamenta la partida formal, promoviendo un diseño con geometría clara, identidad visual institucional y alto impacto visual, mejorando la presencia del stand.

3.4.3 Resultado 3 – Preferencia por productos útiles y experiencia práctica

Los usuarios manifestaron mayor interés por productos funcionales y recuerdos útiles, así como por stands bien organizados y atractivos.

Refuerza la partida funcional y expresiva, orientando el diseño hacia una experiencia positiva, dinámica y memorable.

3.4.4 Vinculación de los resultados con el desarrollo del proyecto

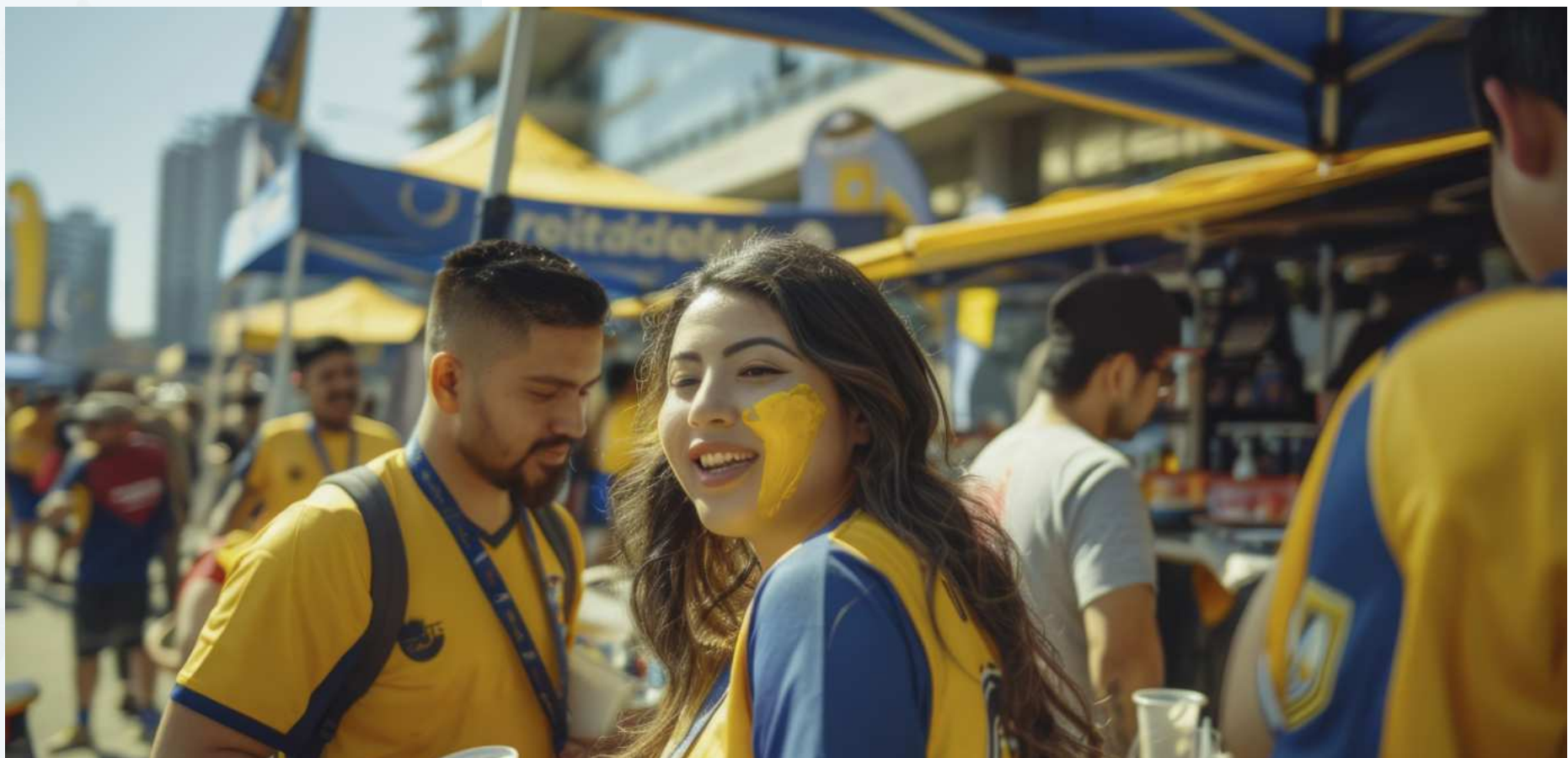
Los resultados obtenidos permiten fundamentar las decisiones de diseño del stand modular, estableciendo criterios claros en tres dimensiones:

Formal: identidad institucional, simplicidad, visibilidad.

Funcional: modularidad, rapidez, adaptabilidad, zonificación.

Tecnológica: sistema armable, materiales livianos, facilidad de transporte.

Esta información se convierte en la base conceptual y técnica para el desarrollo de los bocetos, la propuesta formal y la solución constructiva del proyecto.



3.5 PERFIL DE USUARIO 1

Estudiante / Hija / Deportista

3.5.1 Información general

- **Nombre:** María López
- **Edad:** 19
- **Ocupación:** Estudiante (Facultad de Diseño)
- **Nivel educativo:** Segundo / Tercer año
- **Estado:** Soltera — vive en Cuenca
- **Dónde está online:** Instagram, WhatsApp, correo institucional
- **Dispositivos:** Smartphone y laptop
- **Uso de herramientas:** Básico (corta, pega, hace maquetas pequeñas)
- **Tareas comunes:** Estudiar, entrenar (actividad deportiva), asistir a eventos universitarios, recoger información

3.5.2 ¿Quién es el usuario?

María es estudiante de diseño que asiste a partidos y actividades deportivas de la universidad. Le gusta apoyar a los Pumas, comprar recuerdos útiles y encontrar puntos de información claros. Tiene poco tiempo entre clases y entrenos, por eso valora que todo sea rápido y práctico.

3.5.3 Situación / Problema

En los eventos encuentra stands poco visibles o desorganizados; a veces no hay puntos claros para comprar o recoger material promocional. Esto hace que pierda tiempo y, a veces, no pueda llevarse la información o el producto que quiere.

3.5.4 Obstáculos

- Poco tiempo entre actividades.
- Stands no adaptables a espacios pequeños.
- Falta de señalización o espacio para pagar/recoger productos.

3.5.5 ¿Qué influencias / gustos / necesidades hay?

- Valora colores institucionales (azul, blanco, gris) que le recuerden a la universidad.
- Necesita rapidez, accesibilidad y visibilidad.
- Prefiere stands prácticos, con zonas para pago y para entregar regalos.
- Le gustan los objetos útiles (botellas, cuadernos, stickers) que pueda usar en la universidad.



3.5.6 Motivaciones / objetivos

- Informarse y comprar rápido sin perder sus actividades.
- Sentir orgullo por la universidad (visibilidad de la marca Pumas).
- Llevarse recuerdos útiles y duraderos.

3.5.7 Frustraciones

- Filas largas o información confusa.
- Stands que no caben o se ven mal en el espacio del evento.
- Productos promocionales frágiles o poco útiles.

3.5.8 Necesidades iniciales (palabras clave)

- Stand modular y armable
- Identidad institucional: azul / blanco / gris
- Adaptable a distintos espacios (mín. 1 m x 1 m)
- Uso en eventos deportivos
- Venta de productos y alimentos deportivos
- Exhibición / entrega de objetos promocionales
- Fácil transporte y almacenamiento
- Reutilizable y resistente

3.6 PERFIL DE USUARIO 2

Público general / Familiar / Visitante externo

3.6.1 Información general

- **Nombre:** Carlos Vega
- **Edad:** 34 años
- **Ocupación:** Ingeniero comercial / trabajador administrativo
- **Nivel educativo:** Universitario
- **Estado:** Casado – vive en Cuenca
- **Dónde está online:** WhatsApp, Facebook, correo
- **Dispositivos:** Smartphone
- **Uso de herramientas:** Básico – medio
- **Tareas comunes:** Trabajo, actividades familiares, compras, recreación

3.6.2 ¿Quién es el usuario?

Carlos asiste a eventos deportivos universitarios como público general y acompañante familiar. Le gusta el ambiente deportivo, apoyar a los equipos locales y compartir tiempo con su familia. No tiene una relación directa con la universidad, por lo que su primer contacto con la institución se da a través de los espacios de presentación, stands y activaciones.

3.6.3 Situación / Problema

Durante los eventos, Carlos encuentra stands poco visibles, saturados de información o desordenados, lo que dificulta identificar rápidamente qué institución se está presentando, qué servicios ofrece o qué productos puede adquirir. Esto genera desinterés y reduce su nivel de interacción con la marca universitaria.

3.6.4 Obstáculos

- Poco tiempo disponible durante el evento.
- Espacios de presentación confusos y mal organizados.
- Falta de señalización clara.
- Dificultad para identificar zonas de información, compra y atención.

3.6.5 ¿Qué influencias / gustos / necesidades hay?

- Prefiere espacios claros, ordenados y visualmente llamativos.
- Le atraen los stands con actividades dinámicas.
- Valora la claridad informativa.
- Necesita espacios accesibles y bien distribuidos para moverse con comodidad.

3.6.6 Motivaciones / Objetivos

- Entender rápidamente de qué trata la institución.
- Disfrutar de la experiencia del evento.
- Comprar recuerdos útiles o productos promocionales.
- Compartir una experiencia positiva con su familia.

3.6.7 Frustraciones

- Stands confusos y saturados.
- Falta de atención clara.
- Filas largas.
- Poca interacción.

3.6.8 Necesidades iniciales (palabras clave)

- Stand modular
- Alta visibilidad
- Señalización clara
- Zonas definidas: información – venta – entrega
- Espacios accesibles
- Identidad institucional clara
- Sistema armable y adaptable





imagen 69

3.7 BRIEF

Se plantea el diseño de un stand que permita fortalecer la imagen institucional de la Universidad del Azuay, incorporando de manera coherente sus colores representativos: azul, blanco y gris. Este stand deberá ser funcional, armable y reutilizable, con el objetivo de ser implementado en los distintos eventos deportivos en los que la universidad tenga participación.

Asimismo, el stand deberá contar con un sistema adaptable que permita su uso en diferentes espacios, partiendo desde una medida mínima de 1 m x 1 m, lo que facilitará su instalación en diversos escenarios deportivos y áreas abiertas o cerradas. La flexibilidad en sus dimensiones es fundamental para responder a las distintas necesidades logísticas de cada evento.

Además de su función institucional, el stand estará destinado a la venta de productos y alimentos deportivos asociados a la Universidad del Azuay, así como a la exhibición y entrega de objetos promocionales dirigidos al público, con el fin de difundir la identidad de los Pumas y reforzar el vínculo entre la

comunidad universitaria y los asistentes a los eventos.

En este sentido, el diseño del stand busca integrar funcionalidad, identidad visual y adaptabilidad, convirtiéndose en una herramienta efectiva de promoción institucional y apoyo a las actividades deportivas de la universidad.

3.7.1 Necesidades Iniciales

- Stand modular y armable
- Identidad institucional (azul, blanco, gris)
- Adaptable a distintos espacios
- Medida mínima 1 m x 1 m
- Uso en eventos deportivos
- Venta de productos deportivos
- Entrega de material promocional
- Fácil transporte
- Reutilizable
- Estructura resistente

3.8 HOMÓLOGOS

3.8.1. Stand Modular – Octanorm Systems

3.8.1.1 Formal:

El sistema Octanorm se basa en una retícula modular de perfiles de aluminio que permite crear múltiples configuraciones formales. Su diseño geométrico, limpio y ordenado responde a una estética contemporánea, adaptable a diferentes escalas espaciales. La estructura se percibe ligera, con superficies planas y acabados neutros que facilitan la incorporación de identidad gráfica institucional. Este sistema formal permite generar espacios abiertos, cerrados o semiabiertos, favoreciendo la claridad visual y la lectura rápida del stand dentro del entorno deportivo.

3.8.1.2 Funcional:

Este sistema destaca por su rápida instalación, desmontaje y reutilización.

Permite integrar zonas de atención, exhibición, almacenamiento y circulación, respondiendo a las necesidades prácticas de eventos de alta rotación. Su flexibilidad espacial facilita el control de flujos de personas, la accesibilidad y la correcta ubicación de puntos de pago, entrega e información, aspectos clave para mejorar la experiencia del usuario.

3.8.1.3 Tecnológico:

Emplea perfiles de aluminio extruido, uniones mecánicas de precisión y paneles intercambiables, lo que garantiza resistencia estructural, ligereza y durabilidad. Su tecnología modular permite el ensamblaje sin herramientas complejas, reduciendo tiempos de montaje y costos operativos.

3.8.1.4 Expresivo:

Transmite orden, modernidad y profesionalismo. Su lenguaje visual neutro facilita la integración de la identidad institucional, potenciando la presencia de marca sin saturación visual.





3.8.2. Stand Modular – Expo-System Modular Booth

3.8.2.1 Formal:

El diseño se caracteriza por líneas rectas, geometría clara y composición modular. Su estructura permite generar configuraciones dinámicas, abiertas y altamente visibles, adecuadas para espacios deportivos donde el impacto visual es fundamental. La limpieza formal refuerza la percepción de orden, accesibilidad y control espacial.

3.8.2.2 Funcional:

El sistema está pensado para eventos de alta afluencia, ofreciendo rapidez de armado, transporte compacto y reutilización. Integra áreas para atención, exhibición, interacción y circulación fluida, lo que mejora la experiencia del

usuario, reduce tiempos de espera y favorece el acercamiento al stand.

3.8.2.3 Tecnológico:

Utiliza estructuras de aluminio anodizado, paneles textiles tensados y sistemas de fijación rápida. Esta tecnología garantiza estabilidad, bajo peso, alta resistencia y fácil mantenimiento, además de permitir cambios gráficos frecuentes sin reemplazar toda la estructura.

3.8.2.4 Expresivo:

Refleja innovación, dinamismo y eficiencia. El uso de superficies textiles retroiluminadas aporta un alto impacto visual, ideal para contextos deportivos donde se requiere destacar entre múltiples estímulos.



3.8.3. Stand Modular – beMatrix Frame System

3.8.3.1 Formal:

Este sistema presenta un lenguaje industrial contemporáneo basado en marcos metálicos modulares. Su estética geométrica, sobria y estructural permite generar volúmenes sólidos y composiciones espaciales flexibles, adaptables tanto a espacios pequeños como amplios.

3.8.3.2 Funcional:

El sistema está diseñado para un montaje rápido, transporte eficiente y reutilización prolongada. Facilita la integración de zonas para venta, información, exhibición y actividades promocionales. Su modularidad permite adaptarse

a distintos formatos de evento, favoreciendo la eficiencia operativa.

3.8.3.3 Tecnológico:

Utiliza marcos de aluminio con uniones mecánicas estandarizadas, lo que permite una construcción precisa, resistente y estable. Permite incorporar iluminación LED, paneles gráficos intercambiables y accesorios tecnológicos que optimizan la experiencia del usuario.

3.8.3.4 Expresivo:

Comunica modernidad, solidez y estructura. Su estética industrial transmite confianza, profesionalismo y orden, reforzando la identidad institucional en contextos deportivos.

3.8.4. Stand Modular – Aluvision Hi-LED System

3.8.4.1 Formal:

Se caracteriza por una composición minimalista de superficies retroiluminadas integradas en una estructura modular. Su lenguaje formal combina tecnología, geometría y claridad visual, creando espacios altamente llamativos sin saturación formal.

3.8.4.2 Funcional:

Permite generar stands de rápida lectura visual, favoreciendo la captación de atención y el flujo continuo de visitantes. Su diseño facilita la incorporación

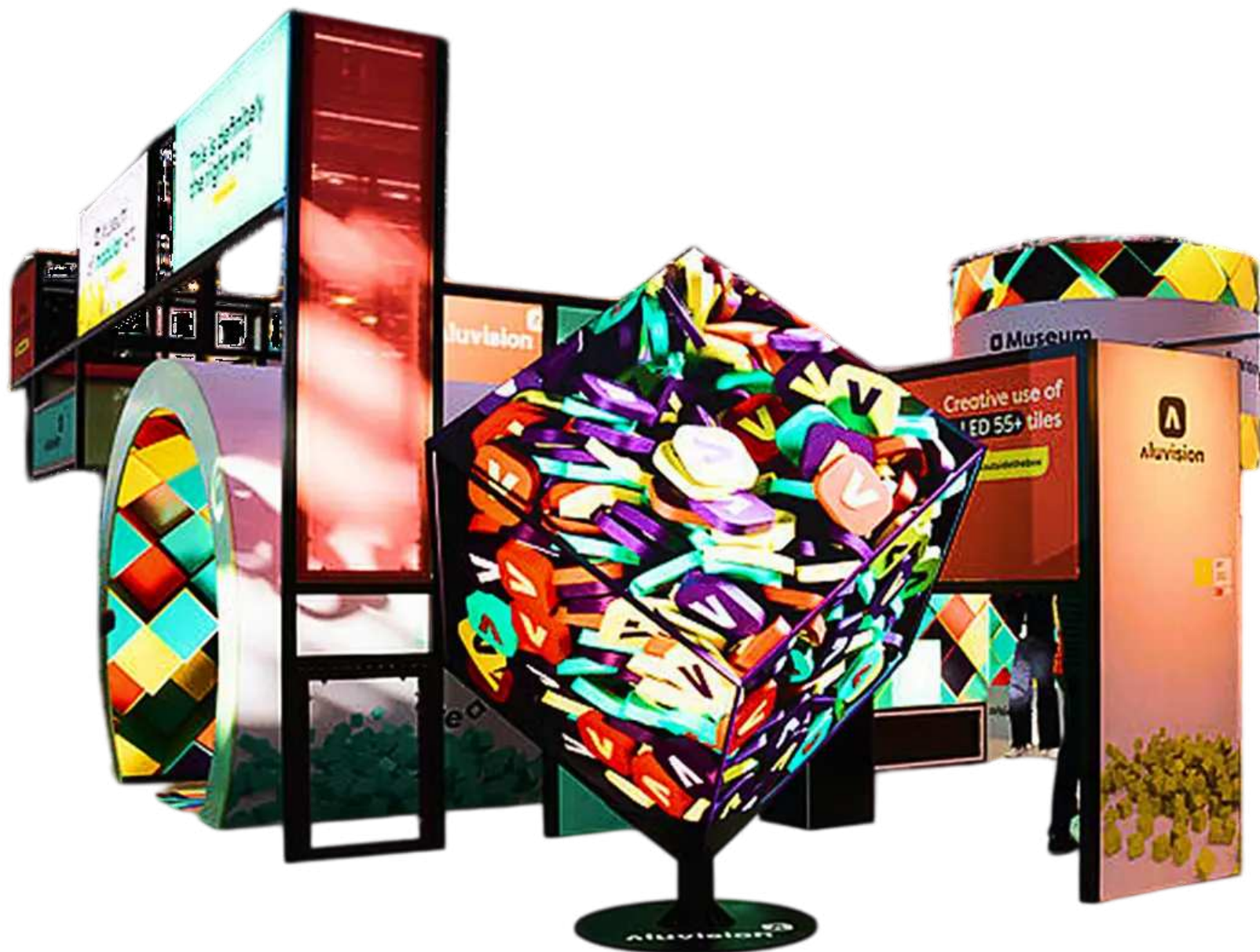
de áreas informativas, promocionales y de interacción directa con el público.

3.8.4.3 Tecnológico:

Integra sistemas LED de alta resolución, estructuras de aluminio y paneles modulares. Esto permite crear superficies visuales dinámicas, adaptables y de bajo consumo energético, optimizando el impacto comunicacional del stand.

3.8.4.4 Expresivo:

Proyecta innovación, dinamismo y tecnología. La iluminación convierte al stand en un punto focal dentro del evento deportivo, reforzando la identidad institucional.



3.9 IDEACIÓN

3.9.1) Plegabilidad

La plegabilidad se refiere a la capacidad del stand para doblarse y reducir su volumen, facilitando su transporte y almacenamiento. En el proyecto, este concepto permite crear un sistema compacto, portátil y de fácil manipulación, ideal para eventos itinerantes y espacios temporales.

3.9.2) Armable

El concepto armable se relaciona con la facilidad y rapidez de montaje y desmontaje del stand. Esto permite que una sola persona pueda ensamblarlo sin herramientas complejas, optimizando tiempos, esfuerzo y costos operativos durante su uso en distintos eventos.

3.9.3) Flexibilidad

La flexibilidad implica que el sistema pueda modificarse, reorganizarse y reconfigurarse según el tipo de evento, espacio o necesidad. En el proyecto, este concepto permite que el stand se adapte a diferentes contextos, productos y públicos, aumentando su versatilidad.

3.9.4) Geométrico

El concepto geométrico se basa en el uso de formas simples, modulares y repetitivas, que permiten un sistema ordenado y estructurado. En el proyecto, la geometría facilita la modularidad, estabilidad y claridad visual, además de simplificar la fabricación y el armado.

3.9.5) Brutalismo

El brutalismo se inspira en la expresión honesta de los materiales y la estructura, mostrando sin ocultar los elementos constructivos. En el stand, este concepto aporta una estética fuerte, robusta y auténtica, reforzando la identidad visual y la percepción de solidez.

3.9.6) Adaptable

La adaptabilidad se refiere a la capacidad del stand para ajustarse a distintos espacios, tamaños y configuraciones. Este concepto permite que el sistema pueda crecer, reducirse o transformarse, respondiendo a diferentes escenarios y requerimientos funcionales.

3.9.7) Simplicidad

La simplicidad busca eliminar lo innecesario, priorizando función, claridad y facilidad de uso. En el proyecto, este concepto garantiza un diseño intuitivo, limpio y eficiente, facilitando tanto el armado como la experiencia del usuario.

3.9.8) Tecnología

El concepto de tecnología integra soluciones técnicas y digitales para mejorar la funcionalidad del stand, como iluminación, sistemas interactivos, pantallas o conexiones eléctricas. Esto permite modernizar la experiencia del usuario y reforzar la identidad institucional.

3.9.9) Vintage

El concepto vintage aporta una estética nostálgica e inspirada en estilos del pasado, generando cercanía emocional con el usuario. En el proyecto, este enfoque permite crear un ambiente acogedor y distintivo, contrastando con elementos modernos y tecnológicos.

3.9.10) Industrial

El estilo industrial se caracteriza por el uso de materiales aparentes como metal, madera, estructuras visibles y acabados sobrios. En el stand, este concepto aporta resistencia, carácter contemporáneo y una imagen urbana, alineada con espacios abiertos y eventos deportivos.



3.10 PARTIDAS DE DISEÑO

3.10.1. PARTIDA FORMAL

La partida formal establece los criterios estéticos, compositivos y visuales que definen la identidad del stand modular, buscando generar un impacto visual claro, coherente y representativo dentro del entorno deportivo universitario. Esta partida se fundamenta en la utilización de una geometría modular, basada en formas simples y repetibles, que permiten una lectura clara del objeto, facilitan el proceso de armado y aportan orden visual al conjunto. El uso de módulos geométricos responde tanto a criterios estéticos como constructivos, permitiendo múltiples configuraciones sin perder coherencia formal.

La estética general se apoya en un lenguaje industrial-brutalista, caracterizado por estructuras visibles, materiales aparentes y una sensación de solidez y robustez. Esta decisión formal refuerza la percepción de resistencia, durabilidad y carácter técnico del stand, atributos esenciales en un objeto destinado a eventos deportivos, donde el montaje, desmontaje y traslado son constantes. Paralelamente, se incorporan elementos de inspiración vintage, principalmente en detalles gráficos, tipografías y acentos cromáticos, con el fin de aportar calidez, identidad y un carácter emocional que conecte con los usuarios.

La simplicidad visual es un criterio fundamental dentro del diseño formal. Se prioriza una composición limpia, ordenada y sin sobrecarga de elementos, facilitando la comprensión del espacio, la identificación de las funciones y la rápida orientación del usuario. Este enfoque minimalista favorece la claridad comunicacional y evita distracciones innecesarias, mejorando la experiencia general del visitante.

Asimismo, la identidad institucional juega un rol central en la definición formal del stand. La aplicación de los colores azul, blanco y gris fortalece el vínculo visual con la Universidad del Azuay y su equipo deportivo Los Pumas, generando reconocimiento inmediato, sentido de pertenencia y coherencia gráfica dentro del entorno universitario. Finalmente, la búsqueda de alta visibilidad se materializa mediante proporciones equilibradas, contrastes cromáticos estratégicos y volúmenes fácilmente identificables, permitiendo que el stand destaque dentro del contexto dinámico de los eventos deportivos.



imagen 72



imagen 73

3.10.2. PARTIDA FUNCIONAL

La partida funcional define la manera en que el stand es utilizado, organizado y experimentado por los usuarios, garantizando que responda de forma eficiente a las necesidades detectadas durante la investigación. Se prioriza un sistema modular, compuesto por piezas independientes que pueden ensamblarse de diferentes maneras, permitiendo adaptar la configuración del stand según el tipo de evento, la cantidad de público y el espacio disponible. Esta modularidad asegura flexibilidad operativa y optimiza su desempeño en diversos contextos.

La adaptabilidad espacial constituye uno de los ejes principales del diseño, permitiendo que el stand pueda instalarse en áreas mínimas desde 1 m x 1 m, sin comprometer su funcionalidad ni su impacto visual. Esta característica resulta fundamental en eventos deportivos donde el espacio suele ser limitado y variable. Asimismo, el diseño considera la rapidez de armado y desmontaje, facilitando la instalación en tiempos reducidos, lo que mejora la logística operativa y reduce la necesidad de personal especializado.

La organización interna del stand se estructura mediante una zonificación clara, estableciendo áreas específicas para la exhibición de productos, venta, pago, información y entrega de material promocional. Esta distribución funcional optimiza la experiencia del usuario, evita la congestión y permite una interacción más fluida. En relación con ello, se diseña una circulación eficiente, que orienta el recorrido del público, reduce las filas y mejora la accesibilidad general.

La portabilidad es otro aspecto esencial, considerando que el stand debe ser transportado constantemente entre distintos eventos. Por ello, se plantea un diseño ligero, compacto y de fácil almacenamiento. Finalmente, el stand se concibe como un sistema de uso multifuncional, capaz de adaptarse tanto a la venta de productos, alimentos deportivos y merchandising, como a la activación de marca y difusión institucional, ampliando su campo de aplicación y su valor operativo dentro de la universidad.

3.10.3. PARTIDA TECNOLÓGICA

La partida tecnológica establece los criterios relacionados con los materiales, sistemas constructivos y soluciones técnicas que garantizan la viabilidad, resistencia y eficiencia del stand modular. El diseño se basa en un sistema armable y plegable, que permite un montaje intuitivo, rápido y sin el uso de herramientas complejas, facilitando su manipulación por parte de usuarios sin conocimientos técnicos avanzados.

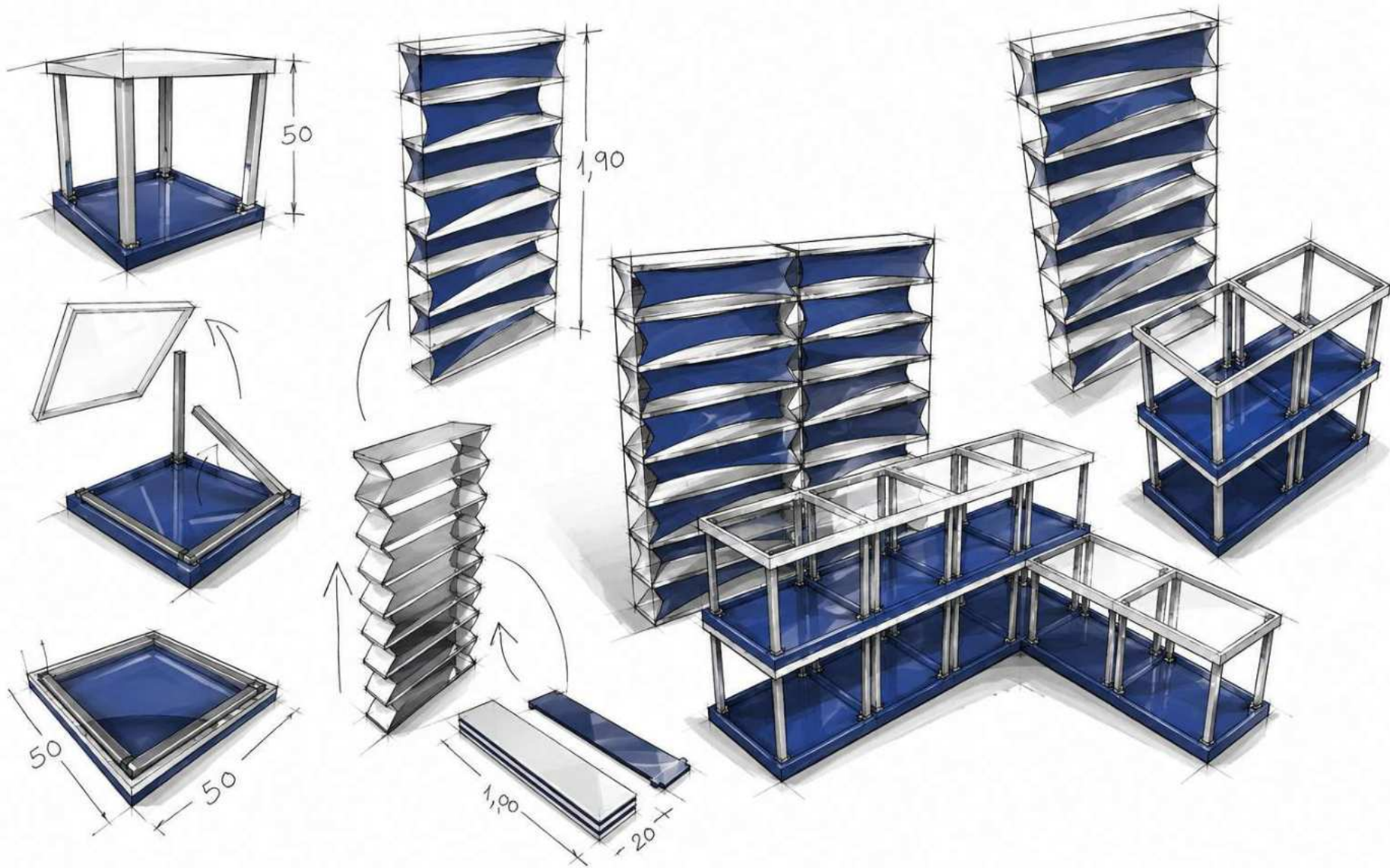
Se prioriza la selección de materiales livianos y resistentes, capaces de soportar el uso continuo, el transporte frecuente y las condiciones variables de los eventos deportivos, sin comprometer la estabilidad estructural. Estos materiales permiten reducir el peso total del sistema, mejorar la ergonomía durante el armado y prolongar la vida útil del producto.

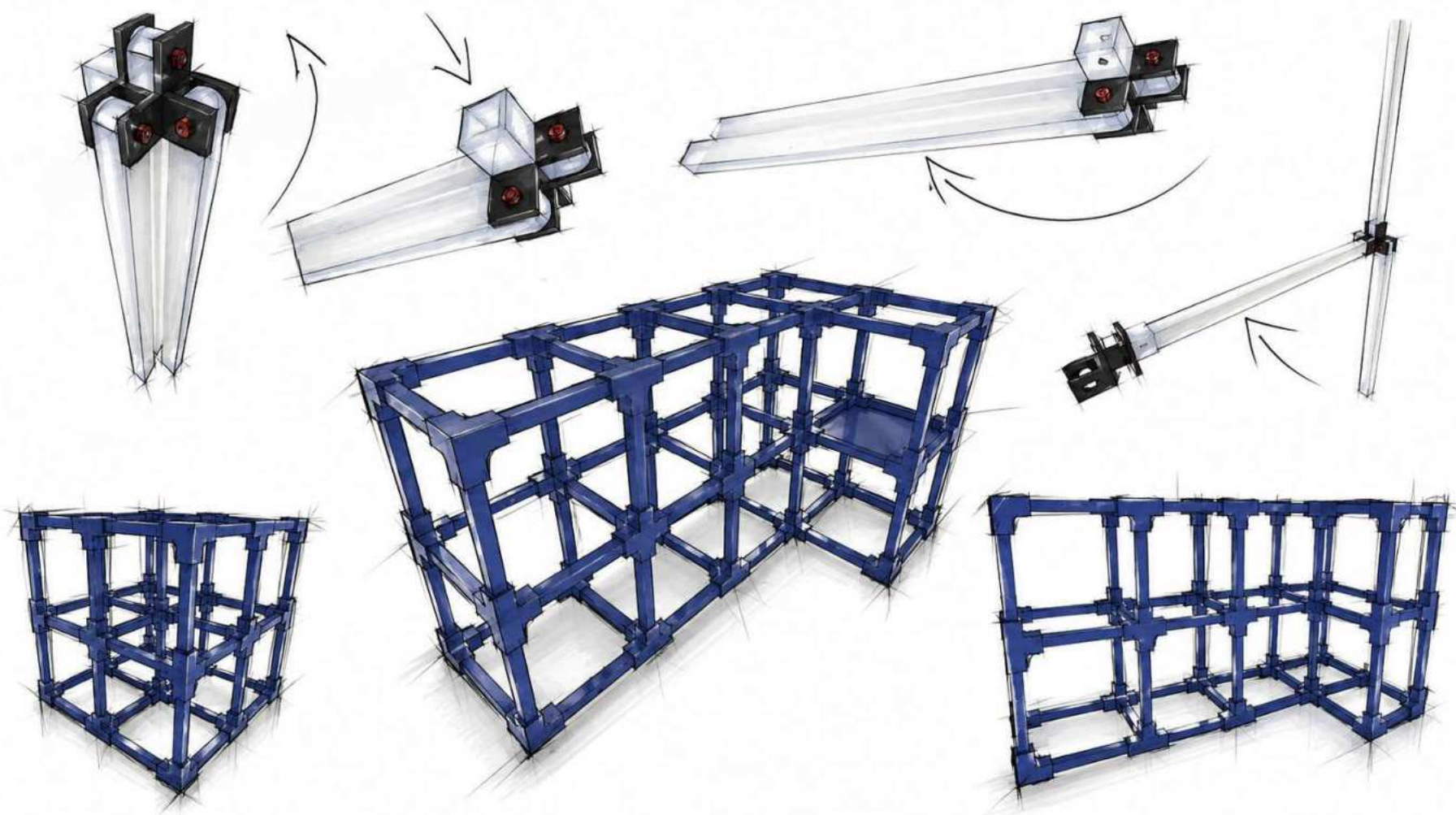
La estructura se concibe como un sistema modular reutilizable, lo que posibilita múltiples configuraciones espaciales y formales sin necesidad de fabricar nuevas piezas, promoviendo la sostenibilidad, la optimización de recursos y la reducción de costos. Las uniones se diseñan mediante sistemas de encaje rápido y fijación segura, garantizando estabilidad, rigidez y facilidad de montaje.

Asimismo, se incorpora el criterio de optimización estructural, buscando obtener la máxima resistencia con el mínimo uso de material, lo que se traduce en eficiencia técnica, menor impacto ambiental y mejor desempeño mecánico. Finalmente, se integran soluciones contemporáneas, como sistemas de ensamblaje inteligente y componentes prefabricados, que elevan el nivel tecnológico del stand y refuerzan su carácter innovador, alineado con los valores de diseño, funcionalidad y sostenibilidad que propone la tesis.

3.11 BOCETOS







3.12 CONCLUSIÓN

El desarrollo del presente capítulo permitió consolidar una metodología proyectual integral, orientada al diseño de un stand modular para eventos deportivos de la Universidad del Azuay, fundamentada en el análisis del usuario, la definición del brief, el estudio de referentes homólogos, el proceso de ideación mediante bocetaje y la formulación de las partidas de diseño. Este enfoque metodológico facilitó la comprensión profunda del problema, permitiendo transformar las necesidades detectadas en criterios claros y coherentes para el desarrollo del proyecto.



imagen 74

El estudio de los perfiles de usuario evidenció la importancia de diseñar un sistema que responda tanto a las dinámicas del estudiante-deportista universitario como a las del público general y familiar. Ambos perfiles presentan características, motivaciones y problemáticas distintas; sin embargo, coinciden en la necesidad de espacios claros, visibles, accesibles y organizados. En este sentido, se identificaron requerimientos fundamentales como la modula-

ridad, la adaptabilidad espacial, la rapidez de armado, la claridad informativa, la facilidad de uso y la correcta representación de la identidad institucional. Estos factores constituyen la base conceptual y funcional sobre la cual se estructura el diseño del stand.

El brief del proyecto permitió sintetizar estas necesidades en lineamientos claros, estableciendo como objetivo principal el fortalecimiento de la imagen institucional de la Universidad del Azuay mediante un stand funcional, armable, reutilizable y adaptable a distintos contextos espaciales. Asimismo, se definió la importancia de integrar zonas específicas para la venta de productos, alimentos deportivos, exhibición y entrega de material promocional, promoviendo una experiencia integral para el usuario y potenciando la visibilidad de la marca Pumas.

El análisis de referentes homólogos aportó criterios formales, funcionales, tecnológicos y expresivos que enriquecieron el proceso de diseño. A partir de estos casos, se identificaron estrategias eficaces relacionadas con la modularidad estructural, la ligereza material, la claridad compositiva, la integración tecnológica y el impacto visual, elementos que fueron reinterpretados y adaptados a las condiciones locales y a los objetivos institucionales del proyecto. El proceso de bocetaje se constituyó como una herramienta clave para la exploración creativa, permitiendo ensayar diferentes configuraciones espaciales, sistemas constructivos y propuestas formales. A través de este ejercicio, fue posible evaluar alternativas, detectar problemas y seleccionar soluciones viables, fortaleciendo la coherencia entre la conceptualización inicial y la propuesta final.

Finalmente, la definición de las partidas de diseño formal, funcional y tecnológica permitió estructurar de manera ordenada los criterios proyectuales. La partida formal garantizó una identidad visual clara, coherente y representativa, basada en la geometría modular, la estética industrial-brutalista, los detalles vintage y el uso estratégico de los colores institucionales. La partida funcional aseguró un diseño eficiente, adaptable, accesible y orientado al usuario, optimizando la organización espacial, la circulación y la operatividad. Por su parte, la partida tecnológica estableció soluciones constructivas que garantizan ligereza, resistencia, facilidad de montaje y reutilización, promoviendo la sostenibilidad y la eficiencia técnica del sistema.

En conjunto, este capítulo consolida una base metodológica sólida que orienta el desarrollo del stand modular hacia una solución integral, capaz de responder a las exigencias funcionales, estéticas y tecnológicas del contexto deportivo universitario, fortaleciendo la identidad institucional y mejorando significativamente la experiencia del usuario.

CAPÍTULO 4



4.1 INTRODUCCIÓN

En el presente capítulo se expone el proceso de desarrollo del producto propuesto, el cual consiste en el diseño y construcción de stands modulares destinados a fortalecer la imagen institucional de la Universidad del Azuay en diferentes espacios de exhibición, promoción y representación académica. El desarrollo de este proyecto responde a la necesidad de contar con un sistema innovador, funcional y adaptable que permita mejorar la presencia visual de la institución mediante una estructura moderna, práctica y de fácil implementación.

El proceso de desarrollo del producto se llevó a cabo siguiendo una metodología estructurada, iniciando con el análisis de las necesidades institucionales y los requerimientos funcionales del stand. Posteriormente, se realizó la conceptualización de la propuesta, considerando aspectos relacionados con la identidad visual de la universidad, la facilidad de transporte, el montaje rápido y la versatilidad de uso en distintos entornos y eventos.

La propuesta planteada se basa en módulos con forma cúbica que pueden desplegarse y ensamblarse en el momento de instalación del stand, permitiendo generar diferentes configuraciones según el espacio disponible y las necesidades de presentación. Esta característica modular busca optimizar tanto el almacenamiento como el transporte de la estructura, además de brindar mayor flexibilidad durante su utilización.

En cuanto a los materiales y componentes empleados, se seleccionó tubo de acero como elemento principal de la estructura debido a su resistencia, estabilidad y durabilidad. Asimismo, se contempla la aplicación de pintura en tonalidad azul institucional, con el propósito de mantener coherencia con la identidad gráfica y visual de la Universi-

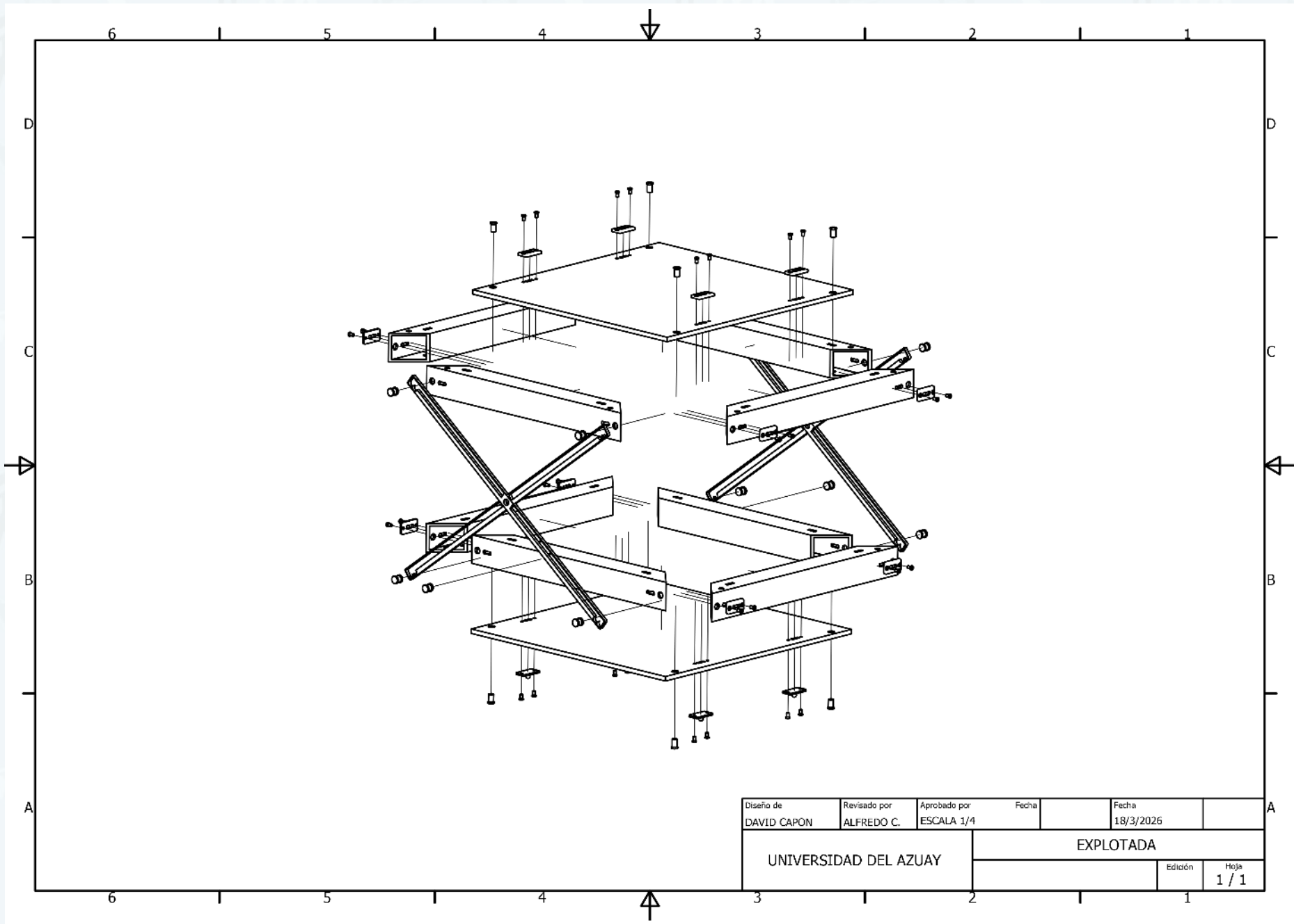
dad del Azuay, fortaleciendo así el reconocimiento de la marca institucional.

De igual manera, el sistema de unión entre módulos se desarrolló mediante la implementación de imanes de neodimio, los cuales permiten una conexión práctica, rápida y segura entre las diferentes piezas estructurales. Esta solución tecnológica contribuye a simplificar el proceso de armado y desmontaje, reduciendo tiempos de instalación y mejorando la experiencia de uso del producto.

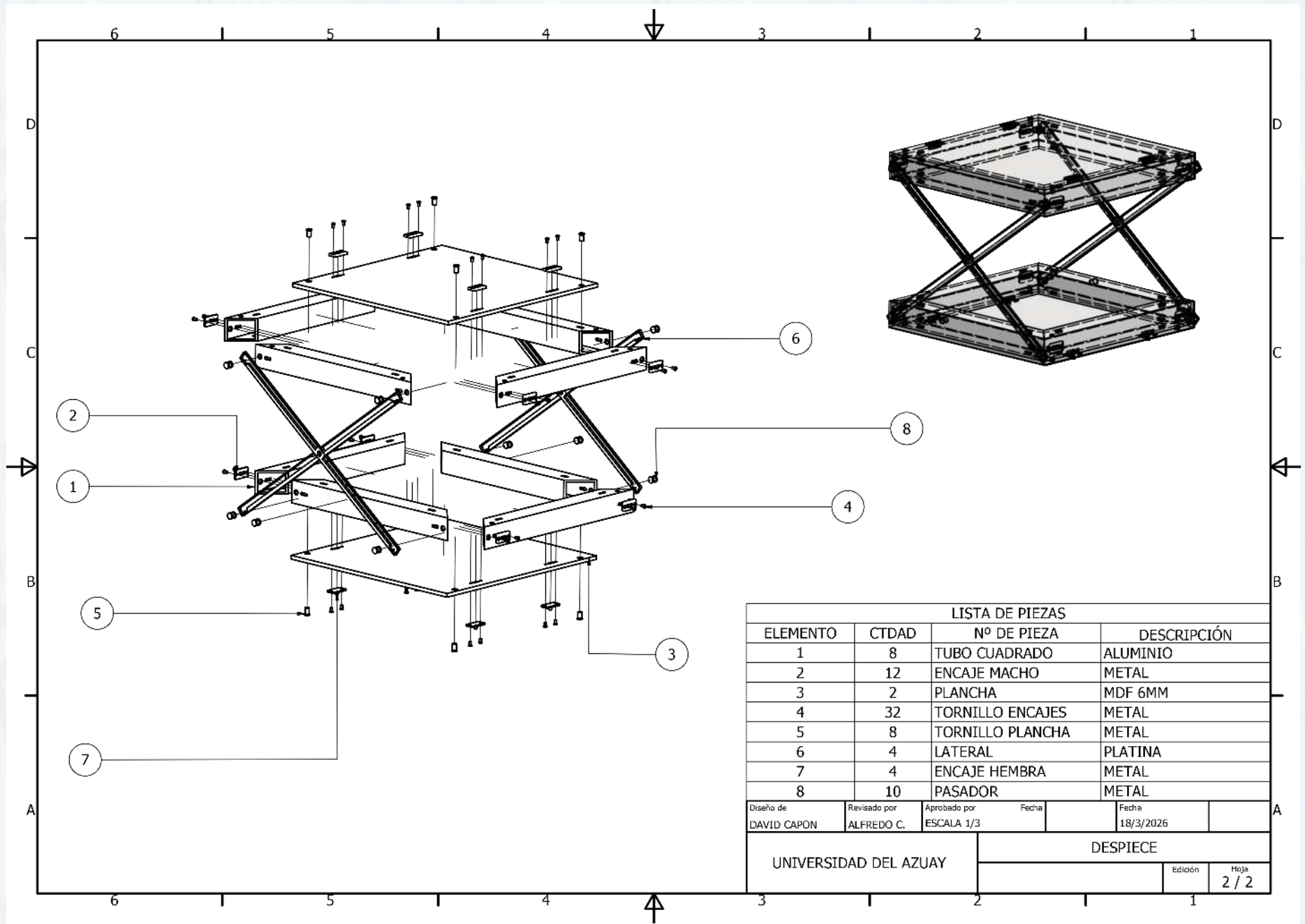
Finalmente, en este capítulo se detallarán las distintas etapas del desarrollo, incluyendo el diseño conceptual, selección de materiales, elaboración de prototipos, procesos de fabricación, mecanismos de ensamblaje y resultados obtenidos, con el fin de evidenciar el cumplimiento de los objetivos planteados dentro del proyecto.



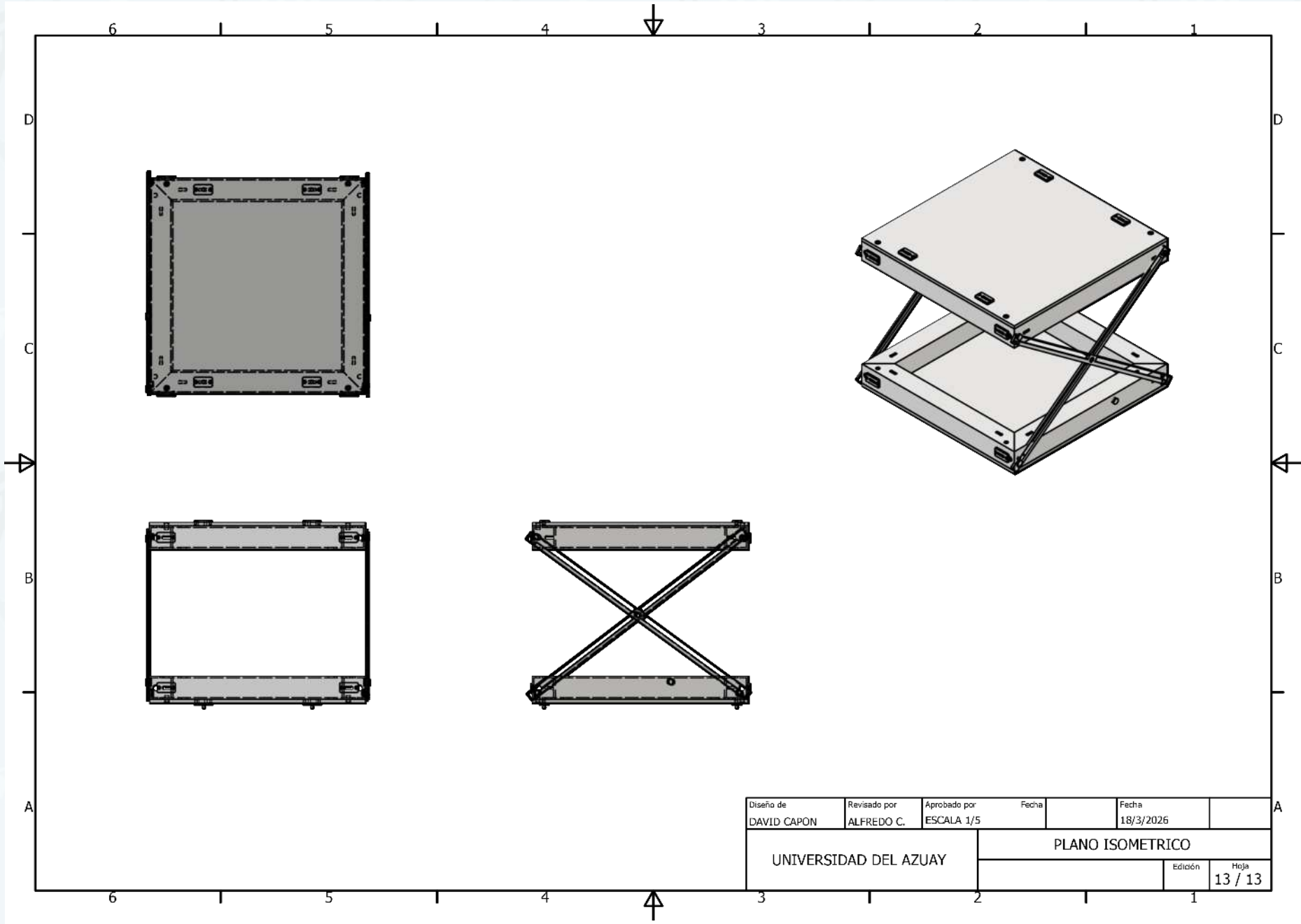
4.2 DOCUMENTACIÓN TÉCNICA

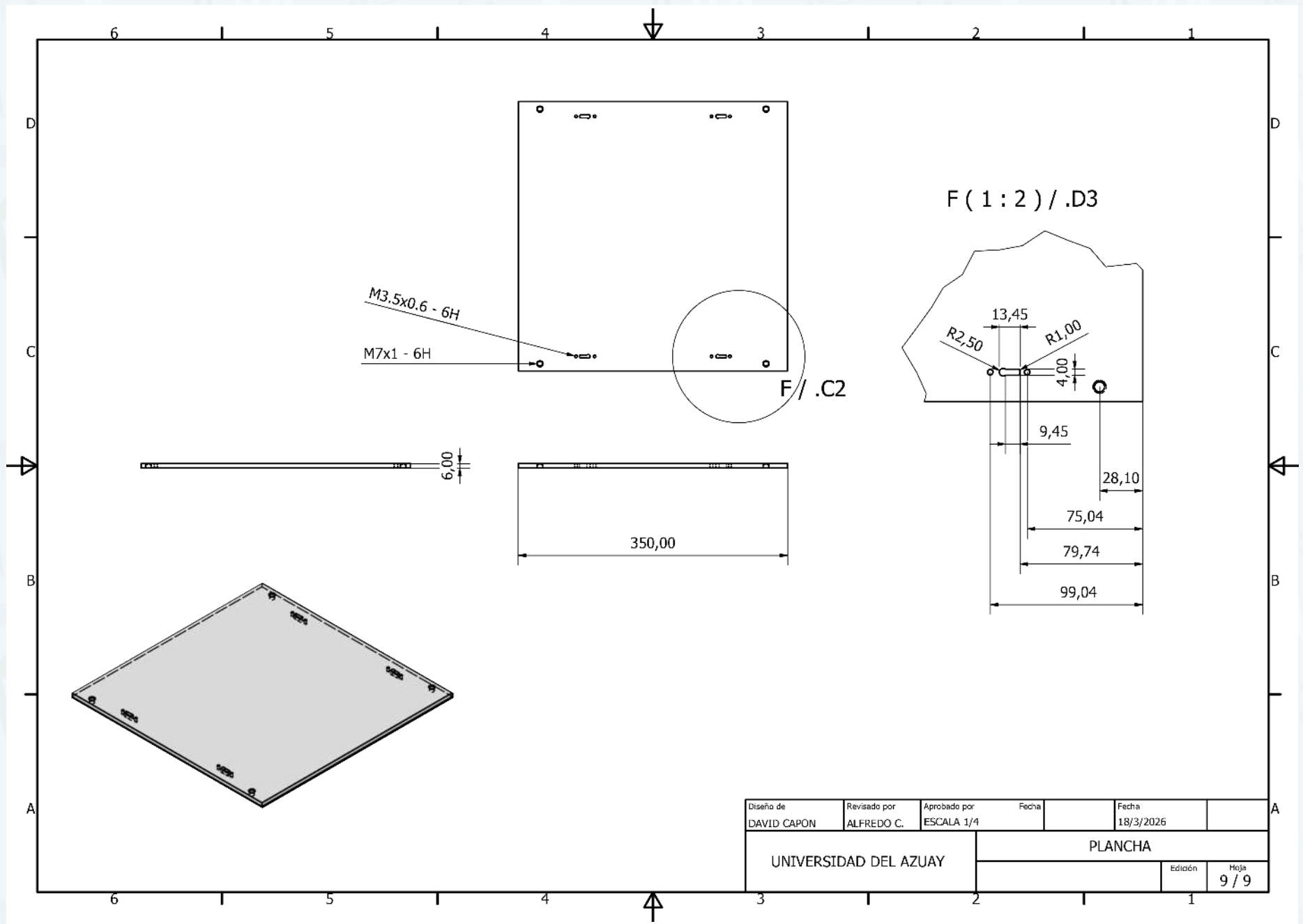


Diseño de	Revisado por	Aprobado por	Fecha	Fecha	
DAVID CAPON	ALFREDO C.	ESCALA 1/4		18/3/2026	
UNIVERSIDAD DEL AZUAY			EXPLOTADA		
				Edición	Hoja
				1	1 / 1

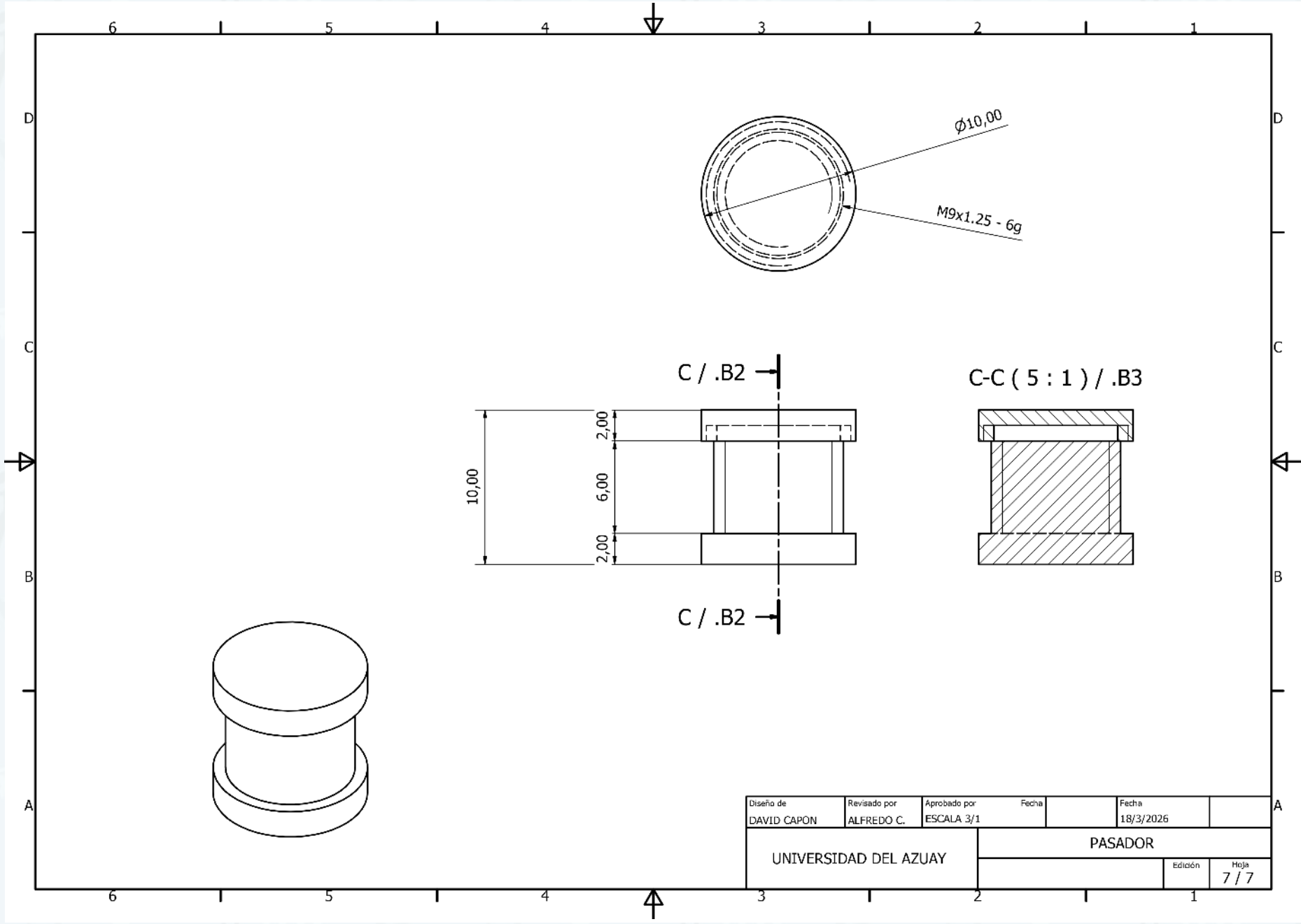


LISTA DE PIEZAS			
ELEMENTO	CTDAD	Nº DE PIEZA	DESCRIPCIÓN
1	8	TUBO CUADRADO	ALUMINIO
2	12	ENCAJE MACHO	METAL
3	2	PLANCHA	MDF 6MM
4	32	TORNILLO ENCAJES	METAL
5	8	TORNILLO PLANCHA	METAL
6	4	LATERAL	PLATINA
7	4	ENCAJE HEMBRA	METAL
8	10	PASADOR	METAL
Diseño de	Revisado por	Aprobado por	Fecha
DAVID CAPON	ALFREDO C.	ESCALA 1/3	Fecha 18/3/2026
UNIVERSIDAD DEL AZUAY		DESPIECE	
		Edición	Hoja 2 / 2

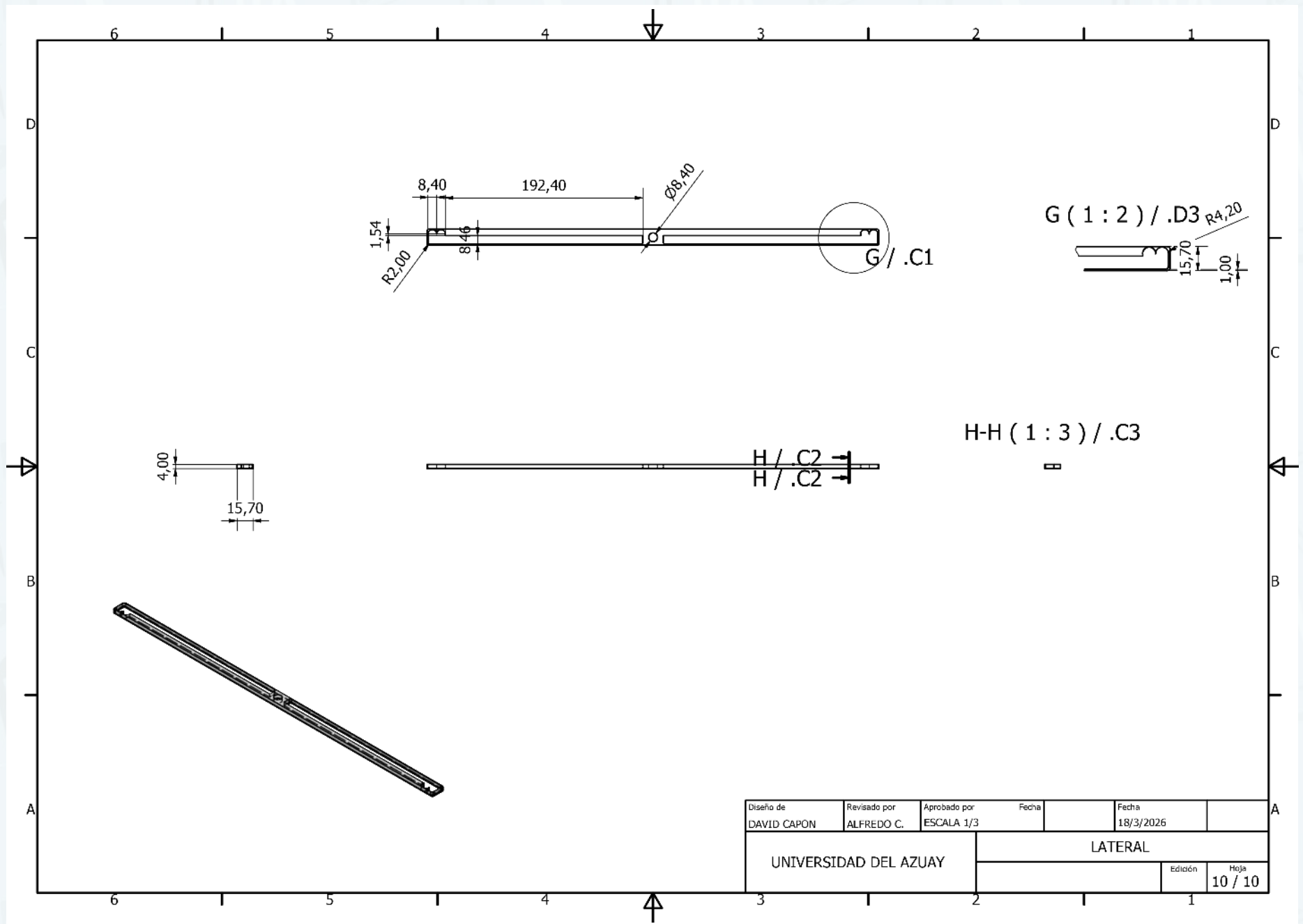


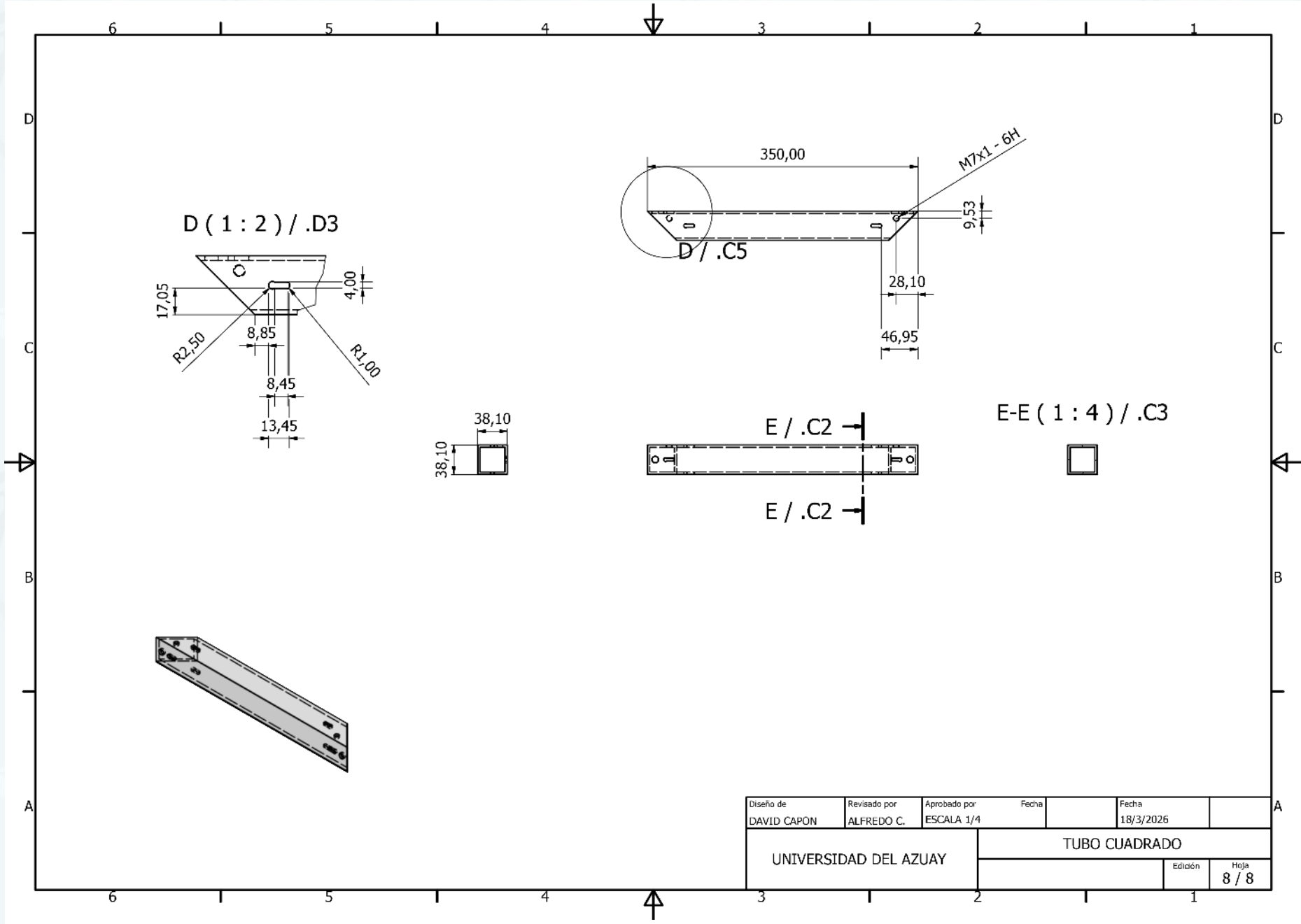


Diseño de DAVID CAPON	Revisado por ALFREDO C.	Aprobado por ESCALA 1/4	Fecha	Fecha 18/3/2026
UNIVERSIDAD DEL AZUAY		PLANCHA		
			Edición	Hoja 9/9

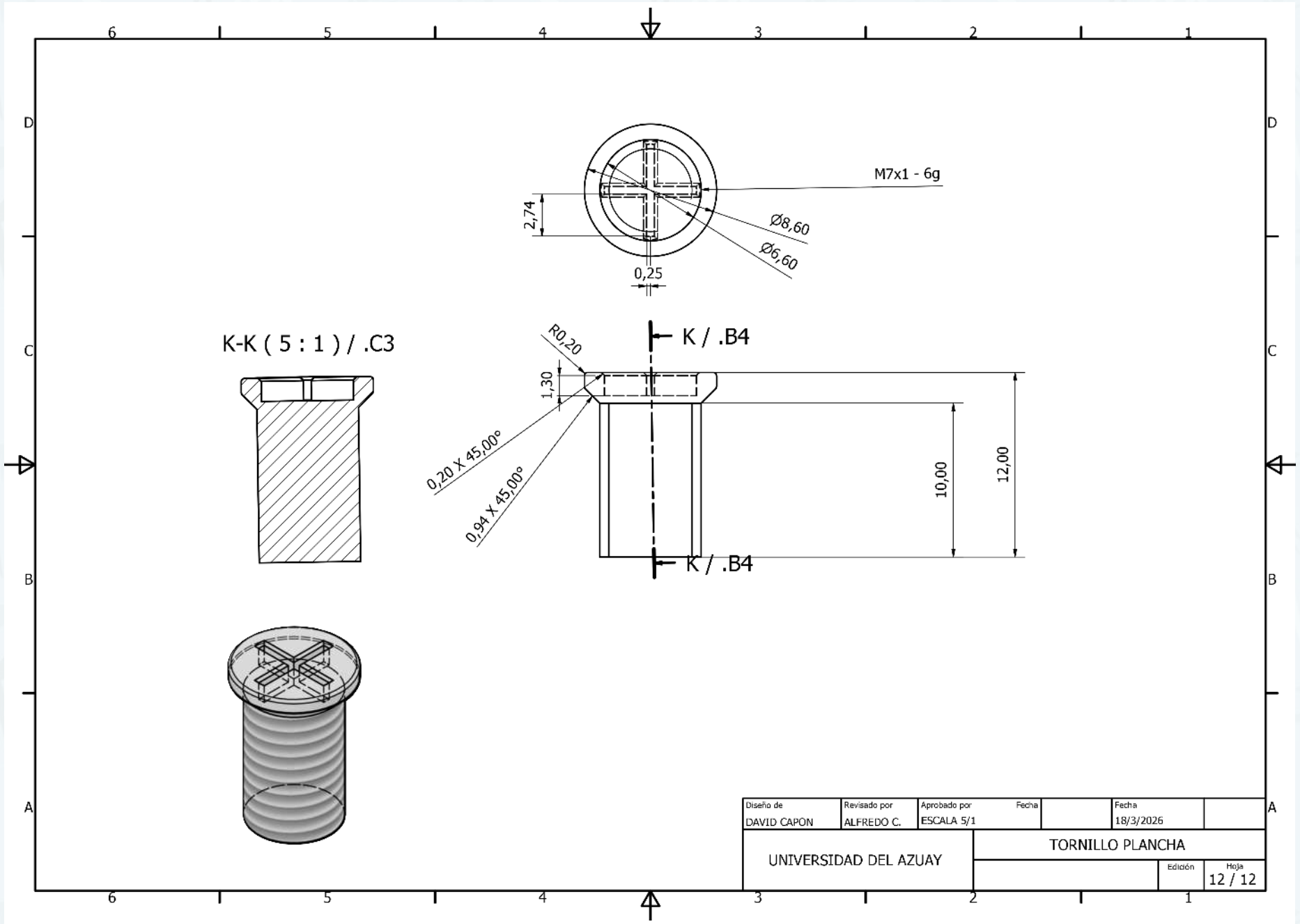


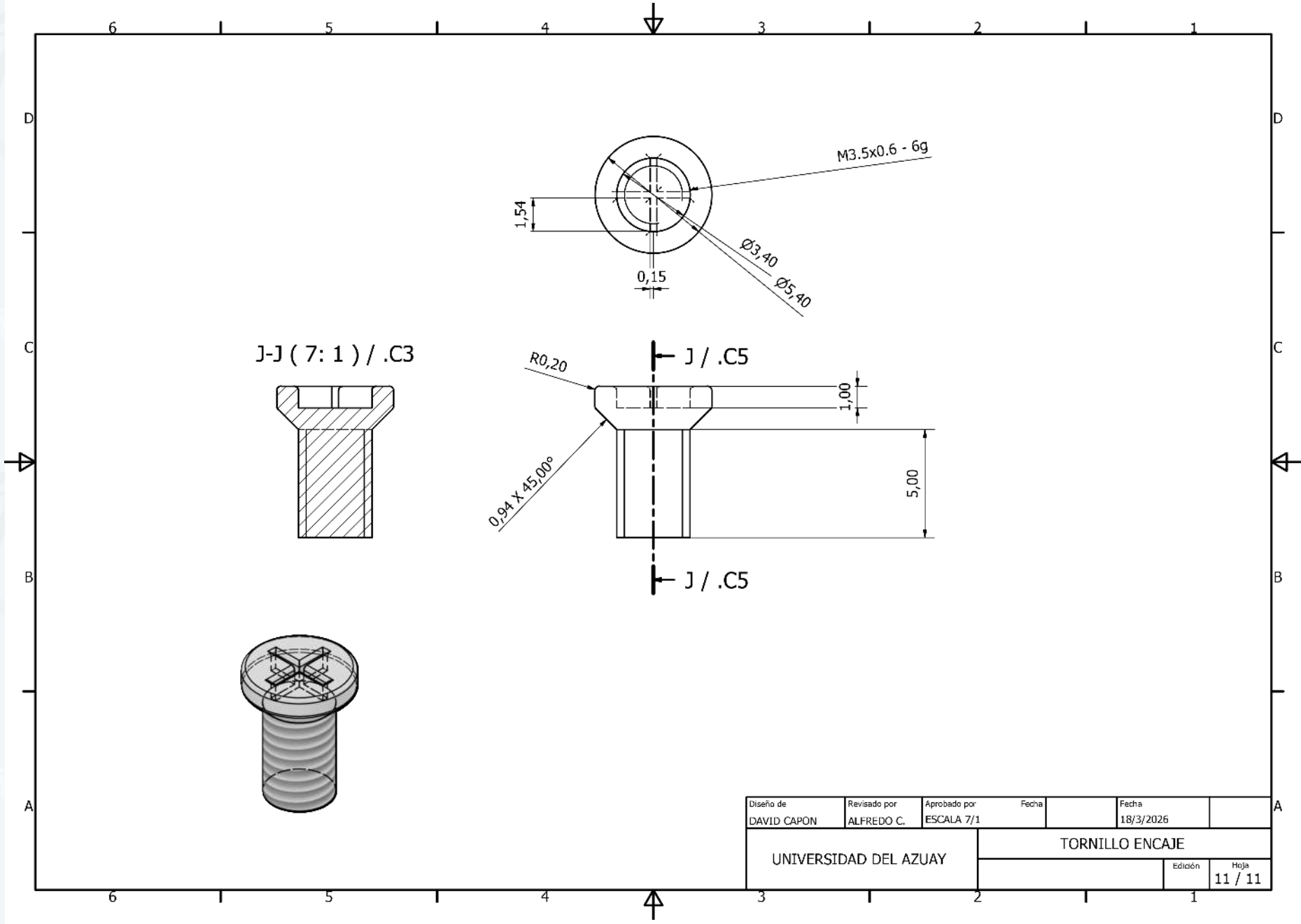
Diseño de DAVID CAPON	Revisado por ALFREDO C.	Aprobado por ESCALA 3/1	Fecha	Fecha 18/3/2026	
UNIVERSIDAD DEL AZUAY			PASADOR		
				Edición	Hoja 7/7





Diseño de DAVID CAPON	Revisado por ALFREDO C.	Aprobado por ESCALA 1/4	Fecha	Fecha 18/3/2026	
UNIVERSIDAD DEL AZUAY			TUBO CUADRADO		
				Edición	Hoja 8 / 8





Diseño de	Revisado por	Aprobado por	Fecha	Fecha	
DAVID CAPON	ALFREDO C.	ESCALA 7/1		18/3/2026	
UNIVERSIDAD DEL AZUAY			TORNILLO ENCAJE		
				Edición	Hoja
					11 / 11

4.3 SIMULACIÓN Y ANÁLISIS DE ESFUERZOS DEL MÓDULO DISEÑADO

Superficie media:12	Superficies medias	0,5 mm
---------------------	--------------------	--------

Resultados

Configuración paramétrica:1

Fuerza y pares de reacción en restricciones

Nombre de la restricción	Fuerza de reacción		Pares de reacción	
	Magnitud	Componente (X, Y, Z)	Magnitud	Componente (X, Y, Z)

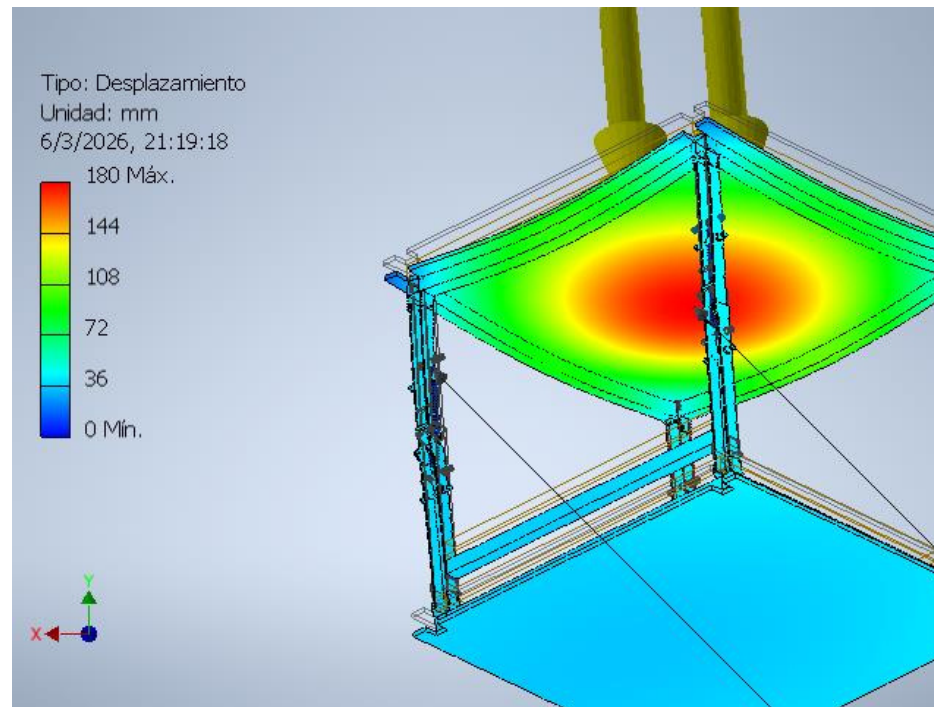
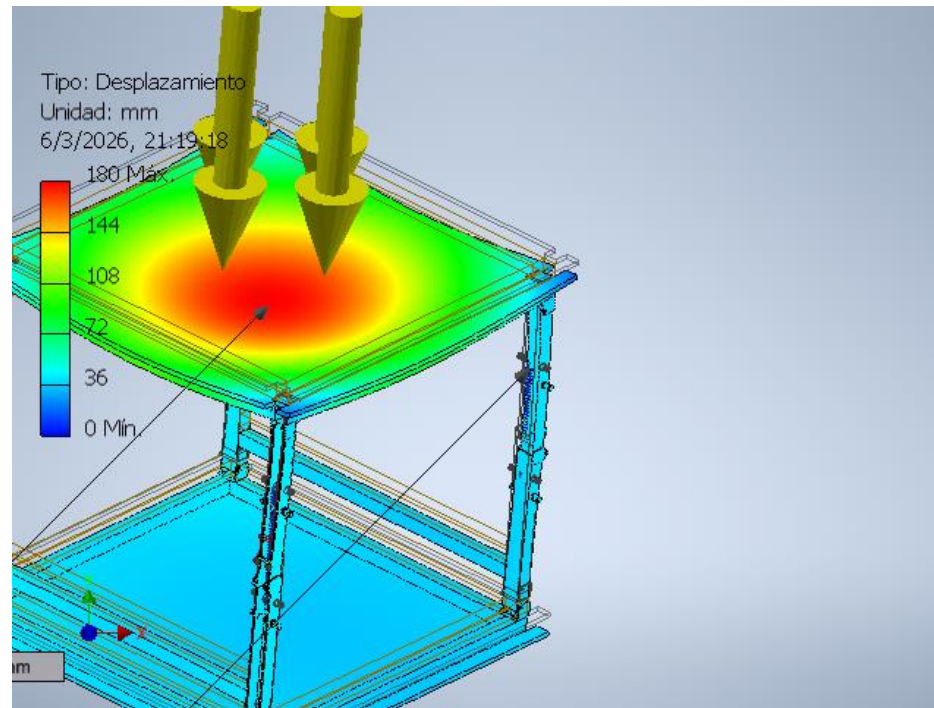
Resumen de resultados

Nombre	Mínimo	Máximo
Volumen	504762 mm ³	
Masa	1,41528 kg	
Desplazamiento	0 mm	179,995 mm
Desplazamiento X	-21,7137 mm	11,868 mm
Desplazamiento Y	-156,774 mm	0 mm
Desplazamiento Z	-87,3821 mm	0 mm
Presión de contacto	0 MPa	0 MPa
Presión de contacto X	0 MPa	0 MPa
Presión de contacto Y	0 MPa	0 MPa
Presión de contacto Z	0 MPa	0 MPa
Tensión de Von Mises	0 MPa	36277,8 MPa
Rotación	0,198638 gr	89,9732 gr
Rotación X	-61,4864 gr	61,9779 gr
Rotación Y	-42,9981 gr	41,7334 gr
Rotación Z	-61,9414 gr	61,0641 gr
Primera tensión principal	-6553,85 MPa	19283,9 MPa
Tercera tensión principal	-42782,1 MPa	4115,23 MPa
Coefficiente de seguridad	0,00758039 su	15 su
Tensión XX	-16779 MPa	14869,3 MPa
Tensión XY	-7820,79 MPa	7854,36 MPa
Tensión XZ	-9668,67 MPa	7273,08 MPa
Tensión YY	-32745,7 MPa	8922,72 MPa
Tensión YZ	-17999,9 MPa	5146,28 MPa
Tensión ZZ	-23491 MPa	11079 MPa
Deformación XX	-0,184883 su	0,181163 su
Deformación XY	-0,150967 su	0,151615 su
Deformación XZ	-0,186638 su	0,140395 su
Deformación YY	-0,403216 su	0,145951 su
Deformación YZ	-0,347458 su	0,0993404 su

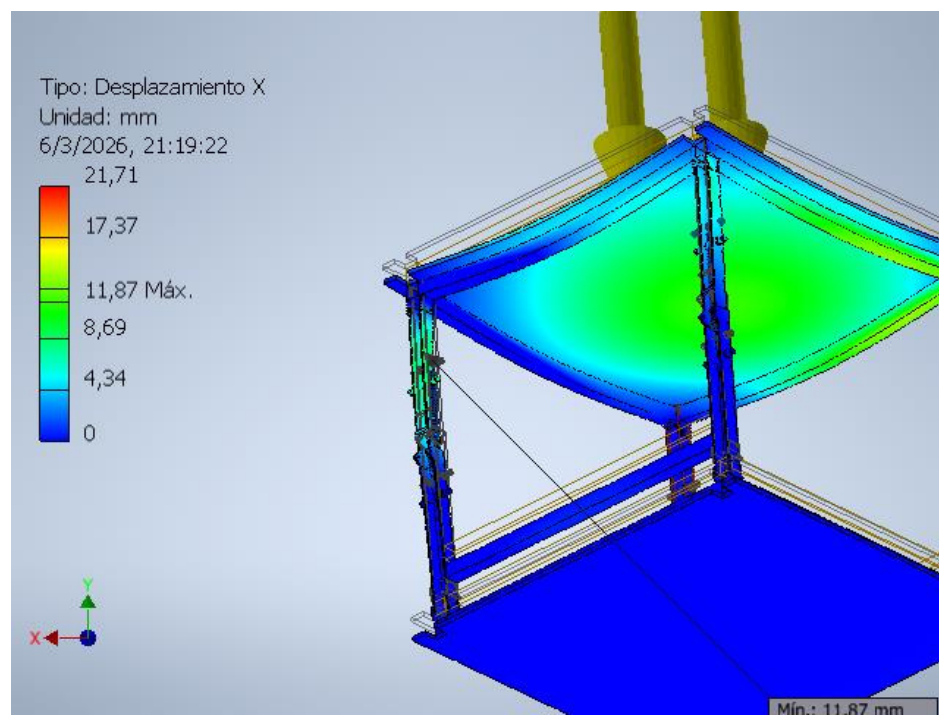
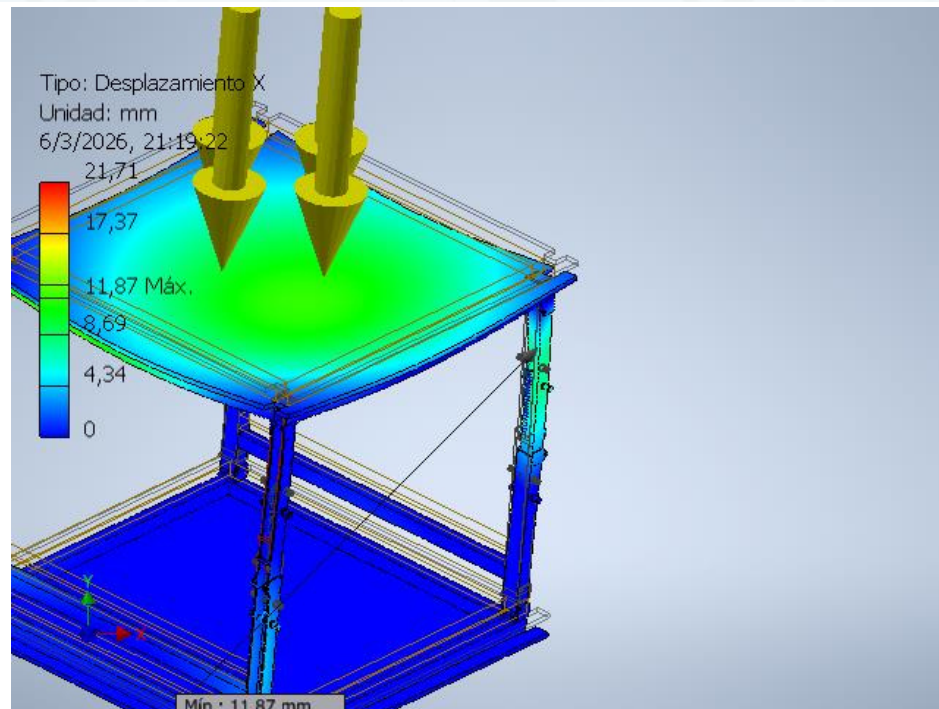
Deformación ZZ	-0,193581 su	0,128553 su
Deformación equivalente	0 su	0,483563 su
Primera deformación principal	-0,00438836 su	0,241116 su
Tercera deformación principal	-0,555703 su	0,00230849 su

Figuras

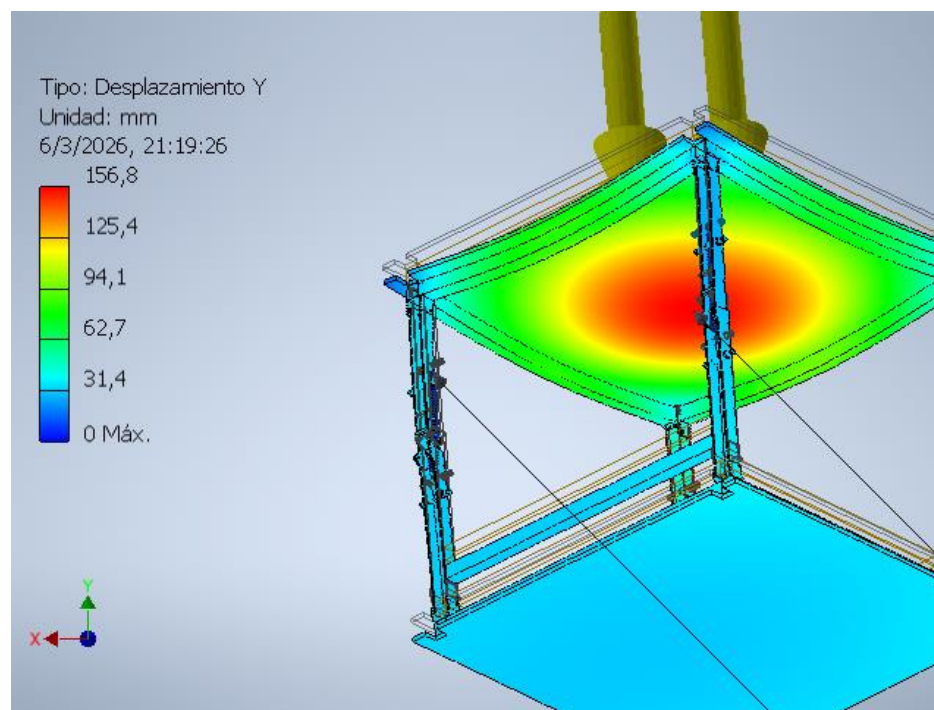
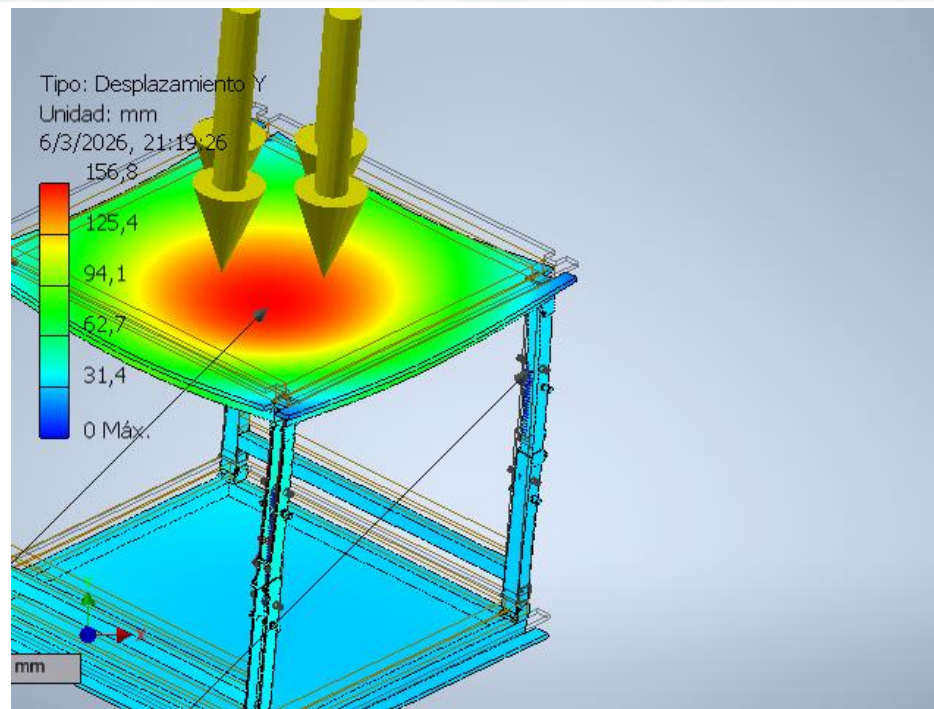
Desplazamiento



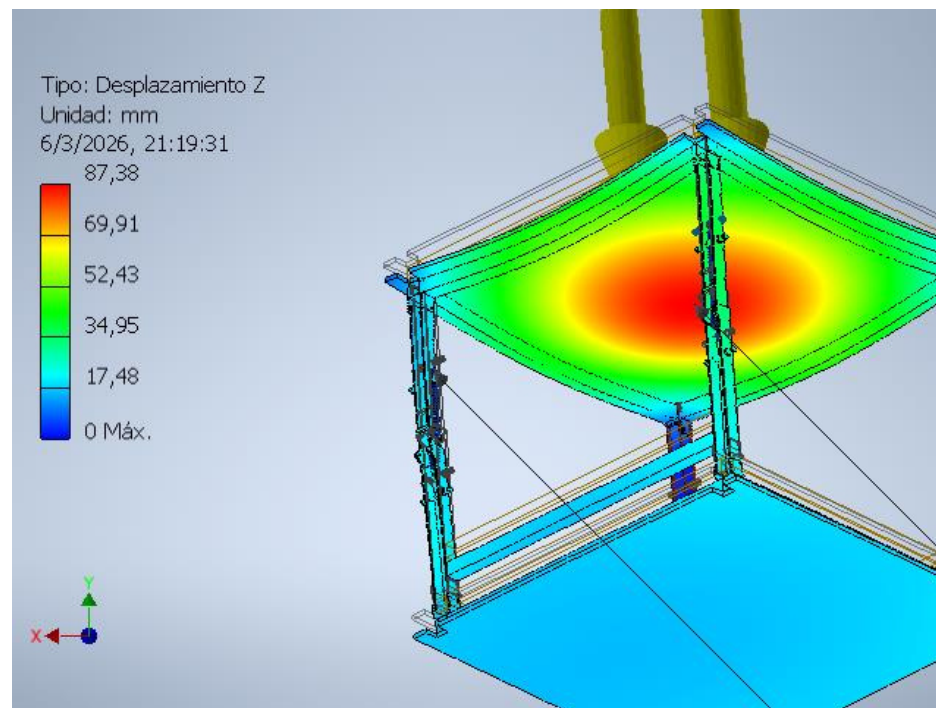
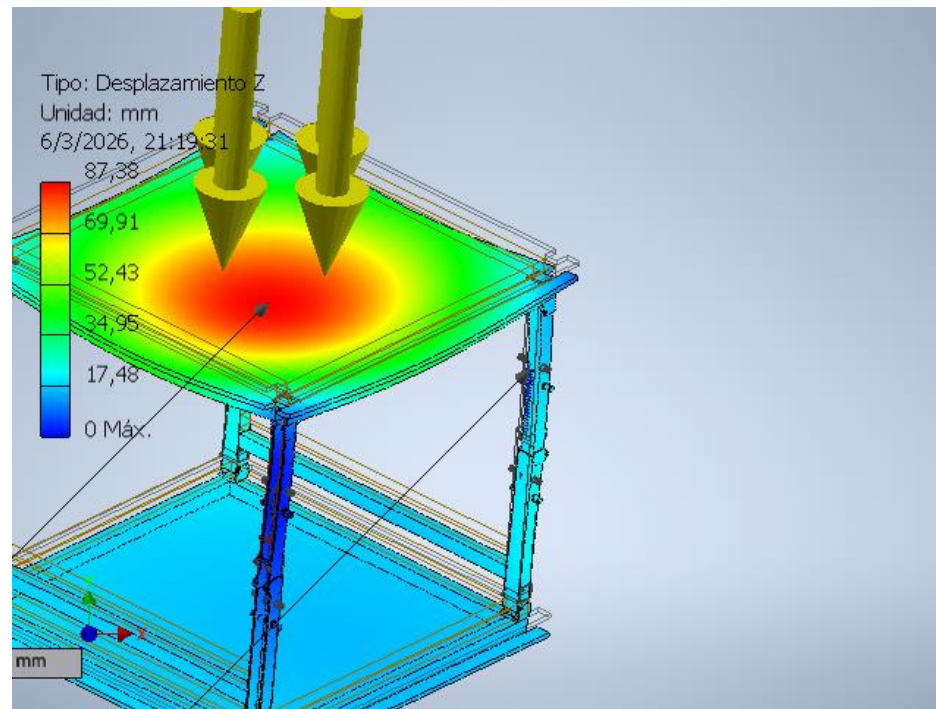
Desplazamiento X



Desplazamiento Y

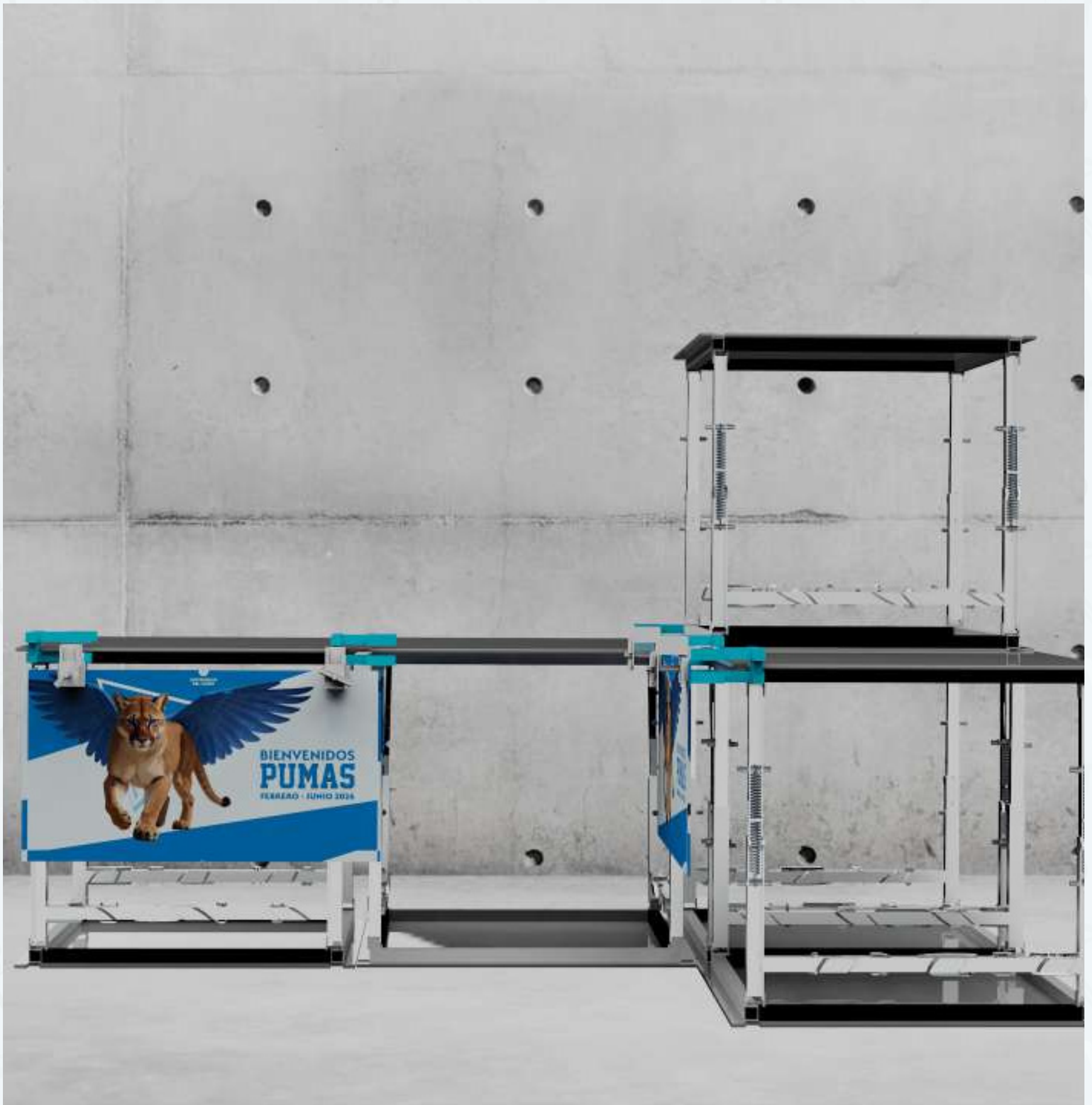


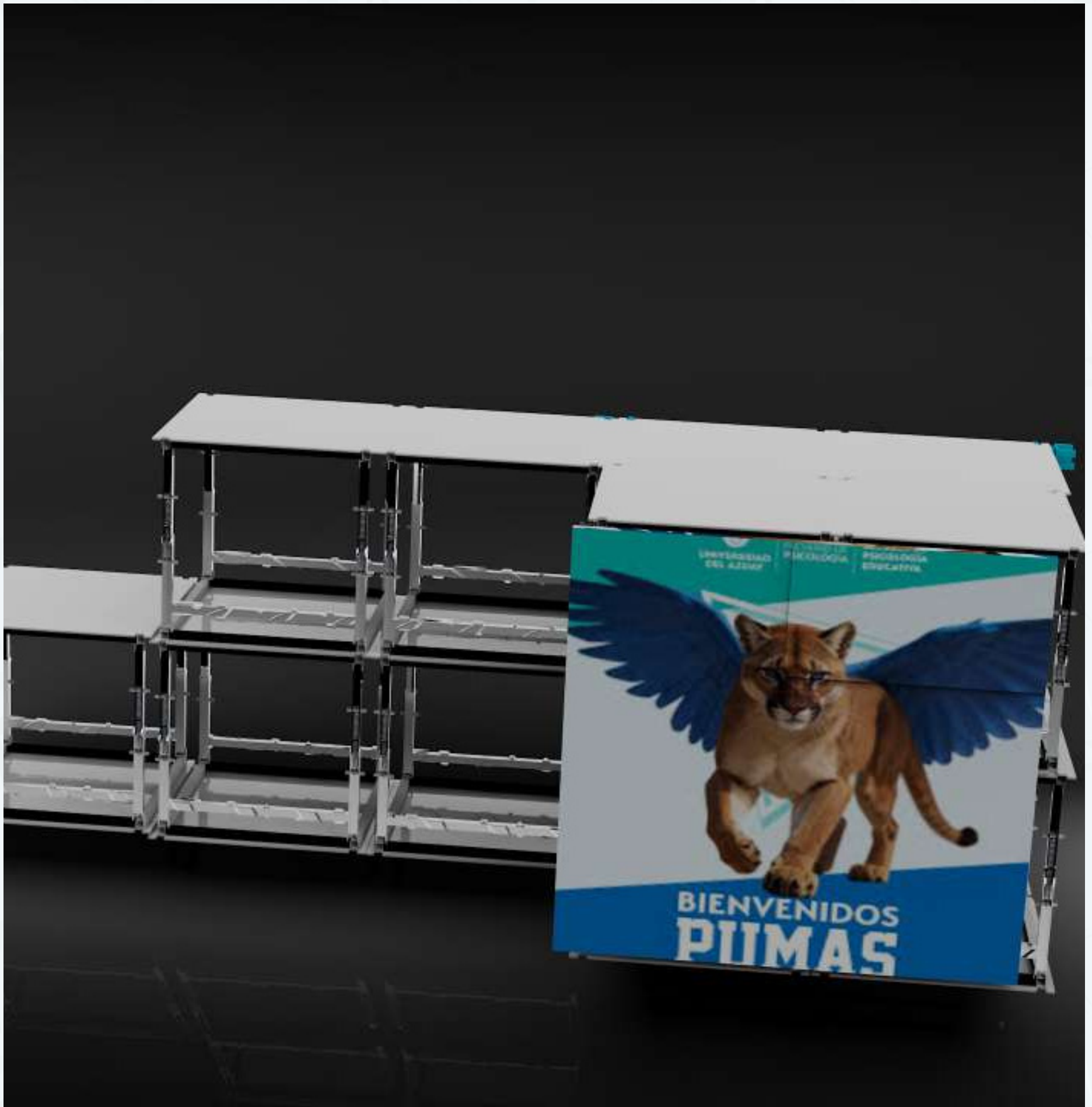
Desplazamiento Z

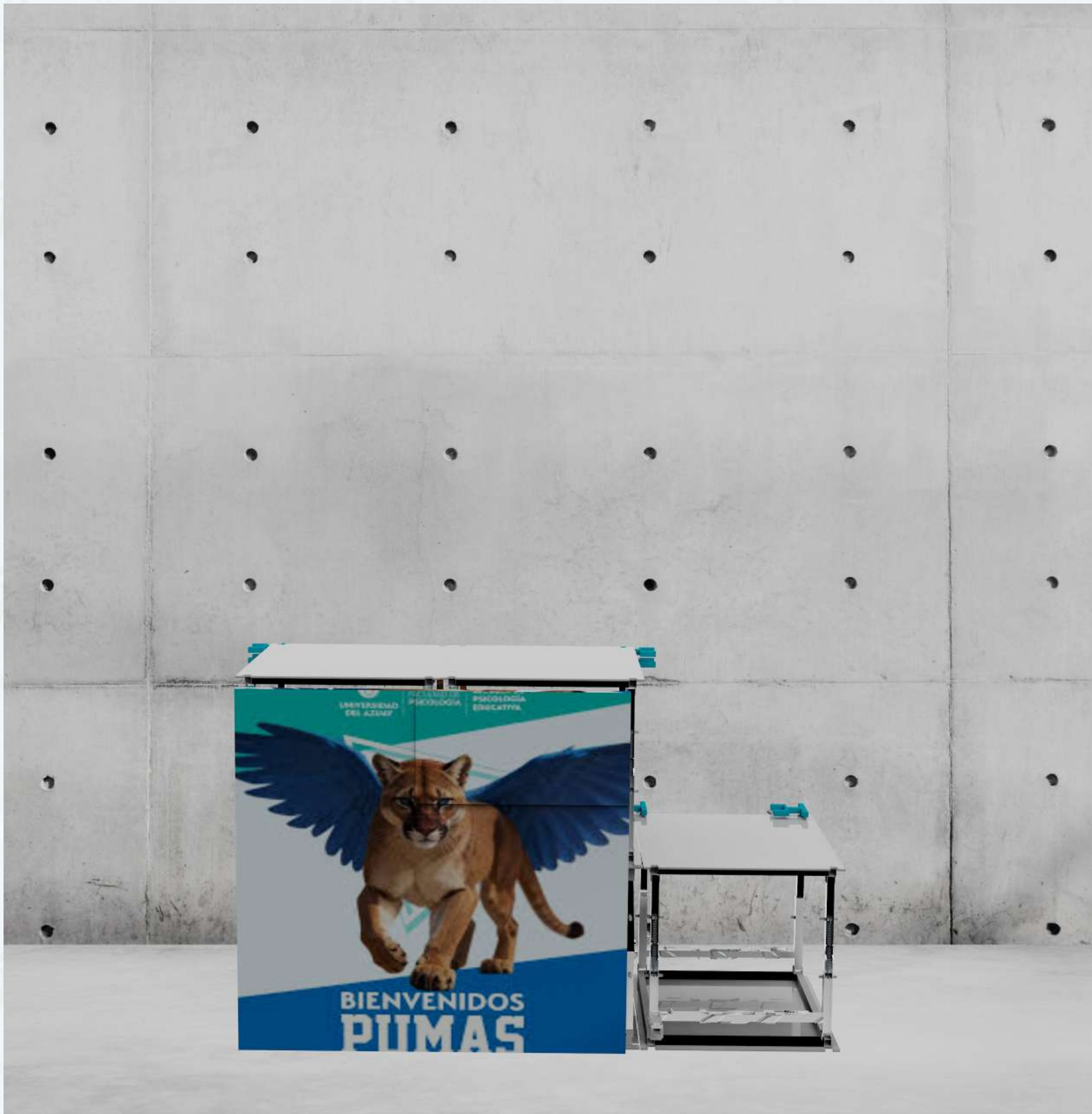


Presion de contacto

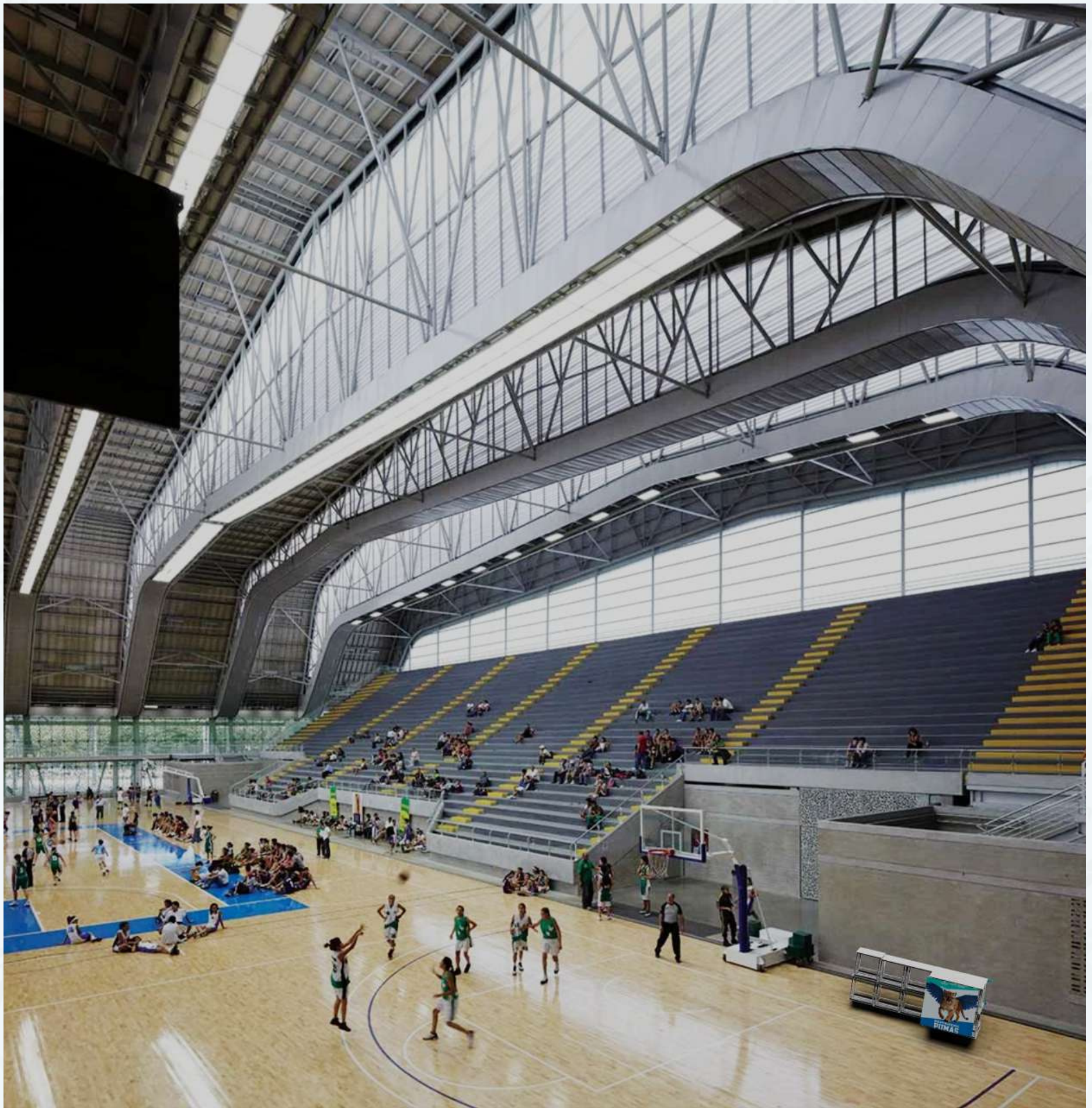
4.4 RENDERS













4.5 FOTOS DEL PRODUCTO





4.6 CONCLUSIONES DEL CAPÍTULO

En el presente capítulo se desarrolló el proceso de diseño y elaboración de los stands modulares propuestos para fortalecer la imagen institucional de la Universidad del Azuay, tomando en consideración aspectos funcionales, estructurales y visuales que permitieran responder a las necesidades de representación institucional en distintos tipos de eventos y espacios de exhibición. El desarrollo del producto permitió integrar conceptos de diseño modular con soluciones prácticas orientadas a facilitar el montaje, transporte y adaptación de la estructura según las condiciones de uso requeridas. Durante el proceso de desarrollo se establecieron diferentes etapas que permitieron definir las características principales del producto, iniciando desde la conceptualización de la idea hasta la elaboración del prototipo funcional. A partir de ello, se determinó la necesidad de crear un sistema modular basado en cubos desplegables, capaz de generar distintas configuraciones mediante la unión de varios módulos. Esta propuesta buscó no solamente aportar funcionalidad, sino también generar una identidad visual moderna y coherente con la imagen institucional de la universidad. La selección de materiales constituyó una parte fundamental dentro del desarrollo del producto. En este caso, la utilización de tubo de acero permitió obtener una estructura resistente y estable, capaz de soportar el uso continuo durante actividades institucionales y eventos académicos. Asimismo, la decisión de aplicar el color azul institucional tuvo como finalidad fortalecer la identidad visual de la Universidad del Azuay y generar mayor reconocimiento de la marca institucional dentro de espacios públicos y de interacción social. Otro aspecto importante dentro del desarrollo fue la implementación de un sistema de ensamblaje mediante imanes de neodimio, el cual permitió simplificar considerablemente el proceso de armado y desmontaje de los módulos. Esta solución aportó practicidad y rapidez al sistema, permitiendo que el stand pueda instalarse de manera más eficiente y sin la necesidad de utilizar herramientas complejas. Además, el sistema modular facilita el almacenamiento y transporte de la estructura, optimizando el espacio y mejorando la funcionalidad general del producto. A través de la elaboración del prototipo fue posible identificar diferentes aspectos técnicos y funcionales relacionados con la estabilidad estructural, el comportamiento de las uniones magnéticas y la adaptabilidad de los módulos en distintos escenarios de uso. La etapa de validación permitió comprobar que el producto cumple de manera adecuada con los objetivos planteados inicialmente, especialmente en aspectos relacionados con facilidad de armado, funcionalidad, versatilidad y fortalecimiento de la imagen institucional. De igual manera, los resultados obtenidos durante las pruebas realizadas evidenciaron que el sistema modular representa una propuesta innovadora y visualmente atractiva, capaz de diferenciarse de los stands convencionales utilizados habitualmente en eventos académicos o institucionales. La percepción positiva obtenida por parte de estudiantes y docentes permitió confirmar que el diseño desarrollado logra transmitir una imagen moderna, organizada y adaptable a diferentes necesidades de presentación. Sin embargo, durante el proceso también se identificaron ciertas limitaciones que pueden ser consideradas para futuras mejoras del producto. Entre ellas se destacan la necesidad de reforzar algunas conexiones magnéticas para incrementar la estabilidad entre módulos y la posibilidad de reducir el peso de determinadas piezas estructurales con el objetivo de facilitar aún más su manipulación y transporte. Estas observaciones





constituyen oportunidades de mejora que podrían optimizar el desempeño general del sistema modular en futuras versiones.

Finalmente, el desarrollo de este producto permitió comprender la importancia del diseño modular como una alternativa funcional y adaptable dentro del ámbito institucional. La propuesta desarrollada no solo responde a necesidades prácticas relacionadas con montaje y transporte, sino que también contribuye al fortalecimiento de la identidad visual de la Universidad del Azuay mediante una solución innovadora, flexible y contemporánea.

En conclusión, el proyecto logró cumplir los objetivos establecidos, integrando aspectos de diseño, funcionalidad y representación visual dentro de una propuesta estructural capaz de adaptarse a distintos contextos de uso.

4.7 CONCLUSIONES GENERALES

El presente proyecto permitió desarrollar una propuesta de stands modulares orientada al fortalecimiento de la imagen institucional de la Universidad del Azuay, mediante la implementación de un sistema adaptable, funcional y visualmente atractivo para espacios de exhibición y representación académica. A través de la investigación y el proceso de desarrollo del producto se identificó la importancia de contar con estructuras modulares que faciliten el montaje, transporte y reutilización en distintos tipos de eventos institucionales. Durante el desarrollo del proyecto se analizaron aspectos relacionados con diseño, funcionalidad, materiales y mecanismos de ensamblaje, permitiendo establecer una solución basada en módulos cúbicos desplegables fabricados con tubo de acero. La elección de este material respondió a criterios de resistencia, estabilidad y durabilidad, garantizando un adecuado desempeño estructural del producto. Asimismo, la incorporación del color azul institucional permitió reforzar la identidad visual de la universidad y generar una propuesta coherente con su imagen corporativa. Uno de los principales aportes del proyecto fue la implementación de un sistema de conexión mediante imanes de neodimio, el cual facilitó el ensamblaje rápido y práctico de los módulos. Este sistema permitió optimizar los tiempos de instalación y desmontaje, además de brindar flexibilidad para generar distintas configuraciones según las necesidades del espacio y del evento. En la etapa de validación se obtuvieron resultados positivos respecto a la funcionalidad, estabilidad y percepción visual del producto. Entre las principales ventajas identificadas se destacan la facilidad de armado, la adaptabilidad modular, la practicidad de transporte y la estética contemporánea del diseño. Además, el producto logró cumplir con el objetivo de fortalecer la presencia visual institucional mediante una propuesta moderna e innovadora.

No obstante, también se identificaron ciertas limitaciones relacionadas con el peso de algunos módulos y la necesidad de reforzar determinadas conexiones magnéticas para 5 mejorar la estabilidad general del sistema. Estas observaciones representan aspectos que pueden optimizarse en futuras versiones del producto.

Finalmente, se concluye que el proyecto desarrollado constituye una propuesta viable y funcional para la representación institucional de la Universidad del Azuay, aportando una alternativa innovadora dentro del diseño de stands modulares.

Como recomendación futura, se sugiere explorar materiales más livianos, incorporar nuevos accesorios tecnológicos y continuar perfeccionando el sistema de unión entre módulos para ampliar las posibilidades de uso y mejorar la experiencia de montaje.

BIBLIOGRAFÍAS

- Baldwin, C. Y., & Clark, K. B. (2000). *The power of modularity*. MIT Press.
- Bonsiepe, G. (2011). *Diseño, cultura y sociedad*. Editorial Gustavo Gili.
- Capriotti, P. (2009). *Branding corporativo: Fundamentos para la gestión estratégica de la identidad corporativa*. Andros.
- Ewald & Kohl. (s. f.). *Producción de eventos deportivos, marcas que conectan*. <https://ewaldandkohl.com>
- FusionCorp. (s. f.). *The psychology of booth design: Get more visitors at trade shows*. <https://fusioncorp.in>
- Garcés, A. M. C. (2018). *Marketing deportivo y sus principales efectos en el cliente: Preferencia de compra e insumos deportivos*. *Revista Espirales*. <https://revistaespirales.com>
- Gómez, L. A. (2019). *Identidad corporativa y comunicación institucional*. Editorial Síntesis.
- Hernández, R., & López, C. (2020). *Comunicación estratégica en eventos y ferias*. McGraw-Hill.
- Histories of Exhibition Design in the Museum. (2025). *Journal of Design History*. <https://academic.oup.com/jdh/article/38/1/102/7664321>
- History and Theory of Exhibition Design. (s. f.). Academia. https://www.academia.edu/44601777/History_and_Theory_of_Exhibition_Design
- 1K Sports Group. (s. f.). *Más allá del logo: Activaciones deportivas que cuentan historias*. <https://1ksportgroup.com>
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing management (15th ed.)*. Pearson Education.
- Kronenburg, R. (2011). *Architecture in motion: The history and development of portable building*. Routledge.
- Kronenburg, R. (2011). *Portable architecture: Design and technology*. Birkhäuser.
- KubOX Modular. (s. f.). *Stands modulares corporativos para ferias y congresos*. <https://kuboxmodular.com>
- Kyötnen, K. E. (2021). *Modular exhibition booth concept [Tesis]*. Theseus. https://www.theseus.fi/bitstream/10024/496779/2/KajErikKytonen_Opinaytetyo_2021.pdf
- Lee, H. Y. (2021). *Company characteristics and exhibition participation*. <https://www.econstor.eu/bitstream/10419/253325/1/445.pdf>
- MarketSmiths. (2025). *Why modular booths are the future of event marketing*. <https://marketsmiths.co>
- Monetti, F. M., Lundström, A., & Maffei, A. (2024). *Barriers to adopting design for assembly in modular product architecture: Development of a conceptual model*. arXiv. <https://arxiv.org>
- Munari, B. (2008). *¿Cómo nacen los objetos?* Editorial Gustavo Gili.
- Napieraj, A., et al. (2025). *Analysis of a logistics process based on the event log*. *Applied Sciences*, 15(16), 8968. <https://www.mdpi.com/2076-3417/15/16/8968>

NParallel. (2025). Why modular exhibit designs are game-changing. <https://nparallel.com>

Pachau Torres, W. A. (2026). Marketing deportivo: Claves y perspectivas globales desde la industria deportiva contemporánea. SciELO. <https://scielo.org>

Pérez, J. M. (2018). Diseño de espacios efímeros y comunicación visual. Editorial UOC.

Pine, B. J., & Gilmore, J. H. (1999). The experience economy. Harvard Business School Press.

Ramírez, D. (2021). Marketing deportivo y gestión de eventos. Editorial Paidotribo.

Schmitt, B. H. (1999). Experiential marketing. Free Press.

Schmitt, B. H. (2011). Experience marketing: Concepts, frameworks and consumer insights. Foundations and Trends in Marketing.

Shaffer, W. R. (2017). Exhibition design and the evolution of museum-goer experience, 1924–2016 [Tesis]. Smithsonian Institution. <https://repository.si.edu/bitstream/handle/10088/35449/Shaffer%20Thesis.pdf>

Spacecube. (s. f.). Modular structures/displays for events & brand activations. <https://spacecube.com>

Trade Show Guide for Economic Development Organizations. (2025). 2024–2025 Trade Show Guide Calendar for Economic Development Organizations. <https://researchfdi.com/wp-content/uploads/2025/01/2024-2025-Trade-Show-Guide-Calendar-for-Economic-Development-Organizations.1.pdf>

Trade Show Triumph: A Strategic Guide for New Exhibitors. (2023). <https://carijournals.org/journals/EJIKM/article/download/1503/1857/4721>

Vissual Events. (2023). All about modular booths: Trade fair stand assembly guide. <https://visualevents.com>

Villafañe, J. (2004). La buena reputación. Pirámide.

WATER-MINING. (2022). Modular mobile exhibition: Deliverable 11.4. <https://watermining.eu/wp-content/uploads/2024/03/WM-D11.4-Modular-Mobile-Exhibition.pdf>

Key Elements of Sports Marketing Activities for Sports Events. (2020). International Journal of Business Administration, 11(1). <https://doi.org/10.5430/ijba.v11n1p11>

The Exhibition and Experience Design Handbook. (s. f.). NOMOS e-Library. <https://www.nomos-elibrary.de/10.5771/9781538157992.pdf>

Event Logistics. (s. f.). Academia. https://www.academia.edu/1845203/Event_Logistics

<https://www.magnific.com/>

<https://pixabay.com/>

<https://www.pexels.com/>

BIBLIOGRAFÍA DE IMÁGENES

Imagen 1. https://www.istockphoto.com/photo/junior-basketball-team-is-practicing-game-at-indoor-court-gm1988812146-559471388?utm_source=pixabay&utm_medium=affiliate&utm_campaign=sponsored_photo&utm_content=srp_topbanner_media&utm_term=deportes+basket

Imagen 2. <https://uitholland.eu/zh-hant/pinpai-huohua/xiangmu/intersport-3/>

Imagen 3. <https://elloboiberico.com/2023/02/06/2017-03-planos-habitacion/>

Imagen 4. <https://www.istockphoto.com/photo/basketball-game-with-players-in-blue-gm2172254060-592044485>

Imagen 5. <https://www.shutterstock.com/es/>

Imagen 6. https://www.istockphoto.com/photo/boy-spinning-basketball-while-walking-by-father-gm1128316823-297704328?utm_source=pixabay&utm_medium=affiliate&utm_campaign=sponsored_photo&utm_content=srp_grid_media&utm_term=deportes+basket

Imagen 7. <https://uitholland.eu/zh-hant/pinpai-huohua/xiangmu/intersport-3/>

Imagen 8. https://www.magnific.com/es/vector-premium/hombre-mujer-juegan-voleibol-traves-red_29537804.htm

Imagen 9. <https://www.magnific.com/es/fotos/voleivol/8>

Imagen 10. https://www.magnific.com/es/search?format=search&last__

Imagen 11. https://www.magnific.com/es/foto-gratis/joven-pareja-deportiva-hombre-mujer-juntos-sosteniendo-balon-futbol-sonriendo-sobre-verde_12884569.htm#fromView=search&page=1&position=13&uuid=5bca86ea-29cb-4ae2-9822-8d68756c3d44&query=F%C3%9ATBOL+%28Femenino+y+Masculino%29

Imagen 12. <https://www.freepik.com/free-photos-vectors/exhibition-counter-mockup/64>

Imagen 13. <https://www.magnific.com/free-photos-vectors/booth-exhibition-stand-mockup>

Imagen 14. <https://www.magnific.com/psd/exhibition-booth-mockup/3>

Imagen 15. <https://mockups-design.com/free-exhibition-stand-mockup/>

Imagen 16. <https://unblast.com/free-simple-exhibition-stand-mockup-psd/>

Imagen 17. <https://goodmockups.com/category/booth-mockup/>

Imagen 18. <https://dribbble.com/search/exhibition-stand-mockup>

Imagen 19. <https://www.pinterest.com/gewexhibit/modular-stands/>

Imagen 20. <https://www.pinterest.com/ideas/sports-exhibition-booth-design/938911800817/>

Imagen 21. <https://www.magnific.com/>

Imagen 22. <https://www.magnific.com/ai-image-generator>

Imagen 23. <https://www.magnific.com/image-upscaler>

Imagen 24. <https://www.magnific.com/design-tools>

Imagen 25. <https://www.magnific.com/creative-ai>

Imagen 26. <https://mockups-design.com/free-exhibition-stand-mockup/>

Imagen 27. <https://mockups-design.com/free-trade-show-booth-mockup/>

Imagen 28. <https://unblast.com/free-simple-exhibition-stand-mockup-psd/>

Imagen 29. <https://unblast.com/exhibition-booth-mockup-psd/>

Imagen 30. <https://goodmockups.com/category/booth-mockup/>

Imagen 31. <https://dribbble.com/search/exhibition-stand>

Imagen 32. <https://dribbble.com/search/sports-booth>

Imagen 33. <https://www.behance.net/search/projects?search=exhibition%20stand>

Imagen 34. <https://www.behance.net/search/projects?search=sports%20stand>
Imagen 35. <https://www.behance.net/search/projects?search=modular%20booth>
Imagen 36. <https://www.expodisplayservice.com/exhibition-stands>
Imagen 37. <https://www.expodisplayservice.com/modular-exhibition-stands>
Imagen 38. <https://t3systems.com/modular-sport-display-for-major-sporting-events-2024/>
Imagen 39. <https://t3systems.com/sports-event-displays/>
Imagen 40. <https://t3systems.com/exhibition-stands/>
Imagen 41. <https://www.pinterest.com/gewexhibit/modular-stands/>
Imagen 42. <https://www.pinterest.com/ideas/modular-booth-design/909500347507/>
Imagen 43. <https://www.pinterest.com/ideas/sports-exhibition-booth-design/938911800817/>
Imagen 44. <https://www.freepik.com/free-photos-vectors/exhibition-stand-mockup>
Imagen 45. <https://www.freepik.com/psd/exhibition-booth-mockup>
Imagen 46. <https://www.behance.net/search/projects?search=modular%20stand>
Imagen 47. <https://dribbble.com/search/trade-show-booth>
Imagen 48. <https://mockups-design.com/free-exhibition-stand-mockup/>
Imagen 49. <https://t3systems.com/sports-event-displays/>
Imagen 50. <https://www.expodisplayservice.com/modular->
Imagen 51. <https://www.pinterest.com/ideas/event-stand-design/900657174068/>
Imagen 52. <https://www.pinterest.com/ideas/portable-exhibition-stands/916377653869/>
Imagen 53. <https://www.freepik.com/free-photos-vectors/event-booth>
Imagen 54. <https://www.freepik.com/free-photos-vectors/display-stand>
Imagen 55. <https://uitholland.eu/zh-hant/pinpai-huohua/xiangmu/intersport-3/>
Imagen 56. <https://dribbble.com/search/booth-design>
Imagen 57. <https://t3systems.com/exhibition-stands/>
Imagen 58. <https://www.expodisplayservice.com/exhibition-stands>
Imagen 59. <https://mockups-design.com/free-trade-show-booth-mockup/>
Imagen 60. <https://www.magnific.com/>
Imagen 61. <https://www.pinterest.com/mfirdauscr/3x3-booth-modular/>
Imagen 62. <https://cz.pinterest.com/petrbilly/sport-exhibition-stands/>
Imagen 63. <https://www.freepik.com/free-photos-vectors/sports-banner-stand>
Imagen 64. <https://www.freepik.com/free-photos-vectors/expo-booth>
Imagen 65. <https://www.magnific.com/> <https://www.behance.net/search/projects?search=trade%20show%20design>
Imagen 66. <https://dribbble.com/search/expo-stand>
Imagen 67. <https://t3systems.com/modular-sport-display-for-major-sporting-events-2024/>
Imagen 68. <https://www.expodisplayservice.com/modular-exhibition-stands>
Imagen 69. <https://mockups-design.com/free-exhibition-stand-mockup/>
Imagen 70. <https://www.magnific.com/ai-image-generator>
Imagen 71. <https://www.pinterest.com/gewexhibit/modular-stands/>
Imagen 72. <https://www.freepik.com/free-photos-vectors/booth-design>
Imagen 73. <https://www.behance.net/search/projects?search=exhibition%20booth>
Imagen 74. <https://dribbble.com/search/sports-stand>

