Ampliación de Productos y Servicios de la Empresa DLC Para Destacar en el Mercado de Diseño y Publicidad de Pamplona

Juan Sebastián Castaño Álvarez

Universidad de Pamplona

Facultad de Ingenierías y Arquitectura

Diseño Industrial

Pamplona, Colombia

2024

SC-CER96940

"Formando líderes para la construcción de un nuevo país en paz"
Universidad de Pamplona
Pamplona - Norte de Santander - Colombia
Tels: (+57) 3153429495 - 3160244475
www.unipamplona.edu.co

Ampliación de Productos y Servicios de la Empresa DLC Para Destacar en el Mercado de Diseño y Publicidad de Pamplona

Juan Sebastián Castaño Álvarez

1.118.565.095

Asesor: Msc. D.I John Alexander Benavides Bernal

Universidad de Pamplona

Facultad de Ingenierías y Arquitectura

Diseño Industrial

Pamplona, Colombia

2024

SC-CER96940

"Formando líderes para la construcción de un nuevo país en paz"
Universidad de Pamplona
Pamplona - Norte de Santander - Colombia
Tels: (+57) 3153429495 - 3160244475
www.unipamplona.edu.co

Dedicatoria

A mis padres por ser quien desde un inicio de mi proceso me apoyo incondicionalmente para llegar a culminar mis estudios y crecer como persona y profesional.

SC-CER96940

"Formando líderes para la construcción de un nuevo país en paz"
Universidad de Pamplona
Pamplona - Norte de Santander - Colombia
Tels: (+57) 3153429495 - 3160244475
www.unipamplona.edu.co

Agradecimientos

En esta oportunidad le doy gracias a principalmente a Dios, igualmente a mis padres que siempre me ayudaron en este proceso como Diseñador Industrial.

A mis docentes por dedicación para ayudarme a formarme como profesional, todas sus enseñanzas y anécdotas que a lo largo de la carrera se viven.

A la docente Milady Ramírez le agradezco el acompañamiento en mi proceso de prácticas profesionales, por su paciencia y dedicación en mi proceso.

SC-CER96940

"Formando líderes para la construcción de un nuevo país en paz"
Universidad de Pamplona
Pamplona - Norte de Santander - Colombia
Tels: (+57) 3153429495 - 3160244475
www.unipamplona.edu.co

El presente informe de prácticas realizado en la empresa DLC de Pamplona, se enfoca en mejorar los productos y servicios que ofrece la empresa, para que se destaque en el mercado local. Por lo cual se presenta una propuesta de creación de stands dirigido a los emprendimientos locales, teniendo presente la capacidad operativa de DLC para la fabricación de este, buscando alternativas que sean económicas y fáciles de construir y ensamblar, para obtener un producto que cumpla con los requerimientos de los clientes. Se hace uso de la metodología de Design Thinking por su enfoque centrado en el usuario y su flexibilidad para adaptarse a diferentes proyectos. A la par de la creación de propuesta de stand, se realizan diferentes trabajos gráficos en los que se hace uso de los briefs de diseño, los cuales sirven como base para la creación y como medio de comunicación con el cliente.

Por lo cual se desarrolla este documento, en el que se aplican los conocimientos adquiridos en el programa de Diseño Industrial en un entorno real, siguiendo una metodología de diseño y generando ideas a necesidades propias de la población local.

Palabras Clave: Design Thinking, exhibidor, modular, publicidad, marketing

SC-CER96940

"Formando líderes para la construcción de un nuevo país en paz"
Universidad de Pamplona
Pamplona - Norte de Santander - Colombia
Tels: (+57) 3153429495 - 3160244475
www.unipamplona.edu.co

Abstract

This internship report conducted in the company DLC of Pamplona, focuses on improving the products and services offered by the company, to stand out in the local market. Therefore, a proposal is presented for the creation of stands aimed at local entrepreneurs, bearing in mind the operational capacity of DLC for the manufacture of this, looking for alternatives that are economical and easy to build and assemble, to obtain a product that meets the requirements of customers. The Design Thinking methodology is used because of its user-centered approach and its flexibility to adapt to different projects. Along with the creation of the stand proposal, different graphic works are made using the design briefs, which serve as a basis for the creation and as a means of communication with the client.

For this reason, this document is developed, in which the knowledge acquired in the Industrial Design program is applied in a real environment, following a design methodology and generating ideas to meet the needs of the local population.

Keywords: Design Thinking, stand, modular, advertising, marketing

SC-CER96940

"Formando líderes para la construcción de un nuevo país en paz"
Universidad de Pamplona
Pamplona - Norte de Santander - Colombia
Tels: (+57) 3153429495 - 3160244475
www.unipamplona.edu.co

Tabla de Contenido

1. Capítulo 1 Fundamentación 11
   1.1 Introducción 11
   1.2 Justificación 12
   1.3 Objetivos 14
      1.3.1 Objetivo general 14
      1.3.2 Objetivos Específicos 14
   1.4 Perfil de la Empresa y Diagnostico 15
2. Capítulo 2 Desarrollo 20
   2.1 Cronograma 20
   2.2 Labor Desempeñada en Las Practicas 21
      2.2.1 Implementación de Design Thinking 24
   2.3 Actividades Por Cada Objetivo y Plan de Trabajo 45
      2.3.1 Objetivo 1 Analizar el mercado, la competencia y los usuarios de la empresa DLC. 45
      2.3.2 Objetivo 2 Optimizar el proceso de creación de piezas gráficas, mejorando la comunicación entre cliente y empresa. 45
      2.3.3 Objetivo 3 Desarrollar una oferta de servicios de diseño de stands adaptados a las necesidades del mercado local. 46
   2.4 Pertinencia profesional 47
   2.5 Desempeño y Resultados 48
   2.6 Contribución e impacto 49
      2.6.1 Corto Plazo 49
      2.6.2 Mediano Plazo 49
      2.6.3 Largo Plazo 49
3. Conclusiones y recomendaciones 50
4. Referencias Bibliográficas 51

Anexos 53

SC-CER96940

"Formando líderes para la construcción de un nuevo país en paz"
Universidad de Pamplona
Pamplona - Norte de Santander - Colombia
Tels: (+57) 3153429495 - 3160244475
www.unipamplona.edu.co

Lista de Tablas

Tabla 1. Portafolio de servicios DLC. 16
Tabla 2. Estudio de competencia DLC 18
Tabla 3. Participantes de ferias del municipio de Pamplona 27
Tabla 4. Especificaciones de diseño para el stand. 28

SC-CER96940

"Formando líderes para la construcción de un nuevo país en paz"
Universidad de Pamplona
Pamplona - Norte de Santander - Colombia
Tels: (+57) 3153429495 - 3160244475
www.unipamplona.edu.co

Lista de Ilustraciones

Ilustración 1. Instalaciones físicas de la empresa DLC. 15
Ilustración 2. Maquinaria Empresa DLC 17
Ilustración 3. Piezas graficas desarrolladas en DLC 21
Ilustración 4. Propuestas de stands para desarrollo en DLC 22
Ilustración 5. Modelo de brief para DLC 23
Ilustración 6. Propuesta de diseño para empresa 11:11 24
Ilustración 7. Diagrama Etapas Design Thinking 25
Ilustración 8. Grafica encuesta clientes DLC. 26
Ilustración 9. Grafica encuesta clientes DLC. 26
Ilustración 10. Tipologías de stands comerciales 28
Ilustración 11. Descripción del espacio asignado a emprendimientos. 29
Ilustración 12. Mobiliario usado en los actuales stands. 30
Ilustración 13. Alternativa 01 de stand 30
Ilustración 14. Alternativa 02 de stand 31
Ilustración 15. Alternativa 03 de stand 31
Ilustración 16. Alternativa 04 de stand 32
Ilustración 17. Planos modulo 01 33
Ilustración 18. Planos modulo 02 34
Ilustración 19. Plano explosivo stand 34
Ilustración 20. Materiales construcción Modulo A. 35
Ilustración 21. Materiales construcción Modulo B. 35
Ilustración 22. Proceso construcción por materiales: Acero 36
Ilustración 23. Proceso construcción por materiales: MDF 36
Ilustración 24. Render stand BICREA de DLC 37
Ilustración 25. Render en exteriores del stand BICREA de DLC 38
Ilustración 26. Actualización identidad de marca DLC 38

Ilustración 27. Modelo de Brief Identidad de Marca. 39
Ilustración 28. Modelo Brief, presentación de propuestas. 40
Ilustración 29. Modelo Brief diseño de stand DLC 40
Ilustración 30. Contenido de la identidad de marca Andina 41
Ilustración 31. Imagen de marca de la empresa Andina. 42
Ilustración 32. Piezas gráficas realizadas en DLC. 43
Ilustración 33. Pieza para impresión para cliente de DLC. 43
Ilustración 34. Piezas en madera y acrílico. 44

1. Capítulo 1 Fundamentación

1.1 Introducción

Este informe presenta la experiencia obtenida durante la ejecución de las prácticas empresariales en la empresa DLC, una empresa ubicada en Pamplona, Norte de Santander, que se dedica al diseño y la publicidad, ofreciendo diferentes tipos de servicio en impresiones y corte laser.

El objetivo de estas prácticas es mejorar la gama de productos y servicios para lograr que la empresa DLC se destaque en el mercado de diseño y publicidad, mediante la creación de nuevos servicios como el diseño y creación de stands para los emprendimientos locales, mejorar el diseño de publicidad siguiendo los requerimientos de los clientes y por último ofrecer el servicio de creación de identidades de marca, usando las habilidades y conocimientos adquiridas en el programa. Iniciando por la implementación de la metodología Design Thinking, siguiendo cada uno de los cinco pasos que la componen empatizar, definir, diseñar, prototipar y testear; logrando una propuesta de diseño enfocada en la creación de producto.

Este informe está estructurado en tres partes principales, en la primera se realiza una descripción de la empresa con el fin de conocer más a profundidad los servicios que ofrece DLC, continuando con el desarrollo detallado de la metodología de diseño y las diferentes actividades realizadas dentro de la empresa, por último, se concluye con el impacto generado por la práctica dentro de DLC y la importancia del diseño industrial para el desarrollo del proyecto.

SC-CER96940

"Formando líderes para la construcción de un nuevo país en paz"
Universidad de Pamplona
Pamplona - Norte de Santander - Colombia
Tels: (+57) 3153429495 - 3160244475
www.unipamplona.edu.co

1.2 Justificación

La empresa DLC se encuentra inmersa en un entorno altamente competitivo, donde la diferenciación y la capacidad de ofrecer servicios novedosos son cruciales para destacarse en el mercado de diseño y publicidad. Por lo cual, se busca desarrollar e implementar una estrategia integral de nuevos servicios, ya que representa una oportunidad estratégica fundamental para el crecimiento y la sostenibilidad de DLC en el sector.

Iniciando con la incorporación de nuevos productos, como la fabricación de stands comerciales, además de mejorar los servicios como la creación de identidades de marca y diseños de publicidad y marketing, todo para diversificar el portafolio de DLC, ofreciendo una solución integral a sus clientes que va más allá del diseño gráfico y la publicidad tradicional. Esto contribuiría a fidelizar a los clientes actuales y atraer nuevos, ampliando su base de mercado. Ya que la oferta local de estos servicios no se satisface, lo que representa una oportunidad que puede ser solucionada usando las herramientas que ofrece el Diseño Industrial para el desarrollo de soluciones prácticas.

Además, con las propuestas presentadas en este documento de práctica se busca la diferenciación competitiva de DLC frente a las demás empresas del sector del diseño y la publicidad, permitiendo a DLC diferenciarse de sus competidores, posicionándose como una empresa innovadora y capaz de satisfacer las necesidades específicas de cada cliente, creando nuevos productos que permitan el crecimiento de los emprendimientos locales, a través de

SC-CER96940

"Formando líderes para la construcción de un nuevo país en paz"
Universidad de Pamplona
Pamplona - Norte de Santander - Colombia
Tels: (+57) 3153429495 - 3160244475
www.unipamplona.edu.co

propuestas de diseño, que se adaptan a las capacidades de la empresa, aprovechando el potencial operativo de DLC.

Por consiguiente, el desarrollo e implementación de una estrategia integral de nuevos productos y servicios es fundamental para el crecimiento y la competitividad de DLC en el sector de la publicidad y el diseño. Esta iniciativa no solo permitirá a la empresa destacarse en un mercado en crecimiento, sino que también generará valor para los clientes, impulsará el crecimiento sostenible y asegurará la relevancia continua en un entorno empresarial en constante cambio.

En conclusión, los diferentes conocimientos adquiridos en Diseño Industrial, que se aplican para el éxito de la práctica empresarial propuesta, nos permiten crear nuevos productos, funcionales, estéticamente agradables y que satisfagan las necesidades específicas de los clientes, además de ofrecer servicios más atractivos para los clientes como la creación de identidades de marca que reflejen los valores y transmitan la personalidad de la empresa. La incorporación de esta disciplina al proceso de desarrollo permitirá a DLC diferenciarse en el mercado, fortalecer su competitividad y generar valor en sus productos y servicios ofrecidos a sus clientes.

1.3 Objetivos

1.3.1 Objetivo general

Ampliar la gama de productos y servicios para lograr que la empresa DLC se destaque en el mercado de diseño y publicidad en Pamplona N.S.

1.3.2 Objetivos Específicos

Implementar una estrategia integral de servicios únicos y diferenciados para destacarse en el sector del diseño y publicidad.

Garantizar la integridad de la información obtenida entre cliente-empresa en el proceso de diseño.

Desarrollar una oferta de servicios de diseño de productos, como stand en respuesta a las necesidades del mercado local.

SC-CER96940

"Formando líderes para la construcción de un nuevo país en paz"
Universidad de Pamplona
Pamplona - Norte de Santander - Colombia
Tels: (+57) 3153429495 - 3160244475
www.unipamplona.edu.co

1.4 Perfil de la Empresa y Diagnostico

DLC es una empresa de diseño y publicidad, que presta sus servicios desde el año 2013 iniciando con los servicios de publicidad únicamente, los principales clientes de DLC son estudiantes universitarios y comerciantes que buscan servicios de publicidad, donde el servicio más solicitado es el de impresión en plotter.

Ilustración 1**.**

Instalaciones físicas de la empresa DLC.



Misión: DLC Agencia de Arquitectura y Publicidad ofrece productos y servicios publicitarios creados con el único fin de generar en nuestros clientes una imagen ideal y confiable, que priorice sus necesidades empresariales, organizacionales e institucionales.

Visión: DLC Agencia busca a mediano plazo el fortalecimiento tecnológico y de talento humano continuo, que garantice a nuestros clientes servicios publicitarios de alta calidad, facilitando de esta manera el reconocimiento de la marca a nivel local y regional.

Valores de la Marca

Honestidad: Recomendamos lo más adecuado para la elaboración de cada proyecto, así como la calidad de los materiales.

Confianza: Establecemos un vínculo con nuestro cliente donde se atiende cada inquietud en el proyecto, garantizando el cumplimento de los requerimientos.

Complicidad: Trabajamos con el cliente, no para el cliente, haciéndolo participe en el proceso.

Responsabilidad: Siempre respondemos, nos preocupamos, garantizamos su tranquilidad.

Profesionalidad: Investigamos, analizamos, no nos vale la opción más fácil, buscamos la mejor para nuestro cliente.

Entrega: Buscamos cada día ofrecer lo mejor en nuestro trabajo para que nuestros trabajos sean óptimos y memorables.

Tabla 1.

Portafolio de servicios DLC.

PORTAFOLIO DE SERVICIOS	
Avisos luminosos 3D	Se desarrolla con materiales como, madera, acrílico, PVC
Corte Láser	Este proceso se puede Cortar madera, polímeros, Espumas, etc.
Impresión de planos	Se imprime planos arquitectónicos, Productos, Etiquetas
Pendones	Se imprimen en formatos diversos no mas a 3 metros de ancho
Diseño gráfico	Se asesora los clientes y se crean piezas de calidad
Tarjetas de negocio	Se crean tarjetas con brillo, realce, texturas, color

Creación de logos	Según el mercado se analiza para interpretar las ideas
Imagen corporativa	Propuestas de identidad de imagen de las empresas
Sublimación	Mugs personalizados
Polarizado de autos	Este trabajo se le realiza a cualquier vehículo
Retablos Fotográficos	Personalización en cuadros, collage o de varias partes
Instalación piezas graficas:	Se instalan letreros, pasa calles, Pendones, Avisos

Ilustración 2.

Maquinaria Empresa DLC



Nota: DLC cuenta con las siguientes maquinas, Plotter de impresión a gran escala, máquina de corte de vinilo, Cortadora laser, Impresión laser y escáner.

Benchmarking Competencia Directa De DLC

Dentro de los servicios que ofrecen las empresas competidoras de DLC, encontramos que en el área de publicidad existe una gran competencia con empresas que ofrecen diferentes precios y materiales de impresión, solo una empresa ofrece servicios de impresión 3D. En el área de modelado y renderizado, no se ofrece este servicio por ninguna empresa consultada y analizada, como se puede apreciar en la tabla 2, del estudio de competencia realizado a empresas del sector de diseño y publicidad de Pamplona.

Tabla 2.

Estudio de competencia DLC.

Empresa	Servicios	Descripción
Logo Ideas PAMPLONA N. S.	Corte Láser Impresión de planos Pendones - Diseño grafico Tarjetas de negocio Creación de logos Imagen corporativa Sublimación	Logo ideas es una empresa pamplonesa ubicada en el norte de país la cual compite con estos servicios en su mayor parte bidimensionales.
Iscol PAMPLONA N. S	Tarjetas de negocio Creación de logos Imagen corporativa Sublimación - Corte Láser Impresión de planos Pendones	Iscol en el mercado de la publicidad presenta unos servicios enfocados netamente a la industria publicitaria
Arquidiseños PAMPLONA N.S	Creación de logos Imagen corporativa	Arquidiseños es una empresa de las más completas en

	Sublimación - Corte Láser Impresión 3D Impresión - Banners Instalación letreros	tecnología en el área publicitaria, y con mayor cantidad de personal

Por lo anterior, podemos evidenciar que hay múltiples opciones de mejora, en diferentes áreas de la empresa, que van desde el área gráfica hasta la oportunidad de ofrecer nuevos servicios, como el diseño, modelado y creación de stand comerciales, ya que es un servicio que la competencia de DLC no ofrece y en el Municipio de Pamplona se hace necesario por su alta actividad comercial y los diferentes eventos de emprendimientos que requieren de alternativas para la visualización y promoción de productos y servicios.

SC-CER96940

"Formando líderes para la construcción de un nuevo país en paz"
Universidad de Pamplona
Pamplona - Norte de Santander - Colombia
Tels: (+57) 3153429495 - 3160244475
www.unipamplona.edu.co

2. Capítulo 2 Desarrollo

2.1 Cronograma

Tiempo	Actividad
Semana 01	Exploración inicial con el equipo de la empresa para discutir los objetivos y planificar la estrategia.
Semana 02	Investigación de mercado, benchmarking competencia directa de la empresa.
Semana 03	Realización de entrevistas con clientes para comprender sus necesidades y satisfacción con los servicios ofrecidos.
Semana 04	Análisis de los datos recopilados de la entrevista al gerente de la empresa y las encuestas a los clientes.
Semana 05	Definir los requisitos básicos para la creación de propuestas y servicios.
Semana 06	Implementación de nuevos servicios como diseño de manuales corporativos, modelado de espacios y diseños de publicidad.
Semana 07	Creación de propuestas para desarrollo de manuales corporativos.
Semana 08	Implementación de briefs de diseño para la gestión de servicios en DLC.
Semana 09	Presentación de manual corporativo a clientes y realización de ajustes.
Semana 10	Trabajo de campo, para conocer el mobiliario y stands usados en las ferias de Pamplona.
Semana 11	Creación de propuestas de diseño de stands comerciales.
Semana 12	Presentación de propuestas de stands con diferentes tipologías.
Semana 13	Selección de materiales y procesos de producción adecuados para DLC.
Semana 14	Selección de alternativas y desarrollo de los planos técnicos del stand.
Semana 15	Modelado y renderizado de la propuesta final.
Semana 16	Preparación y revisión de informe final.

SC-CER96940

"Formando líderes para la construcción de un nuevo país en paz"
Universidad de Pamplona
Pamplona - Norte de Santander - Colombia
Tels: (+57) 3153429495 - 3160244475
www.unipamplona.edu.co

2.2 Labor Desempeñada en Las Practicas

Durante mi período de prácticas en DLC, asumí diversas responsabilidades que me permitieron desarrollar habilidades en distintas áreas.

- Diseño de piezas gráficas: Me encargué de la representación gráfica de diversos elementos, lo que contribuyó a mejorar mi capacidad de plasmar ideas visualmente.

Ilustración 3.

Piezas graficas desarrolladas en DLC



Cliente o nombre del proyecto: Mabell Hernández
Descripción: Diseño de portada de Agenda con temática del Sector de la salud, Se realiza impresión, laminado y ensamble de la pieza.

Cliente o nombre del proyecto: Mis Antojos
Descripción: Diseño de pieza gráfica, para pendón, impreso en lona.

- Gestión de proyectos de diseño de stands: Participación en la gestión de proyectos relacionados con el diseño de stands para espacios comerciales. Esto me brindó experiencia en la planificación, organización y ejecución de proyectos de diseño, así como en la coordinación con diferentes equipos de trabajo.

SC-CER96940
"Formando líderes para la construcción de un nuevo país en paz"
Universidad de Pamplona
Pamplona - Norte de Santander - Colombia
Tels: (+57) 3153429495 - 3160244475
www.unipamplona.edu.co

Ilustración 4.

Propuestas de stands para desarrollo en DLC



- Creación de briefs para la identidad corporativa: Elaboración de un modelo de brief para usar como guía en la definición de la identidad corporativa de diferentes clientes. Esta actividad me permitió fortalecer mis habilidades de comunicación escrita y de síntesis de información, además de implementar un documento que permite una mejor comunicación entre el cliente y DLC.

SC-CER96940

"Formando líderes para la construcción de un nuevo país en paz"
Universidad de Pamplona
Pamplona - Norte de Santander - Colombia
Tels: (+57) 3153429495 - 3160244475
www.unipamplona.edu.co

Ilustración 5.

Modelo de brief para DLC



- Propuesta de diseños 3D: Realización de propuestas de diseños 3D para stands. Esta experiencia me permitió desarrollar mi capacidad de visualizar y representar espacios en tres dimensiones, así como de utilizar herramientas digitales de diseño.

Ilustración 6.

Propuesta de diseño para empresa 11:11



Como pasante de Diseño Industrial, cada una de las actividades realizadas, están fundamentadas con el uso de una metodología de diseño, para esta práctica, se usa la metodología ágil de Design Thinking, la cual consta de cinco fases definidas que son: empatizar, definir, idear, prototipar y testear.

2.2.1 Implementación de Design Thinking

El Design Thinking nos ayuda a la creación de procesos metodológicos los cuales deben tener participantes como usuarios reales, en la creación de proyectos y su desarrollo, con esta metodología maximizamos la creatividad colectiva, está da como resultado ideas innovadoras y soluciones a problemas por medio del Diseño.

El Design Thinking posee 5 Etapas claramente definidas las cuales son:

SC-CER96940

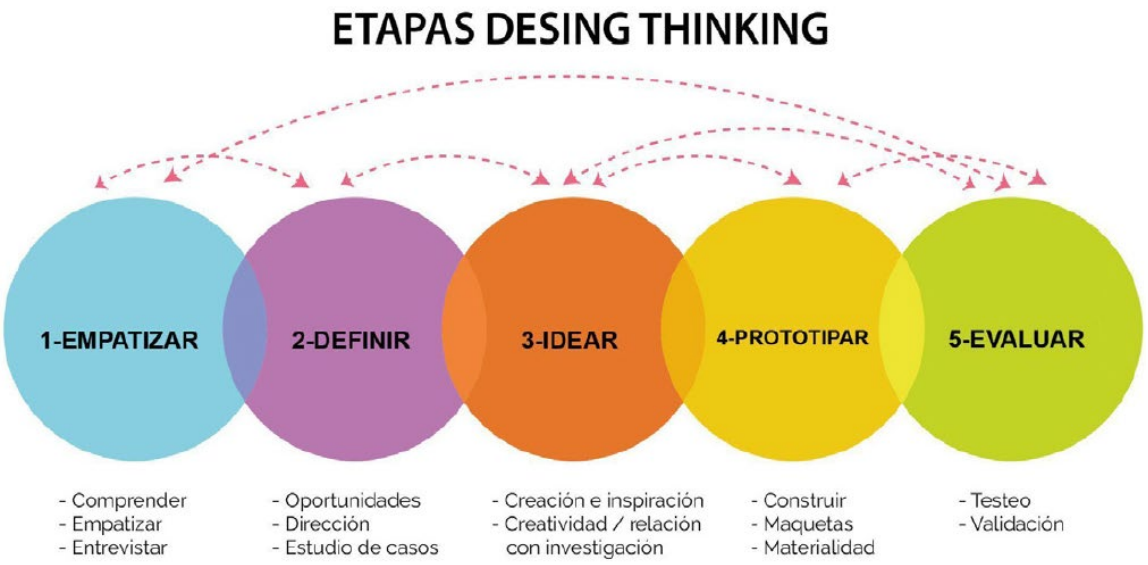
"Formando líderes para la construcción de un nuevo país en paz"
Universidad de Pamplona
Pamplona - Norte de Santander - Colombia
Tels: (+57) 3153429495 - 3160244475
www.unipamplona.edu.co

Empatizar: con las y los usuarios, el problema y posibles soluciones. *Definir*: en base a la investigación de las necesidades de los usuarios para realizar propuestas y soluciones. *Diseñar*: creaciones de soluciones desde una etapa creativa, formas, color, materiales, servicios. *Prototipar*: convertir ideas de las etapas anteriores en elementos concretos que sean tangibles. *Testear*: evaluando el prototipo creado.

Esta metodología se aplica en base a etapas, desde un modelo iterativo no lineal, permite direccionarse a etapas anteriores después de realizadas, lo que conlleva a crear soluciones previas al lanzamiento del producto final. (Brown, 2008)

Ilustración 7.

Diagrama Etapas Design Thinking



Nota: Modelo Metodología de Design Thinking. Fuente: (Aguirre Villalobos et al., 2023)

Empatizar

Dentro del desarrollo de la práctica se realiza una encuesta donde se evidencia la necesidad de nuevos servicios y productos como stand.

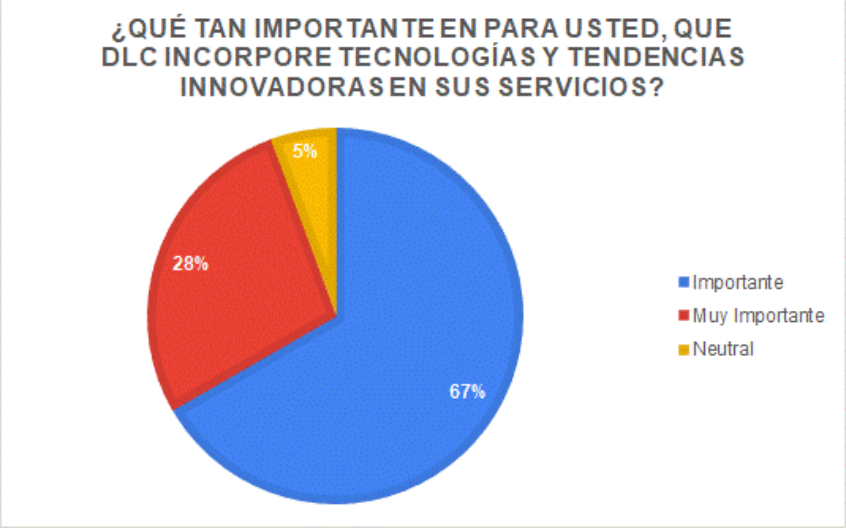
Ilustración 8.

Grafica encuesta clientes DLC.



Ilustración 9.

Grafica encuesta clientes DLC.



Ver anexo 01 encuesta de servicios DLC

Definir

Tabla 3.

Participantes de ferias del municipio de Pamplona.

EVENTO	PARTICIPANTES	FECHA
Feria del dulce y la colación Pamplonesa	46 participantes	Del 02 al 09 de abril
Feria artesanal – Cariongo cara de Oro	26 participantes	Del 05 al 09 de abril
Semana de la Porcicultura	308 participantes	22, 23 y 24 de mayo
Festival Gastronómico de Pamplona	10 restaurantes 3 establecimiento comidas rápidas 2 empresa bebidas alcohólicas artesanales 2 empresas de alimentos 1 proveedor del sector 1 entidad educativa	01 de octubre
Ferias para la Economía Popular – Feria Financiera	12 entidades financieras	24 de noviembre
Exponavidad	22 participantes	1, 2 y 3 de diciembre

Nota: Datos proporcionados por la cámara de comercio de Pamplona. Ver anexo 02 informe cámara de comercio Pamplona

Dentro del análisis de la información se encuentran diferentes tipologías para los stands, las cuales se describen a continuación:

SC-CER96940

"Formando líderes para la construcción de un nuevo país en paz"
Universidad de Pamplona
Pamplona - Norte de Santander - Colombia
Tels: (+57) 3153429495 - 3160244475
www.unipamplona.edu.co

Ilustración 10.

Tipologías de stands comerciales

Sistema modular Estos tipos stands combinan estructuras de aluminio y paneles plastificados. Aunque son versátiles y fáciles de montar. (Imagen de: Stands modulares personalizados en Madrid, s/f)	
Sistema custom Fabricados en madera o materiales flexibles, permiten una personalización total. Son empleados por marcas como Vodafone o Coca-Cola. Dentro de este apartado, podríamos encuadrar el estand de diseño libre. (Imagen de: Custom built exhibition stands - exhibition stands, 2019)	
Sistema Portátil .Si buscas algo más rápido y transportable opta por los stands portátiles que, básicamente, se componen de un soporte gráfico con la imagen de la empresa. (Imagen de: Stands Portátiles para Ferias, 2015)	
Estand creativo o temático. Son los más avanzados y requieren de mano de obra especializada ya que su diseño y montaje requiere de mayor precisión que el sistema modular. Permite materializar cualquier idea, aunque su coste es superior, sobre todo frente al stand portátil. (Imagen de: Diseños de stands creativos y asequibles, 2012)	

Nota: Características de cada una de las tipologías del mercado actual. Fuente: (Grupo V, 2016) Grupo V. (2016, julio 25). Tipos de stand y sus funciones. V Grupo Diseño. https://vgrupodiseno.com/tipos-stands-y-funciones/

Idear

Tabla 4.

Especificaciones de diseño para el stand.

Determinantes	Parámetros	Requerimientos
Materiales	MDF y Acero	**MDF:** Espesor: 18 mm Densidad: 700-800 kg/m³ Resistencia a la humedad: Tratado con selladores. **Acero:** Tipo: Acero Espesor: 3 mm Resistencia: 520 MPa (mínimo)
Materiales	Tornillería en acero	Tornillos autoperforantes de una pulgada y de media pulgada
Dimensiones	Variable	Primer módulo Altura máxima: 110cm, Ancho de 40 cm.
Acabados	Superficies de MDF y Acero	**MDF:** Superficie lisa, acabada con sellador y resina resistente al agua y a los arañazos, **Acero:** Pulido y libre de rebabas

Montaje y Desmontaje	Rápido y sencillo	Instrucciones claras y detalladas Herramientas necesarias: destornilladores de pala y estrella Tiempo estimado de montaje: 1 hora
Estabilidad	Estructura firme y segura	Refuerzos de acero en puntos críticos
Estética	Diseño atractivo y profesional	Opciones de personalización de colores y acabados Integración de elementos visuales como logotipos y gráficos
Funcionalidad	Adaptabilidad y uso práctico	Espacios para almacenamiento y exposición de productos
Durabilidad	Resistencia al uso frecuente y transporte	**MDF** tratado para resistencia a la humedad y el desgaste **Acero** tratado para resistencia a la corrosión
Costos	Económico y rentable	Presupuesto máximo de $700000 mil pesos en un rango máximo de costo
Sostenibilidad	Impacto ambiental reducido	Uso de MDF - Acero reciclable Diseño para minimizar residuos y facilitar el reciclaje al final de la vida útil
Ergonomía	Comodidad y accesibilidad para usuarios y clientes	Acceso fácil a productos y materiales promocionales

Ilustración 11.

Descripción del espacio asignado a emprendimientos.



Mobiliario

Ilustración 12.

Mobiliario usado en los actuales stands.



Propuestas de stands

Ilustración 13.

Alternativa 01 de stand



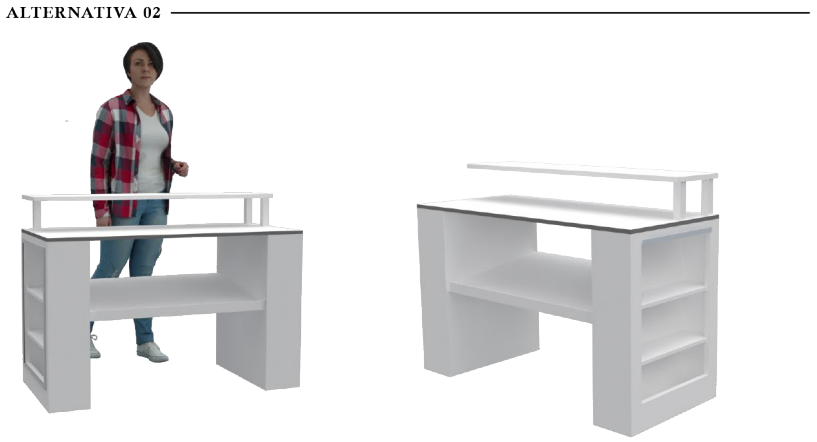
SC-CER96940

"Formando líderes para la construcción de un nuevo país en paz"
Universidad de Pamplona
Pamplona - Norte de Santander - Colombia
Tels: (+57) 3153429495 - 3160244475
www.unipamplona.edu.co

Nota: Esta propuesta se realizó, buscando que se pueda dividir en dos módulos, para brindar un doble servicio y se pueda adaptar a diferentes espacios, como las esquinas de las carpas dispuestas para las ferias empresariales.

Ilustración 14.

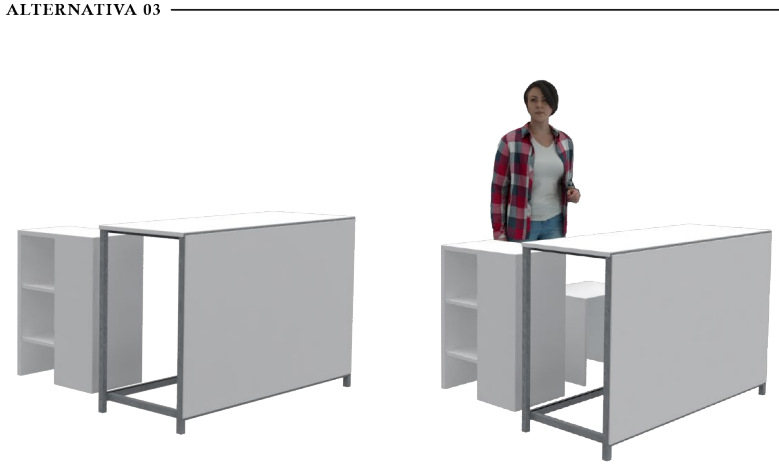
Alternativa 02 de stand



Nota: Esta propuesta busco la optimización del espacio, teniendo como limite la altura de una mesa estándar, aprovechando los espacios en la parte inferior de la mesa, para la exhibición de los productos.

Ilustración 15.

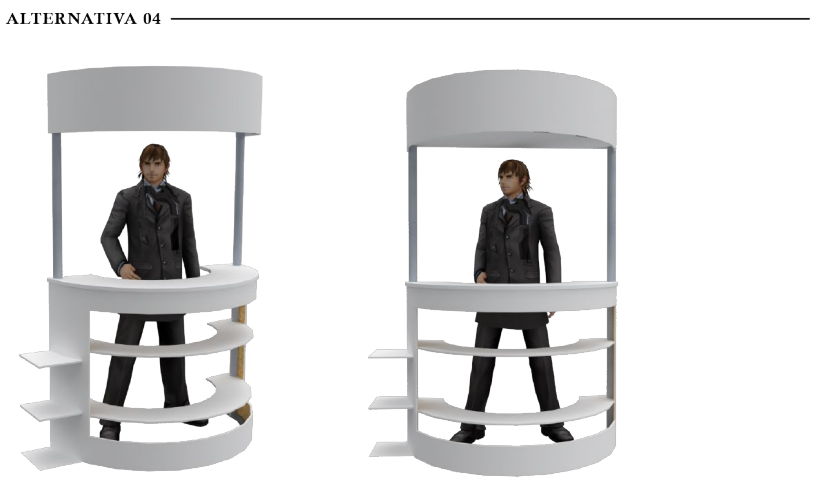
Alternativa 03 de stand



Nota: Esta propuesta usa el volumen de una mesa estándar, para obtener nuevos módulos, que se puedan usar para la exhibición de productos, optimizando el espacio y facilitando el desplazamiento del stand.

Ilustración 16.

Alternativa 04 de stand



Nota: Este stand está diseñado no solo para exponer los productos, sino también permitir una comunicación con los diferentes clientes que se acercan, por su forma circular, además ofrece la exposición de la marca en la parte superior para una mejor visualización.

En la siguiente tabla se registran los valores asignados a cada propuesta, con respecto a los requerimientos y la totalización del puntaje.

SC-CER96940

"Formando líderes para la construcción de un nuevo país en paz"
Universidad de Pamplona
Pamplona - Norte de Santander - Colombia
Tels: (+57) 3153429495 - 3160244475
www.unipamplona.edu.co

Tabla 5.

Matriz de evaluación stand

Item	Determinantes	Importancia	Alternativa 01	Alternativa 02	Alternativa 03	Alternativa 04
1	Es fácil de fabricar	1	2	1	3	2
2	Es fácil de ensamblar	2	2	1	2	2
3	Es económico de fabricar	1	2	2	3	2
4	Es fácil de personalizar	2	3	2	3	3
5	Es amigable con el medio ambiente	2	2	2	2	2
6	Es fácil de controlar la calidad	1	3	2	2	2
	Totales		**14**	**10**	**15**	**13**

Valor	Importancia
1	Muy importante
2	Importante
3	nada importante

Valor	Calificación
3	Cumple totalmente
2	Cumple parcialmente
1	No cumple

A continuación, se procede a realizar los planos técnicos de cada una de las piezas.

Ilustración 17.

Planos modulo 01

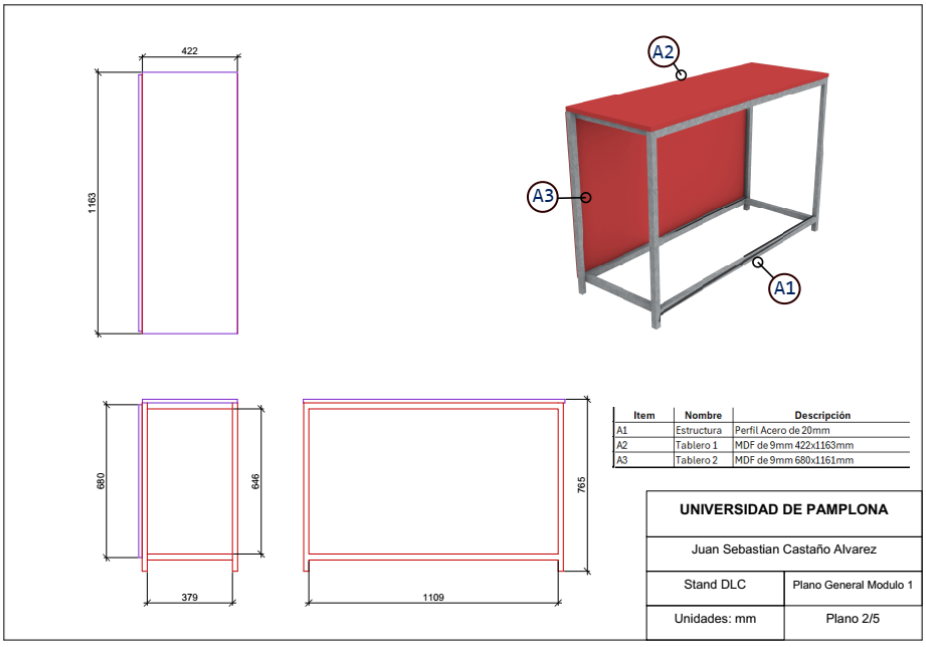


Ilustración 18.

Planos modulo 02

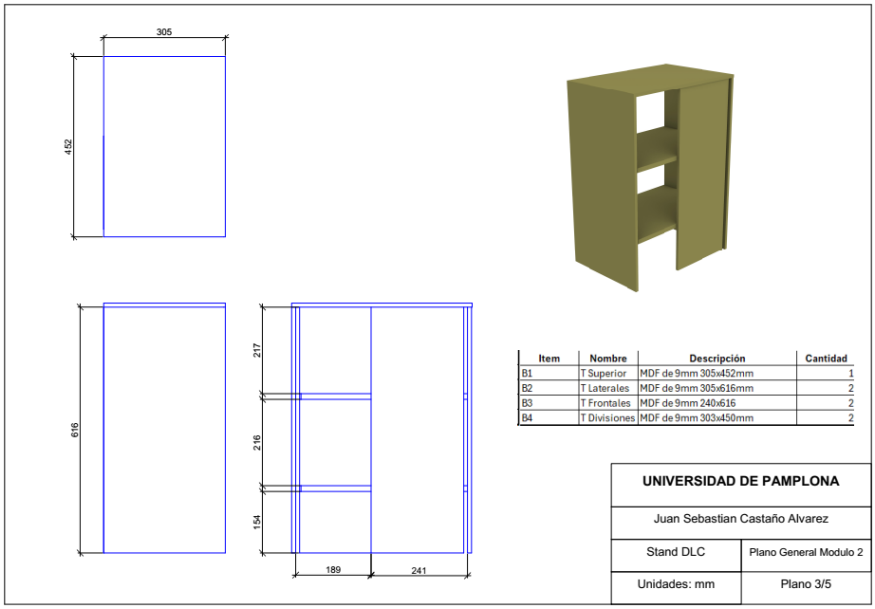
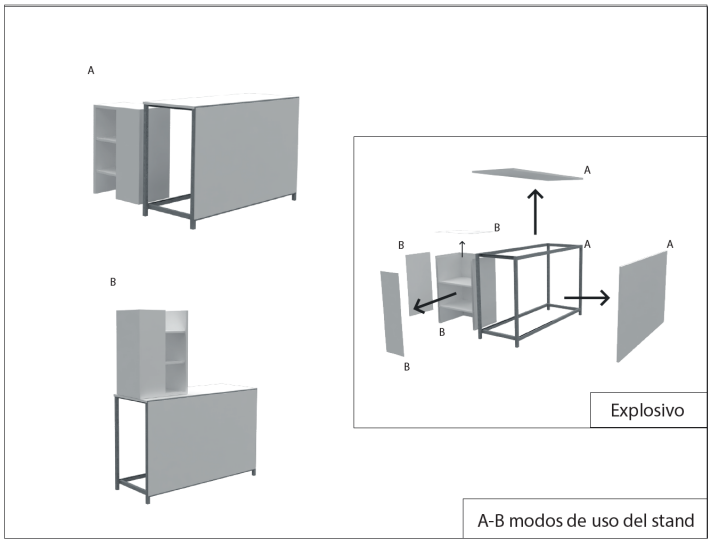


Ilustración 19.

Plano explosivo stand



Ver anexo 03 Planos de stand

Materiales

Ilustración 20.

Materiales construcción Modulo A.

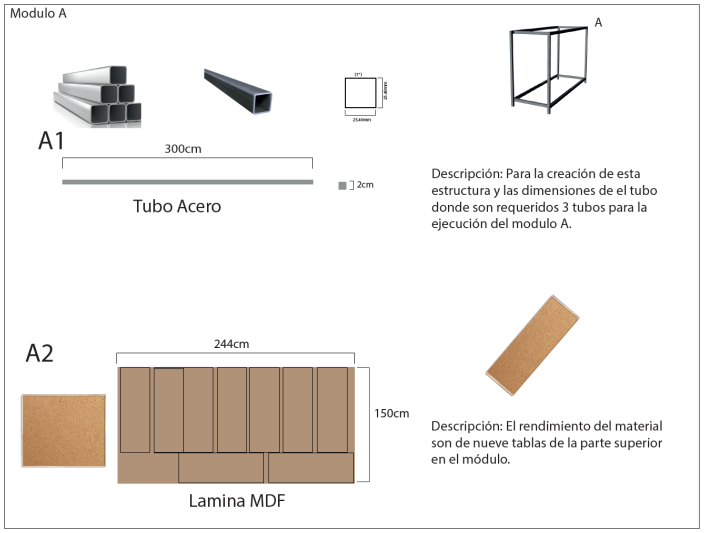


Ilustración 21.

Materiales construcción Modulo B.

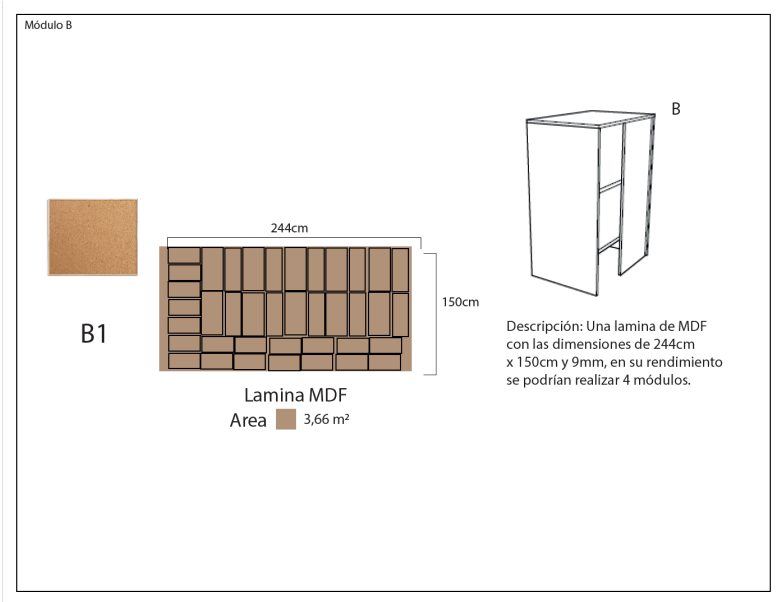
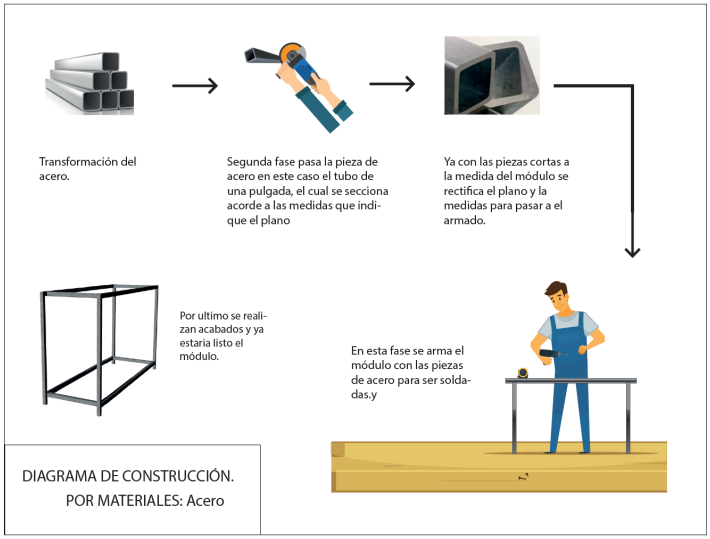


Ilustración 22.

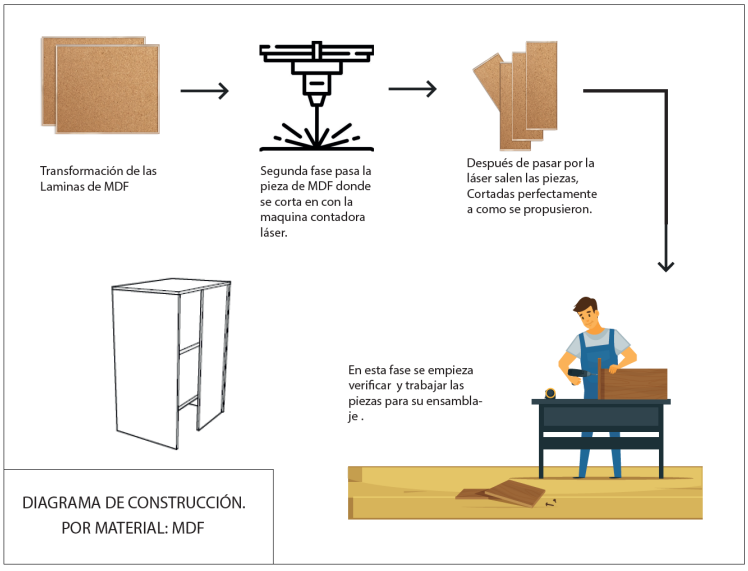
Proceso construcción por materiales: Acero



Nota: esquema básico de la construcción de la estructura metálica, donde se realizan las operaciones de corte, soldadura y acabados.

Ilustración 23.

Proceso construcción por materiales: MDF



Nota: proceso de transformación de la lámina de MDF, la cual se corta mediante laser, lo que garantiza cortes limpios, optimizando material y el proceso de construcción.

Prototipar

Se presentan renders de la propuesta final, con acabados para visualizar el resultado del stand con materiales y acabados reales.

Ilustración 24.

Render stand BICREA de DLC



Ilustración 25.

Render en exteriores del stand BICREA de DLC



Nota: escenario para ilustrar el stand con acabados y con proporción humana. Ver anexo 04 Video stand

Ilustración 26.

Actualización identidad de marca DLC



Propuesta de modelo de brief

Para el desarrollo de la identidad de marca de los clientes, se genera un modelo de brief, que busca simplificar el proceso de diseño de estas y que además sirve de registro para referencias futuras dentro de la empresa DLC. Ver anexo 05 Identidad DLC

Ilustración 27.

Modelo de Brief Identidad de Marca.



Ilustración 28.

Modelo Brief, presentación de propuestas.



Ver anexo 06 brief DLC

Ilustración 29.

Modelo Brief diseño de stand DLC



Dentro de DLC, ser realiza el proyecto de generación de una identidad de marca, para la empresa Andina, para lo cual se diligencia el brief de identidad de marca, ver Anexo 07 Brief Andina.

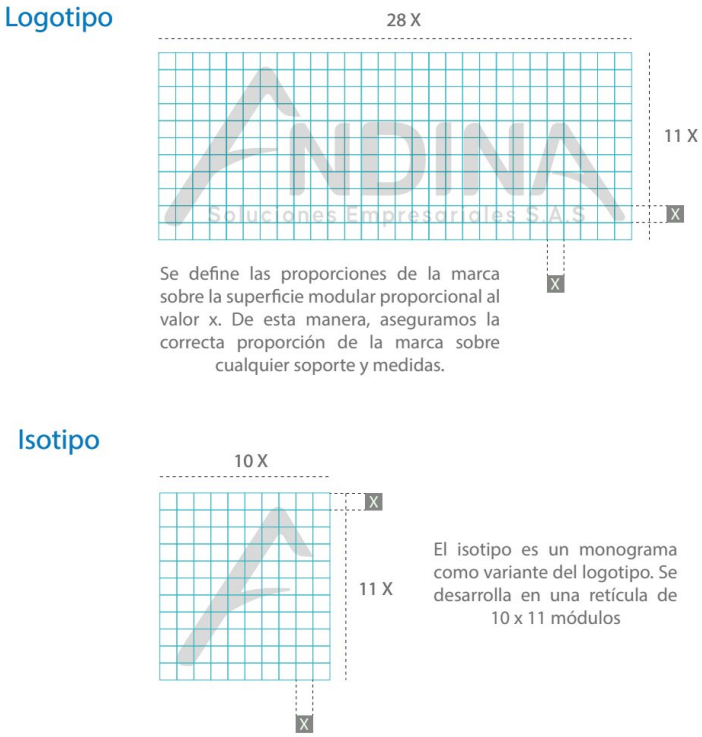
Ilustración 30.

Contenido de la identidad de marca Andina



Ilustración 31.

Imagen de marca de la empresa Andina.



Ver anexo 08 Andina manual

Ilustración 32.

Piezas gráficas realizadas en DLC.



Cliente o nombre del proyecto: Fresas con Crema

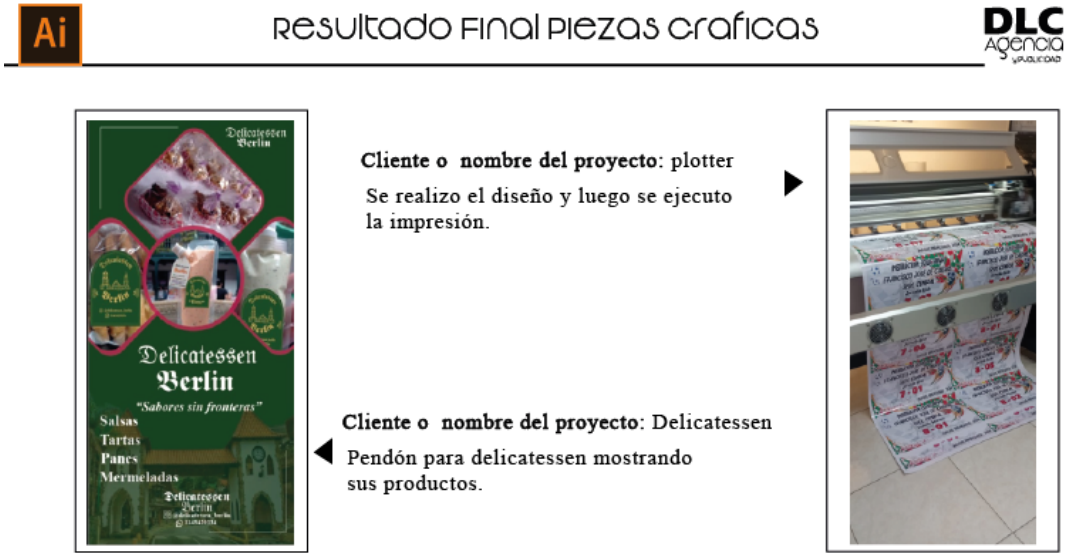
Descripción: Se diseño este pendón con las características que pidió el cliente el cual el resultado fue satisfactorio, la pieza se imprimio en lona.

Cliente o nombre del proyecto: Criollitas

Descripción: Se Realizo un re diseño el cual se entrego en digital y se imprimieron stikerts de

Ilustración 33.

Pieza para impresión para cliente de DLC.



Cliente o nombre del proyecto: plotter

Se realizo el diseño y luego se ejecuto la impresión.

Cliente o nombre del proyecto: Delicatessen

Pendón para delicatessen mostrando sus productos.

Ver anexo 09 trabajos varios DLC

Ilustración 34.

Piezas en madera y acrílico.



En la ilustración 34 se observa la elaboración de un letrero iluminado para la marca 11:11 store, de la cual se realizó una propuesta de diseño para el local comercial, esto se puede ver en el Anexo 10 11:11 store

SC-CER96940

"Formando líderes para la construcción de un nuevo país en paz"
Universidad de Pamplona
Pamplona - Norte de Santander - Colombia
Tels: (+57) 3153429495 - 3160244475
www.unipamplona.edu.co

2.3 Actividades Por Cada Objetivo y Plan de Trabajo

2.3.1 Objetivo 1 Analizar el mercado, la competencia y los usuarios de la empresa DLC.

- Investigación de mercado sobre tendencias en diseño gráfico y diseño de stands.
- Realización de entrevistas con clientes para comprender sus necesidades y valores de marca.
- Análisis de los datos recopilados de las entrevistas y encuestas.
- Definir los requisitos básicos para la creación de propuestas y servicios.

Este objetivo se desarrolla con las anteriores actividades, las cuales son ejecutadas con el desarrollo de herramientas de recolección de información, como la entrevista realizada al gerente de DLC y una encuesta a los clientes, esto con el fin de entender el contexto actual de la empresa y las posibles necesidades de los potenciales clientes.

2.3.2 Objetivo 2 Optimizar el proceso de creación de piezas gráficas, mejorando la comunicación entre cliente y empresa.

- Creación de propuestas para desarrollo de Manual corporativo, para la empresa DLC y Andina.
- Presentación de manual corporativo a clientes.
- Ajustes y desarrollo de mejoras en las propuestas finales.

Para el desarrollo de este objetivo se presenta un modelo de brief para condensar los requisitos y parámetros del cliente y de la empresa DLC para implementar la nueva oferta de servicio de diseño de stands y creación de identidades de marca.

SC-CER96940

"Formando líderes para la construcción de un nuevo país en paz"
Universidad de Pamplona
Pamplona - Norte de Santander - Colombia
Tels: (+57) 3153429495 - 3160244475
www.unipamplona.edu.co

El modelo consta de 2 partes, en una de ellas se describe las principales características del proyecto y en la otra se presenta una alternativa en la cual se trabaja juntamente con el cliente, para implementar cambios y mejoras. El modelo se presenta a aprobación por parte del director de DLC.

2.3.3 Objetivo 3 Desarrollar una oferta de servicios de diseño de stands adaptados a las necesidades del mercado local.

- Generación de propuestas de diseño de stands innovadoras.
- Presentación de brief de diseño de stands.
- Selección de propuesta de brief, con evaluación de requerimientos.
- Publicación de renders de la propuesta final.

Para el desarrollo de este objetivo, se realiza un moodboard con propuestas de stands y las diferentes tipologías del mercado, con el fin de generar una propuesta que se adapte a las necesidades de los emprendedores Pamploneses, se presenta un brief con las características de la alternativa y se crean planos técnicos y renders del stand seleccionado.

SC-CER96940

"Formando líderes para la construcción de un nuevo país en paz"
Universidad de Pamplona
Pamplona - Norte de Santander - Colombia
Tels: (+57) 3153429495 - 3160244475
www.unipamplona.edu.co

2.4 Pertinencia profesional

En su práctica como pasante de Diseño Industrial en la Universidad de Pamplona Norte de Santander, el estudiante centró su rol de diseñador en la creación de nuevos servicios y productos, particularmente en el diseño de un stand adaptado a las necesidades de los emprendedores de la ciudad de Pamplona, y mejorando los existentes como la creación de piezas gráficas y la creación de identidades de marca.

La aplicación de estos conceptos permitió una mejor percepción de los espacios y productos a exponer. La composición de los stands logró un equilibrio entre la estética visual y la funcionalidad, abarcando aspectos como la planimetría y la realización de modelos 3D que proporcionaron un acercamiento más real en cuanto a forma, contribuyendo así a maximizar la exposición de los productos de los emprendedores, siempre buscando la optimización de recursos y la simplificación de procesos para reducir tiempos y costos de fabricación.

A lo anterior se suma la experiencia en diseño de exhibición del estudiante, la cual le permitió aplicar sus habilidades creativas para mejorar la estética visual y la organización de los productos.

Mejora de estética visual: La estética visual fue fundamental para realizar el diseño de los stands abarcando desde las propuestas hasta la elegida, a estos procesos se le aplico técnicas y principios de Diseño industrial, desde estética visual, exhibición de productos, Distribución de espacios y posible mobiliario, con esto se logra tener una mejor aplicación y aprovechamiento de los recursos de la empresa y su capacidad de estar en constante actualización y mejora.

Habilidades de modelado y diseño 3D: En este paso donde todo está centrado en la habilidad de conocimientos y practicidad se unen para llegar a realizar propuestas en modelado 3d, las cuales ayudan a tener un mejor acercamiento con el producto el cual brinda proporciones reales y texturas.

2.5 Desempeño y Resultados

Durante este período de prácticas se realizaron actividades directamente relacionadas con el diseño y la capacidad de creación, utilizando la creatividad y las habilidades aprendidas en la academia de Diseño Industrial. Estas habilidades se aplicaron en la empresa DLC, contribuyendo al mejoramiento y desarrollo de nuevas propuestas de diseño.

Además, se logró plantear el mejoramiento de nuevas propuestas teniendo en cuenta la capacidad de la empresa. Como resultado, se creó un nuevo producto y servicio que no posee la competencia local. Por otro lado, se analizó que, en la ciudad de Pamplona, Norte de Santander, se realizan constantemente ferias empresariales, emprendimientos, ferias campesinas, etc.

Tras el análisis de la empresa y el mercado local, se generaron alternativas de stands para cubrir la necesidad identificada.

Como pasante de Diseño Industrial, aporté en la creación y mejoramiento de nuevos productos, atendiendo las necesidades de un nuevo nicho de mercado. Este servicio y producto actualmente ayudan a DLC Publicidad a destacarse, ya que ninguna empresa local ofrece este servicio y producto.

SC-CER96940
"Formando líderes para la construcción de un nuevo país en paz"
Universidad de Pamplona
Pamplona - Norte de Santander - Colombia
Tels: (+57) 3153429495 - 3160244475
www.unipamplona.edu.co

2.6 Contribución e impacto

En el mejoramiento de la gama de nuevos productos en la empresa DLC Publicidad se observan resultados e impactos a corto, mediano y largo plazo.

2.6.1 Corto Plazo

Se llevan a cabo procesos aplicados desde el diseño, ayudando a mejorar las propuestas de piezas gráficas y de branding de marca, realizando mejoras en el desarrollo de las propuestas que satisfagan las necesidades de los clientes, además la capacidad operativa de la empresa se vio incrementada al tener un diseñador más para la creación de piezas gráficas.

2.6.2 Mediano Plazo

Se lleva una trazabilidad en la ejecución de procesos de diseño, haciendo un seguimiento del desarrollo de proyectos como el diseño de stands. Esto representa una ventaja futura para los emprendedores, al identificar sus necesidades y articular cada marca al stand de forma estratégica. Por otra parte, el diseño final del stand al ser fabricado por DLC le permite entrar a un mercado que no presenta competencia dentro del municipio.

2.6.3 Largo Plazo

Este proyecto se toma como una base que funcionará como guía para la realización de productos y futuras propuestas de stands. Se podrán ejecutar ideas teniendo en cuenta la comunicación directa con el cliente, respondiendo a sus necesidades.

SC-CER96940

"Formando líderes para la construcción de un nuevo país en paz"
Universidad de Pamplona
Pamplona - Norte de Santander - Colombia
Tels: (+57) 3153429495 - 3160244475
www.unipamplona.edu.co

3. Conclusiones y recomendaciones

La práctica profesional realizada en la empresa DLC representó una experiencia significativa para el desarrollo profesional del estudiante, logrando el cumplimiento satisfactorio de cada una de las actividades propuestas. En cada labor se aplicaron las habilidades y conocimientos adquiridos durante la carrera, y se desarrollaron nuevas competencias mediante la experiencia de trabajar en un entorno real.

El desarrollo de la práctica implicó varios retos que fueron superados gracias a la aplicación de una metodología de diseño, la colaboración y comunicación constante con el personal de DLC y la experiencia acumulada en cada actividad finalizada.

Como recomendación para la empresa DLC, se sugiere continuar con los procesos implementados durante esta práctica para fomentar el crecimiento y la mejora continua a través de nuevas propuestas de diseño industrial. Además, se recomienda mantener y fortalecer las oportunidades de aprendizaje para futuros practicantes, asegurando así el desarrollo de talento alineado con las necesidades de la empresa y del sector.

SC-CER96940

"Formando líderes para la construcción de un nuevo país en paz"
Universidad de Pamplona
Pamplona - Norte de Santander - Colombia
Tels: (+57) 3153429495 - 3160244475
www.unipamplona.edu.co

4. Referencias Bibliográficas

Aguirre Villalobos, E. R., Guzmán, C., & González Cisneros, A. L. (2023). Metodología Design Thinking en la enseñanza universitaria para el desarrollo y logros de aprendizaje en arquitectura. *Revista de ciencias sociales*, *29*(2), 509-525.

Bauer, T., & Hantel, V. (2022). Built to attract: Evaluating trade show booth designs using attention analysis in a live communication context. *Journal of Convention & Event Tourism*, *23*(3), 240-268. https://doi.org/10.1080/15470148.2021.1988022

Bloch, P. H., Gopalakrishna, S., Crecelius, A. T., & Scatolin Murarolli, M. (2017). Exploring booth design as a determinant of trade show success. *Journal of Business-to-Business Marketing*, *24*(4), 237-256. https://doi.org/10.1080/1051712X.2018.1381399

Brown, T. (2008). Design Thinking. *ResearchGate*, *86*, 84-92.

García de la Cárcova, A. (2021). Del diseño industrial al design thinking. Perspectiva histórica de una disciplina en construcción. *Cuadernos del Centro de Estudios en Diseño y Comunicación. Ensayos*, *94*, 88-98. https://doi.org/10.18682/cdc.vi94.3890

Gilliam, D. A. (2015). Trade show boothscapes. *Journal of Marketing Management*, *31*(17-18), 1878-1898. https://doi.org/10.1080/0267257X.2015.1071276

Huang, M.-S., Tsai, H.-C., & Huang, T.-H. (2011). Applying Kansei engineering to industrial machinery trade show booth design. *International Journal of Industrial Ergonomics*, *41*(1), 72-78. https://doi.org/10.1016/j.ergon.2010.10.002

Möbius Strip Segmented into Flat Trapezoids: Design-Build Project by the Departments of Architecture and Mathematics of the Technische Universität Darmstadt | Nexus Network

SC-CER96940

"Formando líderes para la construcción de un nuevo país en paz"
Universidad de Pamplona
Pamplona - Norte de Santander - Colombia
Tels: (+57) 3153429495 - 3160244475
www.unipamplona.edu.co

Journal. (s. f.). Recuperado 2 de julio de 2024, de https://link.springer.com/article/10.1007/s00004-011-0100-6

Rolf Seringhaus, F. H., & Rosson, P. J. (1998). Management and performance of international trade fair exhibitors: Government stands vs independent stands. *International Marketing Review*, *15*(5), 398-412. https://doi.org/10.1108/02651339810236425

Anexos

Los anexos agregados se encuentran adjuntos en una carpeta compartida de Google Drive para su correcta visualización y están organizados en orden de desarrollo con respecto al proceso.

Anexo 01

Anexo 02

Anexo 03

Anexo 04

Anexo 05

Anexo 06

Anexo 07

Anexo 08

Anexo 09

Anexo 10

Anexo 11

Anexo 12

Anexo 13

SC-CER96940

"Formando líderes para la construcción de un nuevo país en paz"
Universidad de Pamplona
Pamplona - Norte de Santander - Colombia
Tels: (+57) 3153429495 - 3160244475
www.unipamplona.edu.co