



Pontificia Universidad
Católica del Ecuador | Sede
Ambato

ESCUELA DE HÁBITAT, INFRAESTRUCTURA Y CREATIVIDAD

Tema:

**STANDS DESMONTABLES PARA PRODUCTOS COLECCIONABLES
BASADOS EN LA CULTURA ANIME JAPONESA**

**Proyecto de investigación previo a la obtención del título de
Licenciado en Diseño de Productos**

Línea de investigación

IDENTIDADES, EDUCACIÓN, CULTURAS, COMUNICACIÓN Y VALORES

Autor:

Pablo Sebastián Gamboa Torres

Director:

Mg. Daniel Marcelo Acurio Maldonado

Ambato – Ecuador

Diciembre 2025

DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD Y RESPONSABILIDAD

Yo: **PABLO SEBASTIÁN GAMBOA TORRES**, con cédula de ciudadanía **1804667028**, autor del trabajo de graduación intitulado: "STANDS DESMONTABLES PARA PRODUCTOS COLECCIONABLES BASADOS EN LA CULTURA ANIME JAPONESA", previo a la obtención del título profesional de **LICENCIADO EN DISEÑO DE PRODUCTOS**, en la escuela de **HÁBITAT, INFRAESTRUCTURA Y CREATIVIDAD**.

1. Declaro tener pleno conocimiento de la obligación que tiene la Pontificia Universidad Católica del Ecuador, de conformidad con el artículo 144 de la Ley Orgánica de Educación Superior, de entregar a la SENESCYT en formato digital una copia del referido trabajo de graduación para que sea integrado al Sistema Nacional de Información de la Educación Superior del Ecuador para su difusión pública respetando los derechos de autor.
2. Autorizo a la Pontificia Universidad Católica del Ecuador a difundir a través del sitio web de la Biblioteca de la PUCE Ambato, el referido trabajo de graduación, respetando las políticas de propiedad intelectual de la Universidad.

Ambato, diciembre 2025



Pablo Sebastián Gamboa Torres

CC. 1804667028

PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL ECUADOR
SEDE AMBATO
APROBACIÓN DEL TRIBUNAL DE GRADO

Tema:

**STANDS DESMONTABLES PARA PRODUCTOS COLECCIONABLES
BASADOS EN LA CULTURA ANIME JAPONESA**

Línea de investigación:

IDENTIDADES, EDUCACIÓN, CULTURAS, COMUNICACIÓN Y VALORES

Autor:

Pablo Sebastián Gamboa Torres

Daniel Marcelo Acurio Maldonado, Ing. Mg.

CC. 0501649172

CALIFICADOR

Pablo Israel Amancha Proaño, Ing. Mg.

CALIFICADOR

Francisco Javier Echeverría Tamayo, Ing. Mg.

CALIFICADOR

Darío Javier Robayo Jácome, Ing. Mg.

DIRECTOR ESCUELA DE HÁBITAT, INFRAESTRUCTURA Y CREATIVIDAD

Diego Gonzalo Coca Chanalata, Dr. Mg.

PROSECRETARIO PUCESA

Ambato – Ecuador

Diciembre 2025

f. 

f. 

f. 

f. 

f. 


Pontificia Universidad
Católica del Ecuador
**SECRETARIA GENERAL
PROCURADURÍA**

DEDICATORIA

Dedico este trabajo a las personas extraordinarias que han sido la fuente de inspiración y apoyo a lo largo de mi viaje académico.

A mi familia, cuyo amor incondicional y sacrificios han sido mi mayor motivación.

Agradezco a mis padres por su constante aliento y creencia en mí.

A mis profesores y mentores, cuya sabiduría y orientación han sido la brújula que ha guiado mis esfuerzos. Gracias por desafiarme a alcanzar nuevas alturas y por compartir su conocimiento invaluable.

Finalmente, a aquellos que no puedo mencionar, pero cuya contribución ha dejado una marca indeleble en mi viaje académico: su influencia no se ha pasado por alto.

Este logro es el resultado de un esfuerzo colectivo y el apoyo de muchas personas excepcionales. A todos ustedes, mi más profundo agradecimiento.

AGRADECIMIENTO

Quisiera expresar mi sincero agradecimiento a todas las personas que han hecho posible la realización de esta tesis. Su apoyo ha sido invaluable y ha enriquecido enormemente mi experiencia académica.

También agradezco a mi Tutor Daniel Acurio, cuya orientación experta y paciencia fueron fundamentales para el desarrollo de este trabajo. Sus conocimientos y consejos han sido una guía constante, y estoy agradecido por la oportunidad de aprender de su experiencia.

También agradezco a mi familia y amigos. Agradezco por su comprensión, paciencia y ánimo constante. Sus palabras de aliento han sido un faro en los momentos difíciles.

Este trabajo es el resultado de un esfuerzo colectivo, y cada contribución ha dejado una marca significativa. A todos ustedes, mi más profundo agradecimiento.

RESUMEN

En el presente trabajo de investigación se aborda el proceso de concepción y desarrollo de un stand demostrativo funcional y estéticamente atractivo, concebido específicamente para productos coleccionables influenciados por la penetrante cultura anime japonesa. El estudio se fundamenta en la necesidad de comprender la trayectoria histórica y el significativo impacto de mercado contemporáneo de este fenómeno cultural, junto con un análisis estructural de los stands de exhibición. El objetivo general del proyecto es crear una propuesta de stand integral e innovadora que satisfaga los requisitos operativos y estéticos específicos de los expositores y maximice la visibilidad del producto en este competitivo nicho de mercado.

El enfoque metodológico es cualitativo, basado en una perspectiva interpretativa centrada en comprender las necesidades específicas del usuario. La recolección de datos involucró encuestas detalladas con tres expertos clave en *merchandising* de anime y exposiciones temáticas, cruciales para identificar prioridades de exhibición óptimas. Además, se implementó sistemáticamente el sólido marco de *Design Thinking* para estructurar todo el proceso de desarrollo, abarcando las etapas críticas de empatía, definición, ideación, prototipado y validación técnica.

Los resultados incluyen la creación de un mapa de empatía del usuario, una tabla que detalla los requisitos esenciales y la generación final de un prototipo de modelo en 3D realista.

En conclusión, este trabajo integra con éxito la exploración histórica con el análisis técnico avanzado para ofrecer una solución altamente funcional y adaptada al mercado, diseñada a la medida de las necesidades del expositor.

Palabras clave: stand demostrativo, cultura anime, design thinking, diseño de producto, coleccionables, prototipado 3d.

ABSTRACT

This research addresses the design and development of a functional and aesthetically compelling display stand specifically conceived for collectible products influenced by the pervasive Japanese anime culture. The study stems from the need to understand the historical trajectory and significant contemporary market impact of this cultural phenomenon, alongside a structural analysis of exhibition stands to improve product commercialization within specialized fairs.

The general objective of the project is to create a comprehensive, innovative stand proposal that meets the specific operational and aesthetic requirements of exhibitors and maximizes product visibility in this competitive niche market.

The methodological approach is qualitative, based on an interpretive perspective focused on understanding specific user needs. Data collection involved detailed surveys with three key experts in anime merchandising and thematic exhibitions, crucial for identifying optimal exhibition priorities. Furthermore, the robust Design Thinking framework was systematically implemented to structure the entire development process, encompassing the critical stages of empathy, definition, ideation, prototyping, and technical validation.

The results include the creation of a user empathy map, a table detailing essential user requirements, and the final generation of a realistic 3D model prototype. This final proposal is comprehensively supported by detailed technical and aesthetic specification sheets, as well as structural stress and weight simulations performed to rigorously evaluate and guarantee the long-term technical efficacy and resistance of the final structure. In conclusion, this work successfully integrates historical exploration with advanced technical analysis to deliver a highly functional and market-adapted solution tailored to the exhibitor's needs.

Keywords: *display stand, anime culture, design thinking, product design, collectibles, 3d prototyping.*

ÍNDICE GENERAL DE CONTENIDOS

DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD Y RESPONSABILIDAD.....	ii
APROBACIÓN DEL TRIBUNAL DE GRADO.....	iii
DEDICATORIA.....	iv
AGRADECIMIENTO.....	v
RESUMEN.....	vi
ABSTRACT.....	vii
INTRODUCCIÓN.....	1
CAPÍTULO I. ESTADO DEL ARTE Y LA PRÁCTICA.....	8
1.1. Origen e historia del anime japones.....	8
1.2. El anime en la actualidad.....	9
1.3. Los stand.....	13
CAPÍTULO II. DISEÑO METODOLÓGICO.....	18
2.1. Enfoque de investigación.....	18
2.2. Grupo de estudio.....	18
2.3. Técnicas e instrumentos.....	19
2.4. Recolección y análisis de información.....	19
CAPÍTULO III. ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN.....	50
3.1. Análisis del usuario.....	50
3.2. Análisis técnico.....	53
CONCLUSIONES.....	57
RECOMENDACIONES.....	58
BIBLIOGRAFÍA.....	59
ANEXOS.....	62

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura N° 1. Mapa de empatía	26
Figura N° 2. Moodboard	28
Figura N° 3. Elementos gestores.....	29
Figura N° 4. Bocetos iniciales	30
Figura N° 5. Ilustraciones	33
Figura N° 6. Ficha modulo 1	34
Figura N° 7. Ficha modulo 2.....	35
Figura N° 8. Ficha modulo 3.....	36
Figura N° 9. Ficha de decoración	37
Figura N° 10. Ficha de almacenamiento	38
Figura N° 11. Ficha de iluminación.....	39
Figura N° 12. Ficha de montaje.....	40
Figura N° 13. Ficha ergonómica.....	41
Figura N° 14. Ficha ergonómica 2.....	42
Figura N° 15. Ficha de materiales	43
Figura N° 16. Ficha de acabados del tablero	44
Figura N° 17. Ficha de acabados de los ángulos metálicos.....	45
Figura N° 18. Ficha de acabados de los pernos y tuercas	46
Figura N° 19. Ficha de acabados del vidrio.....	47
Figura N° 20. Ficha de costos	48
Figura N° 21. Análisis Técnico	54
Figura N° 22. Resultados	56
Figura N° 23. Planos generales 1.....	62
Figura N° 24. Planos generales 2.....	63
Figura N° 25. Planos generales 3.....	64
Figura N° 26. Despiece	65
Figura N° 27. Lista de partes.....	66
Figura N° 28. Piezas 1	67
Figura N° 29. Piezas 2	68
Figura N° 30. Piezas 3	69
Figura N° 31. Piezas 4	70

Figura N° 32. Piezas 5	71
------------------------------	----

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Datos de los encuestados	19
Tabla 2. Necesidades y Requerimientos.....	27
Tabla 3. Datos de satisfacción 1	50
Tabla 4. Datos de satisfacción 2	51
Tabla 5. Datos de satisfacción 3	52

INTRODUCCIÓN

El anime es un término utilizado para referirse a la animación japonesa. destaca por su estilo artístico único, caracterizado por personajes de ojos grandes, colores vibrantes y detalles elaborados. Abordando una amplia variedad de géneros, desde fantasía hasta romance, el anime incluye títulos populares como "Dragon Ball", "Naruto", "One Piece", "Death Note" y "Attack on Titan", entre otros.

La cultura japonesa, influyente en el desarrollo del anime, se refleja en el manga, una parte crucial de la cultura popular japonesa. El manga, que aborda diversos géneros, sirve de base para muchos animes, creando una conexión bidireccional. El cosplay, una forma de arte donde las personas se visten y actúan como personajes de anime, manga o videojuegos, es esencial en la cultura otaku y se exhibe en convenciones y eventos de cultura pop en todo el mundo. Dentro del mundo del anime, los formatos más populares incluyen las series de televisión, transmitidas semanalmente o a través de plataformas de *streaming*. También se presentan en formato de películas, ya sea como historias independientes o adaptaciones de series populares, algunas de las cuales han obtenido reconocimiento internacional.

Los videojuegos son un formato popular para adaptaciones de anime, brindando a los fanáticos la oportunidad de interactuar con sus personajes favoritos y vivir las historias de manera interactiva. Algunos videojuegos de anime incluso incluyen secuencias de animación inspiradas en el estilo característico del anime.

En el ámbito del anime, ciertos personajes han dejado una marcada impresión en la infancia y adolescencia de muchos espectadores. Uno de los más famosos es Goku de "Dragon Ball", creado por Akira Toriyama. Goku, un Saiyajin con habilidades sobrehumanas, destaca por su objetivo de proteger la Tierra de las amenazas, convirtiéndose en un ícono global del género *shōnen*. Otro personaje destacado es Pikachu de Pokémon, reconocido como la mascota más querida de la franquicia. Presente en el anime, videojuegos y diversos productos relacionados con Pokémon, Pikachu es un Pokémon eléctrico y leal compañero de Ash Ketchum.

Dentro del género de ninjas y guerreros, Naruto Uzumaki es una figura prominente. Protagonista del anime y manga "Naruto", creado por Masashi

Kishimoto, Naruto es un joven ninja con el sueño de convertirse en el Hokage, líder de su aldea, conocido por su determinación y espíritu inquebrantable, se puede decir que las historias de piratas y tesoros también son populares en el anime, y en este contexto destaca Monkey D. Luffy de "One Piece". Como capitán de los Piratas del Sombrero de Paja, Luffy busca el tesoro más grande del mundo, el "One Piece", gracias a una fruta del diablo que le otorga la habilidad de estirar su cuerpo.

El anime ha experimentado un crecimiento notable en Ecuador, ganando gran popularidad en los últimos años. La comunidad de fanáticos ha crecido y se ha vuelto activa, con una amplia oferta de series y películas disponibles en televisión, plataformas de streaming y DVD/Blu-ray. Los fanáticos ecuatorianos disfrutan de títulos clásicos y recientes, transmitidos en canales locales y plataformas populares. Las redes sociales y foros en línea contribuyen a la difusión y discusión del anime en el país, brindando a los fanáticos la oportunidad de conectarse, intercambiar opiniones y participar en comunidades en línea dedicadas al anime.

En Ecuador, Dragon Ball destaca como uno de los animes más populares. La franquicia, que incluye "Dragon Ball", "Dragon Ball Z" y "Dragon Ball Super", goza de una gran popularidad. Las aventuras de Son Goku y sus amigos en busca de las esferas del dragón han dejado una huella duradera en la cultura popular ecuatoriana.

En el país, otro de los animes que ha ganado popularidad es Naruto, que es apreciado por la historia de Naruto Uzumaki y su búsqueda para convertirse en el Hokage de la aldea de Konoha, destacando valores de amistad, coraje y superación personal. Otro anime querido es One Piece, donde la epopeya pirata de Monkey D. Luffy en busca del tesoro "One Piece" ha conquistado a muchos fanáticos con su combinación de acción, aventura y comedia, otro es Attack on Titan, una historia de acción y suspenso ambientada en un mundo amenazado por gigantes devoradores de humanos ha ganado popularidad en Ecuador debido a su trama

emocionante y personajes memorables, atrayendo a una audiencia en constante crecimiento.

Finalmente, Fullmetal Alchemist, que sigue la búsqueda de los hermanos Edward y Alphonse Elric para recuperar sus cuerpos mediante la alquimia, ha cautivado a la audiencia ecuatoriana con su combinación de acción, drama y temas filosóficos, convirtiéndolo en uno de los animes más queridos en el país.

Por otro lado, en las ferias de exposición a nivel mundial, la presentación de productos varía según el tipo de evento y las necesidades de los expositores, pero ciertas prácticas comunes siempre se aplican. Los stands de exhibición son fundamentales, proporcionando un espacio visualmente atractivo y funcional para mostrar productos mediante estructuras personalizadas o modulares. Estos stands pueden incluir vitrinas, estanterías, pantallas electrónicas y muestras interactivas.

La presentación visual es crucial en estas ferias, utilizando técnicas de diseño y *visual merchandising* para resaltar productos con iluminación estratégica, gráficos llamativos y colores atractivos. Las demostraciones en vivo son comunes, donde los expositores presentan el funcionamiento y características de sus productos, ya sea en escenarios, stands o áreas interactivas.

Para atraer la atención, se ofrecen muestras y pruebas, permitiendo a los visitantes tener una experiencia práctica y evaluar la calidad, características y beneficios de los productos. Además, la implementación de tecnología interactiva, como pantallas táctiles, realidad virtual o aplicaciones móviles, proporciona una experiencia inmersiva y atractiva para los visitantes, brindando información adicional, videos, juegos o simulaciones relacionadas con los productos.

Las ferias exhiben una amplia variedad de productos y servicios, adaptándose al tipo de exposición y su audiencia específica. Sin embargo, ciertos productos son recurrentes y bien recibidos. La tecnología y la electrónica son imprescindibles en las ferias, generando interés con productos como teléfonos inteligentes, tabletas, dispositivos de realidad virtual y electrodomésticos inteligentes, gracias a su

innovación, diseño atractivo y características novedosas.

La moda y productos de belleza también son destacados en las ferias, atrayendo a visitantes en busca de tendencias, nuevos estilos y marcas emergentes.

Además, los productos alimentarios y de bebidas, como vinos, cervezas artesanales, alimentos gourmet y especialidades locales, son muy demandados. Las degustaciones y muestras gratuitas son prácticas comunes para permitir a los visitantes probar los productos antes de comprarlos.

En la actualidad, las ferias más grandes a nivel mundial destacan por exhibir una amplia variedad de productos, especialmente en el ámbito automotriz, donde se presentan autos de gama alta, últimos modelos, vehículos eléctricos, motocicletas y otros vehículos especiales. Las demostraciones interactivas, pruebas de conducción y presentaciones en vivo suelen ser atractivos clave.

En Ecuador, los stands son esenciales en las ferias, ofreciendo a los expositores la oportunidad de mostrar productos, interactuar con visitantes y promocionar marcas. Diversos proveedores locales ofrecen servicios profesionales, desde diseño conceptual hasta montaje y decoración de stands. Las ferias en Ecuador abarcan una amplia gama de sectores, como alimentos y bebidas, turismo, construcción, tecnología, moda, belleza, y agropecuarias. La diversidad de eventos depende de la ubicación, siendo Quito y Guayaquil las principales ciudades. Algunas ferias se realizan en recintos feriales diseñados para eventos de gran envergadura, variando en tamaño desde eventos especializados hasta ferias a gran escala con múltiples pabellones y expositores.

En la concepción de stands en Ecuador, se enfatiza la importancia de elementos visuales atractivos, como paneles gráficos, carteles, pantallas, iluminación y otros elementos decorativos, con el propósito de resaltar productos y crear un entorno atractivo. Para maximizar la efectividad de los stands, se recomienda la implementación de tecnología y medios interactivos. Cada vez más, se incorporan pantallas táctiles, realidad virtual, presentaciones multimedia y otras formas de

interacción para ofrecer una experiencia atractiva a los visitantes y atraer un mayor número de usuarios.

En los eventos y ferias dedicados al anime, los stands convencionales presentan limitaciones que afectan directamente la forma en que los productos son exhibidos y percibidos por el público. Estos espacios suelen mostrar deficiencias en el diseño, no realzan adecuadamente la imagen de los artículos, tampoco cuentan con una organización interna que permita una distribución estratégica de la variedad de productos, y los compartimentos destinados al almacenamiento resultan insuficientes para las necesidades reales de los expositores. A ello se suma que, una vez desmontados, ocupan demasiado espacio, lo que dificulta su transporte y resguardo. Estas carencias reducen la capacidad de atraer compradores, complican la labor de los comerciantes y limitan el impacto visual de las marcas participantes.

El uso de stands genéricos, sin adaptaciones a las particularidades de los productos de anime, representa un obstáculo para la correcta exhibición y comercialización de este tipo de artículos. La baja funcionalidad de los diseños tradicionales genera inconvenientes en la visibilidad de los productos, disminuye el interés de los consumidores y eleva los costos asociados a la logística de montaje y almacenamiento.

Ante esta situación, se vuelve necesario desarrollar una propuesta de stand que combine atractivo estético con eficiencia funcional, optimizando tanto la disposición de los artículos como el aprovechamiento del espacio de almacenamiento y transporte.

¿Qué características debe incorporar un stand especializado para resaltar los productos de anime, mejorar su distribución y facilitar un sistema de almacenamiento y transporte más eficiente para los expositores?

El objetivo general de la investigación consiste en diseñar un stand desmontable para la exhibición de productos coleccionables inspirados en la cultura anime

japonesa. Para alcanzar este propósito, se establecen como objetivos específicos reconocer las características representativas de dicha cultura, identificar los diferentes productos coleccionables que se comercializan en el mercado y, finalmente, proponer un stand desmontable que satisfaga los requerimientos de exposición de estos artículos.

Como un insumo importante se realiza un levantamiento de información cualitativa por medio de entrevistas y observaciones que permitan determinar los productos más vendidos y los problemas más frecuentes en la exposición de este tipo de productos.

Para el diseño del stand se toma como base la metodología del *Design Thinking* que consta de 5 pasos que son:

- Empatizar para definir las necesidades propias del expositor.
- Definir los requerimientos estéticos y funcionales que debe reunir el stand para exposición de productos coleccionables del anime.
- Idear alternativas de conformación del stand en base a la cultura de anime japones.
- Prototipar digitalmente un stand que represente el anime japonés y las necesidades del expositor.
- Evaluar la funcionalidad y estética que brinde el diseño del stand prototipado.

La presente investigación se justifica en la necesidad de mejorar las condiciones de exhibición y comercialización de productos coleccionables vinculados a la cultura anime japonesa dentro de ferias y eventos especializados. Los stands tradicionales no responden a los requerimientos específicos de este tipo de artículos, presentan limitaciones en la distribución, el almacenamiento y la proyección visual de los productos.

El desarrollo de un prototipo de stand desmontable permitirá optimizar el orden, la iluminación y la disposición de los coleccionables, favoreciendo la atracción del público y fortaleciendo la experiencia de compra. De esta manera, el expositor

contará con un recurso funcional que no solo facilita la presentación de su mercancía, sino que también contribuye a incrementar las ventas y la conexión entre los consumidores y los productos exhibidos.

CAPÍTULO I. ESTADO DEL ARTE Y LA PRÁCTICA

1.1. Origen e historia del anime japonés

El anime es un término que se refiere a la animación producida en Japón y que se ha consolidado como una de las expresiones culturales más representativas del país. Se caracteriza por la amplitud de géneros que maneja, desde la ciencia ficción hasta el drama, pasando por la fantasía y la comedia. El vínculo con el manga es fundamental, este constituye la base narrativa y estética de muchas de sus producciones. De esta manera, el anime se ha posicionado como un fenómeno cultural con gran impacto en la sociedad japonesa y en el mundo. (Uribe, 2010)

La influencia de la animación occidental, en particular de Walt Disney, marcó el inicio de la industria del anime en Japón. Los primeros animadores japoneses asimilaron las técnicas de producción extranjeras, pero al mismo tiempo fueron capaces de transformarlas en un estilo propio que, con el tiempo, se diferenció de la animación estadounidense. Este proceso permitió consolidar una identidad artística que hoy en día es reconocida internacionalmente como única. (Parada, 2010).

El folclore japonés también desempeñó un papel determinante en la evolución del anime, muchas historias se inspiran en criaturas sobrenaturales como los *yōkai*, los *oni* o los *kami*. Estos elementos tradicionales no solo enriquecieron los relatos, sino que también lograron conectar el pasado cultural con la creación de nuevas narrativas contemporáneas. El folclore, entonces, se convierte en una fuente inagotable de recursos para dar forma a personajes y mundos ficticios con gran carga simbólica. (Murakami, 2000).

Además de las tradiciones, algunos autores han señalado que los elementos visuales y narrativos del anime se vieron influenciados por las técnicas artísticas occidentales, como los cómics estadounidenses y el cine. Sin embargo, Japón logró apropiarse de estos recursos y reinterpretarlos desde su propia perspectiva, generando un lenguaje visual autónomo. Esta capacidad de adaptación explica en

parte la riqueza estética del anime y su vigencia a lo largo de los años. (Schodt, 1986)

El papel de los grandes creadores fue crucial para definir el rumbo de la industria. Osamu Tezuka es considerado el “padre del anime moderno” al introducir nuevas técnicas narrativas y dar un salto hacia la masificación con la serie Astroboy. Por su parte, Hayao Miyazaki consolidó la proyección internacional del anime con películas que combinan un estilo visual detallado y mensajes universales, lo que permitió que el anime alcanzara un reconocimiento artístico global. (McCarthy, 2006).

La llegada de la televisión en Japón durante la década de 1950 fue un hito que permitió expandir el anime hacia una audiencia masiva. La accesibilidad de este medio generó una mayor producción y distribución, lo cual dio paso a la consolidación de estudios especializados. Este fenómeno también abrió la puerta para que el anime se internacionalizara, llegando a diversos públicos y culturas alrededor del mundo. (Denison, 2015).

Con el tiempo, el anime no solo se consolidó en Japón, sino que también logró influir en industrias extranjeras. Su narrativa y estilo visual han impactado al cine, la televisión e incluso los videojuegos occidentales, mostrando que su influencia trasciende fronteras. Sin embargo, en términos académicos aún existen vacíos de investigación respecto a cómo estos productos culturales pueden vincularse con áreas como el diseño, la comunicación visual o la organización de espacios expositivos. (Otmazgin, 2017)

1.2. El anime en la actualidad

La cultura popular japonesa a través de sus dibujos animados y juegos de video se ha convertido en una globalización cultural que desplaza el centro de la dominación cultural americana hacia Asia. Varias noticias cambiaron la forma de ver al Otaku, surgieron dos noticias que cambiaron la percepción del Otaku en Japón: el caso de Tsutomu Miyazaki en los años 80, quien asesinó a cuatro niñas y atribuyó su

comportamiento al personaje de cómic "hombre rata", y el asesinato en masa en Akihabara en 2008, donde el asesino dijo sentirse adicto a su celular y creer que una novia podría haberlo evitado (Collado, 2005).

El anime se ha convertido en un icónico símbolo nacional en Japón y ha ganado considerable popularidad en otros países desde la década de 1980. Ha dado origen a una comunidad de fanáticos que interactúan entre sí y crean contenido inspirado en las diversas series y películas. Además, ha generado un lenguaje propio, introduciendo términos como '*otaku*' y '*tsundere*' para describir situaciones y tipos de personas relacionadas con el mundo del anime. La animación japonesa refleja la rica cultura oriental, incorporando elementos del pensamiento zen, la mitología asiática y el folclore japonés. Los argumentos presentes en muchas producciones de anime exploran temas fundamentales como el honor, la batalla, la moralidad, la introspección y la armonía con la naturaleza. Un ejemplo sobresaliente de esta combinación entre lo moderno, lo tecnológico y la tradición se encuentra en la película "Your Name", dirigida por Makoto Shinkai. Esta obra muestra la fusión entre el mundo contemporáneo y la herencia cultural, representando la esencia de Japón como una nación líder en industria y tecnología, que a su vez conserva su rica herencia cultural y tradicional (Jáuregui, 2020).

Actualmente, la presentación del anime ha experimentado una evolución notable, desde sus inicios en hojas dibujadas hasta la producción de películas. En este ámbito, el anime se segmenta en diversas categorías, que incluyen películas, OVAS, ONAS y distintas series de transmisión televisiva. En el ámbito cinematográfico, el anime se clasifica principalmente en dos categorías: largometrajes y medimetrajes. Estas obras pueden ser creaciones completamente originales o adaptaciones de mangas u otros formatos de anime. Se distinguen por su producción limitada debido a su mayor costo y por mantener una calidad superior. (Fernández, 2011).

Las OVA que son las siglas en inglés de Original Video Animation, "animación original para vídeo" surgieron en los años ochenta con la popularización del formato doméstico, especialmente el VHS. Estas producciones presentan una duración

variable y pueden ser obras independientes, secuelas de series existentes o incluso series completas. Por su parte, las ONA (del inglés Original Net Animation) son un formato más reciente asociado al auge de internet y a las plataformas de transmisión en línea; aunque comparten similitudes con las OVA, tienden a tener episodios de menor duración. Muchas ONA se conciben como productos especiales: historias paralelas de franquicias ya establecidas, contenidos promocionales o relatos inéditos (Fernández, 2011).

Y por último tenemos el anime en la televisión que presenta una amplia variedad en términos de duración y estructura. Las series de televisión son esenciales en el anime, con tramas extensas y diversos géneros. Además, muchas se adaptan de mangas y novelas ligeras, brindando a los fanáticos la oportunidad de ver sus historias favoritas de manera más detallada y extendida. Por lo general, cada episodio tiene una duración cercana a los 30 minutos. El anime se emite en horarios específicos en la televisión japonesa, a pesar del creciente *streaming*. Tanto el cine como la televisión son fundamentales en la industria del anime, ofreciendo historias emocionantes y visualmente impactantes. El anime sigue cautivando a su audiencia con su diversidad y creatividad, ya sea en la gran pantalla o en casa (Steinberg, 2012).

A lo largo de su existencia, el anime ha experimentado una notable evolución y trayectoria, convirtiéndose en un fenómeno mundial que influye en un amplio espectro de la población, desde jóvenes hasta adultos. Esta influencia ha llevado al anime a alcanzar un nivel extraordinario de impacto, generando una extensa base de fanáticos activos en todo el mundo y dejando una huella significativa en la industria del entretenimiento. En paralelo, el anime ha incursionado y evolucionado hacia plataformas de *streaming* como Crunchyroll, Funimation, Netflix y Amazon Prime Video, desempeñando un papel fundamental en su creciente popularidad y accesibilidad. Estas plataformas ofrecen una amplia variedad de contenido, que abarca desde clásicos hasta los lanzamientos más recientes, presentando producciones tanto menos conocidas como las más populares de la actualidad (Steinberg, 2012).

Algunas películas de este género que han tenido un gran éxito en las diferentes taquillas en las que se han presentado han sido los siguientes títulos como "Demon Slayer: Mugen Train" y "Weathering With You", que han alcanzado cifras récord mundiales en la recaudación monetaria. El anime en Latinoamérica tuvo un gran recibimiento, con diferentes títulos, pero el título que causó más furor en Latinoamérica fue "Dragon Ball" que ha cautivado a los espectadores con sus emocionantes batallas contra villanos, personajes cómicos y poderosos (Steinberg, 2012).

Como estado actual del anime y del manga se puede decir que ha influido en la cultura occidental al despertar el interés por la cultura japonesa debido a sus tradiciones arraigadas y su cambio cultural diferente. Desde la popularidad de series como Inuyasha y Ranma ½ entre los niños y jóvenes, la industria del anime ha crecido y se ha fortalecido. Los cambios socioculturales dentro de la sociedad se reflejan en el consumo de televisión e internet, lo que permite a las personas aprender y conocer nuevas costumbres y desarrollarlas en un entorno diferente. En resumen, el anime ha fomentado cambios sociales y culturales en la sociedad occidental (López, 2005).

Uno de los personajes más popular en el anime es el personaje de Goku cuya serie es Dragón Ball desde sus inicios, cuando comenzó su travesía junto a Bulma en busca de las legendarias esferas del dragón, hasta su enfrentamiento final contra Pikkon Daimaku y su feliz unión con Milk, sin mencionar las futuras temporadas de Dragon Ball Z y Dragon Ball GT, que agregaron alrededor de 600 episodios adicionales, el anime se convirtió en un auténtico fenómeno en la cultura de Colombia, captando cada vez más seguidores entre los niños y jóvenes que crecieron viendo este programa. (Wells, 2007).

En la actualidad uno de los animes más aceptado es One Piece debido a que empezó como un manga escrito e ilustrado por Eiichiro Oda, es uno de los animes más populares. Iniciado como un manga en 1997, el anime, producido por Toei Animation, se estrenó en Japón el 20 de octubre de 1999 y sigue en emisión. La trama sigue a Monkey D. Luffy y su tripulación en busca del tesoro llamado One

Piece para convertirse en el Rey de los Piratas. Elogiado por su emocionante narrativa, personajes memorables y mundo creativo, la serie ha alcanzado un éxito duradero. Oda, el creativo detrás de esta obra maestra, ha invertido tiempo y esfuerzos significativos en el desarrollo de la historia y los personajes, contribuyendo al éxito global de One Piece. (Oda, 1997)

1.3. Los stand

Con todo lo ya mencionado conocemos la historia del anime y a continuación debemos hablar sobre la creación de los stands para en el futuro combinarlos y poder generar el producto en cuestión, Los stands demostrativos juegan un papel crucial en la promoción de productos y servicios, permiten a los visitantes interactuar directamente con los mismos, además son una estrategia efectiva para influir en las actitudes y comportamientos de los consumidores, proporcionan una experiencia tangible y memorable. Los stands promocionales desmontables son una opción popular para empresas en eventos y exposiciones (Carrillat, 2014).

Para una mejor interactividad en el stand se debe tener en cuenta la clave en los stands demostrativos, permite a los visitantes participar activamente y experimentar los productos o servicios. El diseño del stand es crucial para captar la atención de los visitantes y transmitir el mensaje deseado y poder generar un gran impacto en la forma visual al espectador (Yaveroglu, 2005).

La psicología del consumidor se utiliza para atraer y motivar a los visitantes, utilizando elementos como el color y el diseño del espacio para crear una experiencia emocional e interactiva (Michon, 2008).

Dentro de la psicología del consumidor abarca diversos aspectos que influyen en las decisiones de compra. La presentación visual de un producto, desde el empaque hasta el diseño, desempeña un papel crucial. Dentro del apartado del stand la psicología del consumidor brinda la facultad de que al consumidor le llame la atención lo visual y su forma como se observa en la, mientras que la colocación estratégica de elementos visuales y la tipografía pueden afectar la percepción del

consumidor (Smith, 2018).

El diseño espacial también juega un papel crucial, considerando la circulación de los visitantes, la optimización del espacio y la disposición de elementos clave para crear un entorno atractivo y funcional que fomente la interacción con los productos y servicios ofrecidos (Machleit, 2016).

Dentro del ámbito de la psicología del consumidor, la importancia de los colores y la forma en la creación de stands es evidente. La combinación de colores primarios desempeña un papel crucial en la atracción visual. El amarillo, conocido por capturar la atención y sugerir energía, se utiliza para resaltar ofertas especiales. El azul, que transmite confianza y calma, es comúnmente empleado por empresas que buscan establecer una imagen de confiabilidad. Por otro lado, el rojo, asociado con la emoción y la urgencia, a menudo se utiliza en promociones y descuentos para crear una sensación de urgencia (Brown, 2020).

Dentro de los parámetros antropométricos se debe de tomar en cuentas las medidas físicas y características corporales utilizadas para evaluar las dimensiones y proporciones del cuerpo humano esto es un punto clave en la medición de las proporciones ergonómicas en donde nos permitirán diseñar entornos que se adapten a las dimensiones humanas, mejorando la comodidad y eficiencia.

En el diseño de stands de exposición se debe considerar la altura promedio del expositor, que oscila entre 1,75 m y 1,90 m. Para el área de venta y exhibición de los productos, se recomienda que la superficie de presentación se ubique a una altura de entre 0,89 m y 0,97 m, lo cual resulta cómodo para los usuarios. En cuanto a la movilidad dentro del stand, el expositor deberá disponer de un área libre de circulación aproximada que varíe entre 0,76 m y 1,22 m.

Los stands promocionales desmontables ofrecen ventajas a los emprendedores en eventos y ferias, son prácticos, versátiles y rentables. Además, el uso de tecnología en el diseño de stands promocionales, como pantallas de video y realidad virtual, crea experiencias interactivas para los visitantes del stand (Beverland, 2005).

En la construcción de stands, los ángulos metálicos juegan un papel fundamental al actuar como elementos estructurales que brindan soporte y estabilidad. Estos ángulos, generalmente fabricados en acero, aluminio u otros metales, forman las esquinas y conexiones esenciales para la estructura del stand. Su diseño en forma de "L" permite la creación de esquinas sólidas, proporcionando la base sobre la cual se construye todo el stand.

El ensamblaje de estos ángulos metálicos se logra mediante el uso de pernos y tuercas. Los pernos, con roscas a lo largo de su longitud, se insertan a través de agujeros pre perforados en los ángulos metálicos. Luego, las tuercas se utilizan para asegurar los pernos en su lugar. Este mecanismo de ensamblaje no solo proporciona una unión robusta, sino que también permite cierto grado de ajuste durante el montaje y desmontaje del stand.

Ventajas y desventajas de los mecanismos de desmontabilidad:

- Facilita montaje y desmontaje.
- Favorece mantenimiento y reparación.
- Permite flexibilidad y personalización.
- Facilita transporte y almacenamiento.
- Promueve reciclaje y sostenibilidad.

Desventajas de Mecanismos de Desmontabilidad

- Aumenta complejidad de diseño.
- Posible aflojamiento con el tiempo.
- Puede incrementar costos de producción.
- Pérdida de eficiencia en transmisión de cargas.

De qué manera el diseño de un Stand desmontable para productos coleccionables basado en la cultura anime japonesa resalten y permitirá una mejor visualización y comercialización de los productos.

Objetivo general de la investigación:

- Diseñar un Stand desmontables para productos coleccionables basado en la cultura anime japonesa.

Objetivos específicos de la investigación:

- Reconocer las características representativas de la cultura anime japonesa.
- Determinar los diferentes productos coleccionables de la cultura anime comercializados.
- Proponer un stand desmontable que cubra los requerimientos de exposición de los productos coleccionables.

Como un insumo importante se realiza un levantamiento de información cualitativa por medio de entrevistas y observaciones que permitan determinar los productos más vendidos y los problemas más frecuentes en la exposición de este tipo de productos.

Para el diseño del stand se toma como base la metodología del *Design Thinking* que consta de 5pasos que son:

- Empatizar para definir las necesidades propias del expositor.
- Definir los requerimientos estéticos y funcionales que debe reunir el estándar para exposición de productos coleccionables del anime.
- Dar alternativas de conformación del stand en base a la cultura de anime japones.
- Prototipar digitalmente un stand que represente el anime japonés y las necesidades del expositor.
- Evaluar la funcionalidad y estética que brinde el diseño del stand prototipado.

El prototipo del stand desmontable basado en la cultura anime japonesa permitirá al expositor tener una buena distribución de sus productos, tener un buen almacenamiento de sus productos a comercializar, tener en buen estado los

paquetes de los productos y tener una rápida reposición de los productos vendidos y a vender, tener también una buena iluminación y un buen orden de los productos para su mayor comercialización y atracción a los compradores, generar también una conexión del usuario con los productos a comprar generando así más ventas para el expositor, con esto tendrá un stand en el cual este representado la cultura a la cual hace énfasis los productos que comercializa y a su vez resalten a la vista del usuario, esto permitirá al usuario mayor agilidad y una mejor limpieza de los productos pequeños y de gran tamaño, también le permitirá al expositor una mayor forma de ensamblar las cajas de los productos de colección.

CAPÍTULO II. DISEÑO METODOLÓGICO

2.1. Enfoque de investigación

Para el presente trabajo de investigación se empleará el enfoque cualitativo, permite comprender y explorar fenómenos sociales, como el número y tipos de exposiciones que se realizan, centrándose en las perspectivas y experiencias de los expositores. A diferencia del enfoque cuantitativo, que se basa en datos numéricos, el cualitativo trabaja con información no numérica, obtenida a través de entrevistas a profesionales del diseño de stands y a expertos en la historia y comercialización del anime y el manga japonés. Este enfoque permitirá identificar las principales necesidades de los usuarios y ofrecer un diseño óptimo.

El nivel de investigación será descriptivo, busca comprender cómo se desarrolla el trabajo dentro de una exposición: desde las necesidades de almacenaje y montaje hasta los tiempos de instalación, así como los requerimientos de iluminación y movilidad.

Dentro del enfoque cualitativo se aplicará el método etnográfico, debido a que el estudio se adentra en la cultura de la venta y comercialización de productos de anime. Esto implica una inmersión en el proceso de exposición para reconocer su problemática. Para ello, se emplearán técnicas como entrevistas y análisis de documentos que permitan obtener una visión detallada de las prácticas, creencias y valores presentes en este sector.

2.2. Grupo de estudio

Dentro del grupo de estudio, Este estará enfocado en personas con experiencia en la cultura japonesa y en el género del anime, así como en expositores y emprendedores que participan en ferias y convenciones relacionadas con el anime y el manga. La elección de este grupo se justifica porque, a través de las entrevistas realizadas en el marco de esta investigación, se corroboró que tanto los expositores como los aficionados constituyen los actores más representativos dentro de estos

espacios, al ser quienes impulsan las dinámicas de comercialización y difusión cultural.

2.3. Técnicas e instrumentos.

La técnica que se usara será encuesta con esto se podrá tomar en cuenta los factores necesarios que los expositores y los expertos en los temas del anime, en los cuales sabremos las necesidades que presentan los usuarios y a su vez poder conocer sus argumentos sobre el tema.

El instrumento de recolección de información consiste en un cuestionario conformado por 10 preguntas, elaboradas a partir de los objetivos de la investigación y de los principales aspectos identificados en la revisión teórica. Dichas preguntas se orientan a conocer la opinión de los usuarios respecto a la iluminación de los productos dentro de una exposición, la existencia de espacios de almacenamiento en las ferias y la organización de los productos para mejorar su visibilidad, atractivo y comercialización.

2.4. Recolección y análisis de información

La información se recolecta mediante entrevistas a los 3 expertos en las cuales se recoge información referente al número de exposiciones que realizan, la forma de plantear y exponer los productos, también el tiempo que tardan en presentar sus productos y como se hacen conocer fuera de las diferentes ferias que realizan.

Encuestas

Tabla 1. Datos de los encuestados

Nombre del entrevistado	N° de exposiciones	Años de experiencia	Vocación
Marco Vinicio Minda	6 exposiciones	6 años de experiencia	Comerciante y expositor
Luis Rogelio Navea	7 exposiciones	5 años de experiencia	Ingeniero mecánico
Andrés Montero	5 exposiciones	4 años de experiencia	Expositor y escultor

Fuente: elaboración propia

Pregunta 1

¿Para usted que es lo más representativo del anime?

Respuesta

- Los colores de los personajes y sus formas.
- Para mí son los personajes podría decir que el más representativo es Goku de Dragon Ball.
- Los más representativo serían las canciones de introducción de los animes.

Análisis:

Los elementos más representativos del anime son los colores, personajes y formas, permiten identificar rápidamente de qué obra se trata. Los colores transmiten emociones y diferencian géneros, mientras que los personajes y sus rasgos estilizados generan reconocimiento inmediato y conexión con los seguidores, lo que resulta clave al momento de diseñar un stand atractivo para este público.

Pregunta 2

¿Al momento de exponer sus productos, cuantas cajas lleva a las exposiciones?

Respuesta

- Por lo general se lleva entre 20 a 30 cajas pequeñas cada figura debe ser vendida en su caja.
- Por lo general llevo 3 cajas grandes donde llevo productos de todo tipo.
- Pues llevo siempre 3 cajas grandes.

Análisis:

Los encuestados indicaron que suelen transportar de dos a tres cajas grandes, dentro de las cuales llevan entre 20 y 30 cajas pequeñas. Esto refleja que los expositores requieren un sistema de almacenamiento eficiente y bien organizado, el volumen y la fragmentación de los productos demandan un stand con espacios adecuados para facilitar el acceso y la exhibición durante la feria.

Pregunta 3.

En el anime, ¿Qué formas son las más representativas para presentar el anime?

Respuesta

- Podría ser las esferas del dragón en Dragon Ball o también el sombrero de Luffy en One Piece.
- Podría ser las nubes, los ninjas o muchas veces criaturas mágicas.
- Sería los objetos que usan los personajes.

Análisis:

Los encuestados señalaron que la identificación de un anime se logra principalmente a través de elementos visuales característicos, como las formas, objetos representativos (por ejemplo, esferas o nubes) y, en muchos casos, las prendas de vestir de los personajes. Esto evidencia que los detalles icónicos son fundamentales para reconocer y diferenciar cada obra dentro de las ferias de exposición.

Pregunta 4

¿Qué tipo de material tiene usted para darse a conocer?

Respuesta

- Yo me hago conocer por reces sociales y muchas veces por estados que subo a WhatsApp.
- Me hago conocer por reces sociales generalmente.
- Por lo general por Instagram.

Análisis:

Los entrevistados señalaron que utilizan principalmente las redes sociales para promocionar sus productos y servicios, destacando que estas plataformas permiten una difusión más sencilla, rápida y masiva. Esto refleja que la presencia digital se ha convertido en una herramienta esencial para ampliar el alcance y atraer a un mayor número de potenciales compradores.

Pregunta 5

¿De qué manera presenta sus productos para su comercialización?

Respuesta

- Pues trato de ordenarlos por secciones ya sean peluches a un lado o figuras por otro.
- Me gusta tenerlos en buena forma teniéndolos limpios y ordenados.
- Me gusta tenerlos de forma normal los ubico según su popularidad.

Análisis:

Los encuestados mencionaron que las figuras más costosas y populares generan mayor atracción entre los clientes. Este factor es aprovechado por los expositores, dichas piezas funcionan como un punto de interés que atrae a más personas hacia sus stands, incrementando así la visibilidad del resto de sus productos.

Pregunta 6

¿Cómo está distribuido el orden de sus productos para presentarle al público?

Respuesta

- Pongo las figuras de los animes más conocidos al frente porque son los que llaman más la atención.
- Me gusta poner las figuras más caras en la parte delantera porque son las que más llaman la atención.
- Las ordeno según su popularidad y según su precio.

Análisis:

Los entrevistados señalaron que ubicar las figuras más detalladas o de mayor valor en la parte frontal del stand capta rápidamente la atención de los asistentes. Esta estrategia genera un efecto de atracción inicial, motivando a los visitantes a acercarse y explorar el resto de los productos exhibidos.

Pregunta 7

¿Cuántas exposiciones tiene usted al año?

Respuesta

- Por lo general se tiene de 2 a 3 al año.
- Por lo general tengo 2 al año a veces 1 al año.
- A veces son 3 a veces son 2 por lo general por año.

Análisis:

Los encuestados indicaron que, en promedio, participan entre dos y tres exposiciones al año. Esto refleja que los expositores cuentan con varias

oportunidades anuales para mostrar sus coleccionables, lo que evidencia una presencia constante en el mercado y la necesidad de optimizar sus recursos de exhibición para aprovechar al máximo cada evento.

Pregunta 8

¿Cuánto tiempo tarda en arma su espacio de exposición?

Respuesta

- Por lo general me demoro entre 15 a 30 minutos en ordenar y dejar todo listo.
- Me demoro un estimado de 30 minutos en tener listo mi stand.
- Me tardo un estimado de 20 minutos.

Análisis:

Los expositores señalaron que requieren entre 20 y 35 minutos en promedio para armar sus estanterías y organizar sus productos. Este tiempo evidencia la importancia de contar con stands prácticos y de fácil montaje, que reduzcan el esfuerzo logístico y permitan aprovechar mejor el tiempo disponible en las ferias.

Pregunta 9

Al momento de estar en la exposición, ¿Cuenta con un lugar de almacenamiento para los productos que usted lleva?

Respuesta

- Por lo general no.
- No.
- No.

Análisis:

Los resultados muestran que, en la mayoría de los casos, los expositores no disponen de espacios adecuados de almacenamiento durante las ferias. Esta limitación genera inconvenientes en la organización y resguardo de sus productos, lo que resalta la necesidad de stands que integren áreas funcionales de guardado.

Pregunta 10

¿Cómo usted llama la atención a las personas que van a las ferias de exposición?

Respuesta

- Me gusta crear un ambiente en el cual los clientes les guste y que se acerquen a comprar los productos
- Me gusta poner iluminaciones indirectas en mis productos, con esto les hace resaltar a lo lejos
- Me gusta poner música de diferentes animes de fondo

Análisis:

Los expositores manifestaron que suelen generar un ambiente atractivo en sus stands mediante recursos como música o iluminación. Estas estrategias buscan captar la atención de los compradores y crear una experiencia más inmersiva que favorezca la permanencia del público y el interés en los productos exhibidos.

Propuesta de la investigación

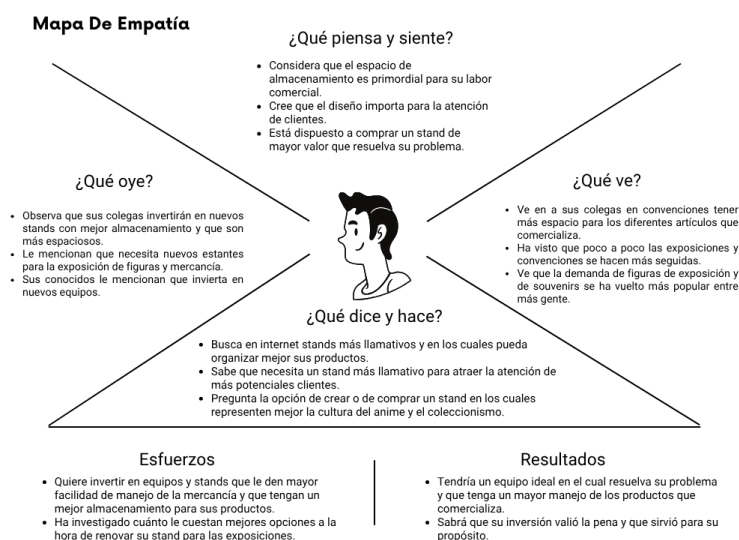
La propuesta se desarrollará aplicando la metodología *Design Thinking*, la cual se centra en las personas y se emplea para abordar problemas complejos mediante soluciones innovadoras. A diferencia de los enfoques tradicionales, que suelen ser lineales y rígidos, el *Design Thinking* se caracteriza por su naturaleza iterativa, colaborativa y orientada a la acción. Esta metodología contempla cinco etapas

principales: empatizar, definir, idear, prototipar y evaluar, las cuales permiten comprender las necesidades de los usuarios, formular problemas concretos, generar alternativas creativas, materializarlas en prototipos y finalmente someterlas a procesos de validación y mejora.

Empatizar

Para generar la empatía es uno de los principales aspectos dentro de la metodología del Design thinking, implica tener en cuenta todas las necesidades y deseos de los usuarios que consumirán nuestro producto, con esto se podrá diseñar propuestas que sean efectivas y poder solucionar el problema del usuario. Para generar una empatía primero se debe investigar al usuario al que será dirigido el producto y observar las necesidades que tiene, esto ayudará a poder crear una conexión con el usuario, dentro de la etapa de empatía se usará mapas de empatía (figura N°1) con los cuales nos ayudarán a crear hipótesis sobre los usuarios y clientes también nos ayudarán a profundizar en los pensamientos y en los sentimientos de los usuarios, con esto encontraremos oportunidades para poder diseñar soluciones en la que realmente se resuelva el problema que presenta el usuario al momento de presentar y comercializar sus productos, con esto podemos brindar una experiencia positiva.

Figura N° 1. Mapa de empatía



Fuente: elaboración propia

Definir

Para la fase de definir sirve como un faro para guiar todo el proceso de diseño de tu stand. También para brindar soluciones creativas que aborden el problema identificado. dentro del Design Thinking la fase de definir es fundamental para dar forma y guiar para la obtención de un buen proyecto de diseño de stand. Se debe recopilar y analice datos que se obtengan previamente. Esto incluye datos de investigación provenientes de las entrevistas y la recopilación teórica. La cual se presenta en la siguiente tabla de necesidades y requerimientos:

Tabla 2. Necesidades y Requerimientos.

Necesidades	Requerimiento
Estético	
Colores	Colores relacionados con la temática anime de diferentes personajes.
Almacenamiento	Se necesita por lo general un almacenamiento de 90 cm de ancho por 90 cm de alto y 45 cm de profundidad.
Iluminación	La iluminación deberá estar en la parte superior del stand y en las estanterías.
Decoración	La decoración debe ser relacionado con el estilo anime y la temática que se quiere demostrar.
Funcionalidad	
Desmontabilidad	Debe ser fácil de ensamblar y a su vez también debe ser fácil de dismantelar.
Movilidad	Debe tener ensambles que se ajuste a que se pueda insertar ruedas para poder transportarse.
Material/Estructural	
Materiales durables	Sus materiales deben ser de alta dureza capas de poder soportar el peso de la estructura mismas y también de los productos que se van a comercializar.

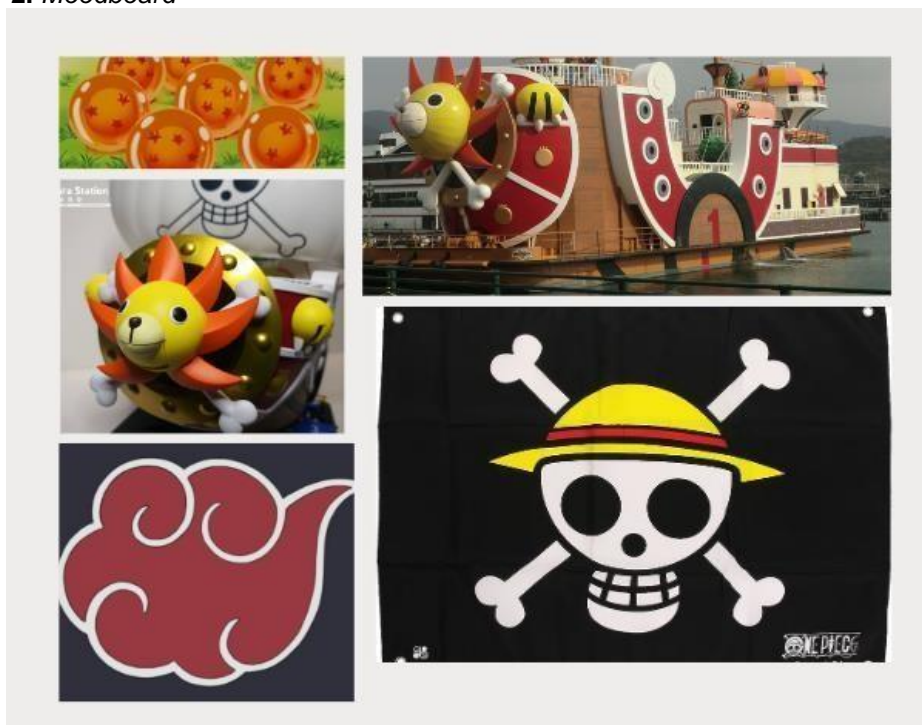
Fuente: elaboración propia

Idear

En la fase de ideación del Design Thinking es crucial fomentar la creatividad y la generación de ideas que se van a utilizar. Esto se logra reuniendo diversos recursos y creando ideas que ayudaran para la posterior creación de los bocetos. Las ideas recopiladas son necesarias para la identificación de los que los usuarios querrán ver en el resultado final. Con las ideas recopiladas y con las ideas recogidas con los *moodboards* como se observa en la figura N°2, se definen también los elementos gestores que orientarán el proceso creativo. Estos elementos como la forma, el color, la textura, la proporción y el equilibrio permiten establecer la línea estética y conceptual que guiará el desarrollo del diseño del stand como se puede observar en la figura N°3. A partir de ellos se determinan las características formales y visuales que harán coherente la propuesta con la identidad y objetivos del proyecto.

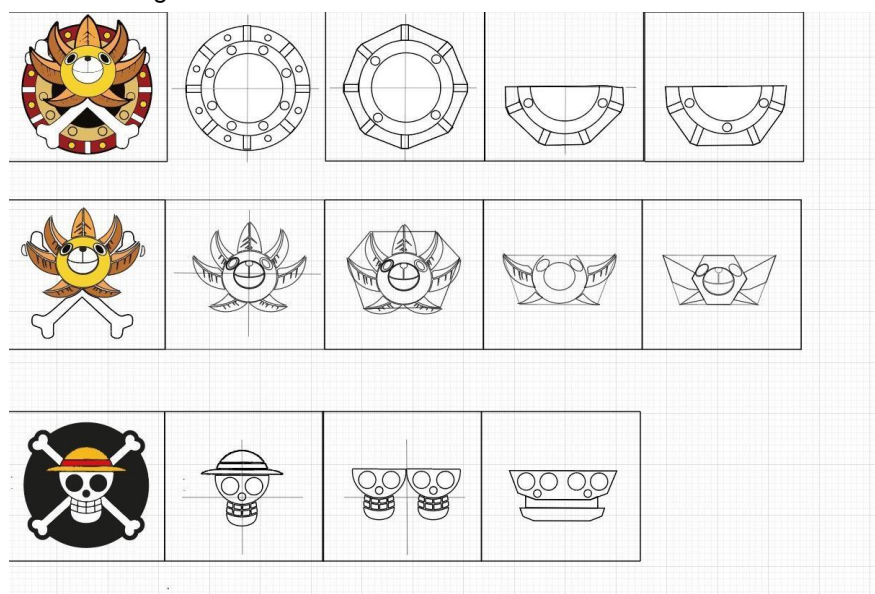
En la ideación implica generar una amplia gama de ideas antes de reducirlas y refinarlas para posteriormente poder incorporarlas.

Figura N° 2. *Moodboard*



Fuente: elaboración propia

Figura N° 3. Elementos gestores

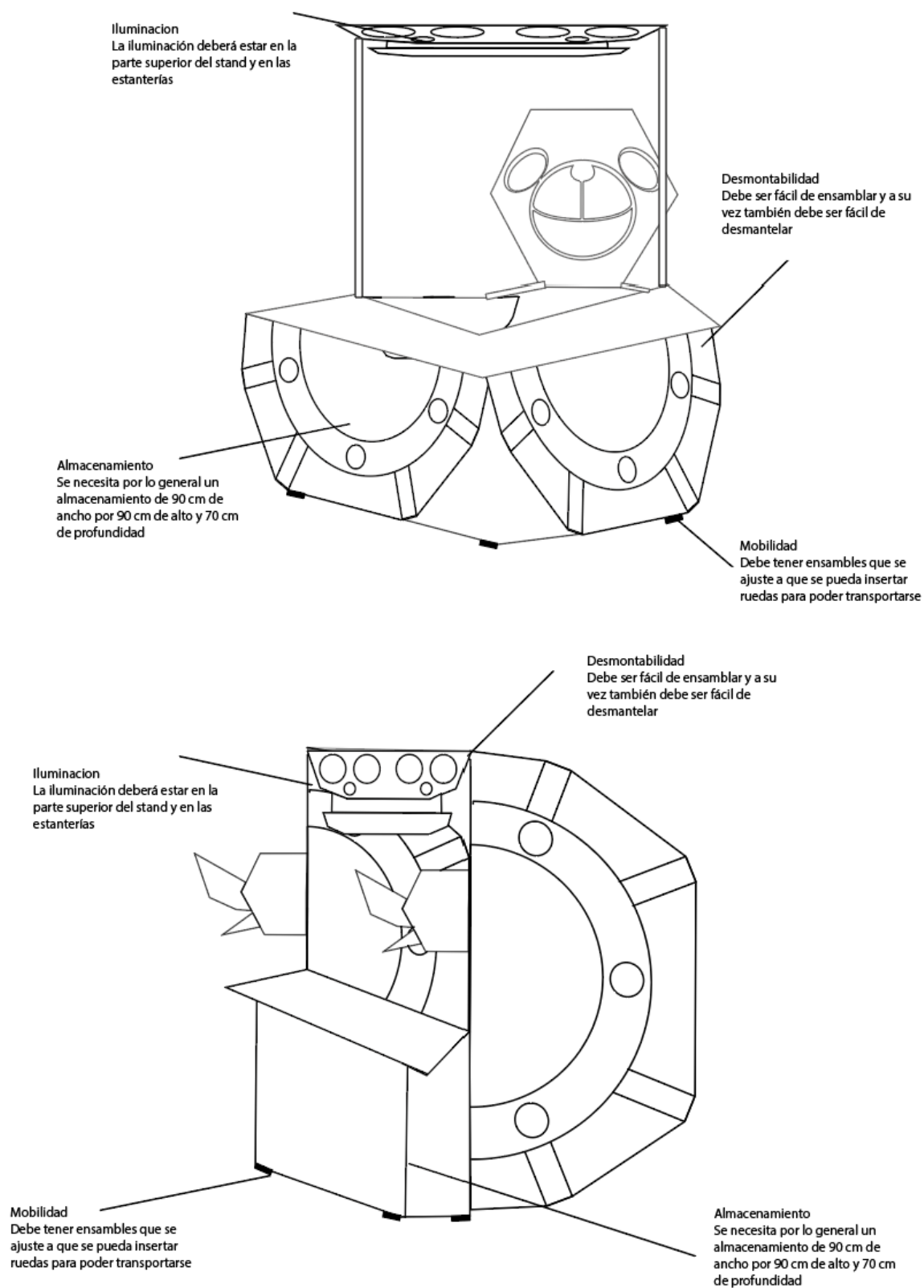


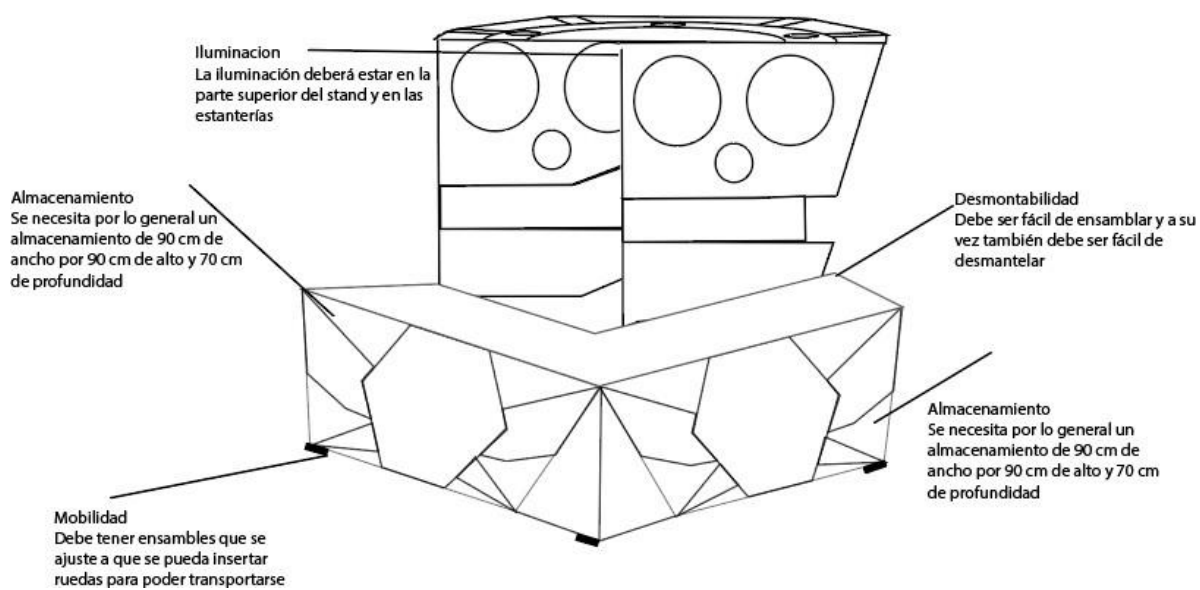
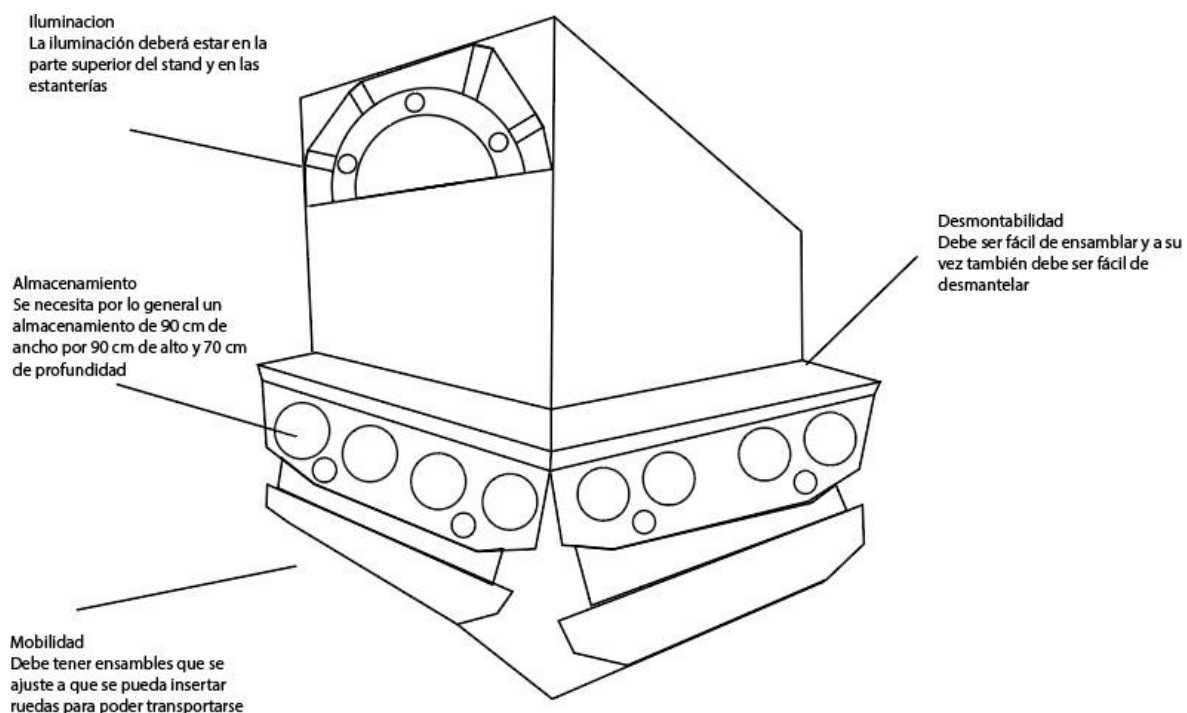
Fuente: elaboración propia

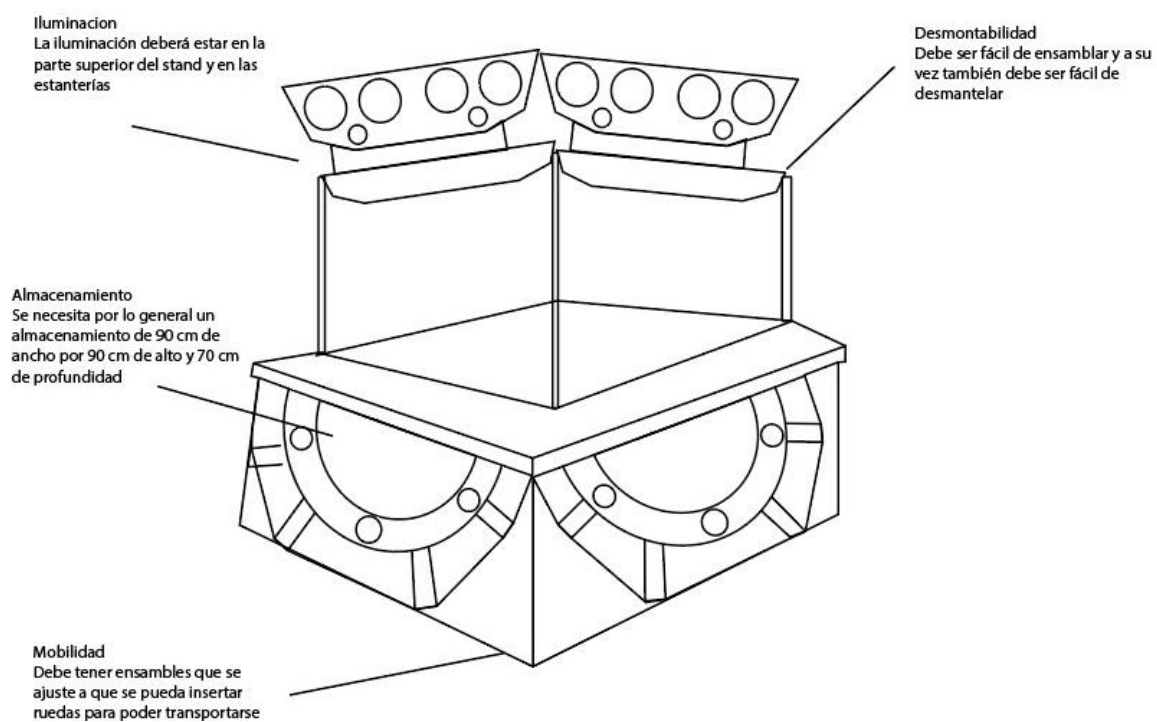
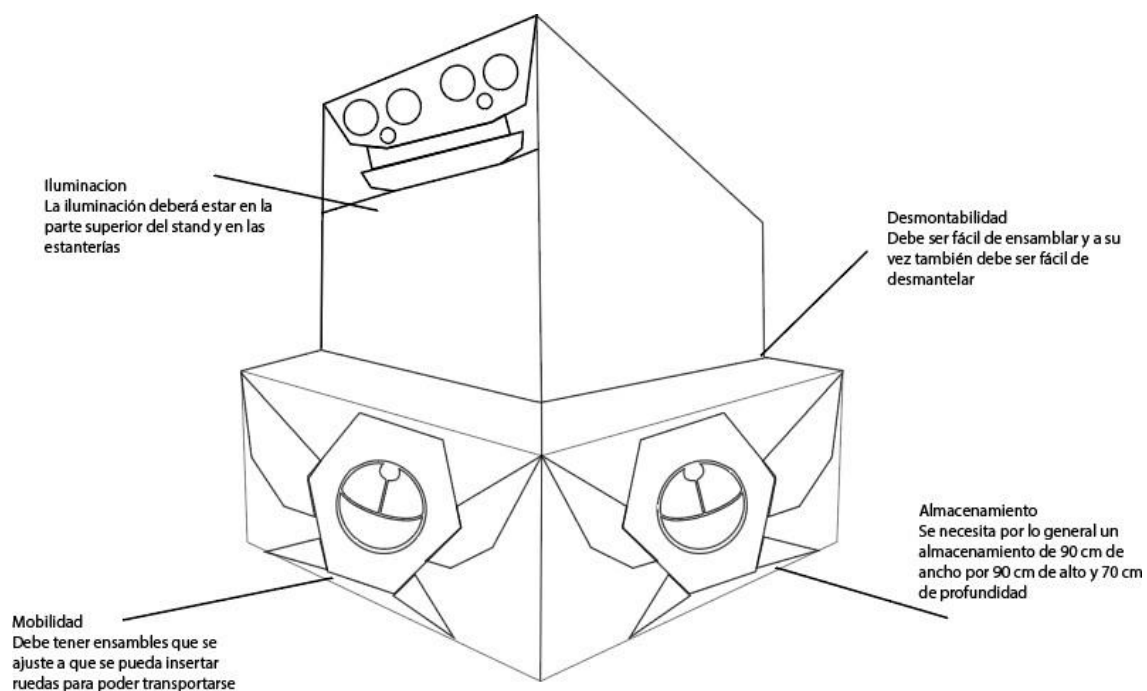
Bocetos

El punto de partida fue la identificación de elementos icónicos del anime, específicamente emblemas y símbolos reconocibles de la serie One Piece. Estos elementos se utilizaron como gestores. En la primera fase, se seleccionaron íconos distintivos como el sol del Thousand Sunny y la calavera con sombrero de paja, los cuales se analizaron por partes. Posteriormente, se realizaron descomposiciones gráficas simplificando los elementos en figuras básicas como se observa en la figura N°4. Esto permitió generar una base modular para construir nuevas composiciones que formaran parte del stand sea como partes de las mesas, techos y paredes.

Figura N° 4. Bocetos iniciales



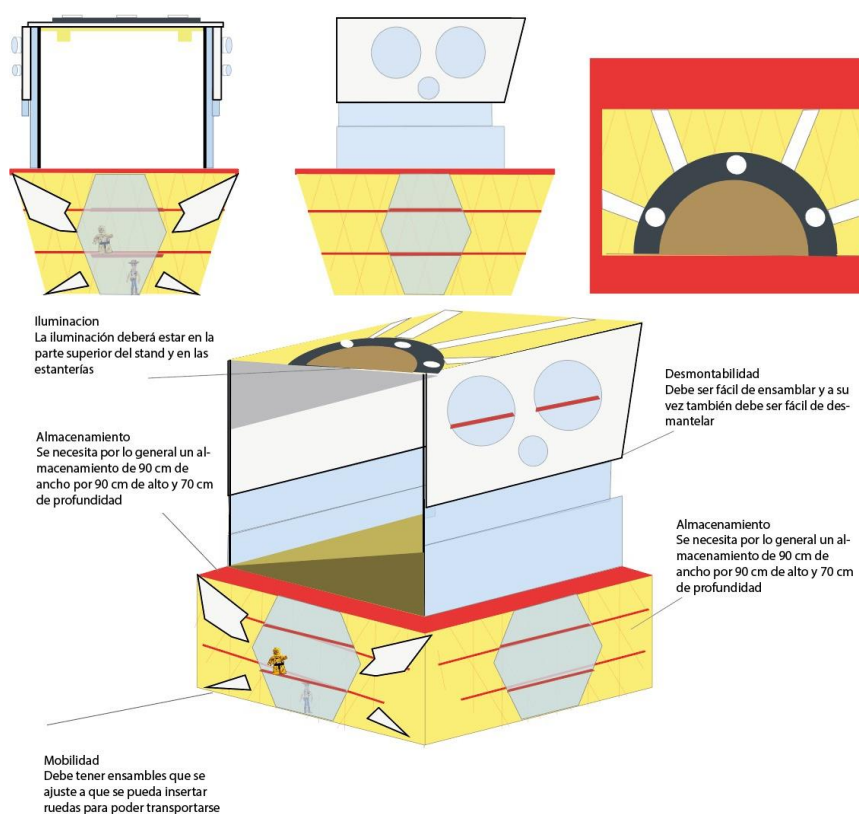




Fuente: elaboración propia

Ilustración

Figura N° 5. Ilustraciones

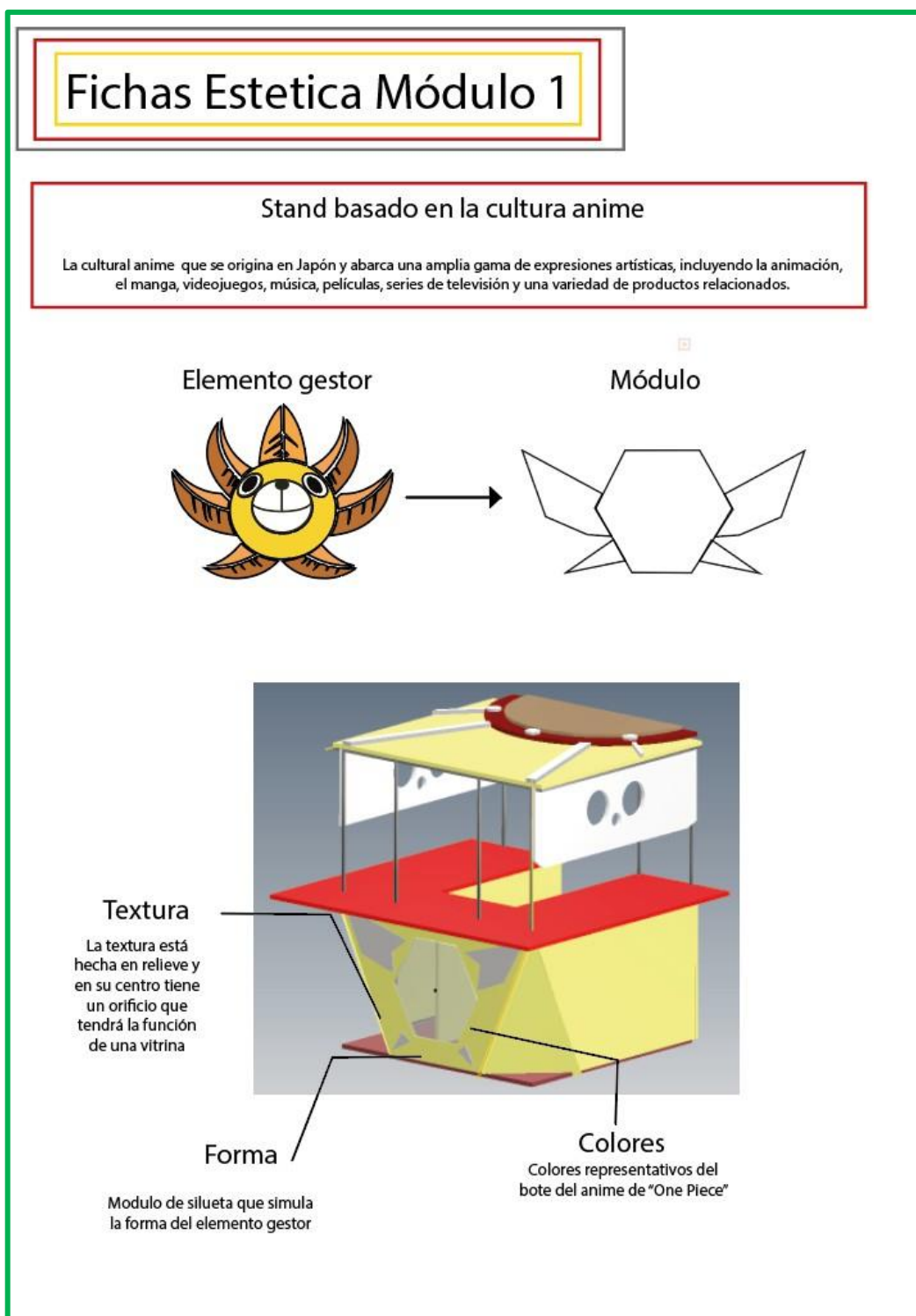


Fuente: elaboración propia

Prototipar

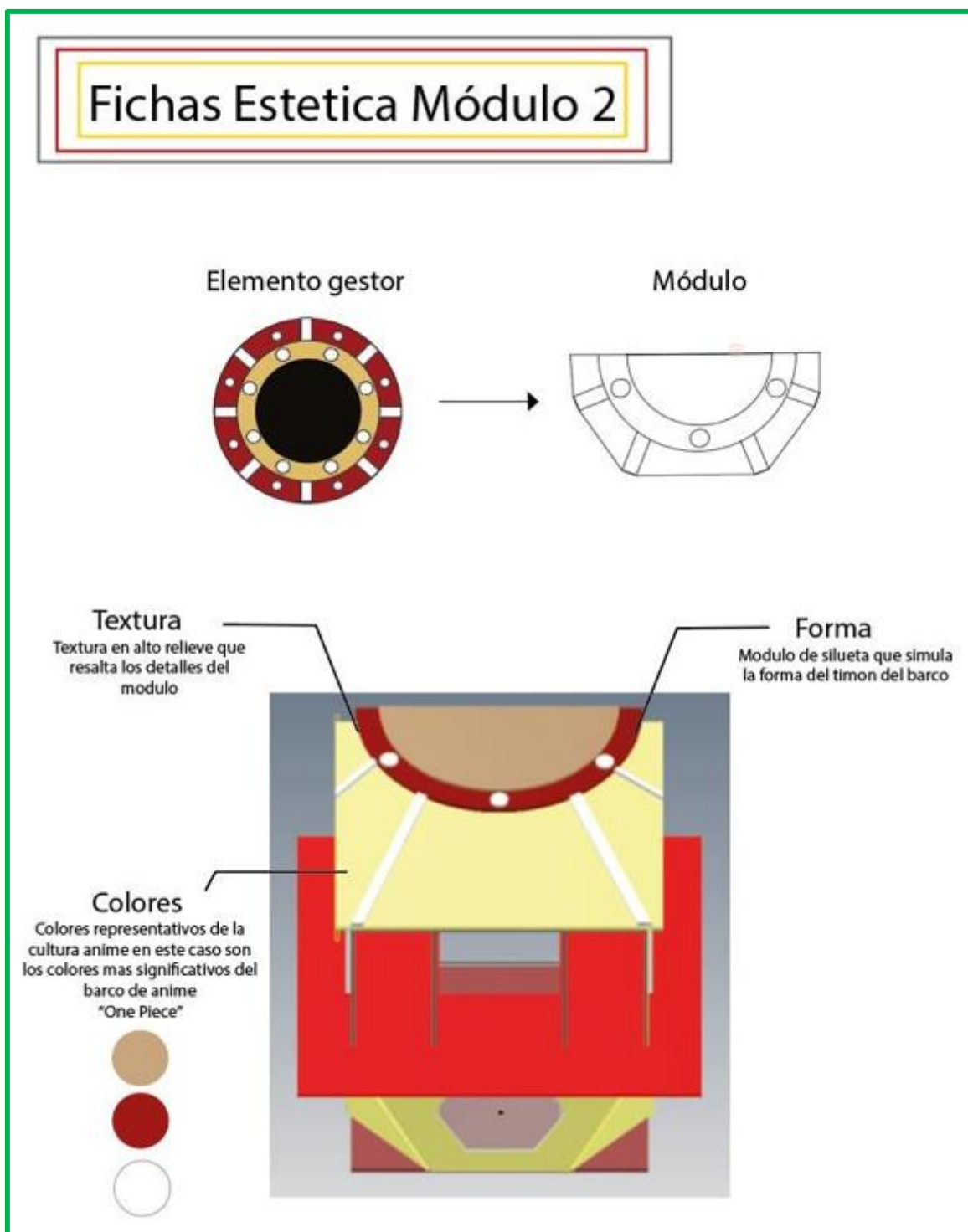
El proceso de prototipado en Design Thinking para el diseño de un stand implica transformar las ideas clave de la fase de ideación en representaciones que el usuario pueda ver. Se selecciona las ideas previamente creadas para poder empezar a armar el diseño que podría llegar a tener el stand, para empezar, se recomienda crear un redibujo con los elementos ya creados para poder llegar a tener una idea más centrada a la realidad del diseño del stand. El apartado del prototipado es esencial para garantizar un resultado exitoso y satisfactorio y con esto se puede tener clara la solución que tendrá el resultado final del producto.

Figura N° 6. Ficha modulo 1



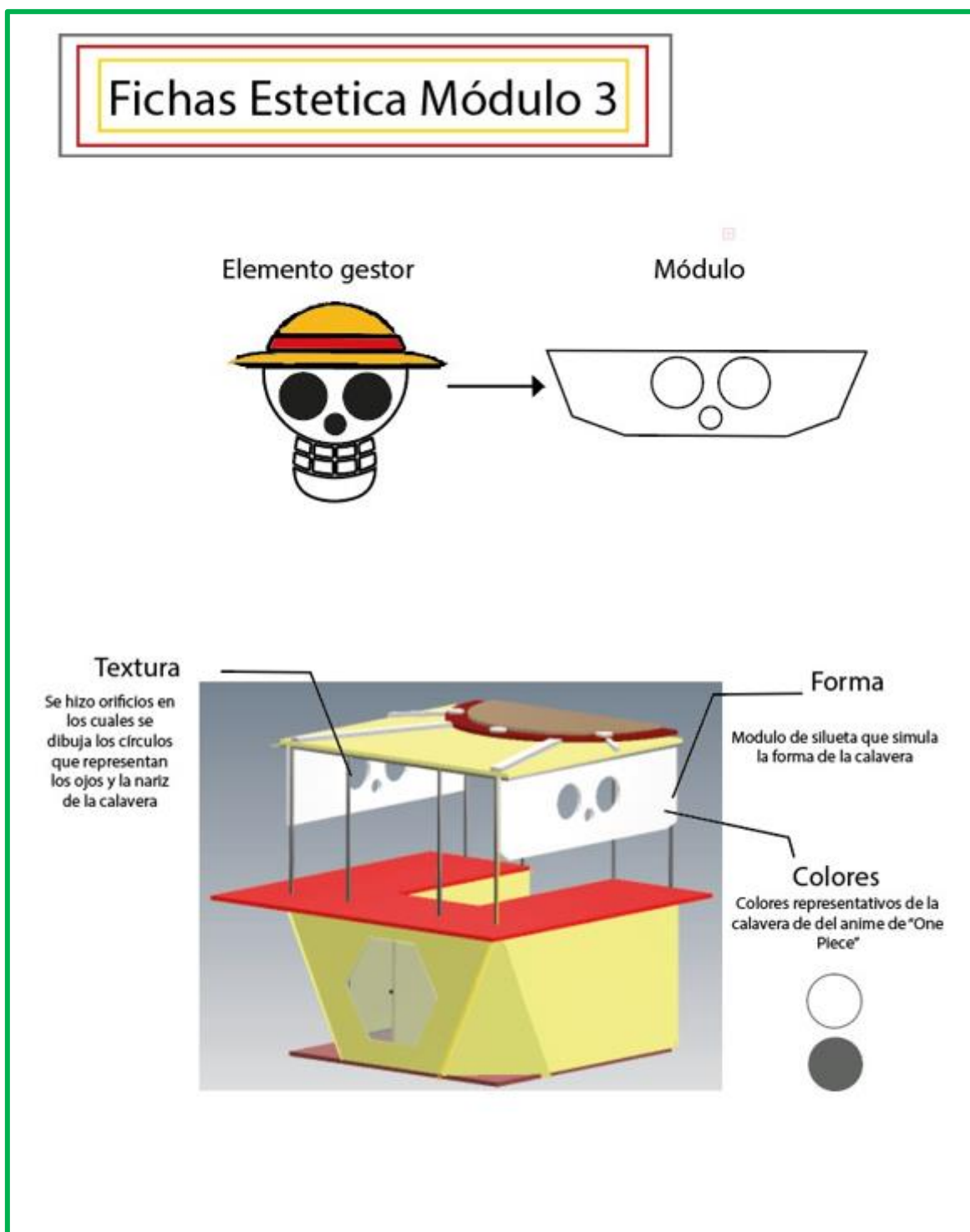
Fuente: elaboración propia

Figura N° 7. Ficha modulo 2



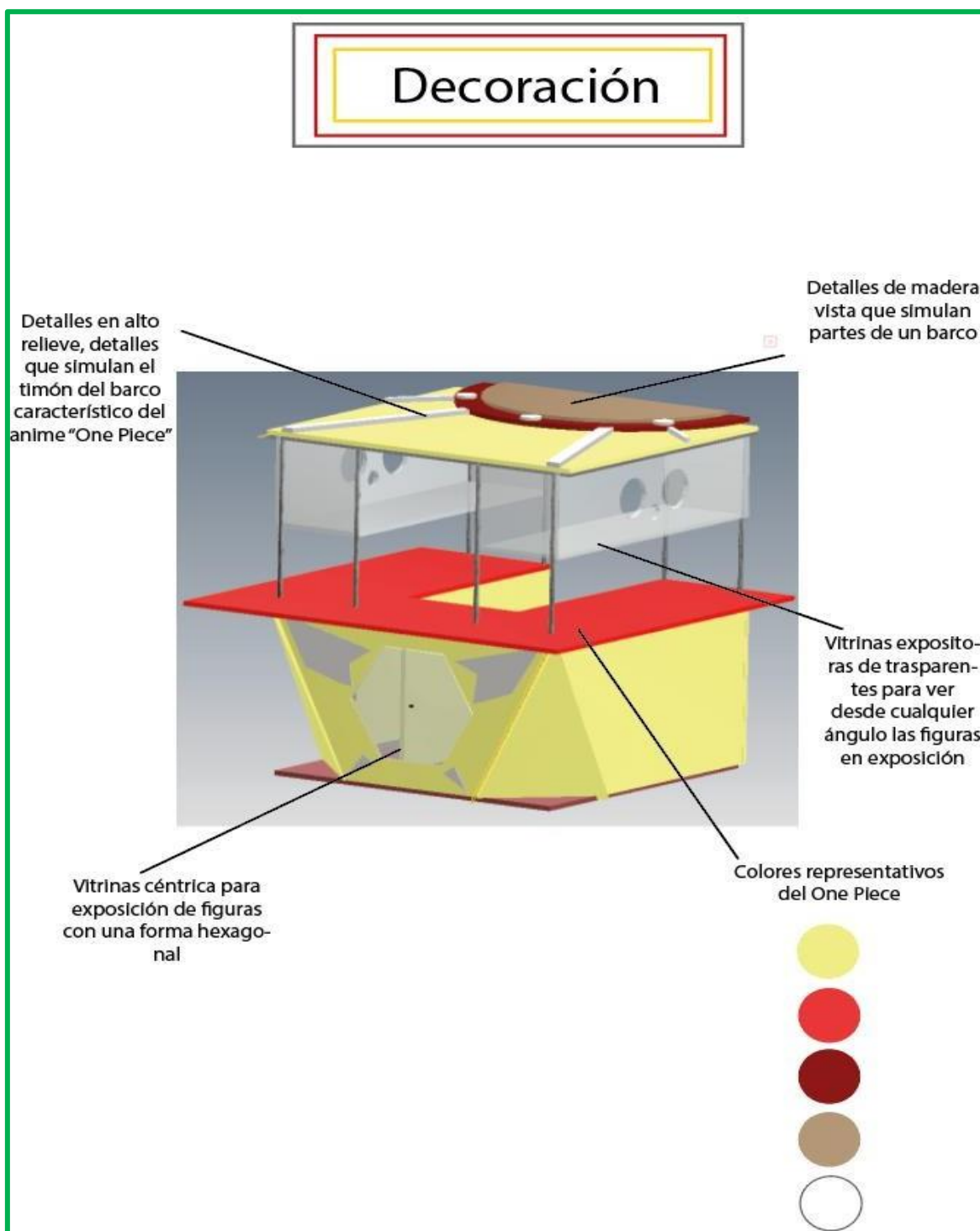
Fuente: elaboración propia

Figura N° 8. Ficha modulo 3



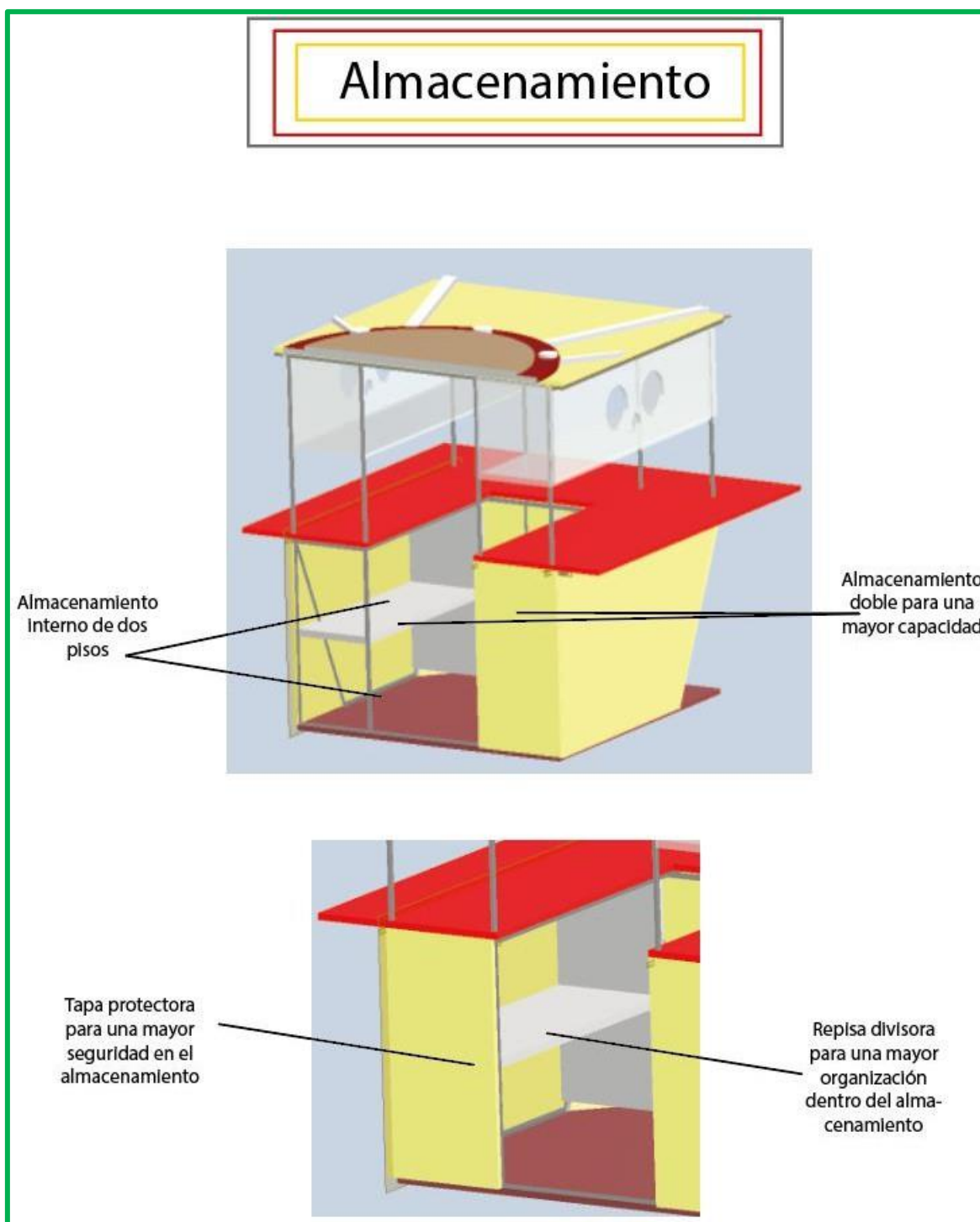
Fuente: elaboración propia

Figura N° 9. Ficha de decoración



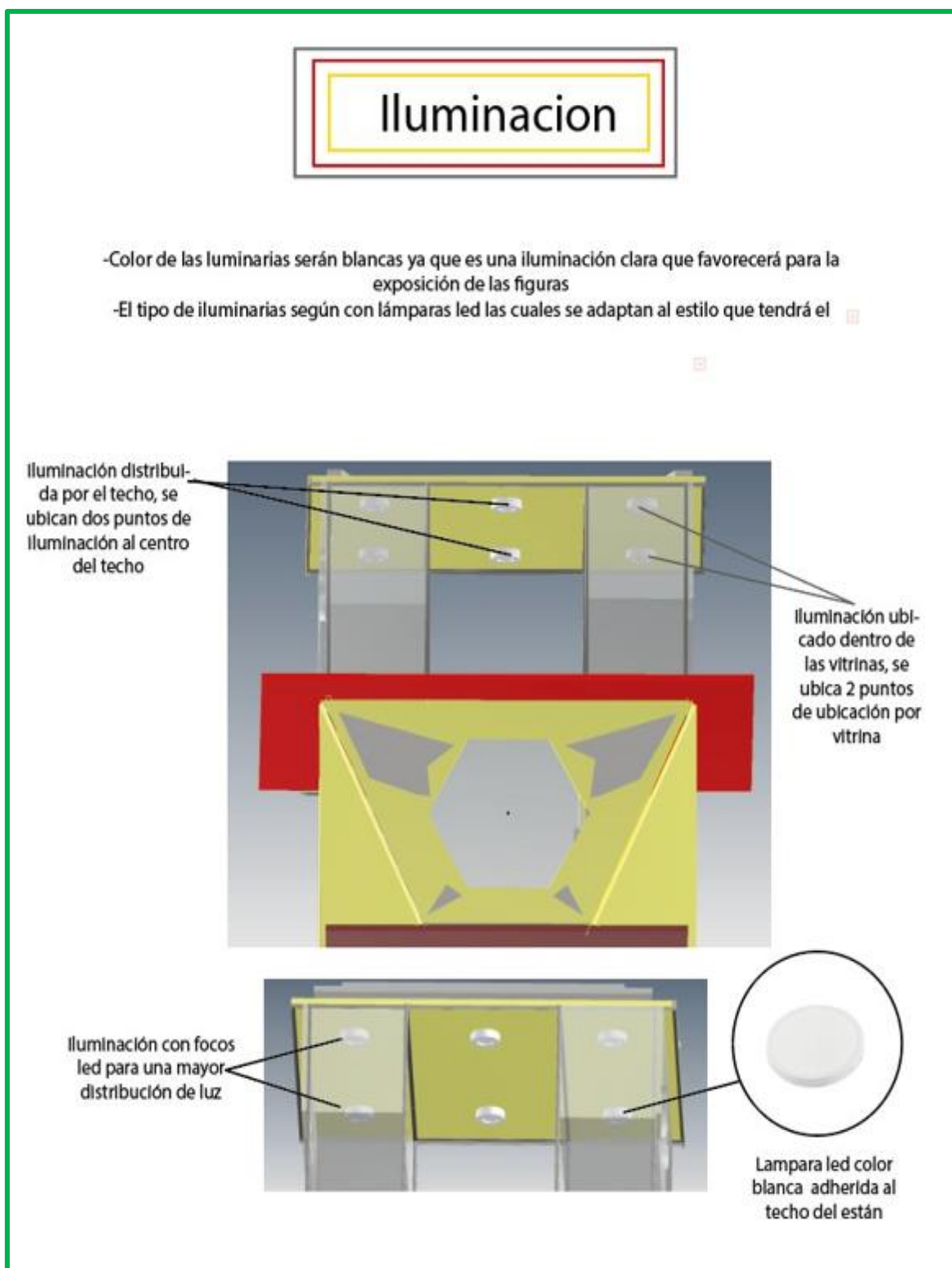
Fuente: elaboración propia

Figura N° 10. Ficha de almacenamiento



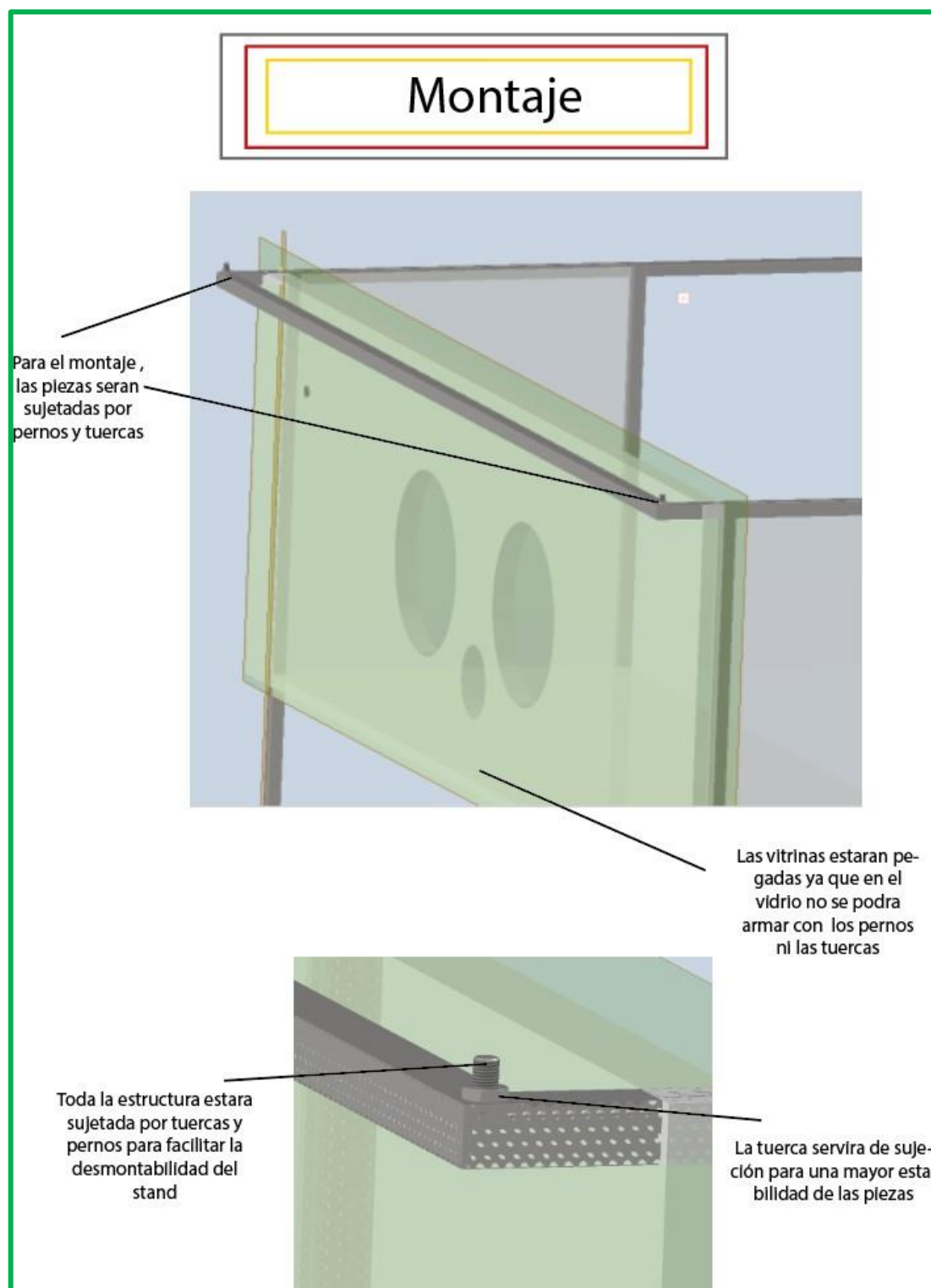
Fuente: elaboración propia

Figura N° 11. Ficha de iluminación



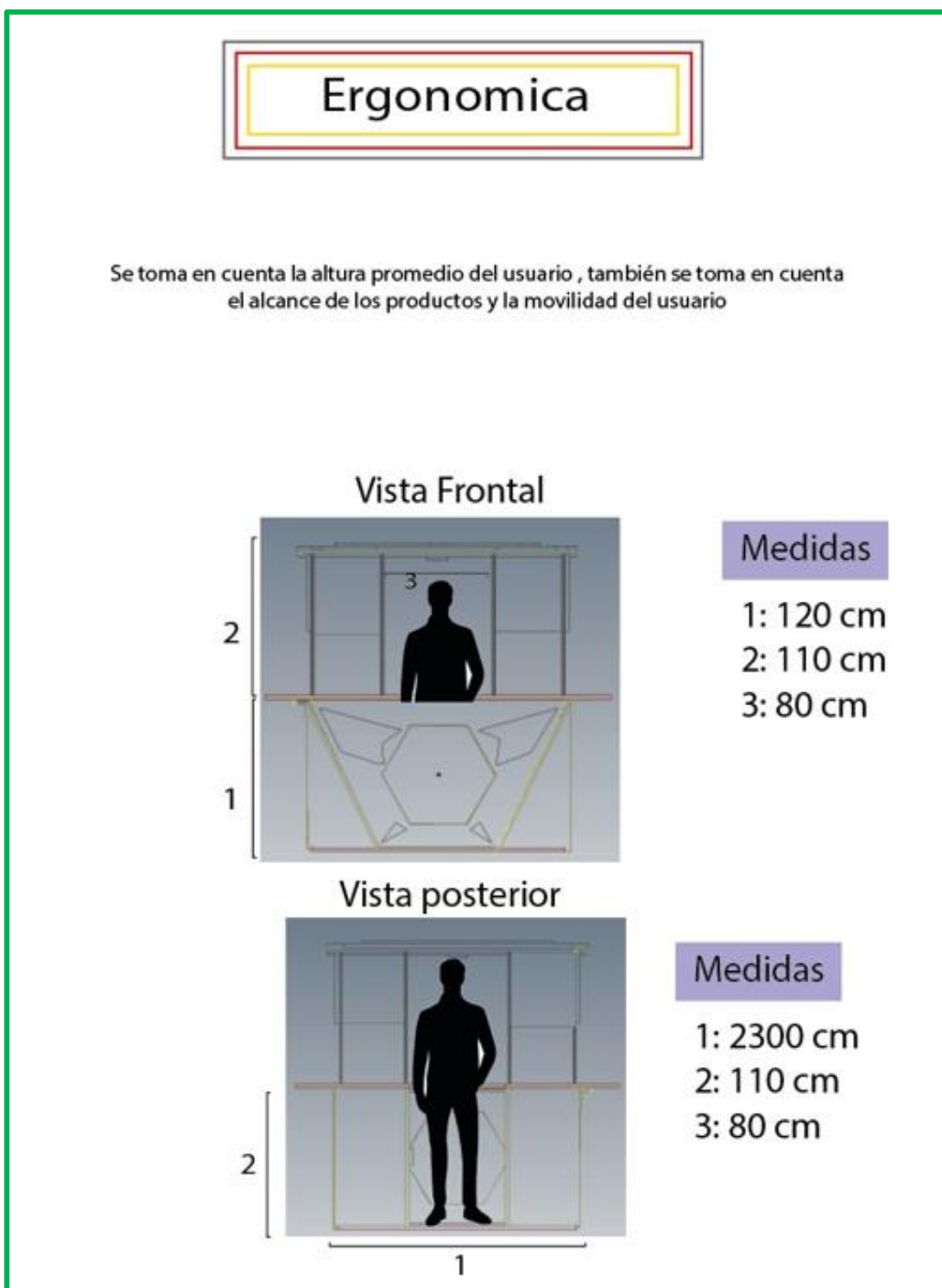
Fuente: elaboración propia

Figura N° 12. Ficha de montaje



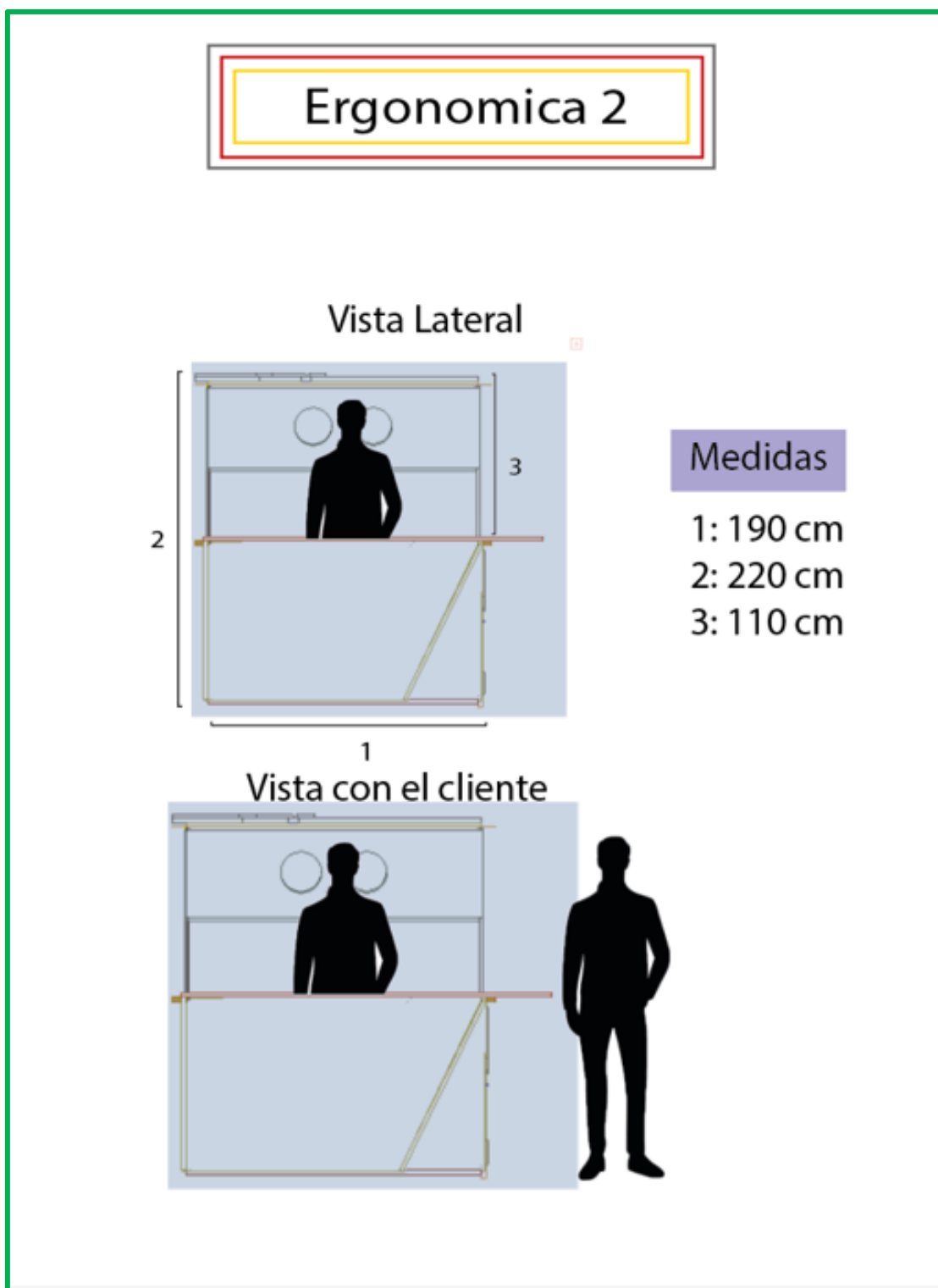
Fuente: elaboración propia

Figura N° 13. Ficha ergonómica



Fuente: elaboración propia

Figura N° 14. Ficha ergonómica 2



Fuente: elaboración propia

Figura N° 15. Ficha de materiales

Materiales

Materiales	Descripción
<p>Tableros</p> 	<p>Su dureza y resistencia lo hacen un versátil material para crear las paredes, el techo, la mesa y los detalles de nuestro stand</p>
<p>Ángulos metálicos</p> 	<p>Los ángulos metálicos nos sirven para fabricar la estructura interna de nuestro producto, este será desmontable, con este material podremos darle la resistencia que necesita en el stand</p>
<p>Pernos y Tuercas</p> 	<p>Con los pernos y las tuercas podremos sujetar y dar ajuste a la estructura interna, ya que los ángulos metálicos vendrán separados, con los pernos y las tuercas también podremos fijar los diferentes tableros donde correspondan</p>
<p>Vidrio</p> 	<p>Los vidrios nos servirán para armar las vitrinas que serán de cristal, con esto nos dará una mejor vista de los productos que estarán en la parte superior del stand</p>

Fuente: elaboración propia

Figura N° 16. Ficha de acabados del tablero

Acabados Tablero	
Materiales	
Tableros	
<p>Descripción: Es un material versátil que se utiliza comúnmente en la fabricación de muebles, revestimientos y otras aplicaciones donde se requiere una superficie lisa y uniforme. Los tableros MDF son conocidos por su homogeneidad, estabilidad y facilidad para ser trabajados, ya que no tienen nudos ni vetas como la madera natural.</p> <p>Usos: Los tableros tienen diferentes usos ya sea para crear muebles o cualquier tipo de repisas, en este caso es ideal para la creación de el stand ya que nos proporciona una versatilidad al momento de construirlo</p> <p>Características: Superficie Lisa y Uniforme Facilidad de Trabajo Acabados Atractivos Estabilidad Dimensional Peso Moderado Durabilidad</p> <p>Marcas:</p> <div style="display: flex; justify-content: space-around; align-items: center;"> <div style="text-align: center;">  </div> <div style="text-align: center;">  </div> <div style="text-align: center;">  </div> <div style="text-align: center;">  </div> </div> <p>Colocación: Para la colocación necesitamos que el material este ya pintado y colocar todo lo que el cliente necesite, una vez hecho esto lo que tenemos que hacer son los agujeros que el material necesita para su fijación, luego de esto colocarlo en el lugar que corresponde y fijarlo con pernos</p>	

Fuente: elaboración propia

Figura N° 17. Ficha de acabados de los ángulos metálicos

Ángulos Metálicos	
Materiales	
<p>Ángulos metálicos</p>	
<p>Descripción: Los ángulos metálicos son elementos estructurales en forma de "L" fabricados principalmente en acero, aluminio u otros metales. Estos componentes son esenciales en la construcción de muebles o estructuras internas, ya que proporcionan soporte y refuerzo angular. Los ángulos metálicos suelen tener perforaciones a lo largo de sus brazos para facilitar la fijación mediante tornillos.</p> <p>Usos: Principalmente este material se usa para crear estructuras internas ya sea para muebles, vitrinas u otros objetos demostrativos o para decoración, este material es ideal para crear una estructura resistente.</p> <p>Características:</p> <ul style="list-style-type: none"> -Robustez y Resistencia -Facilidad de Instalación -Versatilidad en el Diseño -Acabados Variados -Peso Ligero -Apariencia Atractiva <p>Marcas:</p> <div style="display: flex; justify-content: space-around; align-items: center;">    </div> <p>Colocación: Para colocar este material debemos de tener en cuenta las medidas que se usaran ya que este material en nuestra estructura no ira soldado solo ira armada con pernos y tuercas, una vez tengamos las medidas exactas procedemos a armarlas y fijarlas.</p>	

Fuente: elaboración propia

Figura N° 18. Ficha de acabados de los pernos y tuercas

Pernos y Tuercas	
Materiales	
<p>Pernos y Tuercas</p>	
<p>Descripción: Los pernos y tuercas son componentes esenciales en la construcción de estructuras , proporcionando un método seguro y ajustable para unir diversas piezas. Los pernos son elementos alargados con roscas a lo largo de su longitud, mientras que las tuercas son piezas con una abertura interna roscada que se utiliza para asegurar los pernos.</p> <p>Usos: Principalmente este material se usa para proporcionar una fijación segura, son compatibles con diversos materiales, y su uso permite reparaciones y modificaciones sin dañar permanentemente las piezas.</p> <p>Características:</p> <ul style="list-style-type: none"> -Versatilidad -Ajustabilidad -Fijación Robusta -Fácil Instalación -Compatibilidad con Materiales -Variedad de Tamaños y Tipos <p>Marcas:</p> <div style="display: flex; justify-content: space-around; align-items: center;">    </div>	
<p>Colocación : Para la colocación debemos de hacer agujeros en los ángulos metálicos midiendo las piezas para que puedan calzar exactamente y lo único que debemos hacer es introducir el perno y ajustar la tuerca para una buena fijación</p>	

Fuente: elaboración propia

Figura N° 19. Ficha de acabados del vidrio

<h1>Vidrio</h1>	
<h2>Materiales</h2>	
	Vidrio
<p>Descripción: El vidrio es seleccionado cuidadosamente para cumplir con requisitos específicos de presentación y seguridad. Generalmente, se trata de vidrio templado o laminado para garantizar resistencia y durabilidad, ya que con esto se puede colocar objetos de un peso considerable sin correr ningún riesgo</p> <p>Usos: Principalmente el uso de el vidrio es para exhibir productos de manera atractiva y segura en stands demostrativos, ferias comerciales, exposiciones y eventos similares.</p> <p>Características:</p> <ul style="list-style-type: none"> -Transparencia y Claridad -Resistencia -Peso Moderado -Facilidad de Limpieza -Diversidad de Formas y Tamaños -Resistencia a Elementos Externos <p>Marcas:</p> <div style="display: flex; justify-content: space-around; align-items: center;"> <div style="text-align: center;">  ALVID GLASS CIA. LTDA. </div> <div style="text-align: center;">  VIDRIO DE ALTO DESEMPEÑO </div> <div style="text-align: center;">  VIDRIO DE SEGURIDAD LAMINADO </div> </div> <p>Colocación : Para una buena fijación de este material debemos de hacer agujeros en las puntas del vidrio y pegarlas con silicón de cristas para que las vitrinas tengas la dureza y la fijación que se necesita</p>	

Fuente: elaboración propia

Figura N° 20. Ficha de costos

Costos

Materiales	Cantidad	Costo Unitario	Costo Total
Tableros 	7 planchas de 244x122 cm	8 dolares	56 dolares
Ángulos metalicos 	6 angulos metalicos de 6.10 metros	15 dolares	90 dolares
Pernos y Tuercas 	40 pernos con tuercas	0.75 cetavos	30 dolares
Vidrio 	2 planchas de vidrio de 2.5 x 3.6 metros	50 Dolares	100 dolares
Total			276 Dolares

Fuente: elaboración propia

Evaluar

Dentro de la evaluación en el proceso de Design Thinking para el diseño de un stand implica establecer criterios de evaluación claros antes de la implementación en algún evento. Durante la exposición, se debe recopilar datos relevantes, como estadísticas del usuario que lo usa, o la aceptación que tendrían los visitantes y compara el rendimiento del stand con los objetivos preestablecidos. Se podría realizar entrevistas o encuestas para obtener datos cuantitativos y cualitativos, y evalúa costos y recursos utilizados en relación con los beneficios. Estos datos se presentan en el capítulo 3.

CAPÍTULO III. ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN

3.1. Análisis del usuario

Se realizó una pequeña encuesta de satisfacción a tres expertos vinculados al ámbito de las exposiciones de cultura anime. El primero fue Luis Rogelio Navea, quien cuenta con cinco años de experiencia participando en distintos eventos y ferias especializadas del sector. El segundo experto fue Marco Vinicio Minda, con seis años de trayectoria, destacándose por su participación continua en ferias nacionales dedicadas al coleccionismo y la cultura japonesa. Finalmente, se contó con la colaboración de Andrés Montero, quien posee cuatro años de experiencia en la organización y exhibición de figuras de anime, sus respuestas se pueden observar en la tabla N° 3: datos de satisfacción.

Tabla 3. Datos de satisfacción 1

Usuario: Luis Rogelio Navea	
Sírvase usted en contestar las siguientes preguntas considerando del 1 al 5 el nivel más satisfactorio y 1 el nivel menos satisfactorio	
• ¿En qué nivel usted considera que los colores seleccionados en el stand aportan a la temática anime?	○
1 2 3 4 5	
• ¿En qué nivel usted considera que el almacenamiento 1 y 2 ubicado en la parte inferior del mesón del stand suplen su necesidad de almacenar sus productos?	○
1 2 3 4 5	
• ¿En qué nivel usted considera que la iluminación LED de color blanca ubicada en la parte superior del stand suplen su necesidad de exponer sus figuras iluminadas?	○
1 2 3 4 5	
• ¿En qué nivel usted considera que la desmontabilidad del stand podrá facilitar su movilidad y su almacenaje?	○
1 2 3 4 5	
• ¿En qué nivel usted considera que la decoración y la forma del stand representa la temática anime?	○
1 2 3 4 5	

Fuente: elaboración propia

Tabla 4. Datos de satisfacción 2

Usuario: Marco Vinicio Minda

Sírvase usted en contestar las siguientes preguntas considerando del 1 al 5 el nivel más satisfactorio y 1 el nivel menos satisfactorio

- ¿En qué nivel usted considera que los colores seleccionados en el stand aportan a la temática anime?
1 2 3 4 5
- ¿En qué nivel usted considera que el almacenamiento 1 y 2 ubicado en la parte inferior del mesón del stand suplen su necesidad de almacenar sus productos?
1 2 3 4 5
- ¿En qué nivel usted considera que la iluminación LED de color blanca ubicada en la parte superior del stand suplen su necesidad de exponer sus figuras iluminadas?
1 2 3 4 5
- ¿En qué nivel usted considera que la desmontabilidad del stand podrá facilitar su movilidad y su almacenaje?
1 2 3 4 5
- ¿En qué nivel usted considera que la decoración y la forma del stand representa la temática anime?
1 2 3 4 5

Fuente: elaboración propia

Tabla 5. Datos de satisfacción 3

Usuario: Andrés Montero

Sírvase usted en contestar las siguientes preguntas considerando del 1 al 5 el nivel más satisfactorio y 1 el nivel menos satisfactorio

- ¿En qué nivel usted considera que los colores seleccionados en el stand aportan a la temática anime?
1 2 3 4 5
- ¿En qué nivel usted considera que el almacenamiento 1 y 2 ubicado en la parte inferior del mesón del stand suplen su necesidad de almacenar sus productos?
1 2 3 4 5
- ¿En qué nivel usted considera que la iluminación LED de color blanca ubicada en la parte superior del stand suplen su necesidad de exponer sus figuras iluminadas?
1 2 3 4 5
- ¿En qué nivel usted considera que la desmontabilidad del stand podrá facilitar su movilidad y su almacenaje?
1 2 3 4 5
- ¿En qué nivel usted considera que la decoración y la forma del stand representa la temática anime?
1 2 3 4 5

Fuente: elaboración propia

Haciendo un análisis detallado de los resultados de las personas encuestadas tenemos que:

- **Pregunta 1:** En cuanto a la satisfacción con los colores seleccionados en el stand y su relación con la temática anime, el primer experto otorgó una calificación de 3, el segundo 5 y el tercero 4. En promedio, se evidencia un nivel alto de satisfacción, lo que indica que los colores elegidos resultan apropiados y refuerzan la identidad visual del stand, aunque podrían optimizarse para generar un mayor impacto visual y temático.
- **Pregunta 2:** Respecto al almacenamiento ubicado en la parte inferior del stand, los expertos calificaron con 4, 3 y 5 respectivamente. El promedio general es 4, lo que refleja que la funcionalidad del sistema de almacenamiento cumple en buena medida con las necesidades del usuario, pero algunos aspectos de accesibilidad o espacio podrían

mejorarse para alcanzar una mayor satisfacción.

- Pregunta 3: En relación con la iluminación LED blanca instalada en la parte superior del stand, los tres expertos otorgaron calificaciones de 4, 5 y 5, lo que se interpreta como una alta satisfacción. Esto demuestra que la iluminación cumple eficazmente con su función estética y práctica al resaltar las figuras exhibidas, siendo uno de los puntos más fuertes del diseño.
- Pregunta 4: Sobre la desmontabilidad del stand, los tres entrevistados coincidieron con una calificación de 3, lo cual indica una satisfacción moderada. Este resultado sugiere que, si bien el sistema de montaje y desmontaje es funcional, requiere optimización para facilitar aún más su transporte y ensamblaje durante las ferias o exposiciones.
- Pregunta 5: En cuanto a la decoración y la forma del stand como representación de la temática anime, las calificaciones fueron 5, 5 y 4, lo que refleja una excelente aceptación del diseño. Los expertos consideran que la estética general comunica efectivamente la esencia del anime, conectando visualmente con la audiencia objetivo.

3.2. Análisis técnico

El presente análisis se centra en la evaluación estructural del stand fabricado en acero suave, cuyo material exhibe una densidad de masa de $7,850 \text{ kg/m}^3$ y un límite de elasticidad de 207 MPa. La densidad del material es determinante para calcular la carga total que la estructura puede soportar, estableciendo así la relación entre la masa y el volumen.

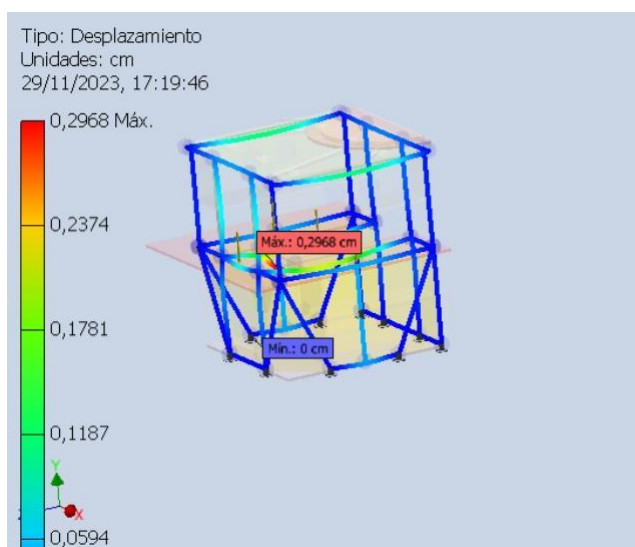
En cuanto al límite de elasticidad de 207 MPa, esta propiedad adquiere particular importancia al considerar la resistencia del acero suave frente a deformaciones plásticas. La capacidad de la estructura para resistir cargas sin experimentar deformaciones permanentes se sustenta en este parámetro, asegurando su integridad estructural a lo largo del tiempo.

A su vez, se emplearon tubos cuadrados de acero suave que fungen como soportes del mesón del stand. La densidad de $7,850 \text{ kg/m}^3$ se revela como un factor determinante en la estimación de la carga total que la estructura puede soportar, proporcionando una base crítica para la evaluación de las fuerzas gravitacionales involucradas.

En la estructura se aplicaron cuatro fuerzas, ubicadas en las partes laterales y en la parte frontal de la misma.

La primera fuerza considerada en el análisis estructural del stand, fabricado con aluminio 6061 soldado, exhibe una magnitud de $150,000 \text{ N}$. Este parámetro resulta de suma relevancia en la comprensión de las cargas externas que actúan sobre la estructura y constituye un componente fundamental en la evaluación de su capacidad de respuesta frente a condiciones específicas de carga.

Figura N° 21. Análisis Técnico



Fuente: elaboración propia

Se procede a examinar tres fuerzas adicionales (fuerzas 2, 3 y 4), caracterizadas por ángulos de plano idénticos, con un valor de 270° , y ángulos en plano igualmente coincidentes, cifrados en $90,00$ grados. Estos parámetros angulares revisten una importancia fundamental al precisar la dirección y orientación espacial de las fuerzas ejercidas sobre la estructura. El ángulo de plano de 270° denota la acción

específica en el espacio tridimensional, mientras que el ángulo en plano de 90° complementa este aspecto, definiendo la inclinación relativa de la fuerza con respecto al plano de referencia.

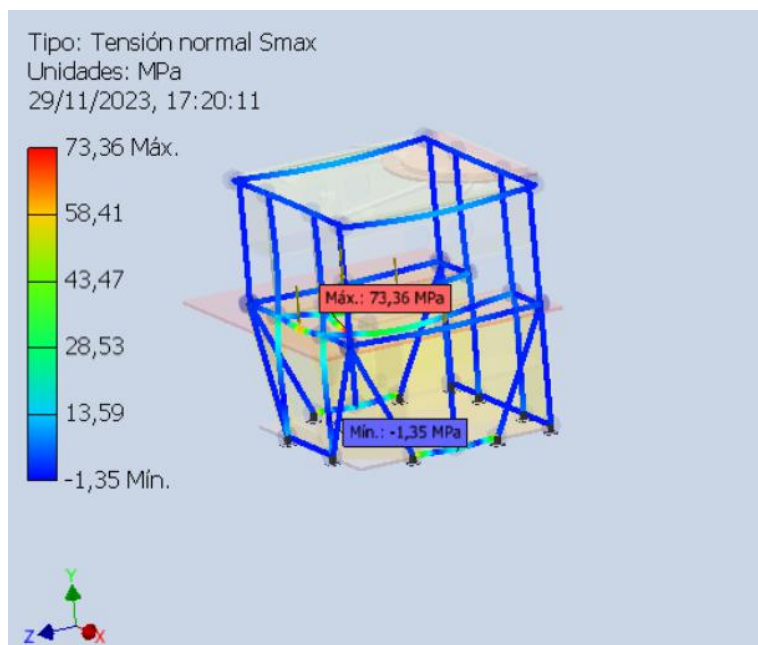
La convergencia de estos ángulos con la magnitud previamente establecida de 150,000 N proporciona una descripción meticulosa de las fuerzas aplicadas al sistema. Esta consideración detallada de la dirección y orientación de las fuerzas es esencial para realizar una evaluación comprehensiva de la respuesta de la estructura a las cargas externas.

Para un mejor análisis se ubicó restricciones en todos los nodos de la parte inferior de la estructura para simular que el objeto esta sobre una superficie.

Teniendo como resultado que los desplazamientos registrados exhiben una variación mínima de 0,000 cm a un máximo de 0,297 cm, proporcionando una visión detallada de las deformaciones elásticas inherentes al material.

En el espectro de los esfuerzos elásticos, los resultados son igualmente notables. Se observa un esfuerzo elástico mínimo de -1,35 MPa, indicando la capacidad del material para resistir cargas incluso en condiciones de compresión. En contraste, el esfuerzo elástico máximo alcanza los 73,36 MPa, subrayando la robustez y resistencia del acero suave frente a cargas externas.

Estos resultados, ofrecen una comprensión profunda de la respuesta del material y la estructura ante sollicitaciones específicas como se observa en la Figura N° 22. Los desplazamientos evidencian la capacidad de recuperación elástica del material, mientras que los esfuerzos elásticos proporcionan un punto clave sobre la resistencia estructural del stand. Este análisis no solo valida la estructura del material y diseño seleccionados, sino que también sienta las bases para futuras optimizaciones y ajustes, asegurando la integridad y seguridad del stand en situaciones prácticas.

Figura N° 22. Resultados

Fuente: elaboración propia

Teniendo como resultado que el factor de seguridad de 2,82 MPa. Este parámetro es de vital importancia en la evaluación de la capacidad de la estructura para soportar.

cargas sin comprometer su integridad. La relación entre los esfuerzos máximos registrados y el factor de seguridad subraya la solidez intrínseca del diseño, ofreciendo una margen sustancial de resistencia que valida la robustez estructural del stand bajo condiciones de carga variadas.

CONCLUSIONES

- Con el estado del arte se logró reconocer las características más representativas de la cultura anime japonesa. Este análisis permitió identificar la diversidad de géneros, símbolos y figuras asociadas al anime, lo que resulta fundamental para comprender el contexto en el que se desarrolla la comercialización de productos y orientar de mejor manera el diseño del stand.
- A partir de las encuestas aplicadas se determinaron los diferentes productos coleccionables que más valoran los consumidores de la cultura anime, así como las principales necesidades que enfrentan en ferias y exposiciones. Estos hallazgos permiten entender que no basta con exhibir los artículos, sino que se requiere un espacio adaptado a las demandas de organización, visibilidad y almacenamiento.
- Una vez recopiladas las bases teóricas y procesados los resultados de las encuestas, se planteó una propuesta de stand que busca dar respuesta a los problemas identificados. Este diseño no solo facilita la exposición, almacenamiento y comercialización de los productos, sino que también contribuye a realzar su atractivo frente al público, generando una experiencia más completa y satisfactoria para los usuarios.

RECOMENDACIONES

- Dentro del apartado de recomendaciones se puede decir que el stand diseñado anteriormente cumple con lo necesario para un mejor desempeño del usuario, pero se recomienda si se quiere dentro de nuestro stand exponer otro tipo de figuras se recomienda hacer diferentes adecuaciones como por ejemplo cambiar la cromática para que se incorpore mejor a la temática de los nuevos objetos.
- Si se quiere comercializar productos que necesitan diferentes tipos de refrigeraciones se recomienda hacer diferentes adecuaciones a la forma del stand, se necesitara de diferentes accesorios para hacerlos apto para una refrigeración estable.
- Si se piensa comercializar o exponer algún tipo de alimento, se recomienda hacer una pequeña investigación para poder adecuar todo lo necesario a nuestro stand para una mejor distribución de los alimentos
- Si se piensa exponer objetos demasiado pesados en nuestro están se recomienda hacer una mejor adecuación a nuestra estructura y hacer adecuaciones, los objetos muy pesados y a su vez muy grandes no se podrían exponer de manera correcta.

BIBLIOGRAFÍA

- Beverland, M. &. (2005). Gestión de la comunicación de marketing integrada (IMC) a través de la planificación estratégica: un enfoque de contingencia. *Marketing Management*, 465.
- Brown, A. (2020). *El Impacto de los Colores en la Psicología del Consumidor*.
- Carrillat, J. F. (2014). The effectiveness of interactivity in influencing positive word-of-mouth intentions. . *Journal of Business Research*,, 67.
- Cavallaro, D. (2006). *The Anime Art of Hayao Miyazaki*. London : McFarland & Company .
- David, U. (2010). *Fenómeno manga-anime en jóvenes bogotanos*. Bogotá-Colombia : Facultad de Psicología de la Fundación Universitaria Los Libertadores.
- Denison, R. (2015). *Anime: A Critical Introduction*. London : Bloomsbury Academic.
- Drazen, P. (2002). *Anime Explosion!: The What? Why? & Wow! of the Japanese Animation*. California : Stone Bridge Press .
- Fernández, M. Á. (2011). *Los productos de animación japoneses como expresión de un modelo de negocio. El caso de la producción anime* . Madrid : Universidad Francisco de Vitoria.
- Foster, M. D. (2015). *The Book of Yokai: Mysterious Creatures of Japanese Folklore*. California : University of California .
- Hoffman, D. &. (2009). Condicionantes económicos de la adopción de una innovación por parte del consumidor. 15.

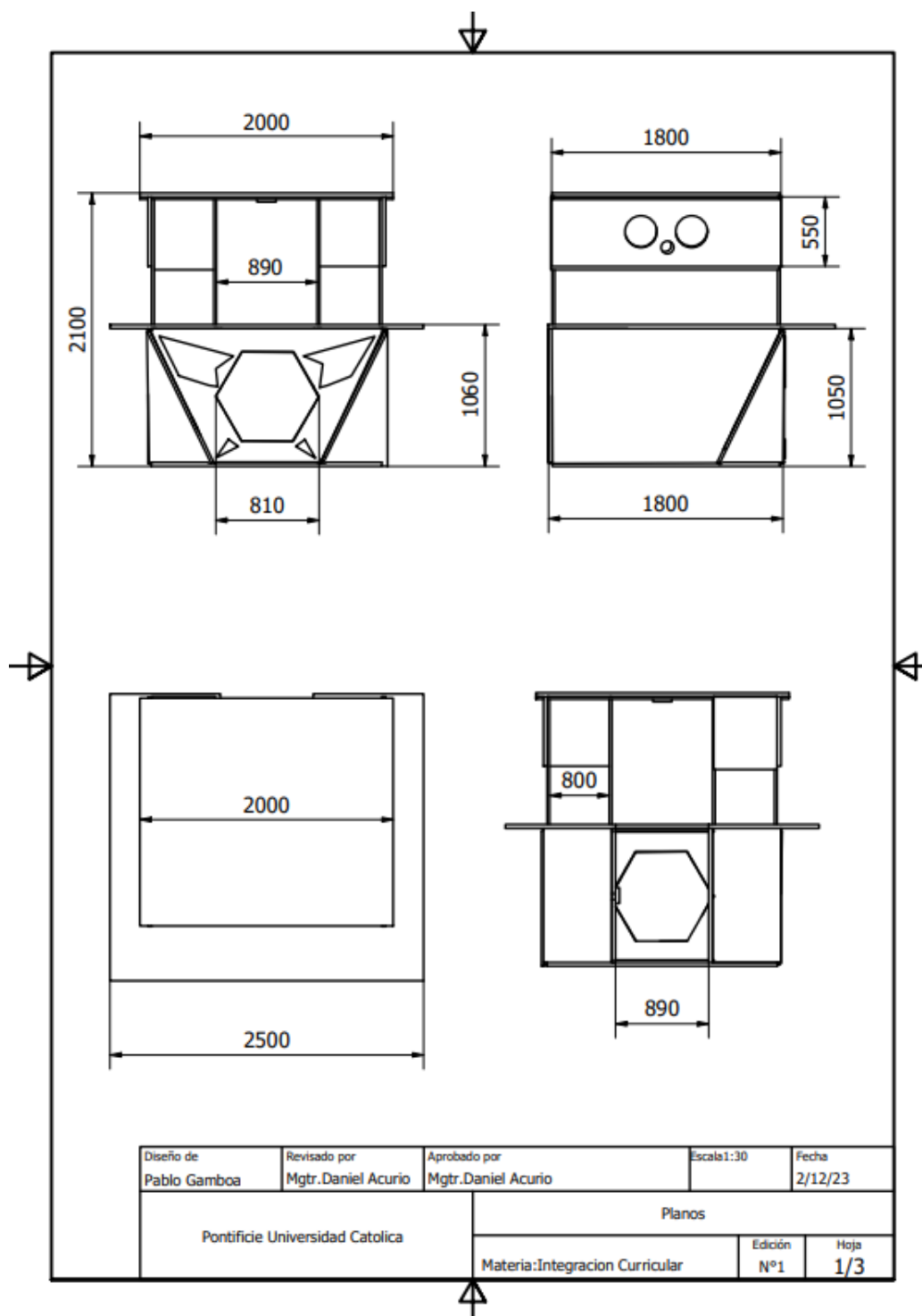
- Huang, R. &. (2012). El conocimiento de la marca se relaciona con los resultados del mercado, el valor de la marca y el marketing. *Journal of Business Research*, 99.
- Jáuregui, D. (2020). *La dualidad en la definición del anime*. Colombia : Universidad EAFIT.
- Kinsella, S. (2000). *Adult Manga: Culture and Power in Contemporary Japanese Society*. Hawái: University of Hawái Press.
- López, A. (2005). Controversia sobre el origen del anime. *Publicación de "Con A de animación"*, 13.
- Machleit, K. A. (2016). Diseño de entornos minoristas para mejorar la experiencia del cliente. *Journal of Retailing.*, 383-399.
- MacWilliam's, M. W. (2008). *Japanese Visual Culture*. New York: Routledge.
- McCarthy, J. C. (2006). *The Anime Encyclopedia: A Century of Japanese Animation*. United Kingdom: Stone Bridge Press.
- Michon, R. C. (2008). Impacto ambiental en la evaluación, la atención y la memoria de marcas conocidas y desconocidas. *Environment and Behavior*, 75.
- Murakami, T. (2000). *Superflat*. Japón: Madora Shuppan.
- Napier, S. J. (2005). *Anime from Akira to Howl's Moving Castle*. New York: Palgrave Macmillan.
- Oda, E. (8 de enero de 1997). The Exhibition Official Guidebook. *Shōnen jump*.
- Otmazgin, M. D.-B. (2017). *The Anime Boom in the United States: Lessons for Global Creative Industries*. Boston : Harvard University Asia Center.

- Parada, D. (2010). *Manga - anime: Una expresión artística que subjetiva al Otaku*. Bogotá- Colombia : Fundación Universitaria Los Libertadores.
- Robinson, C. (2006). *Unsung Heroes of Animation*. Indiana: John Libbey Publishing.
- Schodt, F. (1986). *Manga! Manga!: World of Japanese Comics*. California : Kodansha.
- Smith, J. (2018). *Psicología del Consumidor: Influencias en las Decisiones de Compra*.
- Steinberg, M. (2012). *Anime's Media Mix: Franchising Toys and Characters in Japan*. Minnesota: University of Minnesota .
- Tyler, R. (2004). *Japanese Tales*. New York: VINTAGE INTERNATIONAL. RANDOM HOUSE.
- Uribe, D. (2010). *Una expresión artística que subjetiva al Otaku*. Bogotá - Colombia : Facultad de Psicología de la Fundación Universitaria Los Libertadores.
- Wells, P. (2007). Understanding Animation. *A de animación*, 13.
- Yaveroglu, I. D. (2005). Efectos sobre la participación visual, la memorización. *Journal of Marketing Communications*,, 87.

ANEXOS

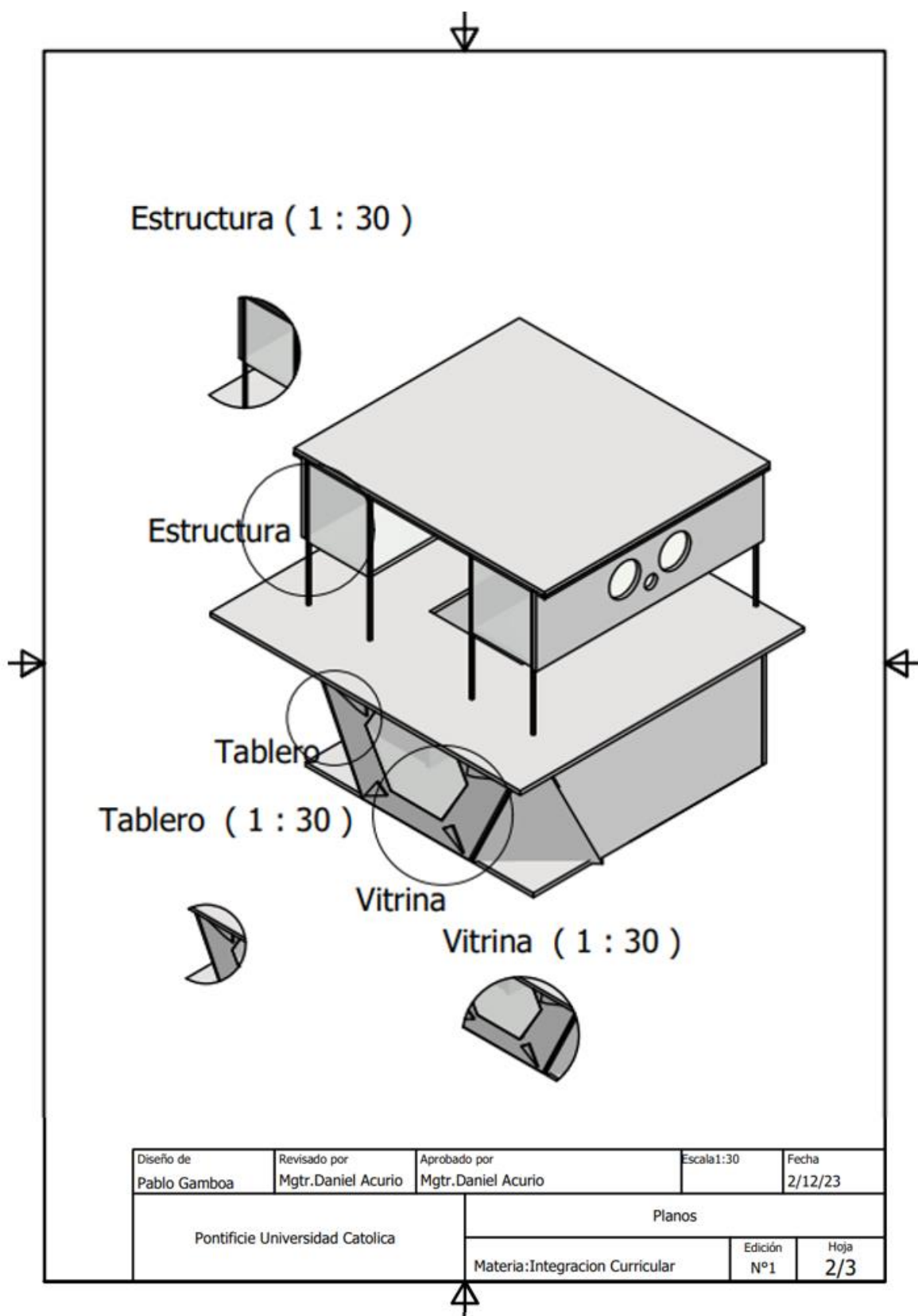
Anexo 1. Planos Generales

Figura N° 23. Planos generales 1



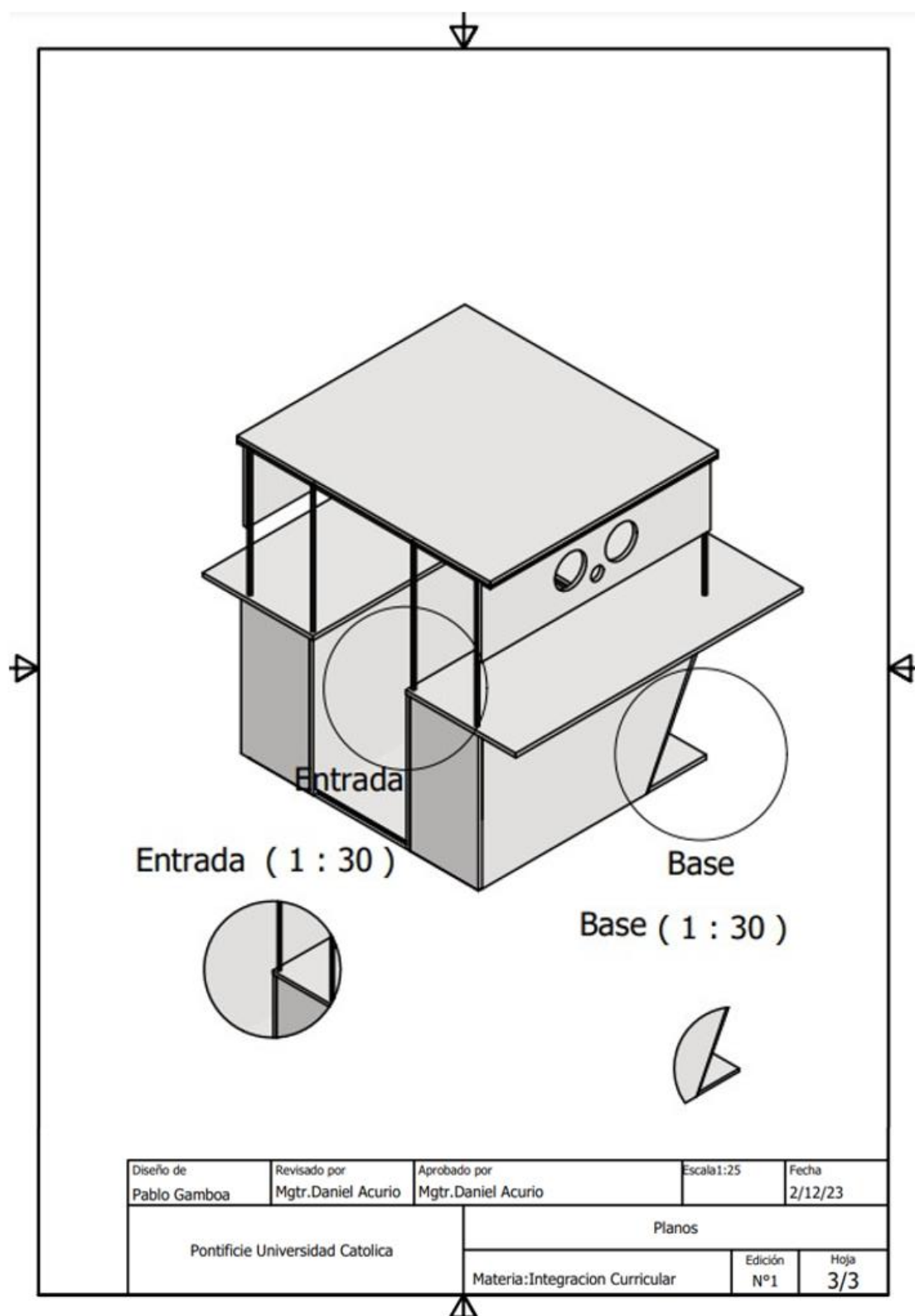
Fuente: elaboración propia

Figura N° 24. Planos generales 2



Fuente: elaboración propia

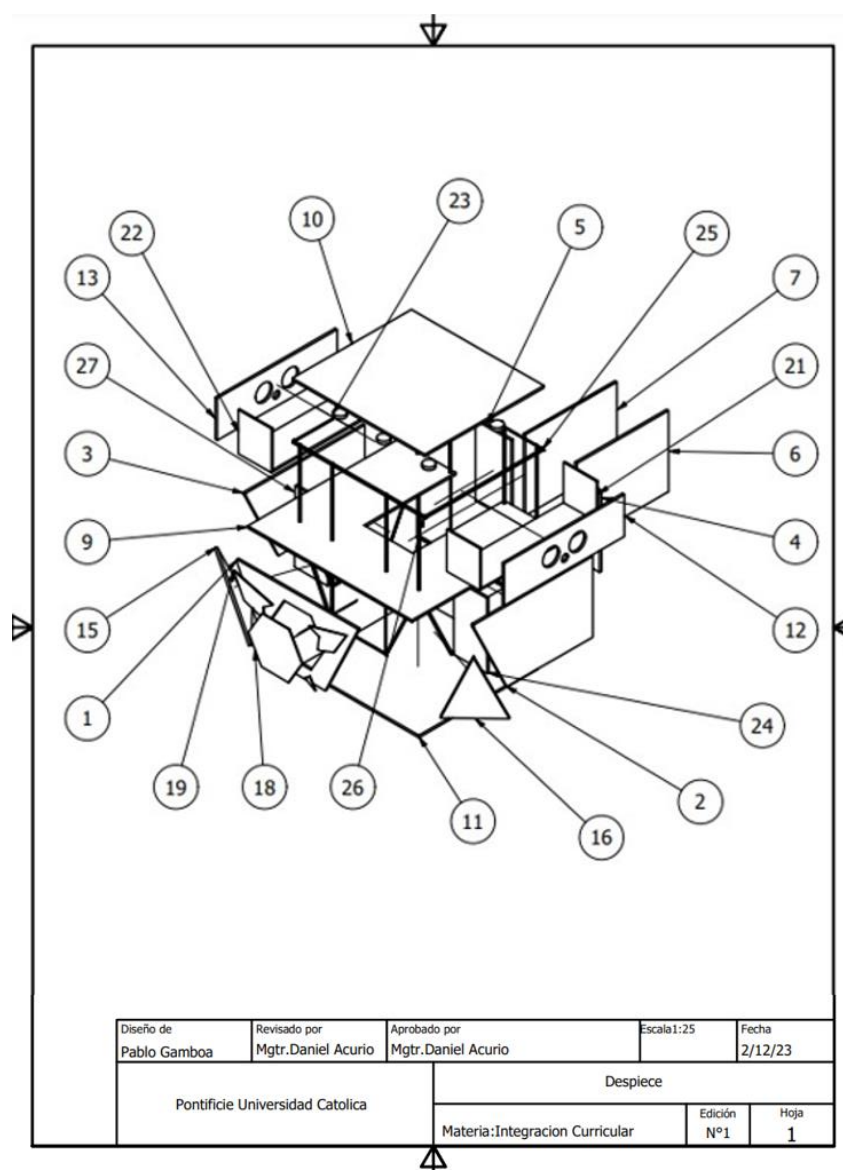
Figura N° 25. Planos generales 3



Fuente: elaboración propia

Anexo 2. Despiece

Figura N° 26. Despiece



Fuente: elaboración propia

Anexo 3. Lista de partes

Figura N° 27. Lista de partes

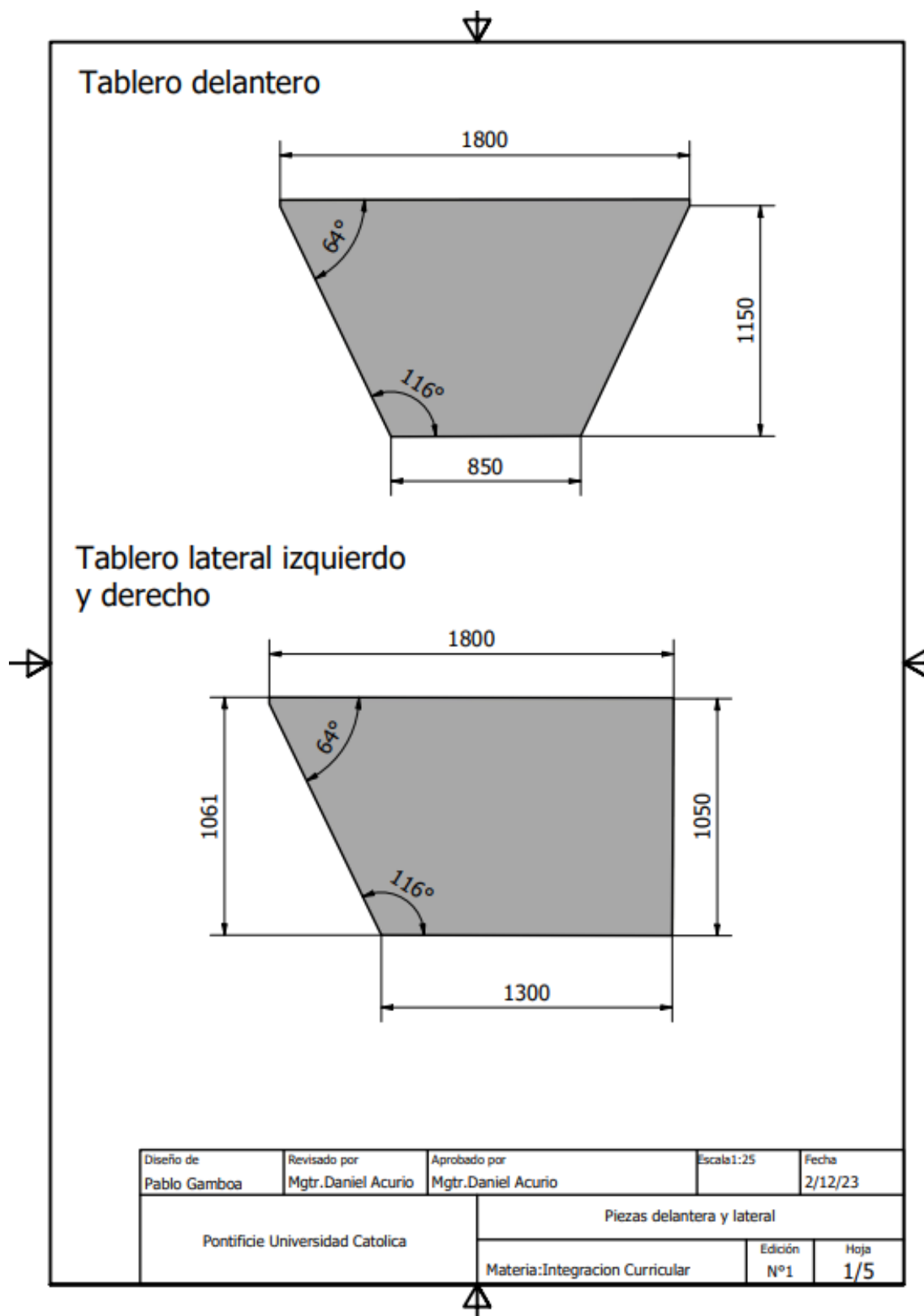
LISTA DE PIEZAS			
ELEMENTO	CTDAD	N° DE PIEZA	DESCRIPCIÓN
1	1	Tablero delantero	Tablero MDF de 9 mm
2	1	Pieza lateral derecha	Tablero MDF de 9 mm
3	1	Pieza lateral izquierda	Tablero MDF de 9 mm
4	1	panel trasero 1	Tablero MDF de 9 mm
5	1	panel trasero 2	Tablero MDF de 9 mm
6	1	panel interno izquierdo	Tablero MDF de 9 mm
7	1	panel interno derecho	Tablero MDF de 9 mm
8	1	panel interno frontal	Tablero MDF de 9 mm
9	1	Mesa	Tablero MDF de 9 mm
10	1	Techo	Tablero MDF de 9 mm
11	1	Piso	Tablero MDF de 9 mm
12	1	Panel superior derecho	Tablero MDF de 9 mm
13	1	Panel superior izquierdo	Tablero MDF de 9 mm
14	1	pieza lateral inclinada izquierda	Tablero MDF de 9 mm
15	1	Tapa inclinada	Tablero MDF de 9 mm
16	1	Tapa inferior inclinada derecha	Tablero MDF de 9 mm
17	1	Detalles techo	Tablero MDF de 5 mm
18	1	cristal 1	Cristas de 3 lineas de grosor
19	1	Detalle delantero	Tablero MDF de 9 mm
20	1	Perrila	Tablero MDF de 5 mm
21	1	Vitrina superior 1	Cristas de 3 lineas de grosor
22	1	Vitrina superior 2	Cristas de 3 lineas de grosor
23	1	Focos izquierdos	Focos led
24	1	Division almacenaje	Tablero MDF de 9 mm
25	42	ISO 4018 - M8 x 16	Tornillos de cabeza hexagonal
26	42	BS 3692 - M8	Tuercas hexagonales estrechas de precisión
27	1	Division tablero 2	Tablero MDF de 9 mm

Diseño de Pablo Gamboa	Revisado por Mgtr. Daniel Acurio	Aprobado por Mgtr. Daniel Acurio	Escala: 1:25	Fecha 2/12/23
Pontificie Universidad Catolica		Lista de partes		
Materia: Integración Curricular		Edición N°1	Hoja 1	

Fuente: elaboración propia

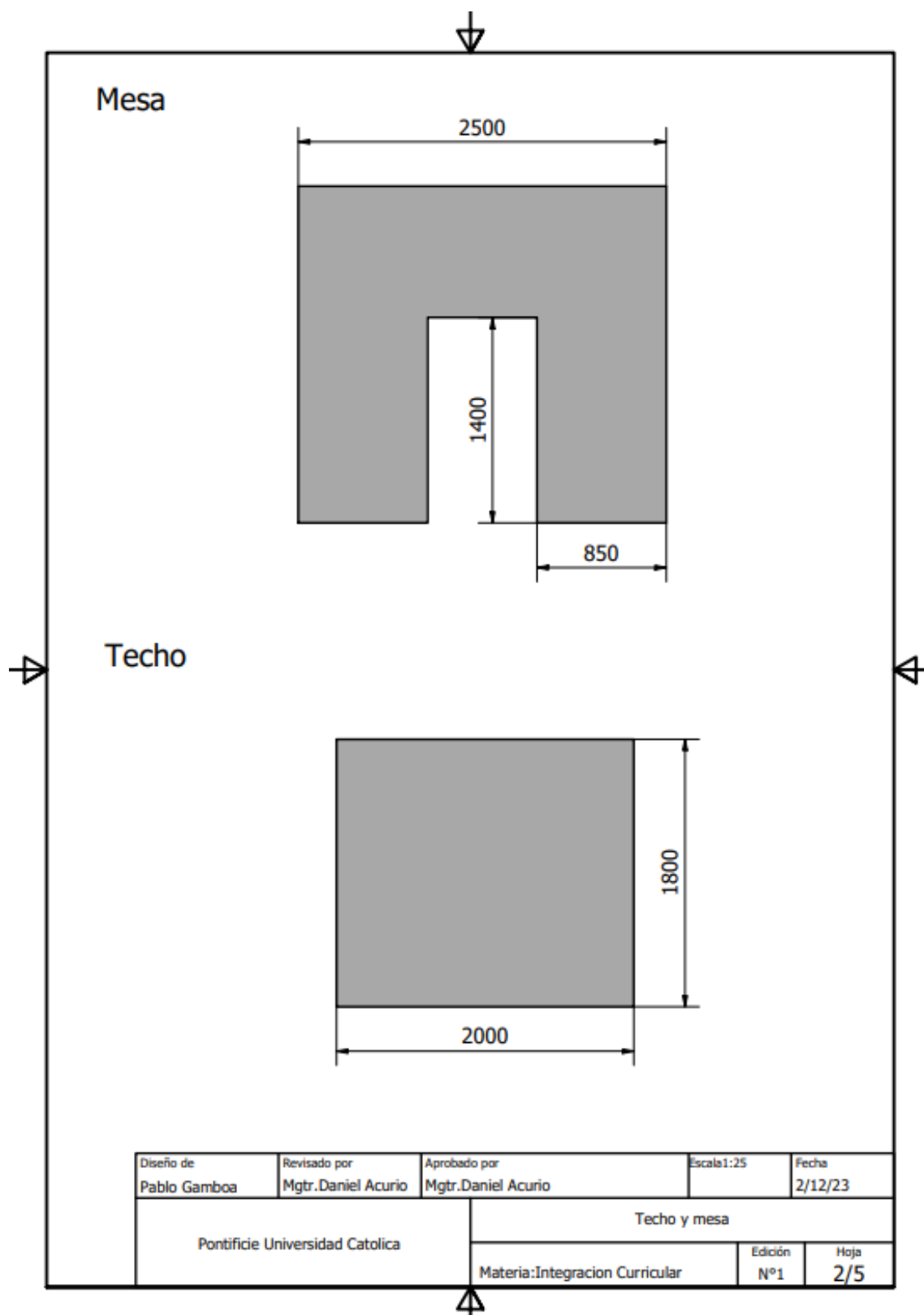
Anexo 4. Piezas

Figura N° 28. Piezas 1



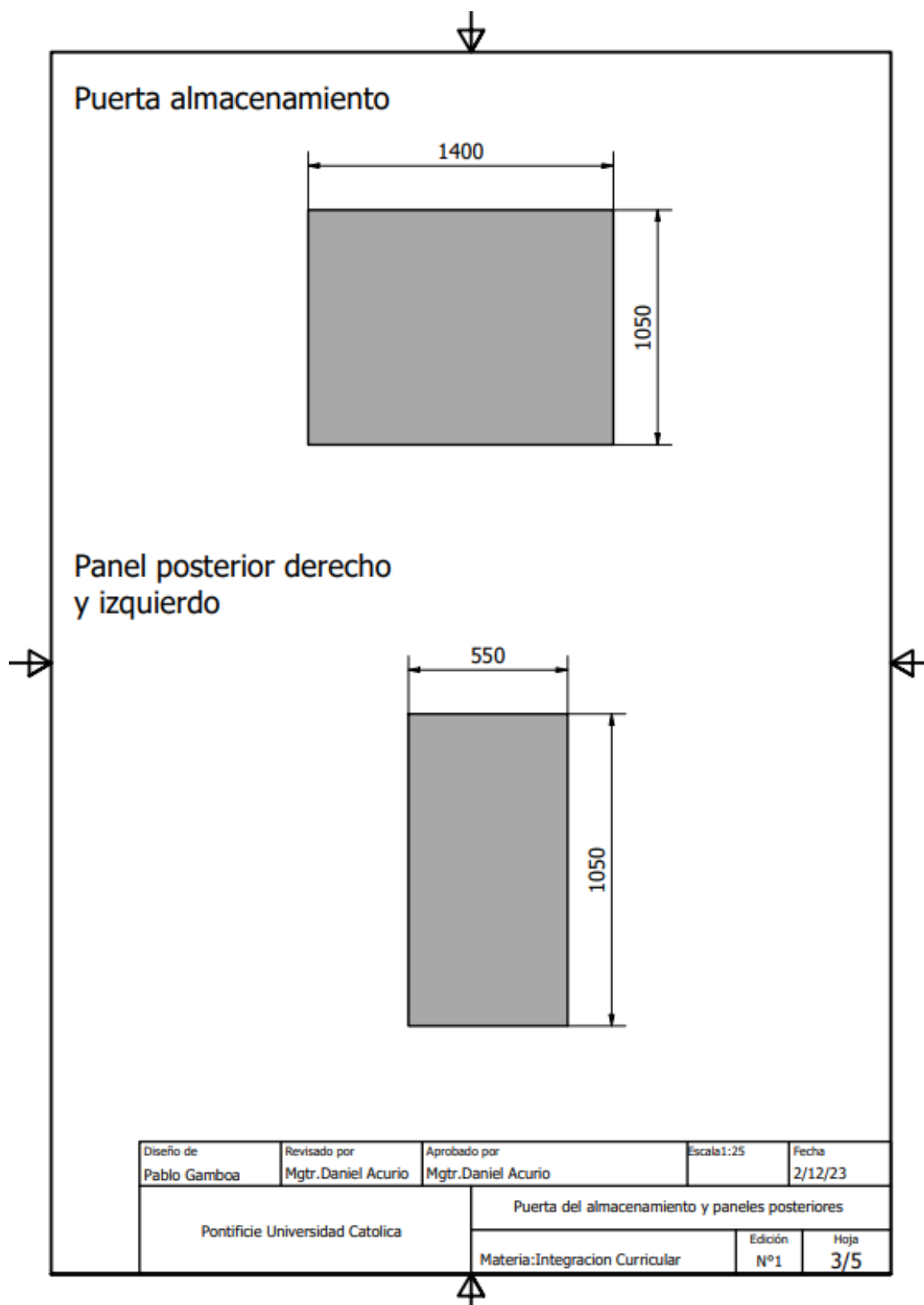
Fuente: elaboración propia

Figura N° 29. Piezas 2



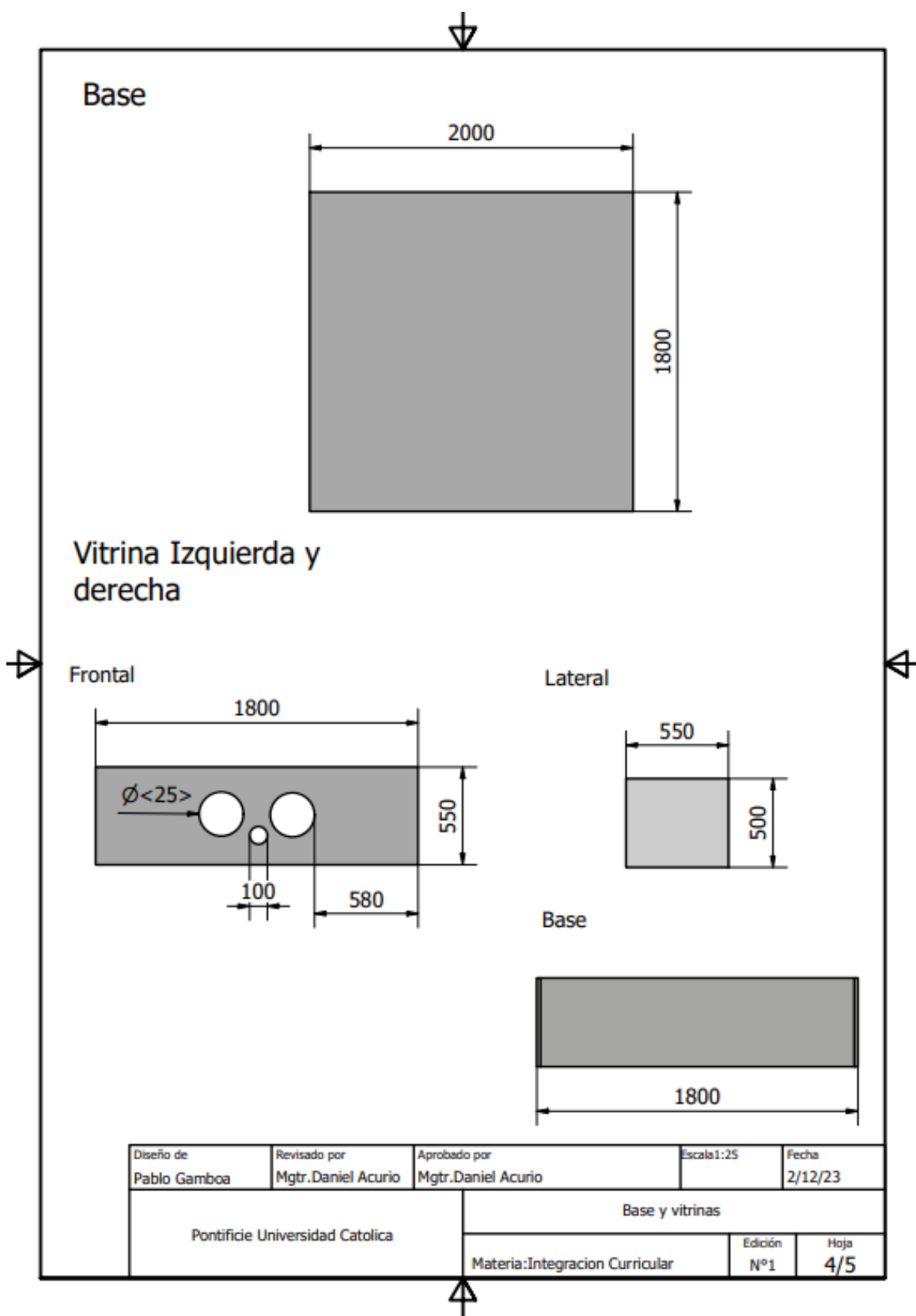
Fuente: elaboración propia

Figura N° 30. Piezas 3



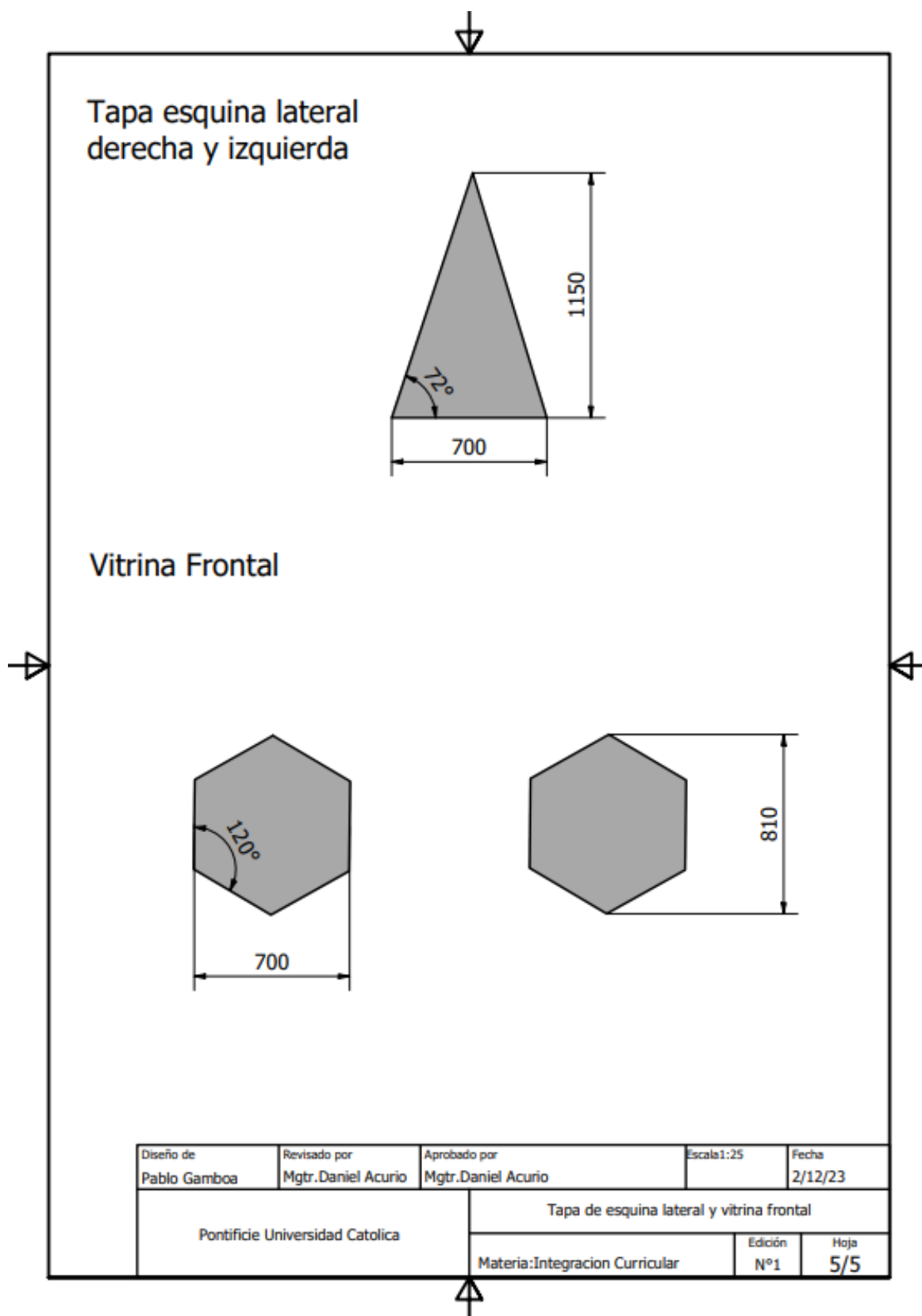
Fuente: elaboración propia

Figura N° 31. Piezas 4



Fuente: elaboración propia

Figura N° 32. Piezas 5



Fuente: elaboración propia