

**IMPLEMENTACIÓN DEL USO DEL ALUMINIO PARA LA ELABORACIÓN DE
ACCESORIOS DE DISEÑO**

MARÍA CATALINA ARANGO GUERRERO

**UNIVERSIDAD DE NARIÑO
FACULTAD DE ARTES
PROGRAMA DISEÑO INDUSTRIAL
SAN JUAN DE PASTO
2013**

**IMPLEMENTACIÓN DEL USO DEL ALUMINIO PARA LA ELABORACIÓN DE
ACCESORIOS DE DISEÑO**

MARÍA CATALINA ARANGO GUERRERO

**Trabajo de Grado presentado como requisito para optar al Título de
Diseñadora Industrial**

**ASESOR:
Guillermo Escandón
Diseñador Industrial**

**UNIVERSIDAD DE NARIÑO
FACULTAD DE ARTES
PROGRAMA DISEÑO INDUSTRIAL
SAN JUAN DE PASTO
2013**

“Las ideas y conclusiones aportadas en el trabajo son responsabilidad exclusiva de sus autores”

Artículo 1 de Acuerdo N° 324 de octubre 11 de 1966 emanada por el Honorable Consejo Directivo de la Universidad de Nariño.

NOTA DE ACEPTACIÓN

Presidente del Jurado

Jurado

Jurado

San Juan de Pasto, Mayo de 2013

CONTENIDO

	pág.
INTRODUCCIÓN	12
1. PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN	13
1.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	13
1.2 FORMULACIÓN DEL PROBLEMA	13
2. OBJETIVOS	14
2.1 OBJETIVO GENERAL	14
2.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS	14
3. JUSTIFICACIÓN	15
4. MARCO REFERENCIAL	16
4.1 ANTECEDENTES	16
4.2 MARCO TEÓRICO	19
4.2.1 La joyería	19
4.2.2 El descubrimiento del aluminio	20
4.2.3 La joyería en la actualidad	21
4.2.4 Nuevas tendencias en el diseño de joyería	21
4.2.5 Op Art	21
4.2.6 Importaciones de bisutería en Colombia	24
5. METODOLOGÍA	26
6. ESTUDIO DE MERCADO	27
6.1 ANÁLISIS DE MERCADO	27
6.2 MERCADO POTENCIAL	27
6.3 PERFIL DEL USUARIO	32
6.4 ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA	33
7. ETAPA PROYECTUAL	35
7.1 EJECUCIÓN	35
7.2 OBJETIVOS PROYECTUALES	35

7.3 REQUERIMIENTOS DE DISEÑO	36
7.4 PARÁMETROS DE DISEÑO	38
7.5 COLECCIÓN OPTIC-AL13	38
7.6 MANUAL DE MARCA	39
7.7 ETIQUETA	50
7.8 CATÁLOGO	51
7.9 EMPAQUE	54
7.10 PROPUESTAS	65
7.11 CONCLUSIONES DE LA EXPERIMENTACIÓN	70
7.12 BOCETACIÓN	71
7.12.1 Bocetación marca	71
7.12.2 Bocetación piezas	79
7.13 PROPUESTAS INICIALES	87
7.14 FASE EJECUTIVA – PROPUESTA FINAL	94
7.15 COSTOS	107
7.16 ESPECIFICACIONES TÉCNICAS	109
BIBLIOGRAFÍA	123
ANEXO	124

LISTA DE FIGURAS

	pág.
Figura 1. Representación gráfica del movimiento	22
Figura 2. Representación gráfica de Op Art	23
Figura 3. Perfil del usuario	32

LISTA DE CUADROS

	pág.
Cuadro 1. Consumo aparente de Joyería en Colombia	25
Cuadro 2. Importaciones de joyería y bisutería según posición arancelaria	25
Cuadro 3. Fases de diseño	26
Cuadro 4. Cronograma de trabajo	35

LISTA DE GRÁFICAS

	Pág.
Gráfica 1. Gusto por los accesorios	28
Gráfica 2. Frecuencia de compra	28
Gráfica 3. Necesidad de accesorios	29
Gráfica 4. Estilo de los accesorios	29
Gráfica 5. Tendencia de compra	30
Gráfica 6. Lugares de compra	30
Gráfica 7. Conocimiento del reuso	31
Gráfica 8. Compra del producto	31

RESUMEN

Las joyas son ornamentos de metales preciosos, llevados desde la antigüedad por individuos de todas las culturas como adorno personal y/o insignia social y hace parte de la vanidad del ser humano, por esto es considerado como un artículo de lujo. En el caso de las mujeres, los aretes, los collares, anillos, pulseras y diferentes clases de joyas juegan un papel importante en los accesorios que suelen llevar para distintos eventos.

Además, las joyas han sido durante siglos el regalo máspreciado, no solo en valor monetario, sino en el simbólico. Significan lujo, sofisticación y son el toque necesario para hacer lucir al máximo, el garbo y el porte de quien las usa.

Para el desarrollo de este proyecto, que consta de dos colecciones de accesorios de diseño, se ve la posibilidad de implementar el aluminio como material, que posee diversidad de características favorables en la creación de accesorios, por ser un material liviano, de fácil adquisición, hipoalérgico, de fácil manipulación y mantenimiento, además de generar un excelente acabado, el aluminio es un material que permite plantear ideas innovadoras, además de ser económico y con pocos referentes en el campo de diseño de accesorios.

ABSTRACT

Jewels are precious ornaments, taken from ancient individuals of all cultures for personal adornment and / or social badge and is part of the vanity of man, so is considered a luxury item. For women, earrings, necklaces, rings, bracelets and different kinds of jewelry plays an important role in the accessories that often lead to different events.

In addition, jewelry has been for centuries the most precious gift, not only in monetary value, but in the symbolic. Mean luxury, sophistication and are the touch to make it look full, the grace and poise of one who uses.

For the development of this project, which consists of two collections of designer accessories, you see the possibility of implementing the aluminum as a material that has a diversity of characteristics favorable in creating accessories, being a lightweight, easily acquired, hypoallergenic, easy handling and maintenance, in addition to generating an excellent finish, aluminum is a material that can bring innovative ideas, along with economic and a few references in the field of design accessories.

INTRODUCCIÓN

Los pueblos antiguos se proveían de conchas, piedras o flores a fin de fabricar sus accesorios y así poder obtener un poder mágico que se le asignaba a estos. En el Egipto antiguo, fuera de su aspecto decorativo, las joyas poseían funciones mágicas y religiosas, tanto por sus formas como por los materiales usados. En la edad media las joyas se reservaban a los religiosos, a los soberanos así como a los comerciantes. Estas eran entonces un símbolo de autoridad. Luego, se volvió el regalo ideal ofrecido a la persona amada, adornando así a su enamorada y así glorificando el amor cortesano.

El presente proyecto de investigación está encaminado a desarrollar accesorios contemporáneos hechos a mano con la utilización y exploración de materiales inusuales como el aluminio, con la combinación de materiales alternativos innovando en el manejo de los mismos, manteniendo un alto nivel de permanencia, siguiendo las tendencias actuales, creando así productos originales y exclusivos con el fin de satisfacer las necesidades del mercado en cuanto a moda y comodidad, además de generar beneficios económicos.

1. PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

1.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

Adornar el cuerpo ha sido parte esencial para el ser humano, desde siglos atrás se han creado accesorios con materiales orgánicos como cuentas de semillas, huesos, colmillos, escamas, minerales preciosos y semipreciosos, además de rocas o piedras preciosas o semipreciosas.

El uso de las joyas se implementó como una forma para diferenciarse ante los demás, las personas demostraban mayor nivel social y el lucir las joyas, era un privilegio fundamentalmente de la aristocracia.

En el transcurso del tiempo el concepto de la joyería ha evolucionado, implementando materiales alternativos, como telas, cuero, plástico, materiales de reúso y metales para la creación de accesorios, estos materiales no necesitan de un proceso complejo de adquisición y transformación de la materia prima como la plata, el oro y las piedras preciosas materiales que son de difícil extracción y por lo tanto tienen un valor económico elevado.

El ser humano ha transformado el concepto del uso de la joyería, ya no busca usar un accesorio únicamente por estatus, si no que aprovecha otra alternativa como la bisutería, que es la implementación de nuevos materiales para el desarrollo de accesorios más económicos con ideas de diseño, logrando moda e innovación en su estética. Al existir alternativas diferentes de materiales, también existen más opciones para escoger un accesorio al gusto de cada persona.

Para el desarrollo de este proyecto, que consta de dos colecciones de accesorios de diseño, se ve la posibilidad de implementar el aluminio como material, que posee diversidad de características favorables en la creación de accesorios, por ser un material liviano, de fácil adquisición, hipoalérgico, de fácil manipulación y mantenimiento, además de generar un excelente acabado, el aluminio es un material que permite plantear ideas innovadoras, además de ser económico y con pocos referentes en el campo de diseño de accesorios.

1.2 FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

¿Cómo implementar el uso del aluminio para la elaboración de accesorios de diseño?

2. OBJETIVOS

2.1 OBJETIVO GENERAL

Implementar el uso del aluminio para la elaboración de accesorios de diseño.

2.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Explorar los materiales y combinaciones inusuales logrando así un sello único para ofrecer al consumidor un producto de excelente calidad.
- Explorar nuevas técnicas y acabados para los accesorios de moda.
- Identificar las necesidades referentes a la moda y accesorios existentes en la mujer actual.
- Ofrecer al mercado diseños innovadores y originales por medio de la exploración de técnicas.
- Implementar conceptos básicos de diseño en el desarrollo de los accesorios.
- Aprovechar diferentes materiales, para el desarrollo de nuevas propuestas de diseño.
- Aplicar en los diseños las tendencias actuales, que faciliten la comercialización de los accesorios.

3. JUSTIFICACIÓN

Las mujeres sienten la necesidad de verse y sentirse bien con el vestuario y los accesorios y que usan, la imagen que se proyecta ante los demás es muy importante, tener una buena apariencia es llenar de optimismo el interior.

Los accesorios son una parte esencial en la estética de la mujer, desde inicios de los tiempos, la joyería constituye un valioso instrumento para representar las costumbres, tradiciones, creencias y gustos estéticos de una cultura.

Durante muchos años se han creado joyas en materiales preciosos con procesos de producción y adquisición de la materia prima de una manera compleja, que ha llevado a que estos tengan un mayor valor económico en el mercado. La joyería a través de los años ha evolucionado, y aunque su concepto no ha cambiado, si se ha creado otra rama por la implementación de nuevos materiales, técnicas y procesos menos complejos, lo que se conoce como bisutería, que ha llevado al ser humano tener nuevas alternativas para lucir.

En este proyecto se implementa el aluminio como material principal e innovador para la realización de bisutería, algunas de las características que favorecen el uso del aluminio son su durabilidad, peso ligero, ausencia de procesos de oxidación, resistencia a la tracción, aspecto visual que varía de plateado a gris pálido, dependiendo de la dureza de la superficie, no es tóxico, es un material hipoalérgico, maleable, la forma de obtención es más fácil y económica, además de ser el segundo metal más utilizado en diferentes campos debido a sus propiedades físicas.

4. MARCO REFERENCIAL

4.1 ANTECEDENTES

El trabajo de investigación está relacionado con la elaboración de accesorios en perfilería de aluminio. Para tener una idea clara se define lo que es accesorios, artículo que comprende todo aquello que complementa el vestido y cumple la función de acompañar y adornar las prendas de vestir.

En este aspecto tiene mucho que ver la moda que es una “apariencia temporal, que va cambiando con el tiempo, ya que obedece a una ley de evolución, de comercio, de trabajo, de variedad, y es la época reflejada en cosas físicas y morales”¹, que se presenta como una opción que se lleva o no dependiendo del gusto de cada persona, adicionalmente es un “proceso que transforma lo insignificante en significativo y consiste en motivación de compra: volver valioso lo incomprendible para el público”² hace referencia al impulso o fuerza que lleva a una persona a adquirir cierto comportamiento con el fin de satisfacer una necesidad insatisfecha, es este caso es la fuerza que empuja a una mujer a comprar accesorios para satisfacer la necesidad que tiene de obtener nuevos elementos complementarios

El diseño y la adquisición de este tipo de productos (accesorios) tienen que ver con el gusto o preferencia que tienen las mujeres por las formas o figuras de los accesorios y los materiales en que éstos están hechos.

Siguiendo con la elaboración de los antecedentes haré un poco de historia de la joyería y la bisutería, definiendo en primer lugar lo que es una joya, la cual es un objeto hecho de un metal noble y frecuentemente acompañado de piedras preciosas de mucho valor económico, con el fin de adornar el cuerpo humano.

Una vez hecha la definición de joya, se analiza el concepto de joyería, que es el “conjunto de técnicas especializadas en el trabajo de los metales nobles y gemas de valor con fines de carácter ornamental.

Los metales nobles se definen como un conjunto de metales cuyas características son su facilidad de trabajo y su aguante a la corrosión. Características que junto a su escasez en otros estadios históricos, les confieren un alto valor económico incluso en la actualidad. En un principio, el único metal denominado noble era el oro, pero con el descubrimiento de América por parte de los españoles, se unió a

¹ OCHOA, Lila. Colombia es moda, Editorial Planeta Colombiana S.A. 2007. p. 9

² ANDACHT, Fernando y colaboradores. Designis La moda y representaciones e identidad, Editorial Gedisa, Barcelona; 2001. p 59

este grupo la plata. Todos blancos y de muy alto precio. Es fácil suponer que con los medios técnicos de la época cualquier objeto hecho con estos metales perdurables fuese considerado un objeto de culto o joya. Era tal la importancia y la dificultad del empeño que cada metal englobaba una profesión, así el orfebre se dedicaba al oro, el platero a la plata, el herrero al hierro, etc”³.

Las joyas han existido a lo largo de la historia, en el tiempo del paleolítico se usaba la joya hecha de minerales y objetos naturales como huesos dientes, conchas, caracoles y objetos de fácil consecución, lo cual permitía diferenciar status y además se tenía la creencia que éstas tenían carácter mítico religioso, generándoles protección.

Con el descubrimiento del metal en la edad de Bronce la tendencia cambió y se desarrollaron las primeras técnicas de orfebrería como el repujado, el granulado y la filigrana de metales como oro y plata.

En el Antiguo Egipto se destacan por la pasión de la ornamentación y el diseño, enterrando a sus faraones y sacerdotes con sus pertenencias en especial las joyas, a las cuales les atribuían significados espirituales como talismanes, poderes terapéuticos, entre otros.

“En las tumbas del antiguo Egipto, han aparecido gran cantidad de sellos reales y escarabajos sagrados, construidos con piedras preciosas y se sabe que los notables de la corte de los faraones, acostumbraban a regalar grandes collares de piedras preciosas, cerámica o cristal.

El escarabajo fue un animal sagrado que representaba el renacimiento y la regeneración de la salida del sol, se usaba como amuleto, en pendientes, como sello en los anillos y se fabricaban en muchos tipos de gemas como el oro, lapislázuli, basalto, la turquesa, el vidrio coloreado, y el alabastro.

Las joyas más usadas en el uso diario eran las diademas, los collares de cuentas, los pectorales, brazaletes de aros articulados, y anillos. Los brazaletes de oro o plata estaban muy generalizados, era normal llevar dos de ellos en cada brazo, uno en la muñeca y otro encima del codo”⁴.

Los pendientes de gemas se usaban profusamente tanto por hombres como por mujeres, en todas las clases sociales y fueron muy populares sobre todo en el nuevo reino, uno de cuyos faraones, Akenaton introdujo la perforación del lóbulo de la oreja como se ve en las estatuas reales, que demuestran un uso muy extenso de este adorno.

³ Tomado de: <http://www.joyeriaantuna.com/inicio/informaci%C3%B3n/concepto-joya/>. Consultado enero de 2013.

⁴ Tomado de: <http://www.dejoyas.com/joyas-en-el-antiguo-egipto.php>. Consultado enero de 2013.

“Los antiguos pobladores de los países de América del sur, descubiertos por los españoles, ya conocían y trabajaban los metales nobles, particularmente el oro y la plata que fueron profusamente explotados y utilizados por las culturas precolombinas.

Además, tenían gran aprecio por muchas piedras preciosas, como la esmeralda, muy abundante en los territorios correspondientes a los actuales países de Brasil y Colombia. Los yacimientos arqueológicos de ciudades y tumbas de las civilizaciones precolombinas, demuestran una utilización muy extendida del oro y de piedras preciosas en ornamentos de sus jefes y en los objetos sagrados de sus sacerdotes, que fabricaban con oro, cristal de roca y piedras preciosas.

Los habitantes de México, Centro América y Colombia creaban joyas y figuritas de jade, turquesa y esmeralda y collares, brazaletes y pendientes trabajados en turquesa, jade y lapislázuli”⁵.

Dentro de los antecedentes es indispensable mencionar la historia de la bisutería la cual está estrechamente ligada a la investigación de este proyecto.

“Se denomina bisutería (del francés bijouterie) a la industria que produce objetos o materiales de adorno que imitan a la joyería pero que están hechos de materiales no preciosos.

La bisutería ha sido parte de la cultura durante casi 300 años (distinto de la joyería que data de tiempos milenarios). Durante el 1700 la bisutería se realizaba con vidrio y comenzó a recibir importancia, pero no fue hasta casi un siglo después, en 1800 que la bisutería de materiales semi-preciosos entró en el mercado. El uso de materiales semi-preciosos en la fabricación dio acceso a la masificación de la bisutería.

Pero el verdadero auge de la bisutería comenzó a mediados del siglo XX, durante la revolución industrial, que pudo dar, a la nueva clase media deseosa de poseer hermosas joyas de un modo económico, la posibilidad de poseer joyas de fantasía o bisutería.

La bisutería se hizo aun más popular por varios diseñadores de mediados del siglo XX, como por ejemplo: Crown Trifari, Dior, Chanel, Monet, Napier, Corocraft, etc. realizaban bisutería como complementos para sus trajes”⁶.

⁵ Disponible en: <http://www.dejoyas.com/joyeria-precolombina.php>. Consultado enero de 2013

⁶ Disponible en: http://www.artesymanualidades.com/sitio/contenidos_indice.php?c=256. Consultado enero de 2013

4.2 MARCO TEÓRICO

4.2.1 La joyería. Desde los orígenes de la humanidad se ha utilizado como ornamento los más heterogéneos elementos de la naturaleza, como queda demostrado por los encuentros arqueológicos que han hecho florecer elementos decorativos.

Históricamente el origen de la joyería es paralelamente al de la especie humana, que apareció con fines mágicos y de protección.

Las primeras manifestaciones del hombre prehistórico en relación con su adorno personal y su primitiva industria se remontan a las épocas superiores del Paleolítico. O sea de la piedra antigua, cuando el hombre habitaba en cuevas para buscar abrigo, cazaba con hachas de pedernal desconchado a golpes, renos y se pintaba el cuerpo de colores.

“Adquiere el cuero, Lo pinta de colores simples, los provee de agujeros, los enhebra con cuerda de fibra o tendón y se los cuelga en las extremidades como collares. Los adornos colgantes caracterizan al cazador primitivo y forman parte del ajuar de las sepulturas prehistóricas, a medida que perfecciona sus herramientas de piedra, el hombre de las cavernas utiliza también dientes de lobos y osos, con los cuales forman collares, algunos de estos dientes los colorea y otros los gravan con toscas figuras geométricas. Ya se observan ciertas diferencias en los dibujos, pero la composición se restringe a las formas más sencillas. Estos collares son trofeos de caza que le proporciona a la vez un destacado lugar en el orden social de las cavernas”⁷.

En la era Neolítica, hallara una difusión muy vasta, sencillos collares de huesos, marfil o ámbar en formas similares a la de los botones de hoy, eran ya en aquel entonces adornos que gozaban de general favor, cuando el Paleolítico tocaba su fin. Los pueblos antiguos se proveían de conchas, piedras o flores a fin de fabricar sus accesorios y así poder obtener un poder mágico que se le asignaba a estos.

En la edad media las joyas se reservaban a los religiosos, a los soberanos así como a los comerciantes. Estas eran entonces un símbolo de autoridad. Luego, se volvió el regalo ideal ofrecido a la persona amada, adornando así a su enamorada y así glorificando el amor cortesano, la joyería desde su principio a jugado un papel importante para las personas haciendo que el afán por ornamentarse pase de generación en generación y en los últimos tiempos se han incorporado nuevos materiales que han ensanchado aún más las posibilidades de esta disciplina artística.

⁷ Disponible en: <http://es.scribd.com/doc/123452042/Origen-Del-Diseno-32-000-a-c-Equipo-1>. Consultado Enero de 2013

4.2.2 El descubrimiento del aluminio. “El aluminio es el metal más abundante en la Tierra; un 7,85% de la corteza terrestre es aluminio. Sin embargo su descubrimiento pasó completamente desapercibido siendo como es, uno de los elementos más importantes en la tecnología moderna, cuya producción nos dará el índice de industrialización de un país en la primera mitad del siglo XX”⁸.

Se puede leer lo mismo en los textos chinos desde el siglo IV a.C. Por lo tanto, dado que las primeras referencias históricas radican en Egipto, Palestina y Grecia, cabe esperar que su nombre se haya propagado tal como otros muchos a través del Mediterráneo.

Los procesos primarios de obtención del aluminio eran muy costosos, por ello y por sus peculiares características, color y baja densidad fue llamado plata de arcilla apareciendo como metal precioso en la exposición universal de París de 1855. No era para menos, ya que en esa fecha costaba 30.000 francos el kilogramo. Este precio fue el que impidió el desarrollo de los proyectos de Napoleón III, por ello los científicos se afanaron en buscar procedimientos más económicos. Lo consigue Enrique Sainte-Claire Deville en 1859, y por fin el norteamericano Carlos Martin Hall, perfeccionando el método electrolítico de Davy en 1886. La experiencia inicial sólo dio lugar a la producción de 3,4 g de aluminio, aproximadamente una pepita de 1,3 cm. Sin embargo, quince días después y de forma totalmente independiente, el francés Paul Héroult patentó un procedimiento similar. La industria del aluminio se puso en marcha. El precio del kg cae en un 10.000%. Todo se hace de aluminio. Curiosamente, sólo un año antes, cuando se realizó el monumento conmemorativo a George Washington, se introdujo entre la piedra, una placa de aluminio como signo de valor. Mal habría de saberse que pasados muy pocos años, el aluminio estaría totalmente depreciado.

Actualmente el proceso ordinario de obtención del metal consta de dos etapas, la obtención de alúmina por el proceso Bayer a partir de la bauxita, y posterior electrólisis del óxido para obtener el aluminio.

“La recuperación del metal, se hace a partir de la chatarra, material viejo o deshechos (reciclado) era una práctica conocida desde principios del siglo XX. Sin embargo, es a partir de los años 1960 cuando se generaliza, más por razones medioambientales que estrictamente económicas, ya que el reciclaje consume el 5% de lo que consume la producción metalúrgica a partir del mineral”⁹.

⁸ Disponible en: www.quimicadas.wordpress.com/2010/08/06/el-indispensable-aluminio/. Consultado enero de 2013

⁹ Disponible en: Scientia et Technica Año XVII, No 46, Diciembre 2010. Universidad Tecnológica de Pereira. ISSN 0122-1701

4.2.3 La joyería en la actualidad. “Los avances tecnológicos en joyería, los nuevos métodos de talla de piedras preciosas y los nuevos métodos de tratamientos de las gemas han propiciado que el comercio de las joyas haya aumentado espectacularmente, de modo que personas de cualquier status social puedan tener acceso a ellas”¹⁰.

En definitiva hoy la joyería está socialmente más extendida que nunca y las joyas y piedras preciosas son admiradas por mayor número de personas que nunca. Hoy en día se encuentran importantes joyas trabajadas en plata y oro combinadas con cueros, fieltros, piedras, caucho y cualquier otro material que reúna las características necesarias para la elaboración de una pieza de joyería de excelente calidad y diseño.

4.2.4 Nuevas tendencias en el diseño de joyería. Las joyas de acero inoxidable resultan novedosas por su brillo, hipoalérgicas, livianas, inoxidable, constituyéndose en una obra de arte por las características de su diseño.

El acero inoxidable de cada pieza es resultado de alta tecnología, creando superficies de alta calidad. Este tipo de joyas son preferidas por sus cualidades, ya que es un metal anti-alérgico e inoxidable. Se presentan en gran diversidad de piezas como anillos, aros, pendientes, collares, pulseras, cadenas, joyas masculinas y más.

Las joyas de acero inoxidable también se elaboran en combinación con oro, perlas, piedras naturales, tratamientos en Pvd, gemas de colores y otros materiales alternativos como el aluminio, el caucho, maderas y resinas, en diseños sensibles y sofisticados. Son creadas bajo la más alta precisión, adaptándose a gran variedad de gustos con modelos finos, elegantes y urbanos.

El movimiento artístico Op Art y todo lo relacionado con sus características fue tomado de: <http://redgrafica.com/Red-Grafica-Latinoamerica>. Consultado en enero de 2013.

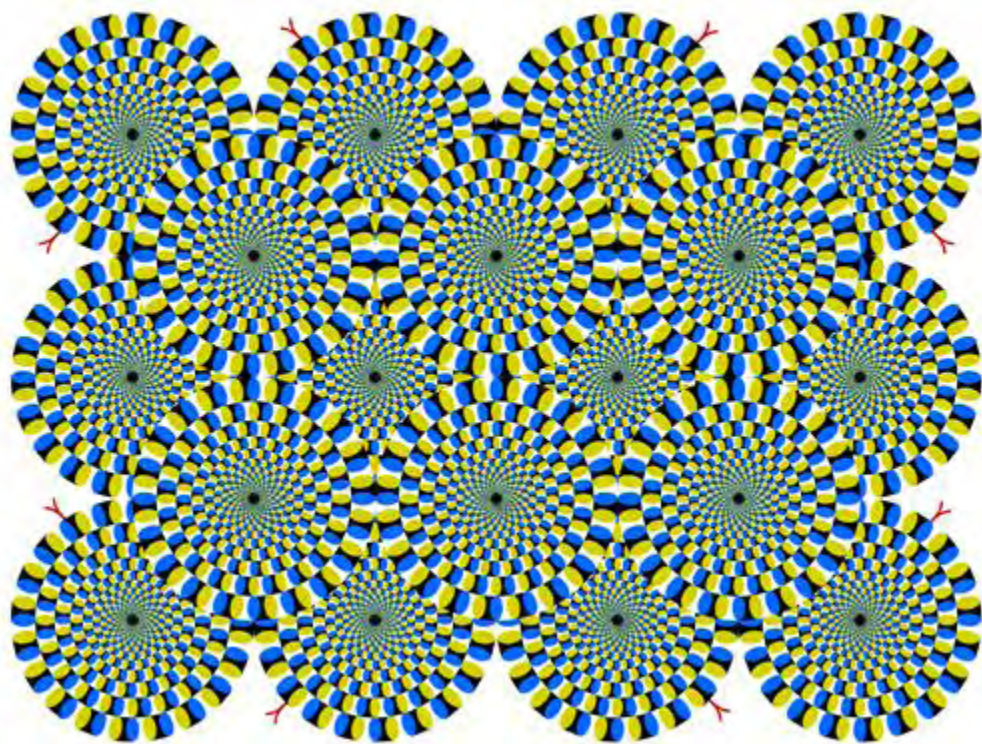
4.2.5 Op Art. El “Op Art” es una abreviación del término inglés optic art. El arte óptico es un movimiento artístico y una tendencia nacidos en Estados Unidos en el año de 1958. El Op Art utiliza fenómenos ópticos para producir imágenes pictóricas abstractas. Este tipo de arte crea sensaciones de movimiento en superficies bidimensionales.

El arte óptico surge como una variación o interpretación de la abstracción geométrica y se vale de principios científicos y estructuras repetitivas para crear ciertos efectos en el espectador quien en algunos casos puede cambiar la configuración de la propia obra.

¹⁰ Disponible en: http://www.ecured.cu/index.php/Piedras_preciosas. Consultado enero de 2013

Esta tendencia en el arte busca crear en el espectador una sensación de movimiento, gracias a efectos ópticos que desencadenan en el observador una respuesta visual y psicológica ante la sensación percibida. Este tipo de arte es de tipo técnico y en muchas ocasiones impersonal.

Figura 1. Representación gráfica del movimiento

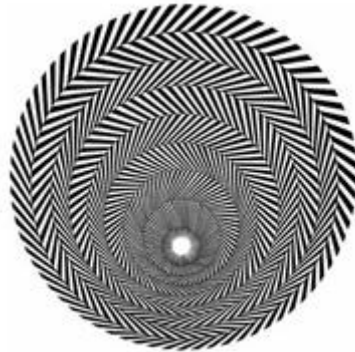


Fuente: <http://redgrafica.com/Red-Grafica-Latinoamerica>

El artista de Op Art, utiliza la construcción de perspectivas que el ojo no puede fijar en el espacio; empleando cierto tipo ilusiones ópticas como el efecto Rubin, que permite descubrir formas convexas a partir de figuras que comparten sus contornos; así como también el efecto moaré, propio de la industria de la impresión, que es producido por la incorrecta intersección de líneas de puntos, círculos concéntricos o líneas junto a otras ilusiones como perceptivas de inestabilidad, vibración o confusión.

Aunque el nacimiento de arte óptico como movimiento artístico data de finales de la década del 50, solo hasta mediados de los 60s se conformo como una tendencia formal, luego que el museo de arte moderno de New York (MoMa), organizara una exposición con el nombre de The Responsive Eye en 1965. En esta muestra los principales artistas de este nuevo tipo de arte dieron forma al nuevo estilo.

Figura 2. Representación gráfica de Op Art



Fuente: <http://redgrafica.com/Red-Grafica-Latinoamerica>

Una de las principales características del arte óptico es que rompe con tendencias inmediatamente anteriores en cuanto a la ausencia de emotividad en sus obras. El carácter técnico de sus obras se diferenciaba de artistas como Mark Rothko o Jackson Polloc líderes del expresionismo abstracto, una tendencia muy difundida en los círculos artísticos de estados unidos en la década del 50.

El arte óptico se diferencia del arte cinético porque el movimiento que intenta producir en el espectador es puramente sensorial-óptico, ya que sus obras son totalmente estáticas y la sensación de movimiento es producida puramente por efectos y no por movimiento real de las piezas o parte de la obra

CARACTERÍSTICAS DEL OP-ART

Es una evolución matemática del arte abstracto. Se usa la repetición de las formas simples. Los colores crean efectos vibrantes. Gran efecto de profundidad. Confusión entre fondo y primer plano. Hábil uso de las luces y las sombras. El resultado es el de un espacio tridimensional que se mueve. Aunque el movimiento no sea real, el efecto es de total dinamismo. En la retina se sienten vibraciones, altibajos, formas que emergen y se retrotraen.

las creaciones compuestas por patrones de repetición de líneas, cubos y círculos concéntricos, en los que predominaban el blanco y negro y la contraposición de colores complementarios.

Mediante la repetición de formas simples y un habilidoso uso de colores, luces y sombras, los artistas ópticos lograban en sus obras amplios efectos de movimiento, brindándole total dinamismo a superficies planas, las cuales

terminaban siendo ante el ojo humano espacios tridimensionales llenos de vibración, movimiento y oscilación.

El Arte Óptico se caracteriza por varios aspectos:

La ausencia total del movimiento real, todas sus obras son físicamente estáticas, lo cual lo diferencia del Arte cinético.

Se pretende crear efectos visuales tales como movimiento aparente, vibración, parpadeo o difuminación.

Usa los recursos de líneas paralelas, tanto rectas como sinuosas, contrastes cromáticos marcados, ya sea poli o bicromáticos, cambios de forma y tamaño, combinación y repetición de formas y figuras, entre otros recursos ópticos. Usa también figuras geométricas simples, como rectángulos, triángulos y circunferencias en tramados, combinaciones o formaciones complejas.

En muchos casos el observador participa activamente moviéndose o desplazándose para poder captar el efecto óptico completamente.

ESTILO

Este movimiento se caracteriza por la investigación y la expresividad del movimiento físico producido por el mecanismo del movimiento debido a las ilusiones perceptivas producidas por colores y valores muy contrastados en superficie y espacios modulados por formas geométricas.

4.2.6 Importaciones de bisutería en Colombia. La industria colombiana de joyería y bisutería está formada principalmente por pequeñas y medianas empresas. Este sector está compuesto por aproximadamente 22.518 empresas entre formales e informales dedicadas a la comercialización y producción de joyería y bisutería.

Según información del DANE, en 2010, la industria de la joyería desde el 2008 continúa con un excelente comportamiento y contribuyen al buen desempeño del macrosector de servicios. En el siguiente cuadro se muestra el consumo aparente de joyería en el país, en el que se puede apreciar que los artículos de bisutería y joyería representan en la producción bruta nacional el 12% de la producción total, sumando una producción de USD 63.354.012.000, y a su vez para el caso de las importaciones estos dos segmentos representan el 70% del total de las importaciones por un valor de USD 13.358.888.

Cuadro 1. Consumo aparente de Joyería en Colombia

Segmento	IMPORTACIONES		
	Promedio 2008-2010	Participación Segmento %	Consumo aparente
Piedras preciosas	736.405	3.86%	19.4062.394
Plata para fundición	3.105.780	16.28%	1.243.517.380
Oro para fundición	32.979	0.17%	455.939.526.027
Platino para fundición	10.646	0.05%	15.613.786
Artículos de joyería	5.047.412	26.46%	10.437.084.389
Artículos de orfebrería	1.829.939	9.59%	7.367.055.654
Artículos de bisutería	8.311.476	43.57%	52.826.225.879

Fuente: ASOJOYERÍAS, Bogotá, 2010

En Colombia, la plata es el metal precioso que más se importa en el país junto con el plaqué, es un metal hecho en bronce sometido a un baño de plata, los cuales tienen una participación del 12.90% tal se muestra en el cuadro siguiente:

Cuadro 2. Importaciones de joyería y bisutería según posición arancelaria

Posición Arancelaria	Descripción	USD	Participación %
7117900000	Las demás	6.344.380	28.90%
7113110000	De plata, incluso revestido o chapado de otro metal precioso (plaqué)	4.200.120	19.20%
7117190000	Las demás	4.016.494	18.30%
7112190000	De los demás metales preciosos incluso revestidos o chapados de metal precioso	3.170.342	14.50%
7115100000	Catalizadores de platino en forma de tela o enrejado	3.158.667	14.40%
7113200000	De chapado de metal precioso (plaqué) sobre metal común	414.249	1.90%
7117110000	Gemelos y pasadores similares	267.100	1.20%
7114111000	De la ley 0925	101.324	0.50%

Fuente: LEGISCOMEX 2010

Cabe destacar, que China es el principal proveedor de las importaciones colombianas de joyería y bisutería y posee una participación del 32% el cual representa 6.9 millones USD, le sigue Brasil con el 27% con USD 3,6 millones, Italia con 2,2 USD, Estados Unidos con 1,9 USD millones y México con 1.5 USD millones, el resto de países ocupan el 16%.

5. METODOLOGÍA

Para el desarrollo de este proyecto se toma como referente la metodología de Bruce Archer, el cual define que el proceso de diseño es un diálogo entre el diseñador y el mundo real, su concepto estructurado del problema y el modelo operativo (prototipo o maqueta) que utiliza para resolverlo.

El acto de diseñar supone cierta rutina reiterativa aplicada por turno a las diferentes partes del problema y en segundo recorrido a medida que el problema se establece y los efectos se van precisando.

Diseñar es una actividad que resuelve un problema para llegar a un fin.

Bruce Archer propone tres fases con sus respectivos componentes:

Cuadro 3. Fases de diseño

Fase analítica:
Recopilación de datos
Ordenamiento
Evaluación
Definición de condicionantes
Estructura y jerarquización
Fase Creativa:
Implicancias
Formulación de ideas rectoras
Toma de partido o idea básica
Formalización de la idea
Verificación de la idea
Fase Ejecutiva
Valoración crítica
Ajuste de la idea
Desarrollo
Proceso iterativo
Materialización

Fuente: método sistémico para diseñadores, según Bruce Archer

En el desarrollo de la investigación se tiene en cuenta los referentes y conceptos obtenidos en la investigación. Se concluye reutilizar la perfilera de aluminio como materia prima para la elaboración de la colección Optic-AI, utilizando el Op Art como referente para el diseño de las piezas, experimentando con el material y los resultados finales obtenidos, implementando técnicas aprendidas a lo largo de la carrera, realizando bocetos, pruebas y finalmente elaborar la producción.

6. ESTUDIO DE MERCADO

6.1 ANÁLISIS DE MERCADO

El mercado objetivo hacia el cual va dirigido el proyecto lo conforman mujeres entre los 25 y 40 años, de la ciudad de Pasto preferiblemente con algún tipo de ingreso permanente.

Pasto define una población estimada para el año 2012 de 423.217 habitantes entre población urbana y rural, según proyecciones de Planeación Municipal. De la totalidad cerca del 48.0% son hombres (203.114) y el restante 52.0% son mujeres (220.103).

El sector rural depende de la agricultura y la ganadería.

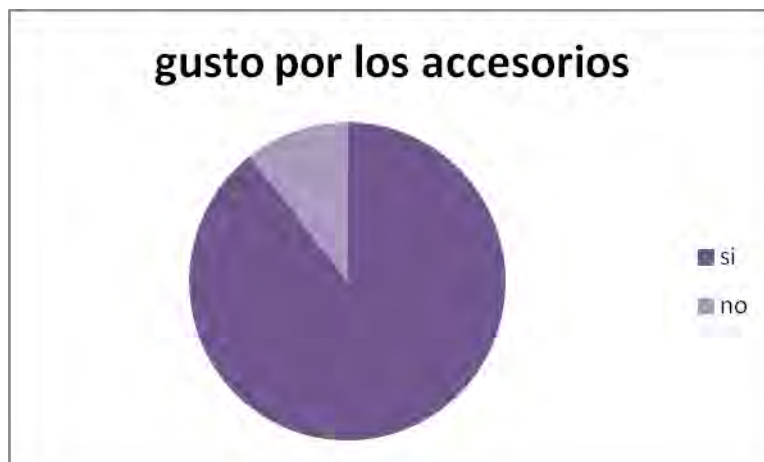
6.2 MERCADO POTENCIAL

Una referencia acerca del mercado potencial de la ciudad de Pasto lo establece el número de mujeres con edades entre 25 y 40 años. De acuerdo a las proyecciones del DANE por edad y sexo para el año 2012, se estiman 57.509 mujeres..

Con el fin de caracterizar el mercado objetivo y potencial, así como también establecer la tipología del consumidor, se efectuó un trabajo de campo consistente en la aplicación de una encuesta a mujeres entre los 25 y 40 años. Mujeres con un marcado gusto por las joyas y accesorios contemporáneos, trabajadoras independientes o ejecutivas de oficina, viven en sectores de la ciudad de Pasto como los barrios Morasurco, Palermo, El Dorado, La Colina, El Bosque, Las Cuadras, Valle de Atriz y San Ignacio.

Se efectuaron 300 encuestas estimadas con base en una población total de 57.509, considerando un margen de error del 5% y un nivel de confianza del 95%. Los resultados permiten obtener las siguientes conclusiones: (Anexo A.)

Gráfica 1. Gusto por los accesorios



Fuente: esta investigación

El 89.5% de las mujeres respondieron afirmativamente, el 10.5% dijeron que no, lo cual demuestra que las mujeres gustan de los accesorios para complementar su vestido.

Gráfica 2. Frecuencia de compra



Fuente: esta investigación

Con respecto a la frecuencia de compra se observó que el 49% lo realiza cuando le gusta algo, el 20.6% casi nunca, el 25.2% casi siempre, y el 5.2% restante manifestó que no compra.

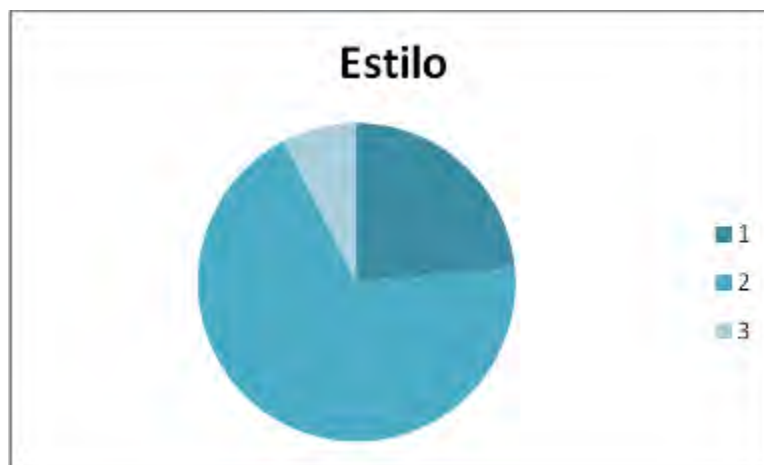
Gráfica 3. Necesidad de accesorios



Fuente: esta investigación

El 51.8% de las encuestadas consideran que los accesorios son necesarios mientras el 48.5% que no, lo cual implica que es un complemento para el uso diario corroborando la pregunta 1.

Gráfica 4. Estilo de los accesorios



Fuente: esta investigación

Al 23.5% le gustan los accesorios clásicos, 68.9% los accesorios contemporáneos y al 7.6% no le importa el estilo. Lo anterior indica que a las personas les gusta innovar y estar a la vanguardia de la moda.

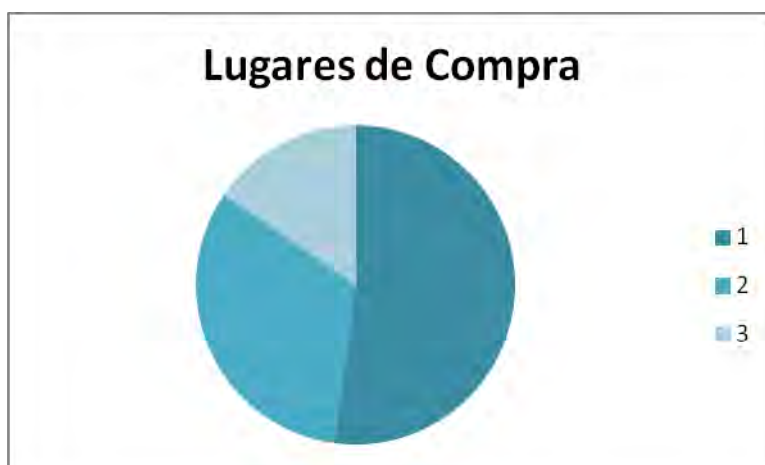
Gráfica 5. Tendencia de compra



Fuente: esta investigación

El 11.2% de las encuestadas se fijan en el material a la hora de comprar un accesorio, el 24.3% en el estilo, el 18.7% en el precio y el 45.8% restante en la exclusividad. Esto demuestra que las mujeres encuestadas están de acuerdo en lucir joyas de diseños exclusivos y no lo usual que se encuentra en el mercado.

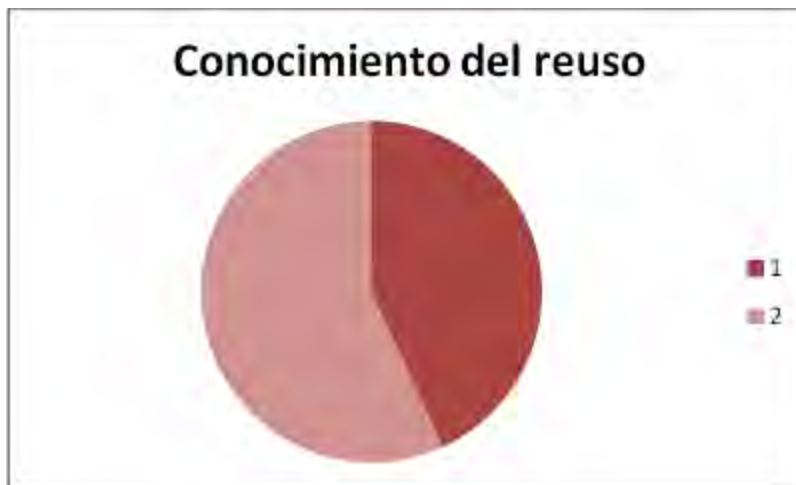
Gráfica 6. Lugares de compra



Fuente: esta investigación

Respecto a los lugares preferidos para hacer las compras se establecieron unos rangos que permitieron establecer que normalmente el 52.2% realiza compras en locales comerciales, el 32.4% por catalogo y el 15.4% por internet.

Gráfica 7. Conocimiento del reuso



Fuente: esta investigación

El 43.2% de las encuestadas conocen acerca de los accesorios con reuso de material y el 56.8% no los conocen aun. Esto demuestra que hay que realizar campañas encaminadas a la divulgación de los productos elaborados con materiales inusuales como la perfilería de aluminio.

Gráfica 8. Compra del producto



Fuente: esta investigación

El 96.7% compraría este tipo de productos, el 3.3% no lo harían. Las encuestadas mirando las imágenes presentadas están de acuerdo en utilizar accesorios elaborados con materiales diferentes a los convencionales.

A manera de conclusión se puede establecer que existe un amplio posicionamiento en el mercado de la ciudad de Pasto en la venta de accesorios para la población femenina. Dando cuenta así de 57.509 mujeres compradoras potenciales.

Igualmente existe una alta frecuencia en la compra y existe un mercado para las diferentes clases de productos.

No obstante a partir de estos resultados el proyecto identifica que los productos tienen buena aceptación por parte de los consumidores potenciales.

6.3 PERFIL DEL USUARIO

Género: mujeres

Edad: 25 -45 años de edad

Mujeres ejecutivas sofisticadas de 25 a 45 años de edad de estrato 4,5,6 medio alto mujeres fashion , que les guste estar en la última tendencia de la moda que los accesorios sean parte fundamental de su vestir por lo tanto serán de uso diario y que cada prenda necesite de accesorios diferentes según sea el color o la ocasión, dispuestas a pagar por diseños exclusivos y por accesorios realizados a mano de alta calidad e innovadores.

Figura 3. Perfil del usuario





6.4 ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA

JULIANA MARTÍNEZ ACCESORIOS
•Ubicación: local 303 centro comercial Sebastián de Belalcazar.
•Líneas de productos collares, aretes, bolsos, pulseras
•P.V.P. : \$7.000 -\$90.000
•Materiales: Piedras semipreciosas, fantasía, perlas, acrílico, herrajes, alambre de aluminio, semillas.
•Stock: 200 piezas
•Tipo: Productor y comercializador.
•Trayectoria: 8 años.
•Segmentación: Mujeres entre 25 a 50 años, estratos 4 y 5
•Tipo de venta: Local, catalogo,

XUA
•Ubicación: Local en el centro de la ciudad
•Líneas de productos: collares, aretes, anillos , topos, pulseras,
•P.V.P.: \$20.000 -\$120.000
•Materiales: Piedras semipreciosas, fantasía, perlas, Acrílico, madera, plástico, herrajes, cristales swarovski
•Stock: 500 piezas
•Tipo: Comercializador
•Trayectoria: 10 años
•Segmentación: Mujeres entre 18 a 60 años, estratos 4 y 5
•Tipo de venta: Local comercial

MIZU
•Ubicación: Local en el C.C. Sebastián de Belalcazar centro.
•Líneas de productos: collares, aretes, pulseras, topes, relojes.
•P.V.P.: \$18.000 -\$60.000
•Materiales: Piedras semipreciosas, acrílico, fantasía plástico herrajes y madera
•Stock: 300 piezas
•Tipo: Comercializadora
•Trayectoria: 3 años
•Segmentación: Mujeres entre 18 a 60 años, estratos 4 y 5
•Tipo de venta: Local comercial

WARMY
•Ubicación: local comercial pasaje el liceo
•Líneas de productos: Aretes, collares, pulseras, anillos,
•P.V.P.: \$10.000 -\$100.000
•Materiales: acrílicos, herrajes, resinas, cristales, swarovski
•Stock: 300 piezas
•Tipo: productora comercializadora
•Trayectoria: 4 años
•Segmentación: Mujeres entre 15 a 45 años
•Tipo de venta: locales comerciales

7. ETAPA PROYECTUAL

7.1 EJECUCIÓN

Fase Analítica:

- Problema
- Programación
- Información

Busca definir el problema de manera detallada, dando como resultados un programa específico de desarrollo que nos permita obtener datos, imágenes, documentos, etc.

A partir del planteamiento del problema, en el cual se describen las dificultades que se encontraron en el entorno, obteniendo como resultado un análisis de observación que define el problema. Al lograr esta definición se plantea un cronograma de trabajo que le da orden a los procesos y procedimientos para desarrollar el proyecto.

Cuadro 4. Cronograma de trabajo

Semana	Contenido temático	Metodología	E. practico
Semana 1-3	Identificación de referentes y temas que servirán como punto de partida en el diseño de la colección de los accesorios.	Investigación de los diferentes referentes. selección de temas.	Recolección de información en internet, bibliografía sobre joyería.
Semana 4-6	Selección de conceptos.	Selección de temas y conceptos de movimientos artísticos y de diseño para el desarrollo de los accesorios.	Selección y clasificación de los conceptos requeridos.
Semana 7	Recolección de materiales.	Identificación y selección de materiales.	Recolección y selección del material en las construcciones de la ciudad de Pasto.
Semana 8-10	Experimentación y pruebas de los materiales.	Selección de los diferentes materiales.	Pruebas a realizar en el taller dependiendo de las propiedades de cada material.
Semana 11	Resultados de la experimentación de materiales.	Selección de pruebas realizadas.	Determinación de pruebas exitosas de algunos materiales.
Semana 12	Análisis de tipologías y determinación de parámetros de diseños.	Análisis de productos realizados en el taller.	Selección de parámetros.
Semana 13	Sondeo del mercado.	Elaboración de un formato tipo encuesta para mujeres entre los 25-45 años de la ciudad de Pasto.	Recolección de información tabulación y análisis de las encuestas.
Semana 14-15	Diseño de bocetos de las líneas de productos.	Selección de tema y concepto para desarrollo de bocetos.	Elaboración de bocetos.
Semana 16	Diseño de bocetos finales para las líneas de productos.	Selección de tema y concepto para desarrollo de bocetos.	Modificación de bocetos anteriores, selección de bocetos finales.
Semana 17	Presentación de fichas y planchas técnicas.	Elaboración de planos técnicos en software.	Elaboración y presentación de planos técnicos en papel e ilustrador.
Semana 18-20	Elaboración de prototipos de líneas de productos.	Control y registro fotográfico de los procesos.	Manejo y aplicación de técnicas de elaboración de los productos trabajo en el taller.
Semana 21	Elaboración de cuadros de costos de producción.	Recolección de información de costos, inversiones y tiempo de elaboración de los productos.	Determinación de costos para establecer precios de productos.
Semana 22	Diseño y propuesta de logotipo y empaque.	Selección de tipologías para empaque y desarrollo de logotipo.	Propuesta de final de empaque y logotipo.
Semana 23	Presentación del proyecto. Pre-sustentación.		
Semana 24	Presentación del proyecto. Sustentación.		

Fase creativa:

- Análisis
- Síntesis
- Desarrollo

Al organizar tiempos y procesos, inicia con la recolección de información que toma gran parte de la investigación para dar solución de forma clara al problema para completar esta etapa es necesario desarrollar una investigación exploratoria y descriptiva mediante encuestas y entrevistas que nos permiten lograr nuevos conocimientos.

Fase ejecutiva:

Comunicación
Solución

Con los resultados obtenidos en la investigación continuamos con el proceso de análisis y síntesis de datos haciendo uso gráficas estadísticas que reúnan la información analizada.

7.2 OBJETIVOS PROYECTUALES

Objetivo General

Diseñar una colección de productos basada en el reuso de perfilería de aluminio.

Objetivos específicos

- Definir un concepto a partir del op art.
- Definir requerimientos de diseño estético-formales, práctico-funcionales, simbólicos y ergonómicos.
- Realizar propuestas de diseño basadas en los parámetros resultantes de la investigación.

7.3 REQUERIMIENTOS DE DISEÑO

REQUERIMIENTOS DE USO

- Seguridad: se debe considerar que el material a emplear es el aluminio que no causa ningún tipo de alergia ni problemas al usuario debido a sus acabados finales.
- Mantenimiento: El producto debe contemplar la posibilidad de que el usuario lo mantenga fácilmente, El producto no debe estar en contacto con sustancias como cremas o perfumes o cualquier sustancia que contenga alcohol.

- Antropométricos: el producto debe considerar las medidas estándar del cuello 42 cm y la muñeca 20 cm para collares y pulseras.

REQUERIMIENTOS FUNCIONALES:

- Acabado: el aluminio debe pasar por un proceso de pulido, brillado como acabado final del producto.
- Técnica: Armado de piezas; perforación de la pieza y la unión será por medio de alfileres de níquel.
- Metales: Aluminio y plata
- Polímeros: resina acrílica y resina gemela.
- Tipo de producto: collar, pulsera, aretes, anillo.
- Frecuencia de uso: Los accesorios están contemplados para el uso diario.

REQUERIMIENTOS TÉCNICO PRODUCTIVOS:

- Materia prima: aluminio.
- Insumos: resinas gemelas, resina acrílica, vitrasetas, argollas, garfios, alfileres de bisutería, cadenas de plata ley 925, pico de loro, balines, tubos de plata ley 925.
- Mano de obra: debe contemplarse los oficios artesanales de la ciudad de Pasto.

REQUERIMIENTOS SIMBÓLICOS:

- Aplicar conceptos del “Op art” o arte óptico, movimiento pictórico que es una corriente artística abstracta, basada en la composición pictórica de fenómenos puramente ópticos, sensaciones de movimiento en una superficie bidimensional, engañando al ojo humano mediante ilusiones ópticas. Se utilizan estructuras de repetición con un orden claro.

REQUERIMIENTOS ESTRUCTURALES:

- Estructurabilidad: Debe contemplarse que todas las partes del producto conformen el adecuado equilibrio cuando interactúa con el usuario.
- Número de componentes: la cantidad de componentes depende de el diseño de cada pieza no superior a 7 componentes.
- Unión: el sistema de integración se utilizaran alfileres de bisutería, cadenas, argollas estos dependerá del diseño de cada pieza.

REQUERIMIENTOS ESTÉTICO FORMALES:

- Color: Se deben manejar colores complementarios y fuertes en varias gamas y colores neutros de acuerdo a la tendencia 2013.

- Textura: se deben manejar texturas táctiles y visuales, se manejan composiciones visuales para crear texturas
- Forma: formas geométricas como el cuadrado, el círculo, el rectángulo, la línea, niveles concéntricos, radiación, concentración, gradación, ritmo.

REQUERIMIENTOS TÉCNICOS:

Se realizaran 9 líneas de accesorios que cada una de ellas contaran de:

- Collar, pulsera, aretes, anillo.
- Las pulseras, anillos y collares deben ser ajustables.
- Debe permitir una buena legibilidad en sus cierres.
- Debe existir compatibilidad entre los materiales utilizados.

7.4 PARÁMETROS DE DISEÑO:

- Los accesorios serán elaborados a mano.
- Los accesorios serán fabricados con técnicas limpias.
- Los diseños serán conceptuales basados en referentes del óp. art.
- Todos los accesorios llevaran piezas en aluminio y resina

7.5 COLECCIÓN OPTIC-AL13

Es colección está concebida desde el estudio del movimiento op art y aprovechando las características físicas del aluminio; como resultado gracias a la mezcla de materiales y texturas obtenemos piezas de colores brillantes, texturas atrevidas, formas sencillas e interesantes en su composición y seductoras al ojo humano, con un acabado final similar a la plata, livianas y económicas.

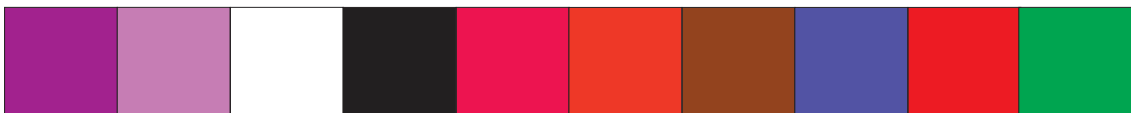
La colección está compuesta por nueve líneas caracterizadas por gradación de tamaño y color, repetición de forma, ritmo, concentración, sobre posiciones, aplicación de positivo y negativo y juego de estructuras básicas.

LÍNEA GRADACIÓN
LÍNEA GRAVEDAD
LÍNEA INTERSECCIÓN

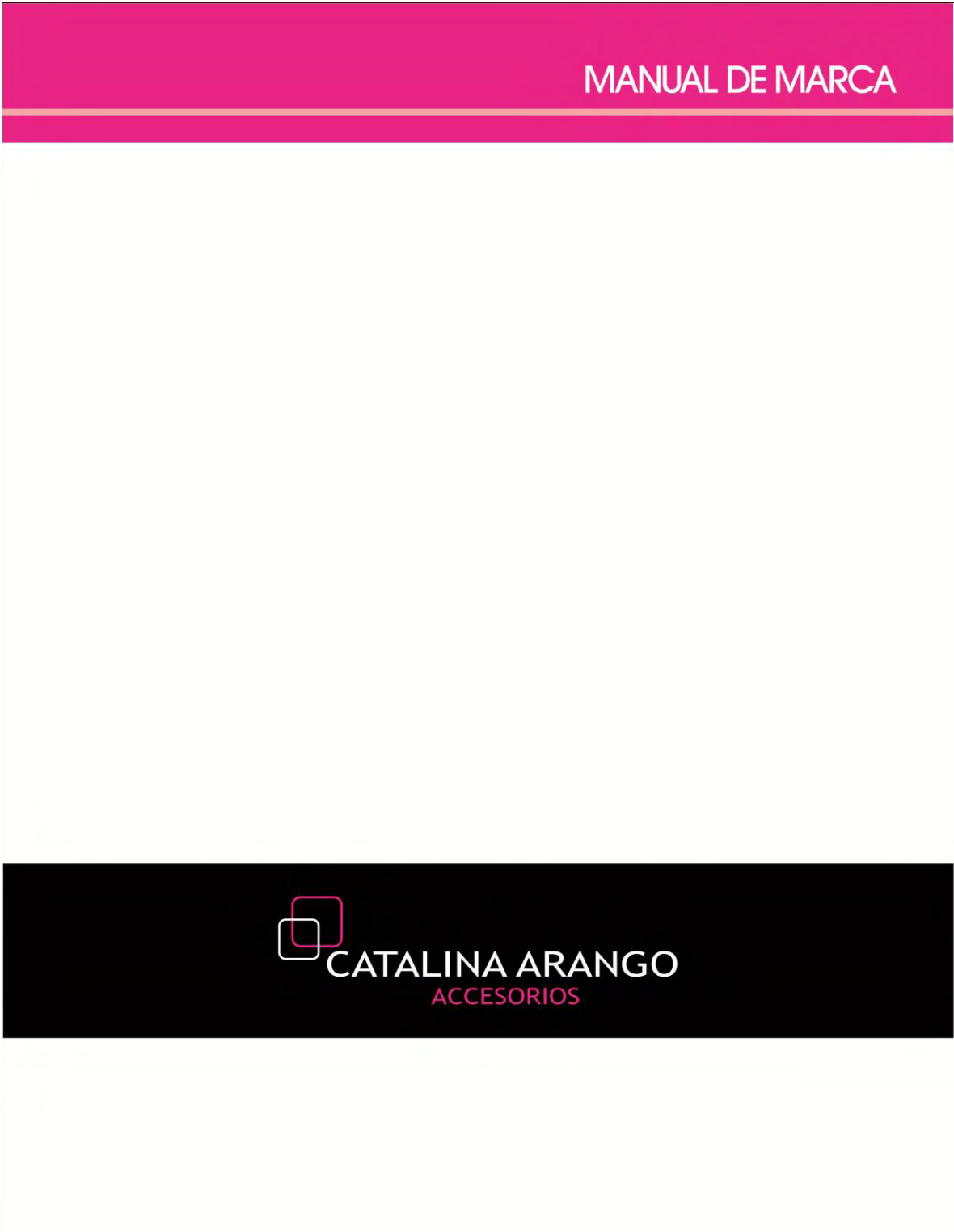
LÍNEA +MENOS
LÍNEA LABERINTO
LÍNEA ROJO

LÍNEA CONCÉNTRICA
LÍNEA FLOTANTE
LÍNEA RECTANGULAR

PALETA DE COLOR



7.6 MANUAL DE MARCA



PROPOSITO Y USO DE ESTE MANUAL



Este manual conjuga las normativas de la identidad visual de la marca CATALINA ARANGO ACCESORIOS, a la vez que los lineamientos a seguir al momento de crear las comunicaciones.

Es por tanto una herramienta sumamente útil para todos quienes deban trabajar con ella, por lo que se recomienda su consulta permanente.

Este documento define todo un sistema de formas, colores, conceptos y lineamientos para contribuir a las transmisiones de una imagen consistente y ordenada. Estas guías no intentan limitar la creatividad a la hora de comunicar, ni incluyen la resolución de todos los problemas o dudas que puedan surgir durante su proceso.

Su fin es brindar las pautas generales que ayudaran a encontrar las soluciones necesarias, siempre en base al correcto uso de las normas y principios de identidad

ESTRUCTURA Y UBICACION



JUSTIFICACION

El Simbolo esta ubicado verticalmente desde el inicio de la letra C y comparte un area del 20% de la misma. La palabra ACCESORIOS esta centrada debajo del nombre CATALINA ARANGO



PANTONE
Process
Black C



PANTONE
Process
Magenta



PANTONE
Trans
White

JUSTIFICACIÓN

El logotipo debe ser aplicado sobre la guía universal de PANTONE por mezclas complemento o a través de tramas CMYK (Policromía)

LOGOSIMBOLO A BLANCO Y NEGRO



JUSTIFICACIÓN

El logotipo puede ser aplicado a blanco y negro o una sola tinta siempre y cuando en el material o sustrato que se maneje tenga limitantes de otros ordenes y no se pueda manejar en sus colores corporativos.



Trebuchet MS

Archivo de fuente TRUE TYPE

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
0123456789

JUSTIFICACIÓN

Estos son los alfabetos que se deben usar para el logotipo y sus aplicaciones

REDUCCION MINIMA DEL LOGOSIMBOLO



← Espesores de puntos y altura de letras
no menor a 0.5 pts

JUSTIFICACIÓN

Las reducciones del logotipo siempre se harán por la diagonal.
Los espesores de los marcos que recoge los elementos
en reducciones no pueden ser menores a 0.5 puntos.
(Terminología tipográfica para altura de letras y espesores de líneas)

APLICACIONES NO PERMITIDAS



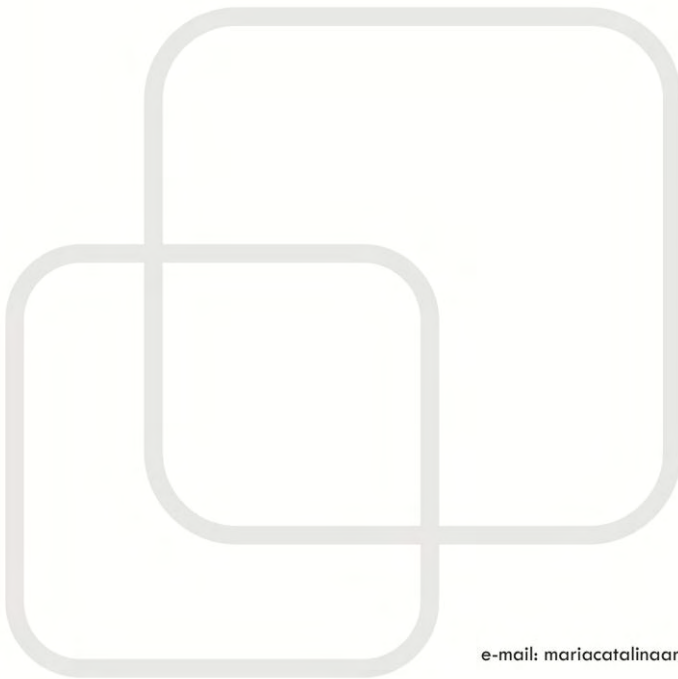
JUSTIFICACIÓN

Por ninguna razón el logotipo se podrá modificar o cambiar sobre su composición original ni colocar bajo fondos o tramas que cambien sus colores originales.



JUSTIFICACIÓN

Se puede utilizar fondos, fotografías, texturas o tramas siempre y cuando sean el opuestos a sus colores para no caer en perdida de la imagen.



TARJETA PERSONAL

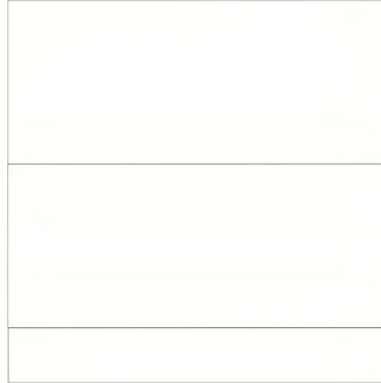


SOBRE CARTA



7.7 ETIQUETA

ETIQUETA DE PRODUCTO



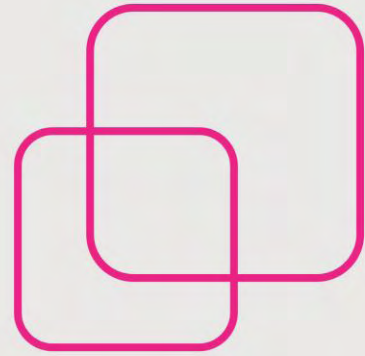
JUSTIFICACIÓN

Etiquetas para diferentes tipos de productos llevando la misma identidad corporativa.
Impresas en papel propalcote de 300grms y acetato de 240 grms

7.8 CATÁLOGO



C A T A L O G O



Ref:
Valor:

Ref:
Valor:

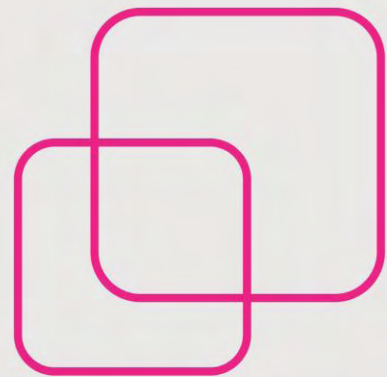


 CATALINA ARANGO
ACCESORIOS

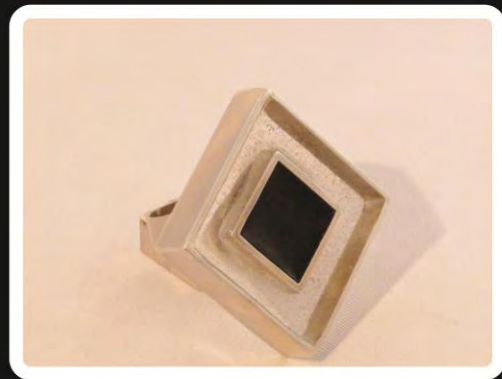
e-mail: mariacatalinaarango@gmail.com - Cel. 300 788 68 49 - Pasto. Col.



C A T A L O G O



Ref:
Valor:

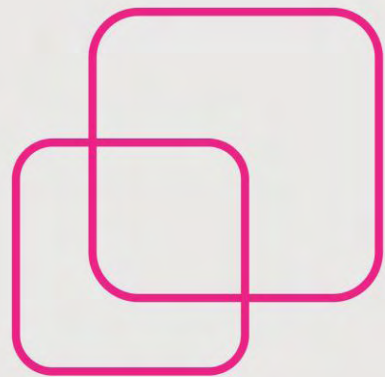


Ref:
Valor:





C A T A L O G O

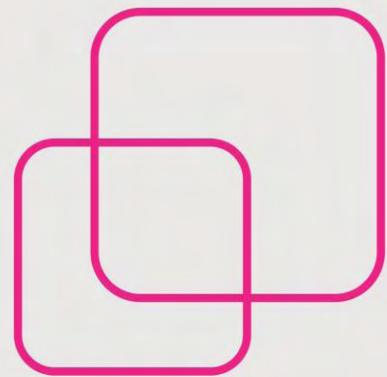


Ref:
Valor:

Ref:
Valor:



C A T A L O G O



Ref:
Valor:

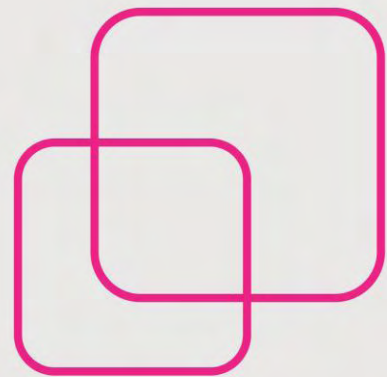


Ref:
Valor:





C A T A L O G O

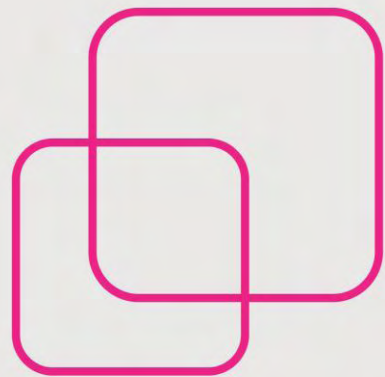


Ref:
Valor:

Ref:
Valor:



C A T A L O G O



Ref:
Valor:

Ref:
Valor:



C A T A L O G O



Ref:
Valor:

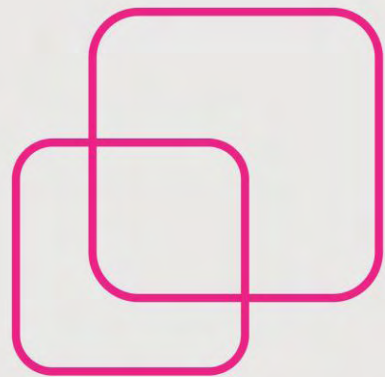


Ref:
Valor:





C A T A L O G O



Ref:
Valor:

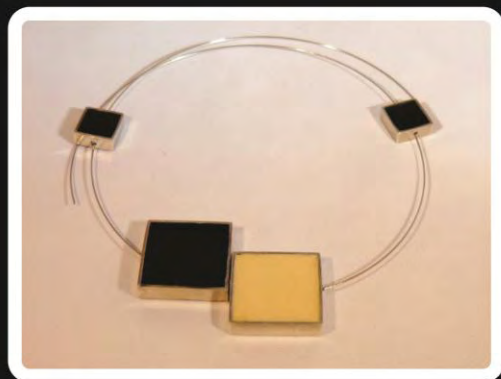
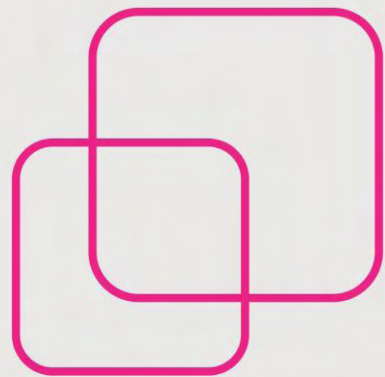


Ref:
Valor:





C A T A L O G O



Ref:
Valor:

Ref:
Valor:

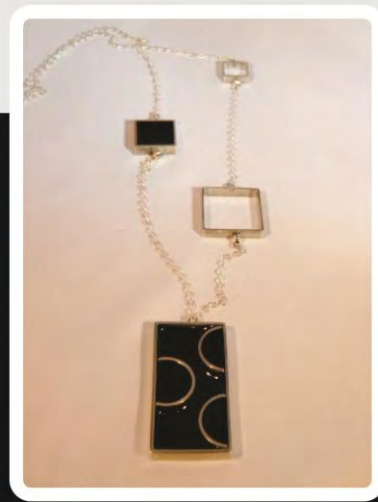




C A T A L O G O



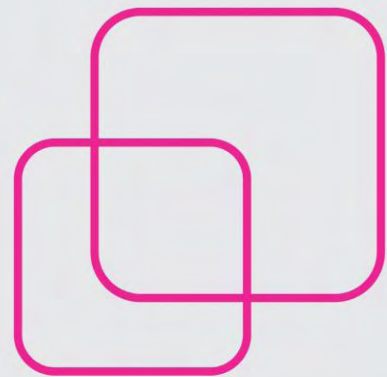
Ref:
Valor:



Ref:
Valor:



C A T A L O G O

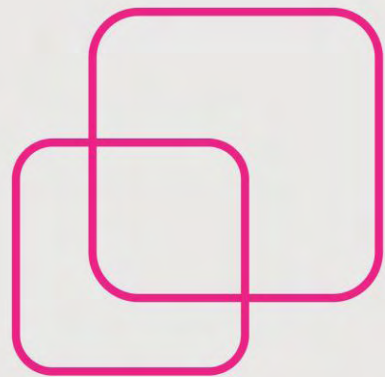


Ref:
Valor:

Ref:
Valor:



C A T A L O G O



Ref:
Valor:

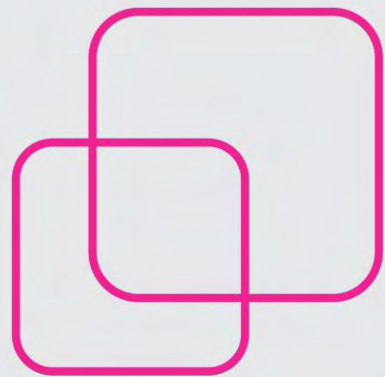


Ref:
Valor:





C A T A L O G O



Ref:
Valor:

Ref:
Valor:



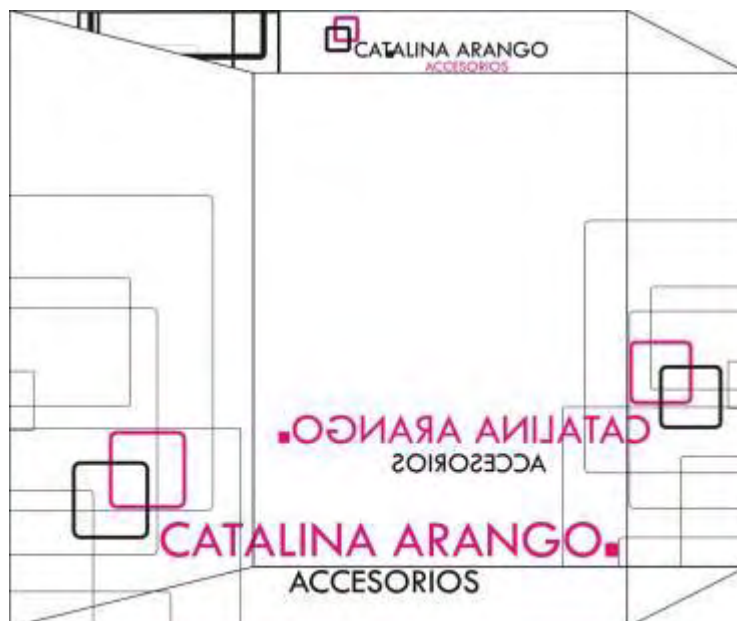
7.9 EMPAQUE

MATERIAL: acetato

DIMENSIONES: 7 X 7 Y 10 X 10

EXTERIOR: logotipo en tres caras de la caja

INTERIOR: un acetato divisor que sujeta la pieza y genera la ilusion de que la pieza flota en la caja



7.10 PROPUESTAS

EXPERIMENTACIÓN

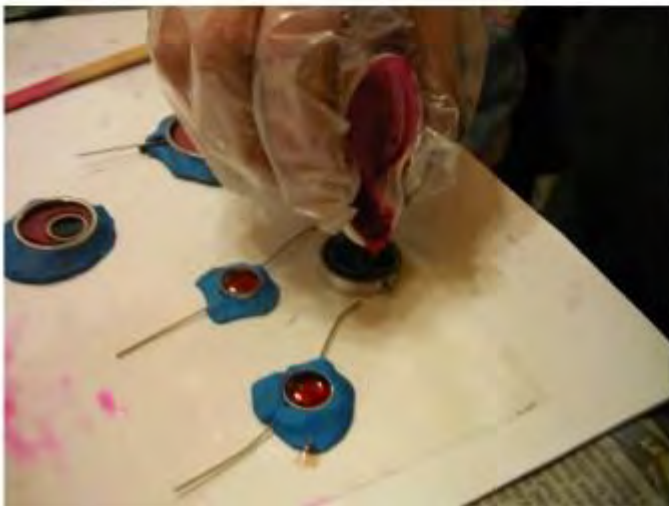
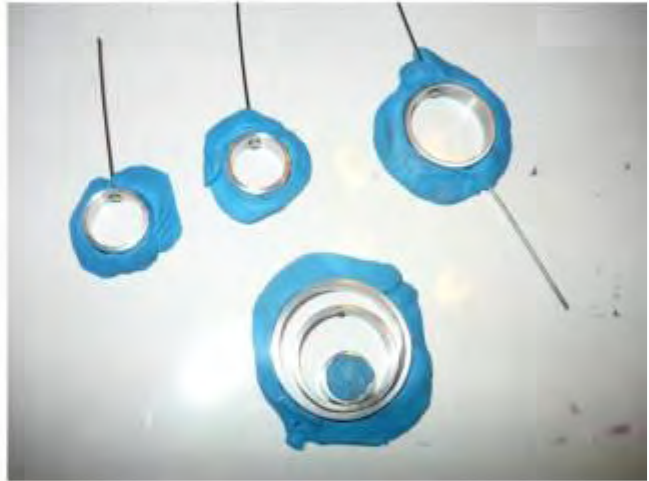
Las siguientes imágenes son el resultado de la experimentación con el material.











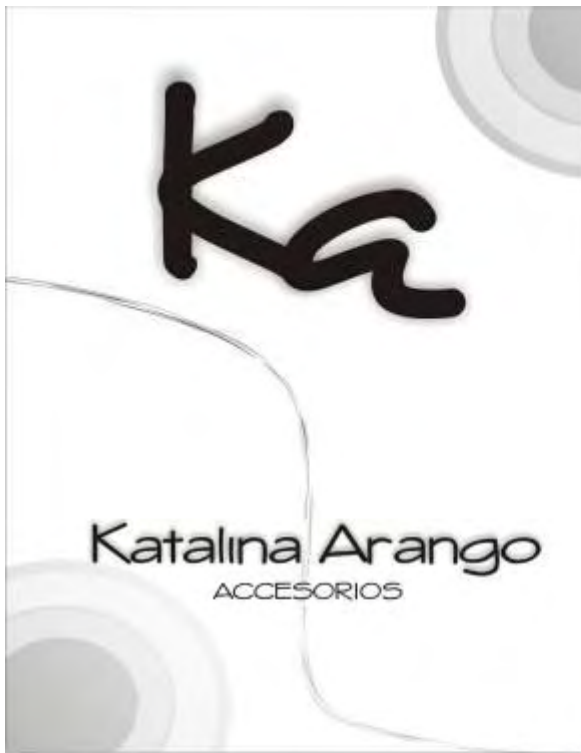
7.11 CONCLUSIONES DE LA EXPERIMENTACIÓN

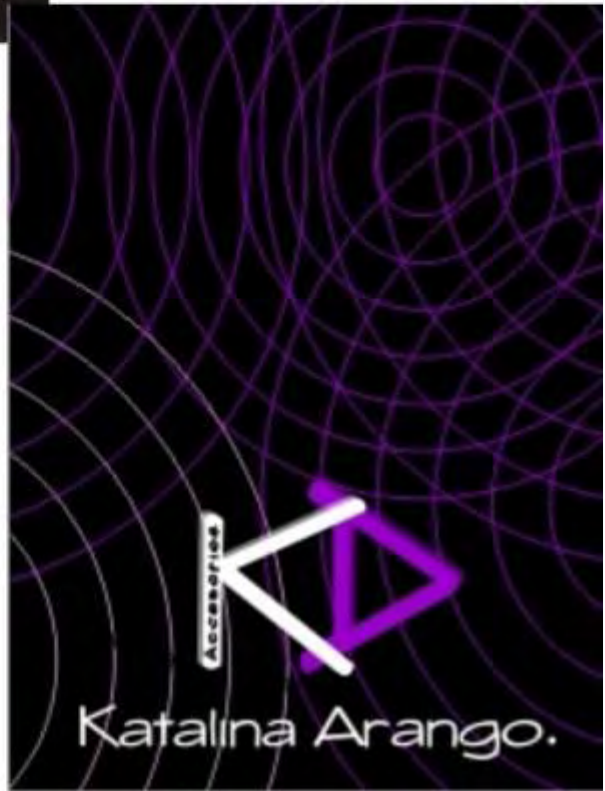
- La resina acrílica no se adhiere al material (aluminio) si la pieza está completamente pulida en la zona interior.
- Para realizar el vaciado de resina la parte exterior de la pieza debe estar acabada en su totalidad para evitar manchar la resina.
- La perfilería de aluminio se debe pulir completa antes de realizar el corte.
- Al realizar el corte de la perfilería se debe quitar el material sobrante en los bordes.
- La resina acrílica no se puede separar del vidrio sin hacer uso de desmoldante.
- El acetato de gramaje alto se quema durante la catalización de la resina acrílica, con la resina gemela tiene un buen resultado.
- El acetato de impresión es un elemento ideal para sustituir los desmoldantes y el vidrio.
- En el momento del vaciado las piezas deben estar fijas a un superficie plana (acetato de impresión) para evitar la salida y pérdida de la resina.
- Los alfileres deben estar fijos a la pieza de aluminio antes de hacer el vaciado de la resina.
- Al utilizar la resina gemela se deben proteger las piezas durante el tiempo de catalización para evitar impurezas en su acabado.
- Al hacer uso de acetatos como superficie plana de apoyo para el vaciado de la resina acrílica se concluye que es posible lograr dos tipos de acabados: brillante (cuando la resina tiene contacto con el acetato) y mate.

7.12 BOCETACIÓN

7.12.1 Bocetación marca









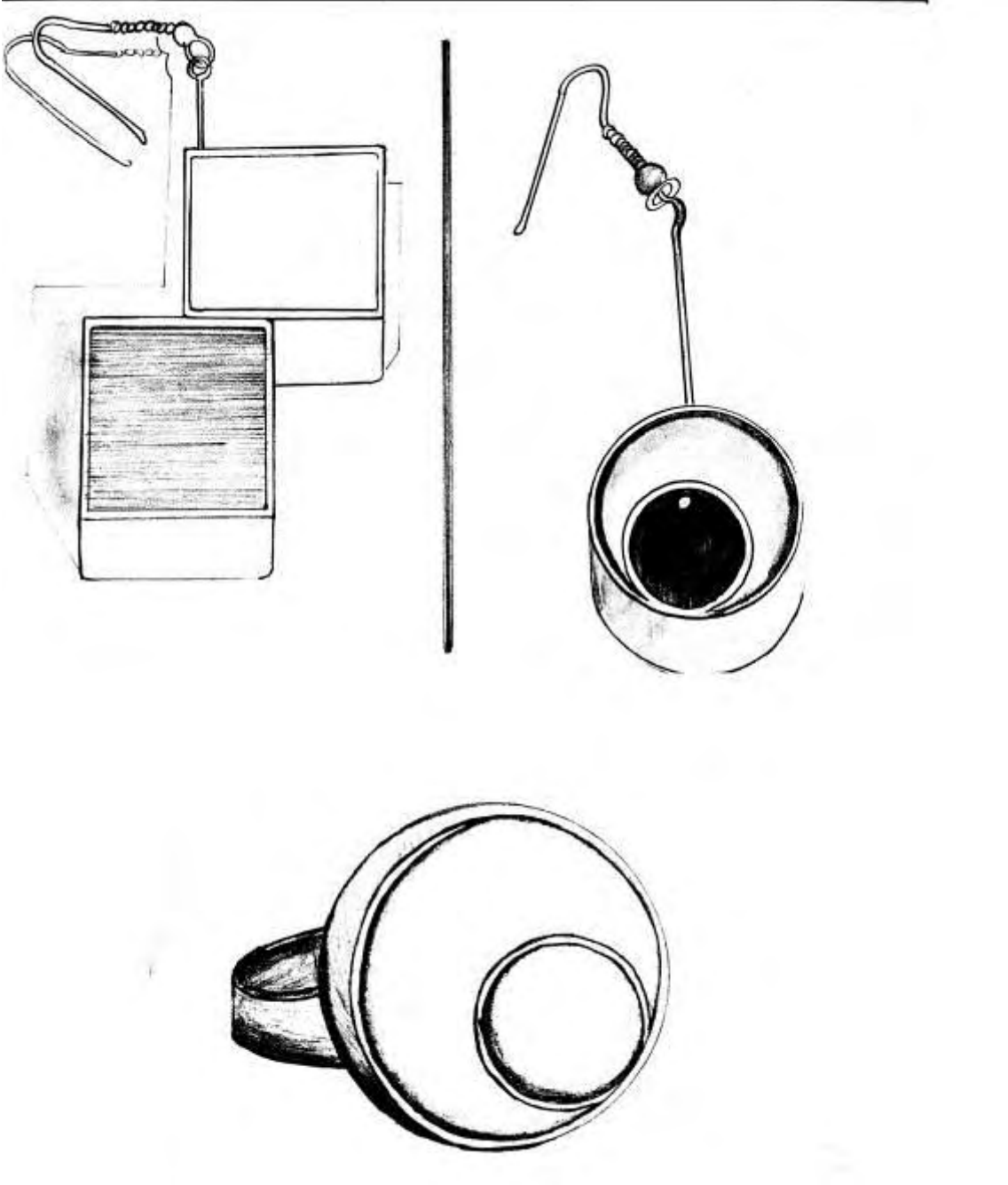


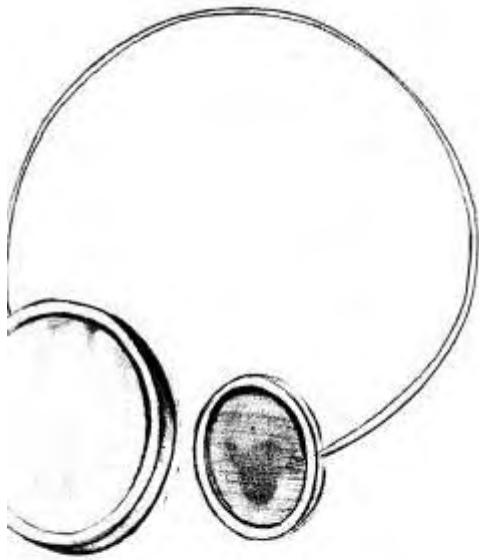
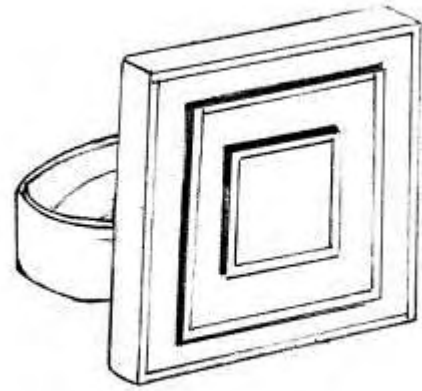
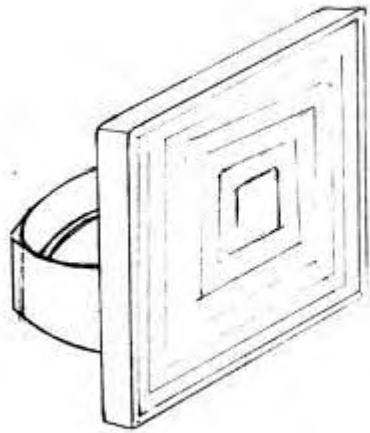


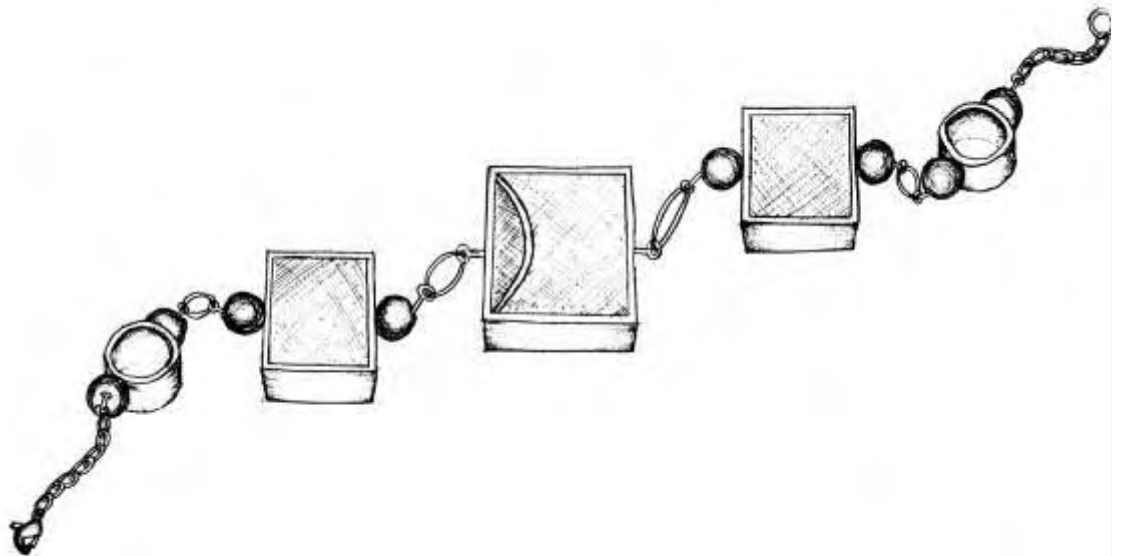
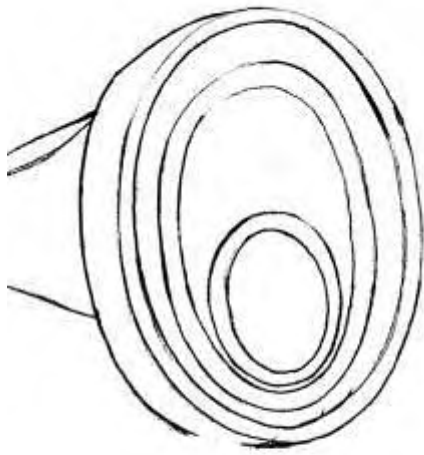


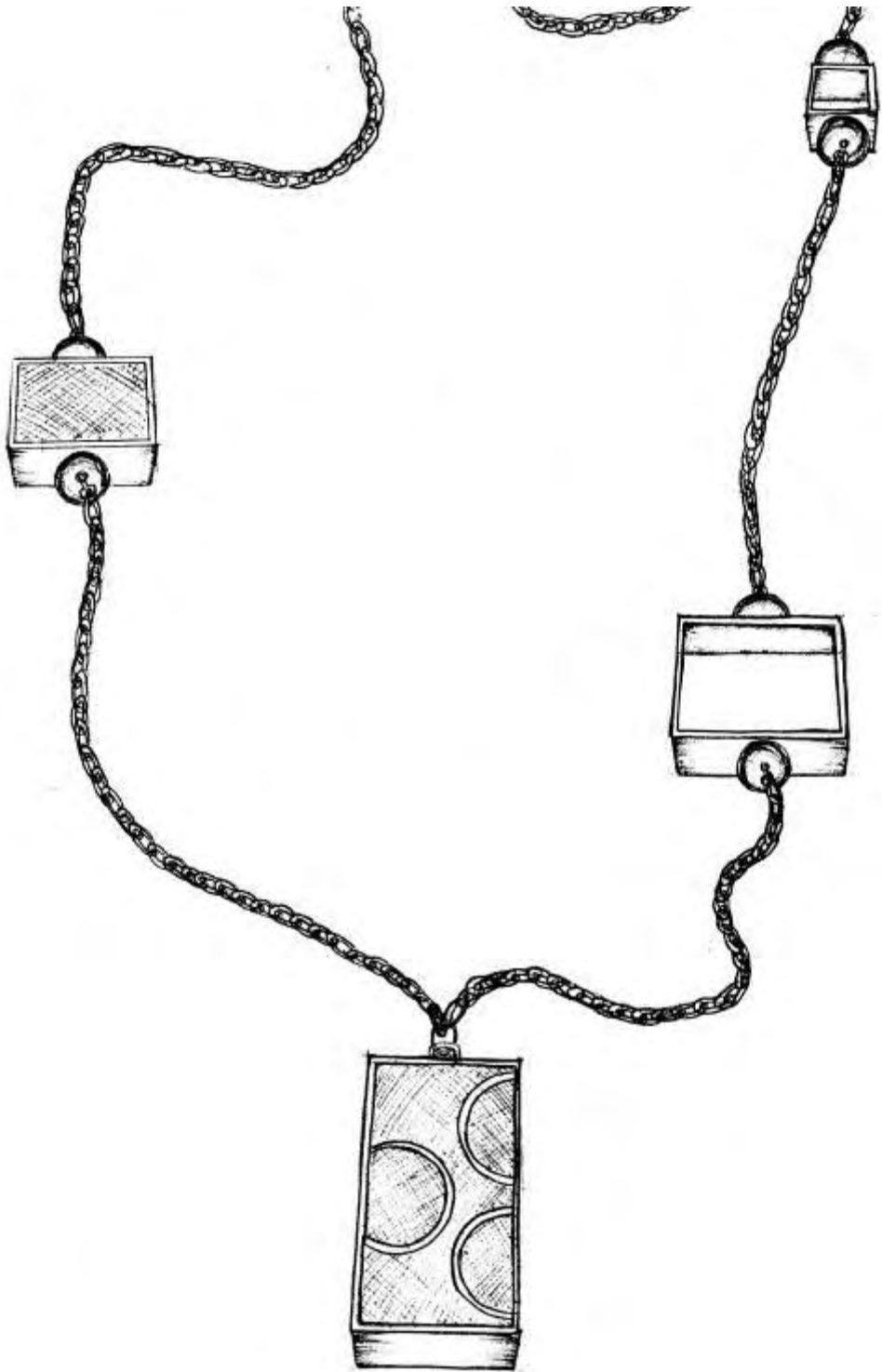


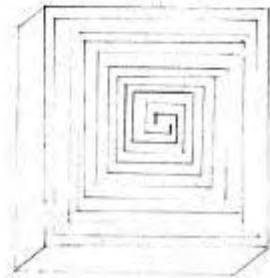
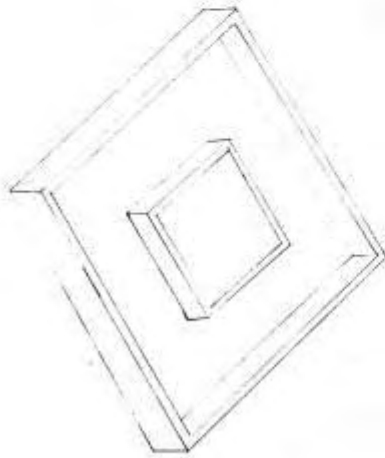
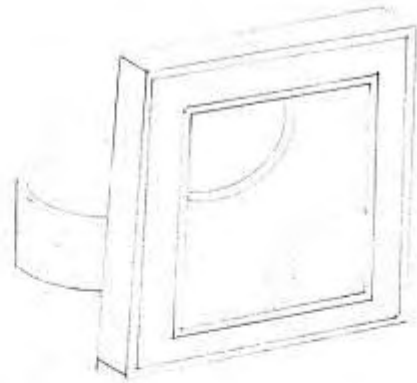
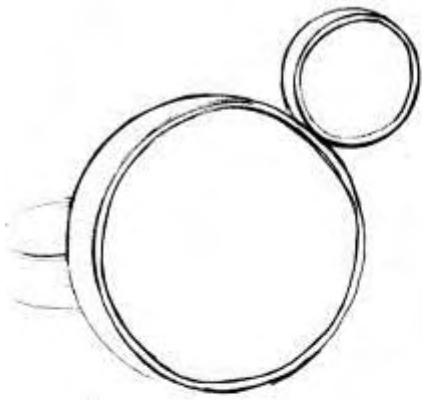
7.12.2 Bocetación piezas

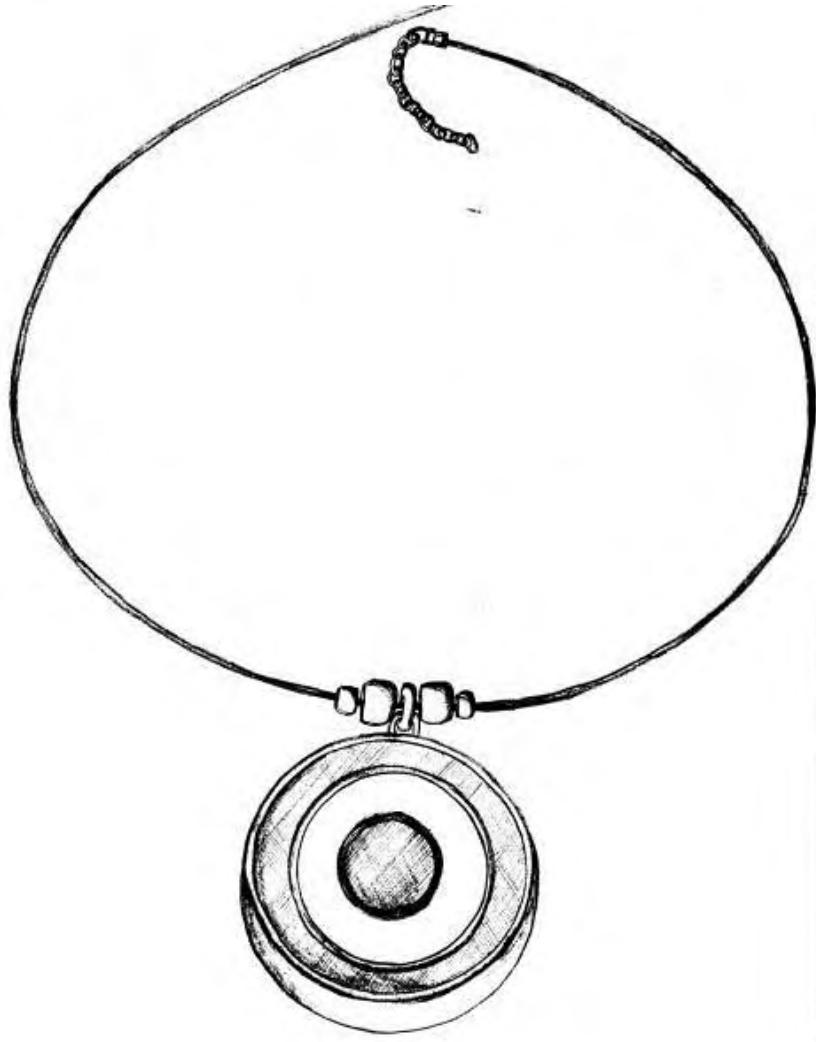




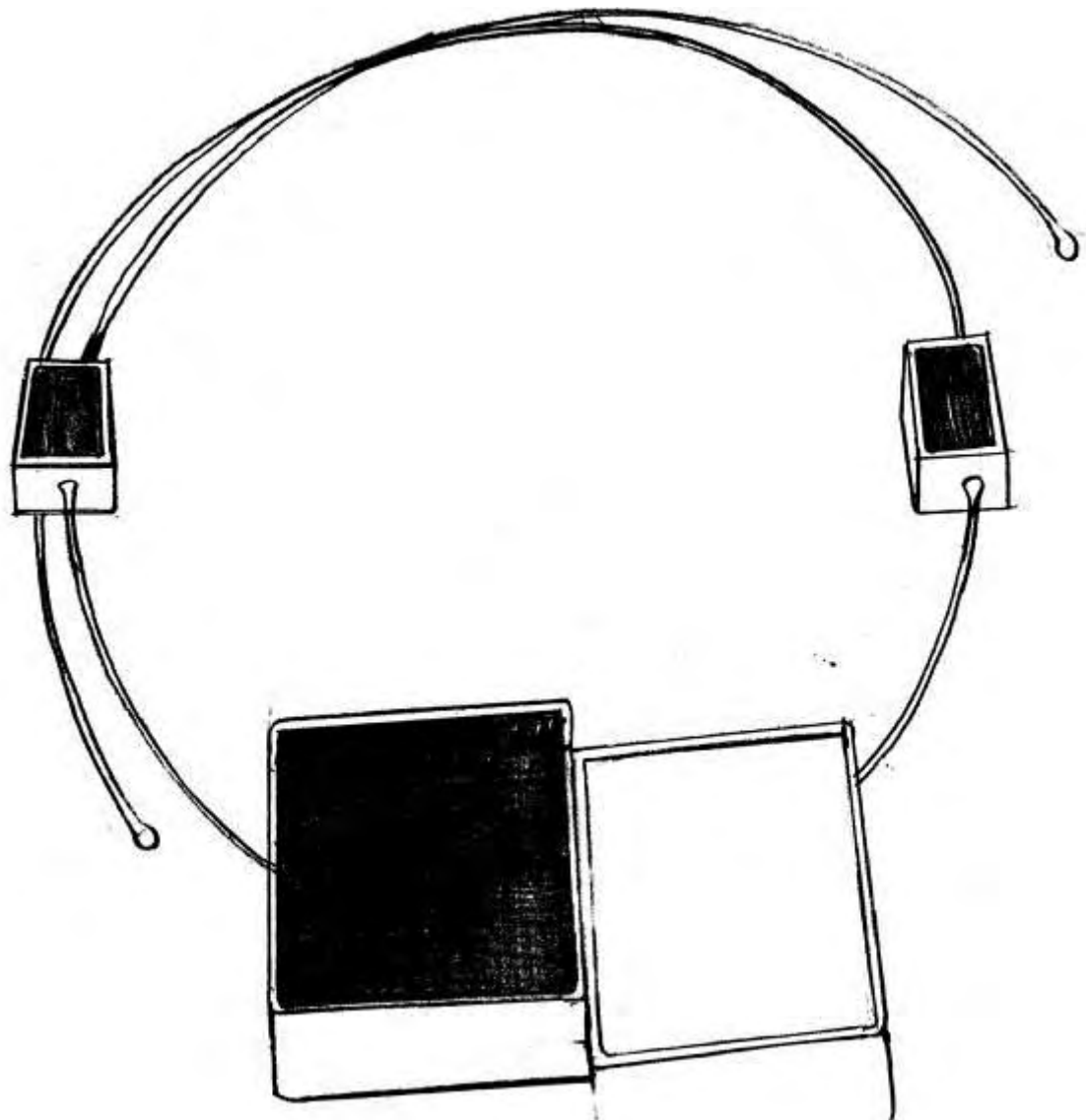






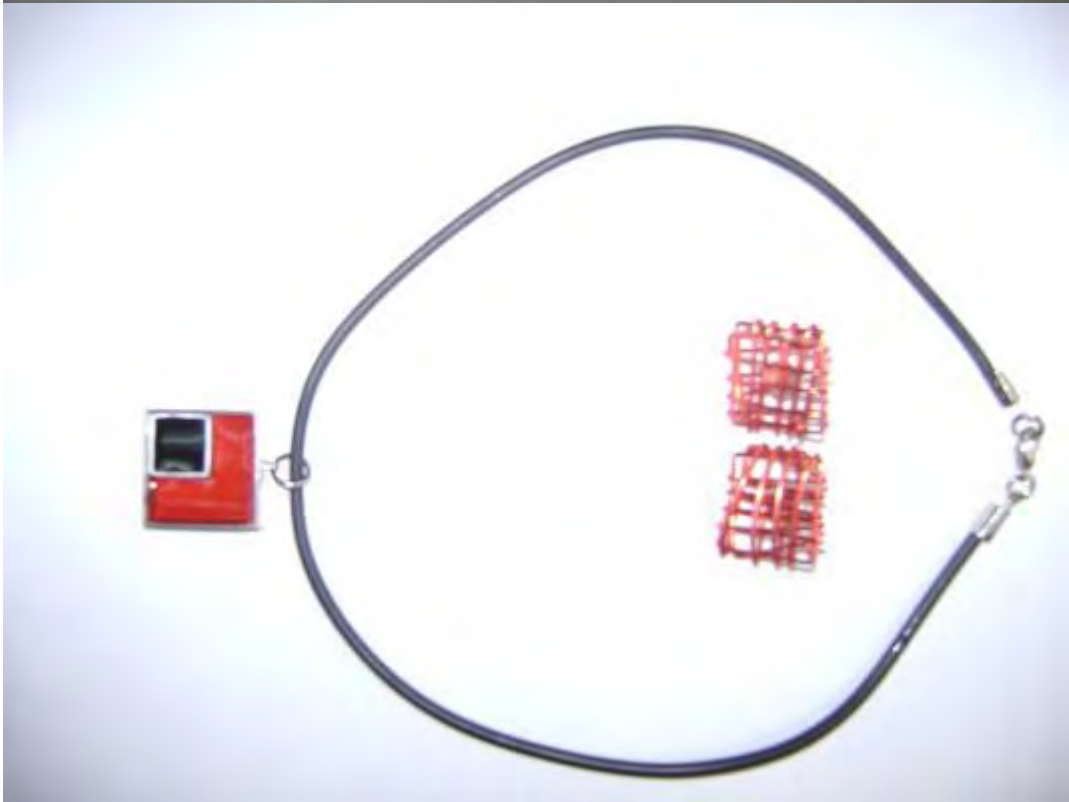
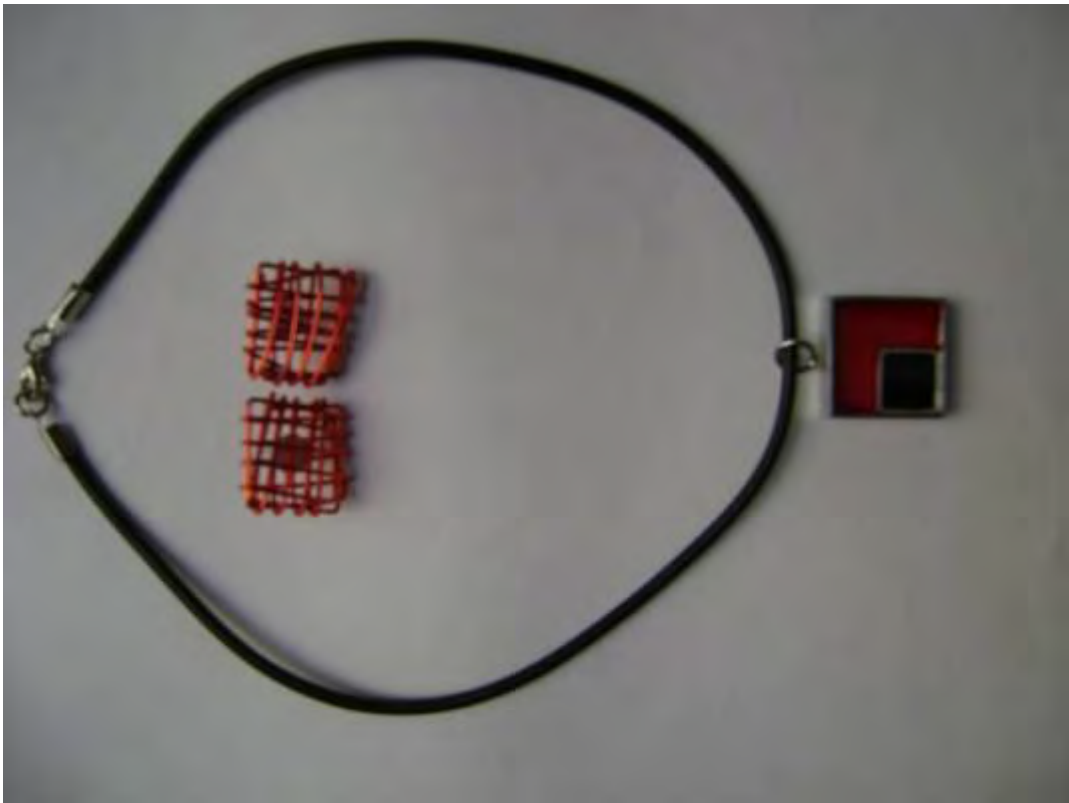






7.13 PROPUESTAS INICIALES















7.14 FASE EJECUTIVA - PROPUESTA FINAL















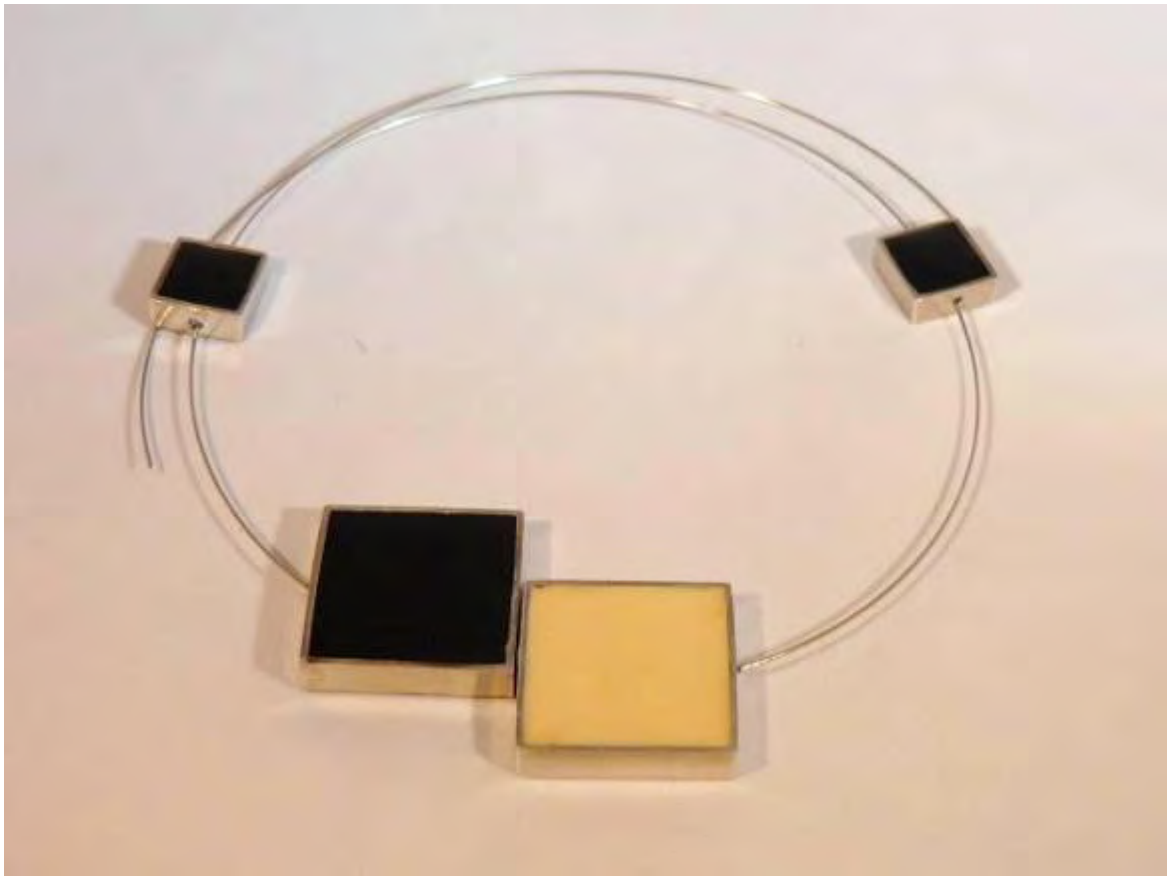












7.15 COSTOS

NOMBRE	TIEMPO/HORA	VALOR	COSTO MAT.PRI	COSTO BRUTO	UTILIDAD 40%	UTILIDAD 50%	UTILIDAD 60%	UTILIDAD 70%	UTILIDAD 80%
COLLAR FLOTANTE	2,5	6250	1100	7350	10290	11025	11760	12495	13230
ANILLO	2	5000	1000	6000	8400	9000	9600	10200	10800
ARETES	2	5000	1550	6550	9170	9825	10480	11135	11790
MANILLA	2,5	6250	1050	7300	10220	10950	11680	12410	13140
COLLAR +/-	3,5	8750	1100	9850	13790	14775	15760	16745	17730
ARETES	3	7500	1800	9300	13020	13950	14880	15810	16740
ANILLO	2	5000	1000	6000	8400	9000	9600	10200	10800
MANILLA	2	5000	5300	10300	14420	15450	16480	17510	18540
COLLAR CONCÉNTRICO	3	7500	1800	9300	13020	13950	14880	15810	16740
ARETES	2	5000	1500	6500	9100	9750	10400	11050	11700
MANILLA	3,5	7500	1050	8550	11970	12825	13680	14535	15390
ANILLO	3	8750	2200	10950	15330	16425	17520	18615	19710
COLLAR LABERINTO	4	10000	6750	16750	23450	25125	26800	28475	30150
ANILLO	2,5	6250	1000	7250	10150	10875	11600	12325	13050
ARETES	2	5000	2750	7750	10850	11625	12400	13175	13950
MANILLA	2	5000	1700	6700	9380	10050	10720	11390	12060
COLLAR GRADACIÓN	3,5	8750	8600	17350	24290	26025	27760	29495	31230
ANILLO	2	5000	1000	6000	8400	9000	9600	10200	10800
ARTES	2,5	6250	1750	8000	11200	12000	12800	13600	14400
MANILLA	3	7500	2050	9550	13370	14325	15280	16235	17190
COLLAR GRAVEDAD	3,5	8750	8450	17200	24080	25800	27520	29240	30960
ARETES	2	5000	1650	6650	9310	9975	10640	11305	11970
ANILLO	2,5	6250	1050	7300	10220	10950	11680	12410	13140
MANILLA	2,5	6250	2300	8550	11970	12825	13680	14535	15390
COLLAR INTERSECCIÓN	3,5	8750	8900	17650	24710	26475	28240	30005	31770

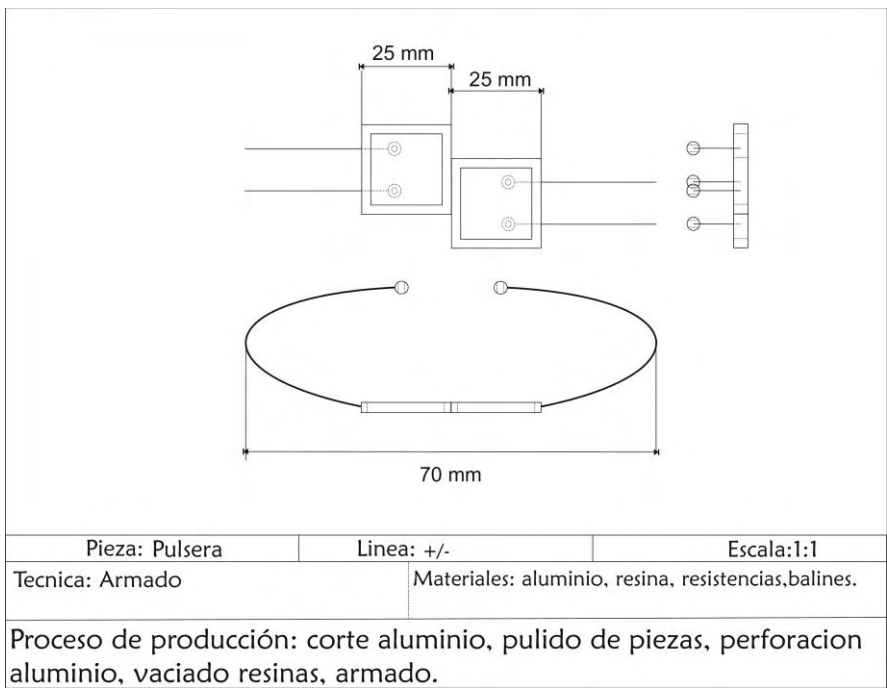
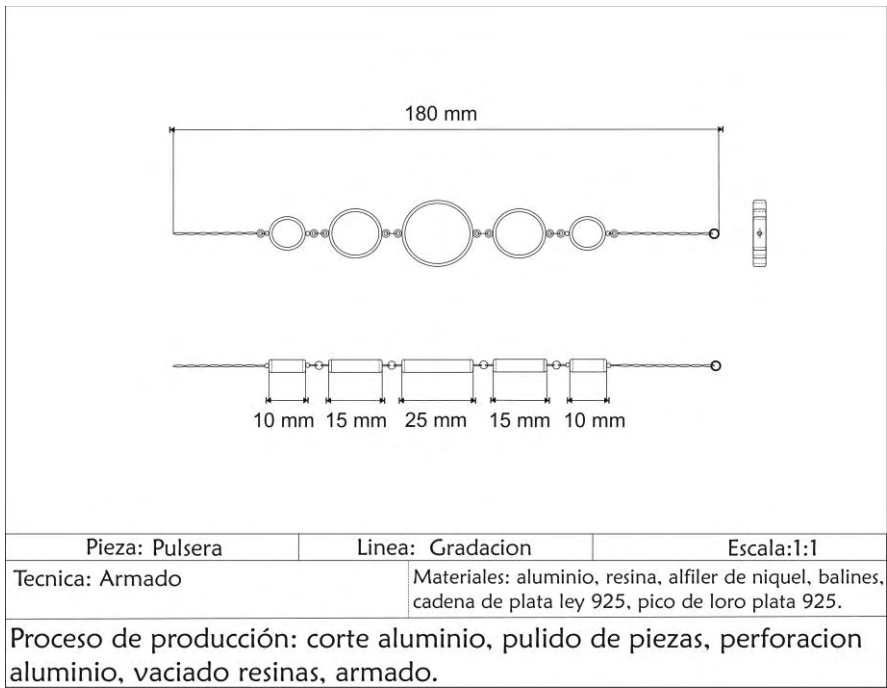
ARETES	2,5	6250	1200	7450	10430	11175	11920	12665	13410
ANILLO	3,5	8750	1050	9800	13720	14700	15680	16660	17640
MANILLA	3,5	8750	1600	10350	14490	15525	16560	17595	18630
COLLAR RECTANGULAR	2,5	6250	7900	14150	19810	21225	22640	24055	25470
ANILLO	2	5000	1050	6050	8470	9075	9680	10285	10890
ARETES	2,5	6250	1700	7950	11130	11925	12720	13515	14310
MANILLA	2,5	6250	2300	8550	11970	12825	13680	14535	15390
COLLAR R-OJO	3	7500	7900	15400	21560	23100	24640	26180	27720
ANILLO	2,5	6250	1000	7250	10150	10875	11600	12325	13050
ARETES	2,5	6250	1800	8050	11270	12075	12880	13685	14490
MANILLA	3	7500	3000	10500	14700	15750	16800	17850	18900
TOTAL	96,5	241250	98900	340150	476210	510225	544240	578255	612270

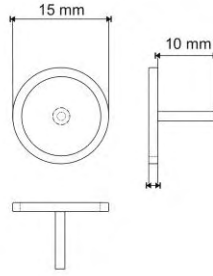
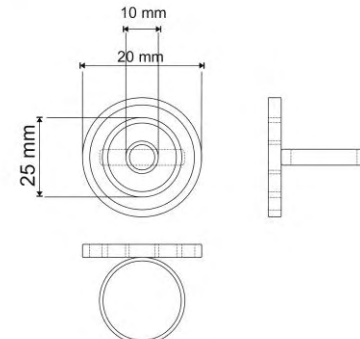
Fuente: esta investigación

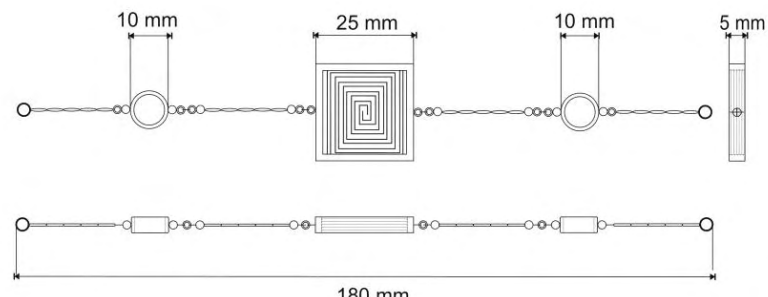
7.16 ESPECIFICACIONES TÉCNICAS

Pieza: Aretes	Línea: Gradación	Escala:1:1	Pieza: Anillo	Línea: Gradación	Escala:1:1
Técnica: armado	Materiales: aluminio, resina, alfileres de níquel, garfio de plata.		Técnica: armado	Materiales: aluminio, resina, alfiler de níquel, soporte anillo ajustable.	
Proceso de producción: corte aluminio, pulido de piezas, perforación aluminio, vaciado resinas, armado.			Proceso de producción: corte aluminio, pulido de piezas, perforación aluminio, vaciado resinas, armado.		

Pieza: Aretes	Línea: +/-	Escala:1:1	Pieza: Anillo	Línea: +/-	Escala:1:1
Técnica: armado	Materiales: aluminio, resina, alfileres de níquel, garfio de plata 925.		Técnica: armado	Materiales: aluminio, resina, alfiler de níquel, soporte anillo ajustable.	
Proceso de producción: corte aluminio, pulido de piezas, perforación aluminio, vaciado resinas, armado.			Proceso de producción: corte aluminio, pulido de piezas, perforación aluminio, vaciado resinas, armado.		



					
Pieza: Aretes	Linea: Concentrica	Escala: 1:1	Pieza: Anillo	Linea: Concentrica	Escala: 1:1
Técnica: armado		Materiales: aluminio, resina, parales topos plata ley 925.	Técnica: armado		Materiales: aluminio, resina, soporte anillo ajustable.
Proceso de producción: corte aluminio, pulido de piezas, perforación aluminio, vaciado resinas, armado.			Proceso de producción: corte aluminio, pulido de piezas, perforación aluminio, vaciado resinas, armado.		

		
Pieza: Pulsera	Linea: laberinto	Escala: 1:1
Técnica: Armado		Materiales: aluminio, resina, alfiler de níquel, aluminio ionizado, balines, cadena de plata ley 925, pico de loro plata 925.
Proceso de producción: corte aluminio, pulido de piezas, perforación aluminio, vaciado resinas, armado.		

Pieza: Aretes	Linea: Gravedad	Escala:1:1	Pieza: Anillo	Linea: Gravedad	Escala:1:1
Técnica: armado		Materiales: aluminio, resina, alfileres de níquel, garfio de plata.	Técnica: armado		Materiales: aluminio, resina, alfiler de níquel, soporte anillo ajustable.
Proceso de producción: corte aluminio, pulido de piezas, perforación aluminio, vaciado resinas, armado.			Proceso de producción: corte aluminio, pulido de piezas, perforación aluminio, vaciado resinas, armado.		

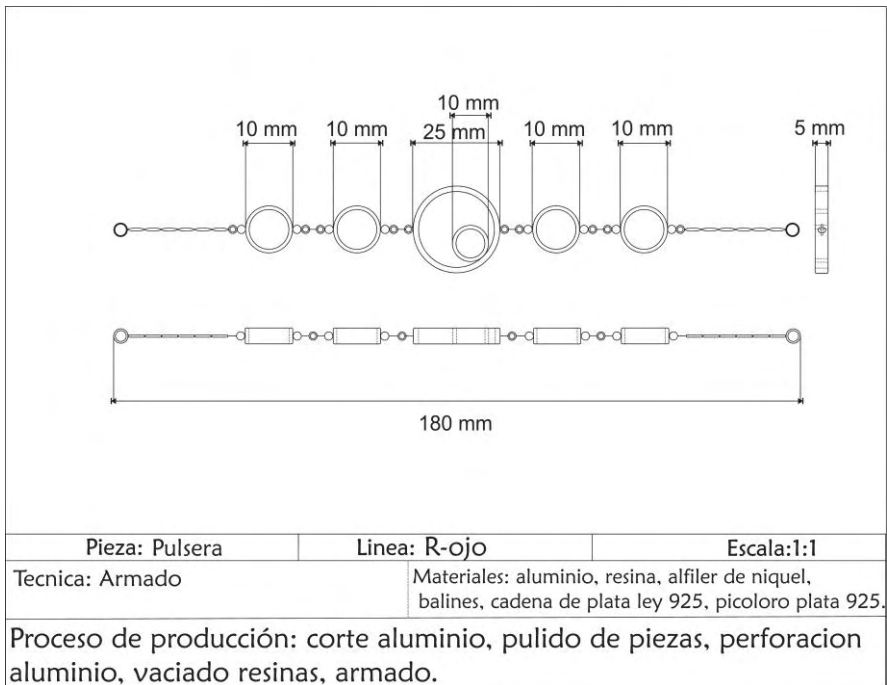
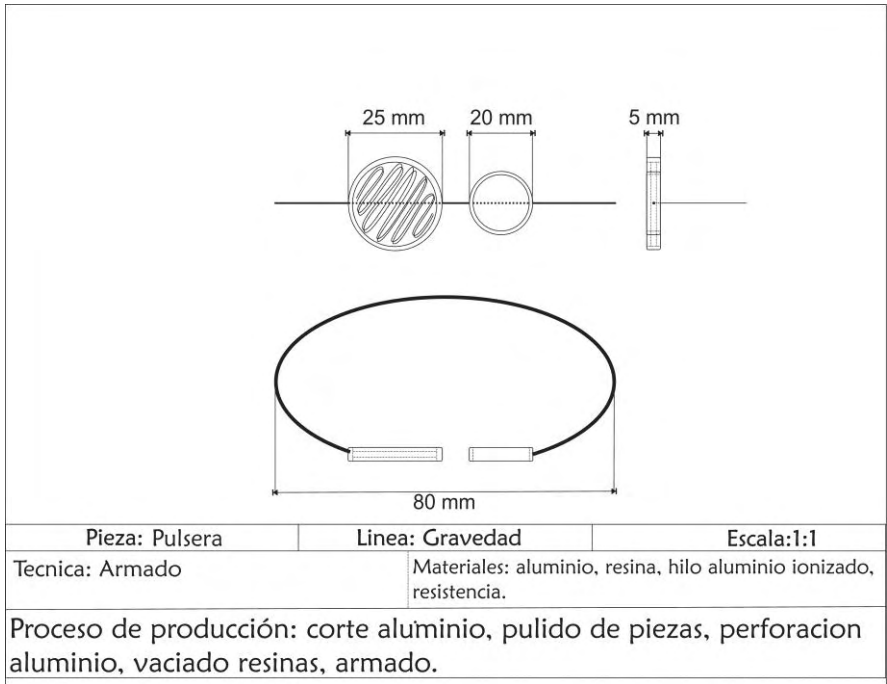
Pieza: Pulsera	Linea: Gravedad	Escala:1:1
Técnica: Armado		Materiales: aluminio, resina, alfiler de níquel, balines, cadena de plata ley 925, pico de loro plata 925.
Proceso de producción: corte aluminio, pulido de piezas, perforación aluminio, vaciado resinas, armado.		

Pieza: Aretes	Línea: laberinto	Escala:1:1	Pieza: Anillo	Línea: laberinto	Escala:1:1
Técnica: armado		Materiales: aluminio, aluminio ionizado resina, alfileres de níquel, garfio de plata ley 925.	Técnica: armado		Materiales: aluminio, resina, aluminio ionizado, soporte anillo ajustable.
Proceso de producción: corte aluminio, pulido de piezas, perforación aluminio, vaciado resinas, armado.			Proceso de producción: corte aluminio, pulido de piezas, perforación aluminio, vaciado resinas, armado.		

Pieza: Pulsera	Línea: laberinto	Escala:1:1
Técnica: Armado		Materiales: aluminio, resina, alfiler de níquel, aluminio ionizado, balines, cadena de plata ley 925, pico de loro plata 925.
Proceso de producción: corte aluminio, pulido de piezas, perforación aluminio, vaciado resinas, armado.		

Pieza: Topos	Línea: Gravedad	Escala:1:1	Pieza: Anillo	Línea: Gravedad	Escala:1:1
Técnica: armado		Materiales: aluminio, resina, hilo de aluminio ionizado, para el tope de plata.	Técnica: armado		Materiales: aluminio, resina, aluminio ionizado soporte anillo ajustable.
Proceso de producción: corte aluminio, pulido de piezas, perforación aluminio, vaciado resinas, armado.			Proceso de producción: corte aluminio, pulido de piezas, perforación aluminio, vaciado resinas, armado.		

Pieza: Collar	Línea: Gravedad	Escala:1:1
Técnica: Armado		Materiales: aluminio, resina, hilo aluminio ionizado, resistencia.
Proceso de producción: corte aluminio, pulido de piezas, perforación aluminio, vaciado resinas, armado.		

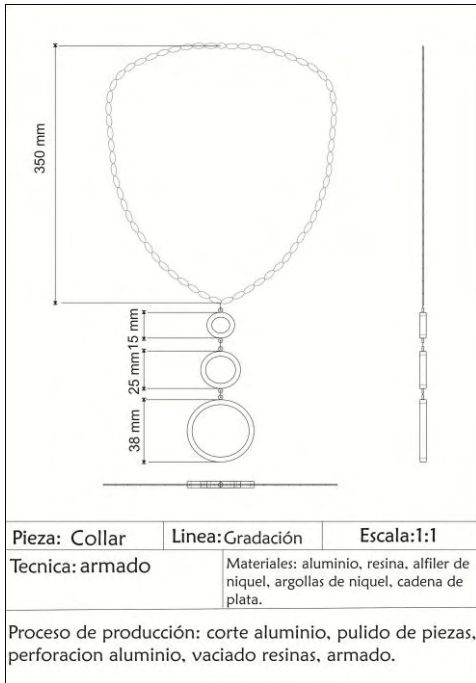
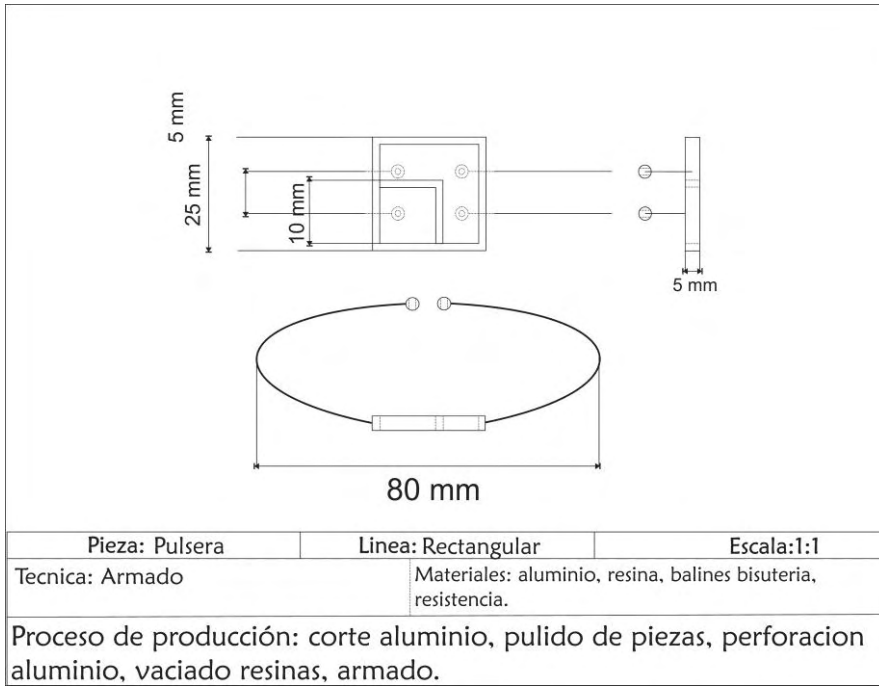


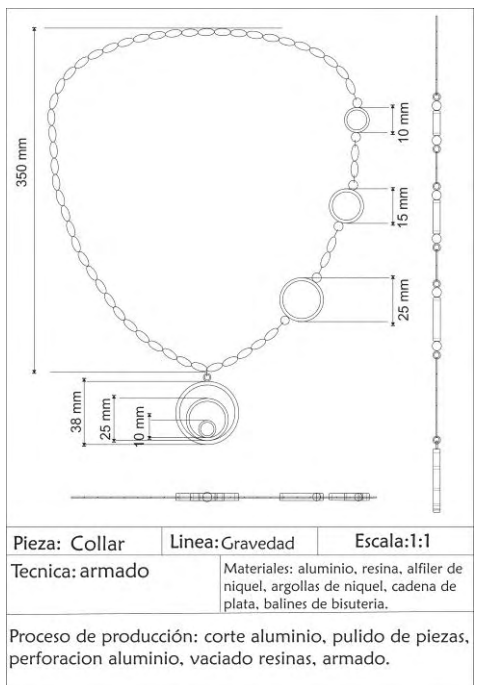
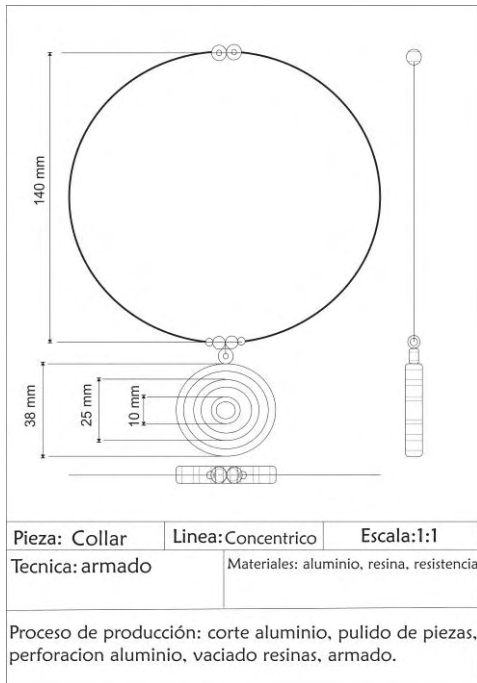
Pieza: Aretes	Linea: intersección	Escala: 1:1	Pieza: Anillo	Linea: intersección	Escala: 1:1
Técnica: armado		Materiales: aluminio, resina, alfileres de níquel, cadena de plata, garfio de plata.	Técnica: armado		Materiales: aluminio, resina, soporte anillo ajustable.
Proceso de producción: corte aluminio, pulido de piezas, perforación aluminio, vaciado resinas, armado.			Proceso de producción: corte aluminio, pulido de piezas, vaciado resinas, armado.		

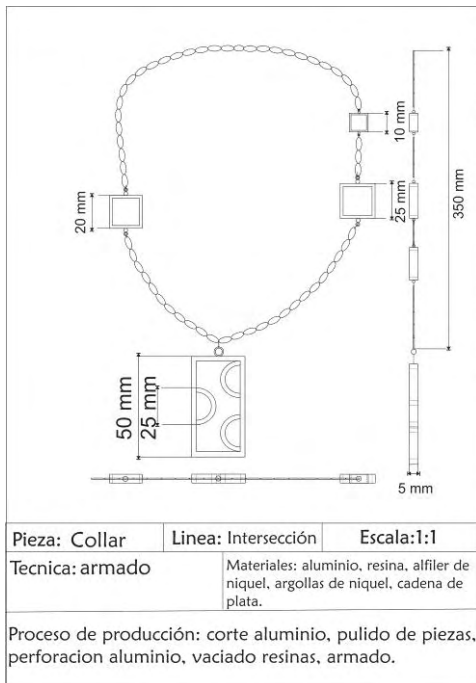
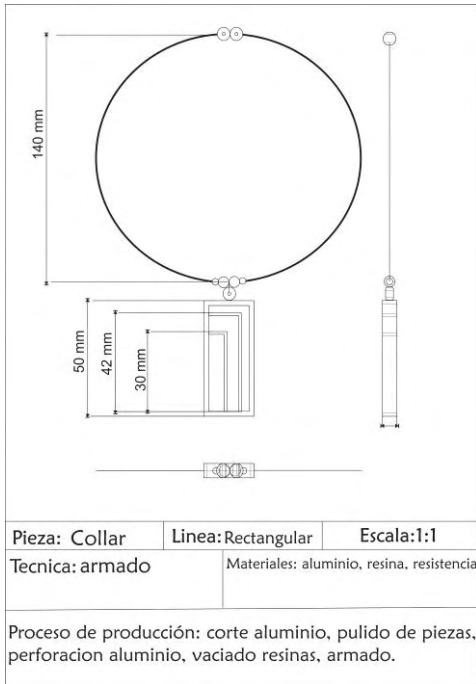
Pieza: Aretes	Linea: R-ojo	Escala: 1:1	Pieza: Anillo	Linea: R-ojo	Escala: 1:1
Técnica: armado		Materiales: aluminio, resina, alfileres de níquel, garfio de plata.	Técnica: armado		Materiales: aluminio, resina, soporte anillo ajustable.
Proceso de producción: corte aluminio, pulido de piezas, perforación aluminio, vaciado resinas, armado.			Proceso de producción: corte aluminio, pulido de piezas, perforación aluminio, vaciado resinas, armado.		

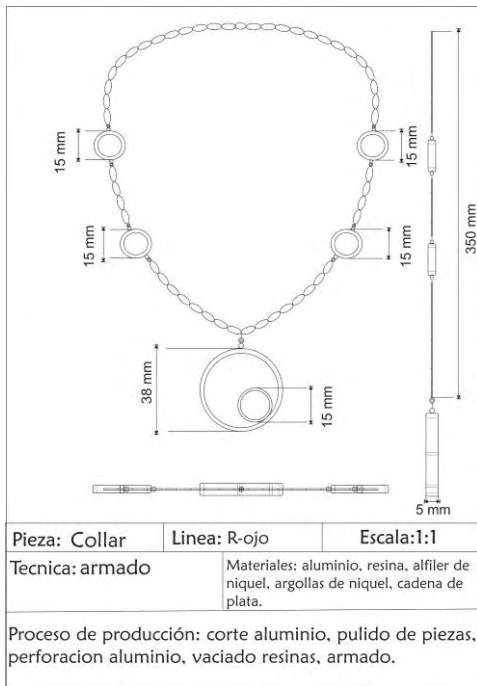
Pieza: Pulsera	Línea: intersección	Escala:1:1
Técnica: Armado	Materiales: aluminio, resina, alfiler de níquel, balines, cadena de plata ley 925, picoloro plata 925.	
Proceso de producción: corte aluminio, pulido de piezas, perforación aluminio, vaciado resinas, armado.		

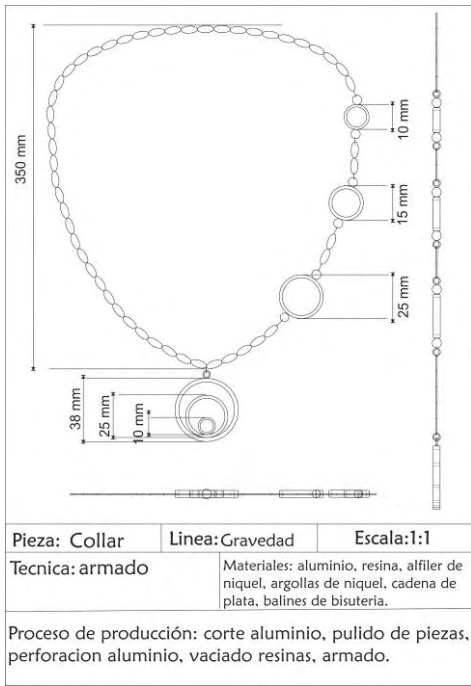
Pieza: Aretes	Línea: Rectangular	Escala:1:1	Pieza: Anillo	Línea: Rectangular	Escala:1:2
Técnica: armado	Materiales: aluminio, resina, alfileres de níquel, garfo de plata, cadena de plata		Técnica: armado	Materiales: aluminio, resina, soporte anillo ajustable.	
Proceso de producción: corte aluminio, pulido de piezas, perforación aluminio, vaciado resinas, armado.			Proceso de producción: corte aluminio, pulido de piezas, perforación aluminio, vaciado resinas, armado.		











BIBLIOGRAFÍA

OCHOA, Lila; Colombia es moda, Editorial Planeta Colombiana S.A. 2007

ANDACHT, Fernando y colaboradores, Designis La moda y representaciones e identidad, Editorial Gedisa, Barcelona; 2001.

WUCIUS WONG GUSTAVO GILI S.A. 1995, BCN, ESPAÑA TÍTULO ORIGINAL: PRINCIPIOS OF FORM AND DESIGN VAN NOSTRAND REINHOLD- 1993

NETGRAFÍA

OCHOA, Lila. Colombia es moda, Editorial Planeta Colombiana S.A. 2007. p. 9

ANDACHT, Fernando y colaboradores. Designis La moda y representaciones e identidad, Editorial Gedisa, Barcelona; 2001. p 59

<http://www.joyeriaantuna.com/inicio/informaci%C3%B3n/concepto-joya/>. Consultado enero de 2013.

<http://www.dejoyas.com/joyas-en-el-antiguo-egipto.php>. Consultado enero de 2013.

<http://www.dejoyas.com/joyeria-precolombina.php>. Consultado enero de 2013

http://www.artesymanualidades.com/sitio/contenidos_indice.php?c=256. Consultado enero de 2013

<http://es.scribd.com/doc/123452042/Origen-Del-Diseno-32-000-a-c-Equipo-1>. Consultado Enero de 2013

www.quimicadas.wordpress.com/2010/08/06/el-indispensable-aluminio/. Consultado enero de 2013

Scientia et Technica Año XVII, No 46, Diciembre 2010. Universidad Tecnológica de Pereira. ISSN 0122-1701

http://www.ecured.cu/index.php/Piedras_preciosas. Consultado enero de 2013

ANEXO

Anexo A. Encuesta

Esta encuesta se realiza a mujeres de la ciudad de pasto de edades de 15 a 49 años.

Marque con una x la respuesta que considere.

Edad _____
Estrato _____
Ocupación _____

1. Le gusta los accesorios
 - a. si
 - b. no

2. Cada cuanto compra accesorios
 - a. cuando me gusta algo
 - b. casi nunca
 - c. casi siempre
 - d. no compro

3. Cree usted que los accesorios son necesarios
 - a. si
 - b. no

4. Que estilo le gusta más en sus accesorios
 - a. clásico
 - b. contemporáneo
 - c. no importa el estilo

5. Al comprar un accesorio que tienes en cuenta
 - a. el material
 - b. el estilo
 - c. el precio
 - d. la exclusividad

6. En que lugares prefiere usted realizar su compra:
 - a. Locales comerciales
 - b. Catálogos
 - c. Internet

7. Conoce usted accesorios de re uso
si _____ no _____

8. A continuación mostraremos imágenes de accesorios de reuso compraría
usted accesorios de re uso de materiales:
si _____ no _____

Gracias por su colaboración