

INFORME FINAL PRACTICA EMPRESARIAL DE  
METALES Y DERIVADOS S.A.

JOHANA CATALINA RESTREPO PÉREZ

UNIVERSIDAD CATÓLICA POPULAR DEL RISARALDA  
PROGRAMA DE DISEÑO INDUSTRIAL  
PEREIRA 2006  
INFORME FINAL PRACTICA EMPRESARIAL DE  
METALES Y DERIVADOS S.A.

JOHANA CATALINA RESTREPO PÉREZ

TUTORA: LINA ALVAREZ

INDUSTRIA MANUFACTURERA DE JOYERIA

UNIVERSIDAD CATÓLICA POPULAR DE RISARALDA  
PROGRAMA DISEÑO INDUSTRIAL  
PEREIRA 2006

## TABLA DE CONTENIDO

<b>GLOSARIO .....</b>	<b>2</b>
<b>INTRODUCCIÓN.....</b>	<b>4</b>
<b>1. RESEÑA HISTÓRICA DE LA EMPRESA.....</b>	<b>6</b>
<b>2. OBJETIVO GENERAL.....</b>	<b>7</b>
<b>3. OBJETIVOS ESPECÍFICOS.....</b>	<b>7</b>
<b>4. GENERALIDADES DE LA EMPRESA .....</b>	<b>9</b>
ÁREA DE DISEÑO A CARGO DE LA DISEÑADORA JUANITA ÁLVAREZ .....	13
ORGANIGRAMA.....	15
<b>5. DISEÑO DE JOYAS COLECCIÓN INSPIRADA EN LA IMAGEN DE JUANITA ÁLVAREZ .....</b>	<b>16</b>
5.1- INTRODUCCIÓN .....	16
5.2- FORMULACIÓN DEL PROBLEMA.....	16
5.3- JUSTIFICACIÓN.....	16
5.4- OBJETIVO GENERAL .....	17
5.5- OBJETIVOS ESPECÍFICOS.....	17
5.6- ANÁLISIS .....	17
REQUERIMIENTOS.....	26
PROPUESTA DEFINITIVA: .....	27
COSTOS DE PRODUCCIÓN .....	36
<b>6. COLECCIÓN DE JOYAS INSPIRADA EN EL ARTE GÓTICO.....</b>	<b>37</b>
6.1- INTRODUCCIÓN .....	37
6.2- FORMULACIÓN DEL PROBLEMA.....	37
6.3- OBJETIVO GENERAL .....	37
6.4- OBJETIVOS ESPECÍFICOS.....	37
6.5-ANÁLISIS .....	38
REQUERIMIENTOS.....	47
PROPUESTA DEFINITIVA: .....	48
COSTOS DE PRODUCCIÓN .....	64
<b>7. COLECCIÓN DE JOYAS INSPIRADA EN EL CONCEPTO DE SENSUALIDAD .....</b>	<b>65</b>
7.1- INTRODUCCIÓN .....	65
7.2- FORMULACIÓN DEL PROBLEMA .....	65
7.3- OBJETIVO GENERAL .....	66
7.4- OBJETIVOS ESPECÍFICOS.....	66
7.5- ANÁLISIS .....	66
7.6- REQUERIMIENTOS.....	74
PROPUESTAS.....	75
COSTOS DE PRODUCCIÓN .....	84
<b>BIBLIOGRAFIA.....</b>	<b>85</b>

## GLOSARIO

**Soldadura:** sustancia semilíquida a base de oro o plata que por medio de calor une otros elementos sin dejar muestras.

**Soplete:** herramienta conectada a tubos de gas propano y oxígeno, que genera una pequeña llama con la que se le da calor a los componentes obteniendo como resultado el hundimiento de la soldadura uniendo así sus partes.

**Pared:** calibre o espesor de la lámina de donde se formaran el tubo y posteriormente las argollas.

**Dado:** elemento por medio del cual pasa el tubo disminuyendo la pared y el diámetro del tubo de oro o plata.

**Enrollado:** pasar el tubo trefilado y calibrado, es decir, en su medida final, por un perno de enrollado para formar un espiral del cual saldrán las argollas.

**Recocido:** pasar las láminas, tubos o argollas de oro o plata por hornos a temperaturas superiores a los 800<sup>a</sup> C con el fin de que sus partículas internas se re-organicen después de sufrir deformación, generada por la fricción de la calibración, trefilado o enrollado.

**Argolla:** tubo o hilo en diferentes tamaños, diámetros, formas y pesos que complementados con las terminales, forman los aretes definitivos

**OD:** diámetro exterior de la argolla o arete

**ID:** diámetro interior de la argolla o arete

**Joint:** elemento sujetador de la barra

**Catch:** elemento donde se superpone la barra para evitar el desplazamiento de esta

**Endcap:** elemento que tiene como fin sellar los extremos de la tubería

**Post:** hilo en oro o plata, cuyo fin es el de sujetar la pieza al cuerpo

**Stamping:** es el resultado del troquelado por medio del cual se da la unión de dos superficies formando la pieza como tal.

**Polish:** terminado liso de los aretes de oro o plata se identifica por la letra (P)

**Diamantado:** acabado que se obtiene haciendo corte de diamante

**Satinado:** acabado opaco que da una textura áspera.

## INTRODUCCIÓN

La fundición Esteban Álvarez esta dedicada al diseño, producción y comercialización de joyas en el mercado nacional e internacional, elaborando nuevos productos en serie y diseños exclusivos en los estratos medio y medio alto, procurando siempre mantener los estándares de calidad de la materia prima y del producto final que se exigen.

La producción de las joyas esta sujeta a modelos ya existentes siendo esta una empresa seguidora, por tal motivo la comercialización se hace mas competitiva, únicamente diferenciándolos por la calidad de sus materias primas y del producto final explotado. Interviniendo muy poco el diseño de la joya como tal.

Los gustos y tendencias de los clientes están en constante cambio por tal motivo la empresa decidió introducir sus productos nacionales en un mercado mas exclusivo manejado por la diseñadora Juanita Álvarez. Este producto se enfoca en diseños innovadores que den una imagen de prestigio marcando una gran diferencia e implementando una serie de colecciones que se relacionan mas con el diseño contemporáneo.

El mercado Internacional va dirigido a clientes, más populares pero con la misma calidad. El estudio de este se hace a través de visitas a ferias visitando puntos de venta, información visual (como Internet revistas entre otros), observando también lo que lanzan los almacenes de cadena.

La gran diferencia entre estos dos mercados es que el producto que exportan es un producto más masivo para una clase media, el cual elaboran por pedido a gusto del cliente, la empresa tiene una oficina en Miami donde se hacen las ventas a mayoristas como Walmart, Kmart entre otros y estos pasan a surtir los almacenes de cadena.



## 1. RESEÑA HISTÓRICA DE LA EMPRESA

La fundición Esteban Álvarez es una de las casas de fundición mas antiguas de Colombia nació en el año 1907, fundada por Esteban Álvarez quien a su vez heredo la empresa a sus descendientes y así logro continuar por muchas generaciones como negocio familiar .

La compañía se dedico a la fundición, refinación y ensayos de metales preciosos, los cuales debían ser vendidos en su totalidad al banco de la republica.

A partir de 1997 C.I. Metales & Derivados S.A., con maquinaria y asesoría técnica italiana, se vinculó a la fabricación en serie de joyas de oro, plata y platino para exportación. Actualmente trabajan cerca de 250 operarios nacionales distribuidos por secciones en una planta de cuatro pisos construida al interior de la edificación de la Fundición Álvarez, siendo la meta de los próximos meses llegar a los 300 operarios gracias a la ampliación que actualmente alberga nueva maquinaria instalada para la fabricación de joyas de platino.

La Comercializadora Internacional Metales & Derivados S.A., tiene como objeto social principal efectuar operaciones de comercio exterior y particularmente orientar todas sus actividades hacia la promoción y comercialización de metales preciosos colombianos en los mercados externos, en especial de oro, plata y platino en bruto, refinado o transformado en productos medios o finales, bien sea elaborados solamente en dichos metales o combinados con otros o con piedras preciosas, todo con destino básicamente a los mercados internacionales.

## 2. OBJETIVO GENERAL

Desarrollar nuevas colecciones de joyas para mercados globales y exclusivos, con el fin de suplir sus necesidades y exigencias, cumpliendo una serie de parámetros de diseño, con respecto a tendencias actuales del mercado, y la línea que diferencia a la empresa de su competencia.

## 3. OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Recolección y análisis de datos manejando como punto de partida las tres tendencias definidas para la empresa.
- Diseñar nuevos modelos cumpliendo con las exigencias del mercado.
- Elaborar prototipos a escala real.

La elaboración de los diseños que se pretenden realizar, está enfocada propiamente como producto de la empresa, con este trabajo se desea suplir nuevas necesidades que surjan en la innovación de los diseños, proporcionando nuevas alternativas de producto para el consumidor.

### **Los proyectos a realizar en la empresa son los siguientes:**

Diseño de una colección inspirada en la imagen representativa de Juanita Álvarez implementando como punto de referencia el logotipo que la identifica como diseñadora y su nombre como tal, con el fin de dar a conocer a los clientes su marca posesionando esta en el mercado.

Diseñar una colección inspirada en el arte gótico ofreciendo alternativas de diseño para las nuevas tendencias basándome en sus formas, colores, texturas; igualmente evitando el aumento de los costos al momento de su producción.

Diseñar una colección inspirada en el concepto de la sensualidad tomando sus formas, colores y texturas “adaptado a la moda actual “enfoque importante para mayor comercialización de la empresa.

#### **4. GENERALIDADES DE LA EMPRESA**

La empresa Esteban Álvarez actualmente maneja un peso promedio de oro de 1,5 gramos y de plata 3 gramos.

En Colombia se están vendiendo mensualmente:

200 kilos de plata, a \$ 900 el gramo, antes estaba a \$ 400 gramo.

El oro tiene un valor actualmente de \$43.700 el gramo.

La aleación \$22500 hasta \$ 38000.

Plata: Mano de obra 30 y 40 centavos para exportar.

Oro: mano de obra 1 dólar 50 el gramo para exportar.

En las exportaciones se manejan oro de 10 y 14 quilates los más comerciales, más o menos 80 % en oro y 20 % en plata para exportación.

Debido al incremento en los precios de los metales preciosos, la empresa tiene como objetivo incursionar con otros materiales como el latón en el mercado, por el bajo precio y su bajo nivel de seguridad, ofreciendo nuevas alternativas a los consumidores.

## **VENTAJAS DE LA EMPRESA**

- Maquinaria actualizada
- Propios recursos de materia prima
- Conocimiento
- Experiencia y trayectoria de los directivos
- Respaldo de tradición
- Reconocimiento a nivel nacional e internacional
- Calidad de sus productos
- Mercado de exportación (EE.UU.)
- Principios éticos y morales
- Excelente rendimiento por parte del personal de la empresa.
- Solvencia económica.
- Conocimiento claro de el metal y sus aleaciones

## **DESVENTAJAS DE LA EMPRESA**

- Competencia de mano de obra.
- Ubicación (Colombia) clientes prevenidos.
- Inseguridad en las zonas de explotación de los minerales preciosos que impiden la calidad del material.
- Disminución de la oferta del material por la inseguridad en las zonas de explotación.
- Competencia en precios de los importados de la china.

## **APROBACIONES**

- Licencia de funcionamiento
- Registro Nacional de Exportaciones
- Empresa Altamente Exportadora "Altex" aprobada por la Dirección de Aduanas e Impuestos Nacionales DIAN
- Usuario Aduanero Permanente "U.A.P." Aprobado por la DIAN

- Deposito Privado para Procesamiento Industrial, aprobado por a DIAN.
- Somos socios activos del BASC. (Coalición Empresarial Anticontrabando). -Código No. 0030

## **PRODUCTOS A COMERCIALIZAR EN EL EXTERIOR**

Fundición, refinación y ensayos de metales preciosos

Joyería de los demás metales preciosos

Joyería de plata

Oro en barras

Platino

Pigmento metálico a base de oro

## **MERCADOS QUE DESEAN PENETRAR**

### **Nacional**

- Ampliar la red de ventas en plata
- Crear departamento de ventas
- Incursionar en el mercado de la fantasía.

### **Internacional**

- Incursionar en el mercado de Asia siendo un mercado más pequeño pero exclusivo.
- Ventas a proveedores de almacenes de cadena.
- Incursionar en el mercado mexicano manejando el producto actual y la misma línea.

## **MISIÓN**

En nuestra misión empresarial, los clientes son los inspiradores de la labor que realizamos, por eso cumplimos sus necesidades mediante la innovación, desarrollo y producción en los sectores de fundición, ensayos de oro y joyería, utilizando con eficiencia y economía los recursos, asegurando un mejoramiento continuo. Todo lo anterior dentro de los principios de la compañía.

## **VISIÓN**

Ser en todo momento uno de los líderes del mercado de la fundición de oro y la producción de joyería, permaneciendo siempre con el reconocimiento de los clientes.

### **Filosofía Empresarial**

C.I. Esteban Álvarez y CIA sustentada en los más altos principios y valores éticos y morales. El interés prioritario es facilitar a los clientes las mejores condiciones sociales, económicas, profesionales y empresariales, de tal manera que obtengan una mejor calidad de vida.

### **Valores Corporativos**

Son los fundamentos y soportes de nuestra visión y como tales serán acogidos y practicados con todas las personas que trabajen para la Compañía buscando verdaderos ejemplos de vida.

### **Confianza**

Nuestros clientes en el exterior actuarán siempre y todo lugar, de tal manera que los consumidores confíen en ellos, en nuestros productos y nuestra compañía. El negocio está basado en una total confianza entre el cliente y la empresa.

### **Creatividad**

Apoyamos la creatividad y la innovación industrial, comercial individual y en equipo. Creamos productos originales, buscando resultados rentables para los socios, bienestar para los trabajadores y excelente cumplimiento con nuestros clientes y proveedores.

### **Liderazgo**

Estamos vigilantes de todas nuestras actividades, programas y servicios, para estar siempre a la vanguardia.

### **ÁREA DE DISEÑO A CARGO DE LA DISEÑADORA JUANITA ÁLVAREZ**

En esta área se analiza y se estudia el tipo de mercado visitando puntos de venta, observando medios visuales como Internet, revistas, entre otros.

Los estilos y tendencias de un diseño están sujetos a un concepto.

el mercado al cual va dirigido es a la mujer vanguardista, una mujer atrevida y sin temores de innovar.

### **Gramajes:**

7 u 8 gramos máximo ideal aretes

Hasta 30 gramos pulseras

200 gramos collares.

Una determinada cantidad de piezas para no saturar el mercado y así manejar exclusividad

En el mercado nacional se abarcan las principales ciudades hasta el momento Bogotá, Medellín.

Actualmente se esta incursionando el manejo del casting.

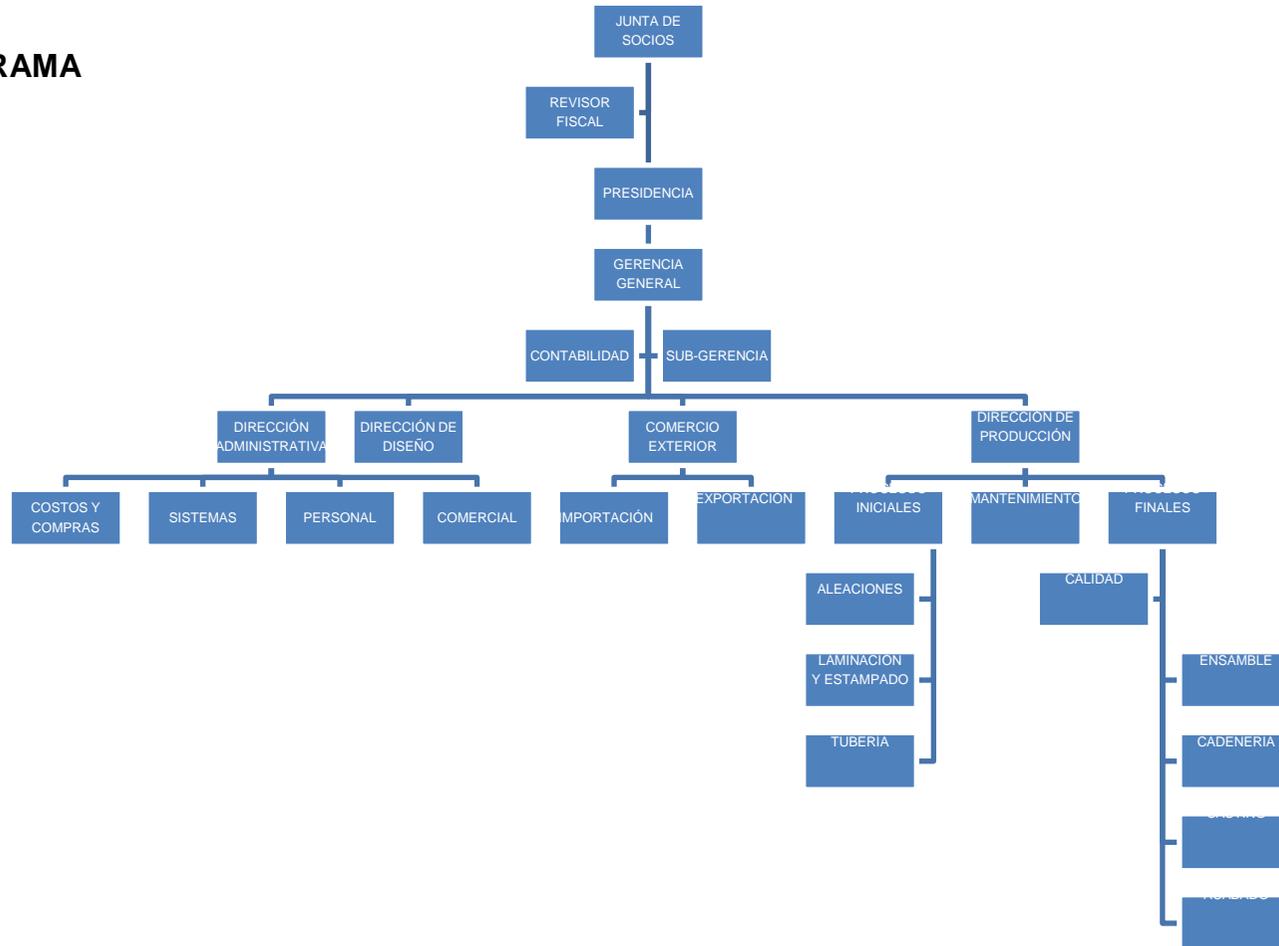
### **Ventajas**

Alta tecnología.

Más industrial que artesanal.

Manejo del casting.

# ORGANIGRAMA



## **5. DISEÑO DE JOYAS COLECCIÓN INSPIRADA EN LA IMAGEN DE JUANITA ÁLVAREZ**

### **5.1- INTRODUCCIÓN**

La colección de joyas Juanita Álvarez es una colección inspirada en su imagen donde se enfoca su logotipo y sus tendencias actuales, con el propósito de que su marca sea aun más reconocida en el mercado, tanto nacional como internacional.

Brindándole al cliente además de calidad, exclusividad.

La diseñadora ha destapado la moda del siglo veintiuno enfocándolo en un estilo muy vanguardista con tendencias modernistas pero con un aspecto suave y moderado, nunca exento de sensualidad y detalles.

### **5.2- FORMULACIÓN DEL PROBLEMA**

Como diseñar una colección de joyas inspirada en la imagen de Juanita Álvarez, que a su vez maneje una tendencia vanguardista utilizando como tarjeta de presentación su logotipo.

### **5.3- JUSTIFICACIÓN**

La empresa busca fortalecer su área de diseño, para esto necesita conocer las tendencias de la moda, adecuándolas a el gusto del cliente y diseñar de esta manera joyas que superen las expectativas del mercado potencial, realizando cambios que permitan innovar en cada una de las colecciones, investigar los gustos del cliente y tener un mejor control en el cambio de estos.

#### **5.4- OBJETIVO GENERAL**

Diseñar una colección de joyas inspirada en la imagen de Juanita Álvarez.

#### **5.5- OBJETIVOS ESPECÍFICOS**

- Posesionar la marca de Juanita Álvarez en el mercado.
- Dar reconocimiento a la diseñadora.
- Dar a conocer el producto demostrando que es de excelente calidad y confiabilidad.
- Manejar exclusividad en las joyas.

#### **5.6- ANÁLISIS**

##### **JUANITA ÁLVAREZ**

Si bien ser joyera le viene como por herencia (su abuelo era coleccionista de precolombinos y su padre comercializa metales preciosos), talló su aptitud especial a partir de definir joya como sinónimo de arte y pieza única. De allí que los diseños de esta joven creadora encuentren espacio en las galerías vanguardistas de Medellín, donde el arte utilitario y la plástica se exponen como proyectos personales de artistas de la nueva generación.

Su vocación que era tomada como pasatiempo, la llevó a estudiar Diseño de Joyería -en el Instituto Europeo de Diseño- en Roma, donde estructuró su encanto por los materiales, y proyectó su muy versátil mezcla de formas, con los que trabaja sus collares, hechos a su gusto, que aunque siguen las tendencias de moda, imponen un estilo vanguardista.

Juanita Álvarez lee, aprende, rechaza cosas, intuye otras, no es clásica ni moderna, le interesa todo, pero al final no se queda con una escuela o con otra, sino con lo que le parece válido como trabajo de su inspiración.

Los metales y piedras semipreciosas, plata, cristales Swarovsky y el cuero que llegan a sus manos se convierten en obras que cada tres meses ensamblan la idea de una nueva colección, con cada pieza exclusiva y única, sin repetirse.

una brillante carrera que demuestra el prodigio de vivir vertiginosamente con amor por las cosas bellas.

**Lugar de nacimiento:**

Medellín.

**Estudios**

Diseño de joyas en el Instituto Europeo di Design en Roma-Italia.

**Cuántos años dedicados a la moda**

Diez años.

**Color preferido**

El blanco es mi color básico, pero paso por etapas en las que me llama mucho la atención algún color, en este momento estoy pasando por una fase verde.

**Accesorio preferido**

Los anillos y los aretes.

**Accesorio no preferido**

Las pulseras.

**Diseñador que admira**

Fabergé como alta joyería y los accesorios de Chanel.

**Cuál es su lugar preferido para diseñar**

Cualquier parte. Permanezco con un librito de dibujo, cuando se me ocurre una idea, rayo y posteriormente la desarrollo en mi taller.

**Qué recuerda de su primera colección**

Estaba recién llegada de Roma y saqué una colección en oro y piedras semipreciosas demasiado sofisticada, demasiado elaborada y muy, muy moderna y no tuvo la acogida que esperaba.

**Un libro, una película o una historia que le hayan servido de inspiración para sus diseños**

Todo el tiempo, esa es la base de mi inspiración. Yo soy una lectora empedernida y los personajes de los libros que leo me inspiran muchísimo. También las películas, me encantan las películas de época, por ejemplo la de Alejandro magno, la película en sí no me mato pero la vi varias veces para mirar la joyería y los accesorios.

**Cuál es el objeto/joya más caro que ha comprado**

Los relojes de Cartier me enloquecen. El reloj para mí es el accesorio primordial Es paradójico pero soy muy sencilla en mi forma de vestir y de decorarme, pero no me puede faltar el reloj. Le invierto al reloj lo que sea.

**Para cuál ciudad del país o del mundo le gustaría vestir**

Nueva York. Por la diversidad de culturas, allí está todo. Es una locura cultural.

**En qué época le hubiera gustado ser diseñadora**

La época del Pop Art. Es otra de mis fascinaciones, me encanta como se vestían, como era de femenina la mujer en ese tiempo. Fue una época de mucho derroche artístico, estético.

### **Qué personaje le gustaría que llevara sus diseños**

Juanes, porque me identifico mucho con su carrera, con su arte. Lo admiro mucho como ser humano, y me parece que mis accesorios no desentonarían en nada con él. Le trabajaría en plata y en cobre.

### **Qué cosa le gustaría rediseñar**

El concepto del anillo de matrimonio. Cambiarlo, que fuera otro símbolo para este tipo de alianzas.

### **Ante una dificultad, ¿usted prefiere remendar, rediseñar o fundir?**

Yo creo que fundirla y empezarla de cero. Acabar y volver a empezar. Los remiendos en joyería se notan mucho y en la vida también

### **De 1 a 5, siendo 5 el mayor valor, qué tan rentable le ha resultado la moda**

Dos y medio.

## **FILOSOFIA DE DISEÑO**

Nuestra **filosofía** es revertir a la orfebrería tradicional para dar a la joyería un nuevo impulso, una dimensión más fresca e innovadora.

### **Nuestros puntos fuertes:**

- **Originalidad**, gracias al diseño y utilización de materiales nuevos piedras preciosas y semipreciosas)
- **Máxima personalidad**, debida al trabajo manual, cada artículo es diferente al resto y realmente único.
- **Buena relación calidad-precio**, por ello es posible tener una joya para cada ocasión.

Nuestra joyería es sólo para una **mujer de carácter fuerte**, femenino y determinado, sensual y destacado, que ama ser protagonista de cada ocasión. Una mujer que no le da miedo ser única y exhibirse.

## TIPOLOGIAS







1946  
*Sigfried*



1926  
*Sigfried*



1940  
*Sigfried*



1948  
*Sigfried*



1940  
*Sigfried*

## ANALOGIAS



<http://www.artuniversal.com/estilos+ismos+movimientos/siglo+xx/segundas+vanguardias...>

**REFERENTE**

Imagen Juanita Álvarez

**Colores**

Toda gama de colores

**Formas**

- Muñeca (logotipo)

- Geométricas

- Asimétricas

- Orgánicas

-pedrerías

**TEXTURA**

Todo tipo de texturas

**CONCEPTO**

vanguardia

**la mujer femenina con mucho derroche artístico, estético, mezcla de formas versátiles y todo tipo de colores.**

## REQUERIMIENTOS DETERMINANTES

Tener en cuenta el concepto de la diseñadora Juanita Álvarez.

Plasmar el concepto de la imagen de Juanita Álvarez en el diseño de la joya.

Investigar sus características.

Implementar el logotipo como forma de representar la imagen de Juanita Álvarez.

La colección constara de 18 joyas en total.

## PARÁMETROS

- concepto vanguardia

La forma de la Muñeca, formas geométricas, versátiles, y mezclas entre formas geométricas y orgánicas

Formas conexas, móviles y estructurales

La muñeca.

Aretes: 8 unidades

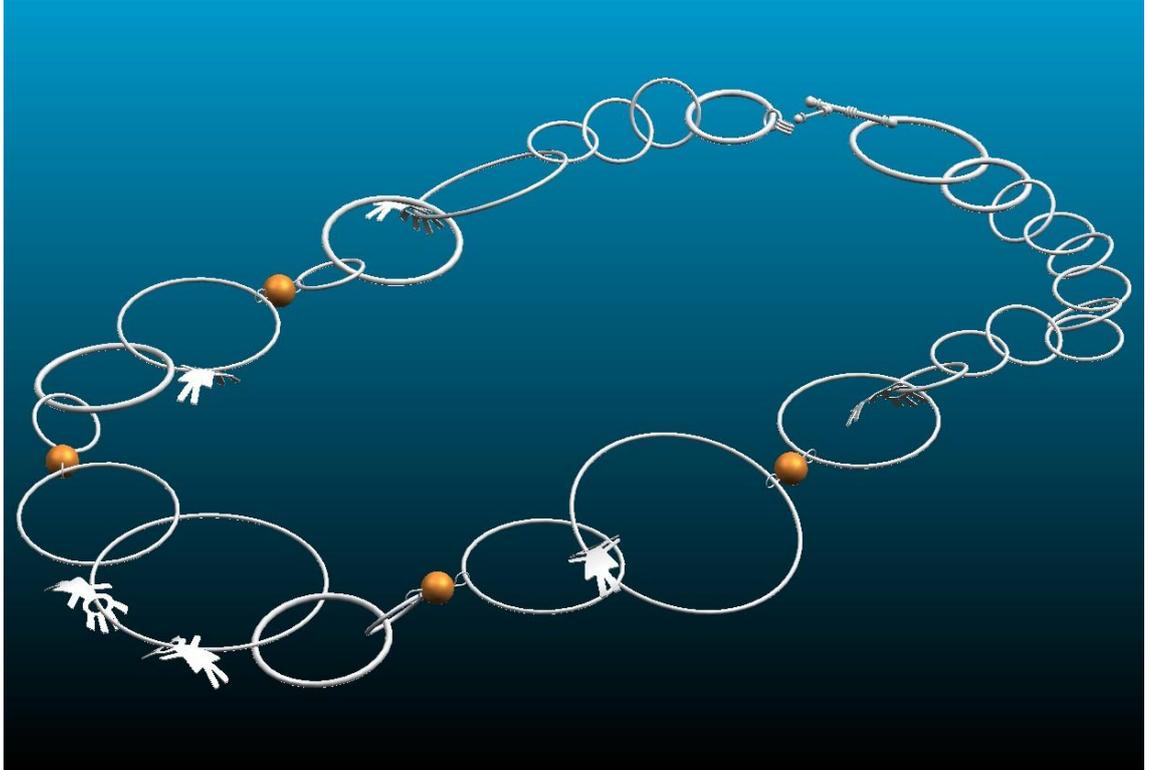
Pulseras: 3 unidades

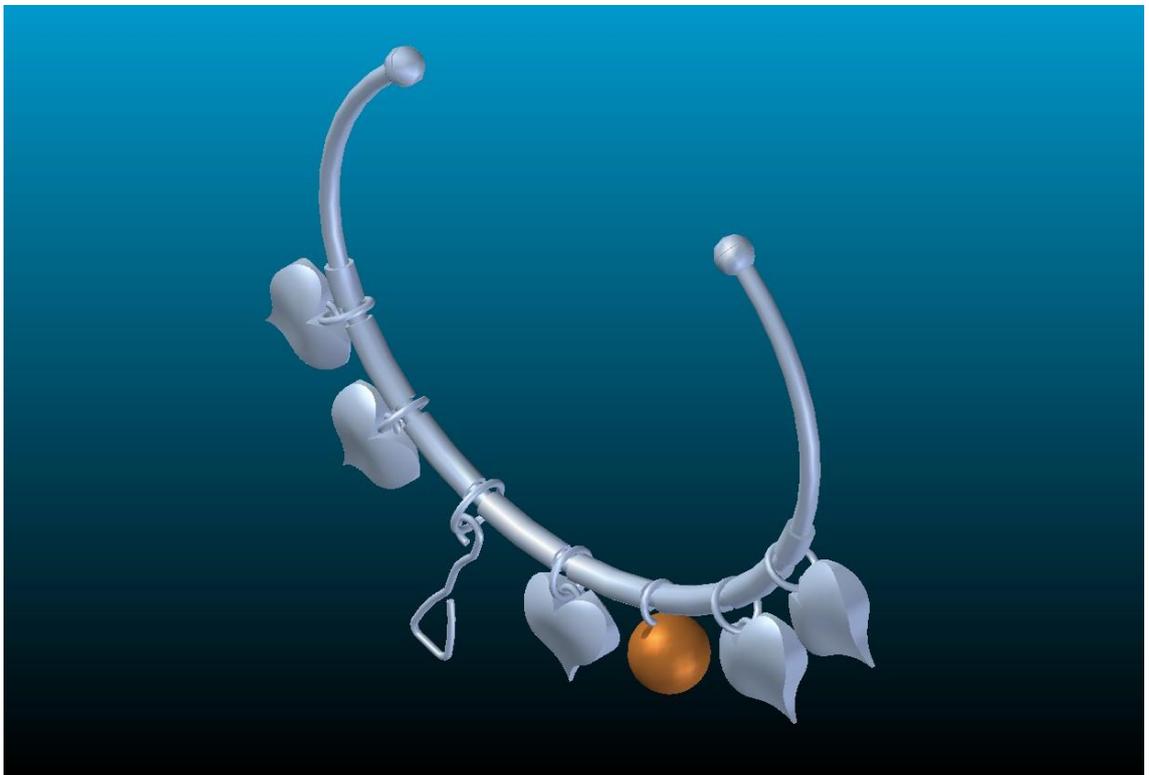
Dijes: 4 unidades

Anillo: 1 unidad

Collares: 2 unidades

**PROPUESTA DEFINITIVA:**



















## COSTOS DE PRODUCCIÓN

### COSTOS REFERENCIAS COLECCIÓN JUANITA A.

REFERENCIA	PESO TOTAL	PRECIO NETO	IVA	PRECIO TOTAL	COSTO MATERIAL	PESO METAL	COSTO PLATA	COSTO PIEDRAS
	PAR	PAR		PAR				
J587	10.58	\$ 37,629	\$ 6,021	\$ 43,649	\$ 12,749	10.44	\$ 8,749	\$ 4,000
JA0217	8.60	\$ 26,102	\$ 4,176	\$ 30,279	\$ 10,262	4.80	\$ 4,022	\$ 6,240
JA0216	7.40	\$ 25,184	\$ 4,030	\$ 29,214	\$ 10,384	3.80	\$ 3,184	\$ 7,200
J577	6.60	\$ 25,872	\$ 4,139	\$ 30,011	\$ 9,212	6.41	\$ 5,372	\$ 3,840
JA	12.35	\$ 40,230	\$ 6,437	\$ 46,666	\$ 15,810	7.41	\$ 6,210	\$ 9,600
J609	9.50	\$ 74,166	\$ 11,867	\$ 86,033	\$ 31,726	9.22	\$ 7,726	\$ 24,000
J616	8.85	\$ 88,322	\$ 14,131	\$ 102,453	\$ 39,182	8.57	\$ 7,182	\$ 32,000
J608	4.23	\$ 63,218	\$ 10,115	\$ 73,333	\$ 29,314	3.95	\$ 3,310	\$ 26,004
JAC	20.28	\$ 58,890	\$ 9,422	\$ 68,313	\$ 25,250	7.22	\$ 6,050	\$ 19,200
J588	3.83	\$ 10,870	\$ 1,739	\$ 12,609	\$ 3,210	3.83	\$ 3,210	
JACR	37.17	\$ 49,936	\$ 7,990	\$ 57,925	\$ 18,676	10.83	\$ 9,076	\$ 9,600
JA0218	15.10	\$ 55,477	\$ 8,876	\$ 64,354	\$ 22,277	9.40	\$ 7,877	\$ 14,400
JA0219	9.90	\$ 43,298	\$ 6,928	\$ 50,226	\$ 17,698	6.80	\$ 5,698	\$ 12,000

## **6. COLECCIÓN DE JOYAS INSPIRADA EN EL ARTE GÓTICO**

### **6.1- INTRODUCCIÓN**

Se va a diseñar una colección de joyas, inspirada en el arte gótico el cual esta basado en sus formas colores y texturas, ofreciendo al consumidor nuevas alternativas de diseño para las tendencias actuales, brindándole a la empresa una disminución en el aumento de los costos al momento de su producción, con este estilo gótico se pretende resaltar los mas profundos resultados en cuanto a las formas, junto a un rico y luminoso colorido con lo que muestran las altas cualidades del estilo gótico plasmadas en el diseño de la joya como tal .

### **6.2- FORMULACIÓN DEL PROBLEMA**

Como realizar los diseños, para una colección de joyas inspiradas en el arte gótico el cual va a estar basado en sus formas colores y texturas.

### **6.3- OBJETIVO GENERAL**

Diseñar una colección de joyas inspirada en el arte gótico

### **6.4- OBJETIVOS ESPECÍFICOS**

- fusionar el estilo del arte gótico con las nuevas tendencias de la moda

- resaltar las formas, colores y texturas que representan el estilo del arte gótico.
- Analizar las características físicas de las cuales se compone el arte gótico.
- Evolucionar según las tendencias de la moda los diseños de las joyas basadas en el arte gótico, teniendo en cuenta sus principales características; como sus formas, colores y texturas.
- Desmitificar las creencias de la gente en cuanto que el estilo gótico hace referencia solo a la oscuridad, el color negro, lo extravagante, lo pesado.
- Mostrar de manera sutil las formas sin salir de la línea que se maneja en este arte logrando una reestructuración entre la fusión de lo retro y lo contemporáneo.

## 6.5-ANÁLISIS

El emblema del arte gótico es la “**catedral**”. Este arte se ha definido durante mucho tiempo de manera bastante superficial, exclusivamente por la utilización de uno de sus elementos; el arco apuntado; al que suele llamarse arco ojival; pero la utilización de un elemento no puede definir un estilo de forma global; se trata de un problema mas amplio, de una nueva etapa histórica una nueva concepción del arte y con él del mundo.un elemento estructural por importante que sea, no puede resumir un concepto global sobre la vida.

**GIORGIO VASARI**

Fue el primer historiador del arte en utilizar el termino gótico con lo que quería definir el “oscuro” arte de la edad media, según esta definición el arte gótico era sinónimo de bárbaro cargándose de connotaciones negativas. Esta actitud hacia el arte medieval mantiene hasta las primeras décadas del siglo XIX, cuando el movimiento romántico descubre con asombrosa admiración la arrolladora fuerza y originalidad del gótico, de manos del joven Goethe.

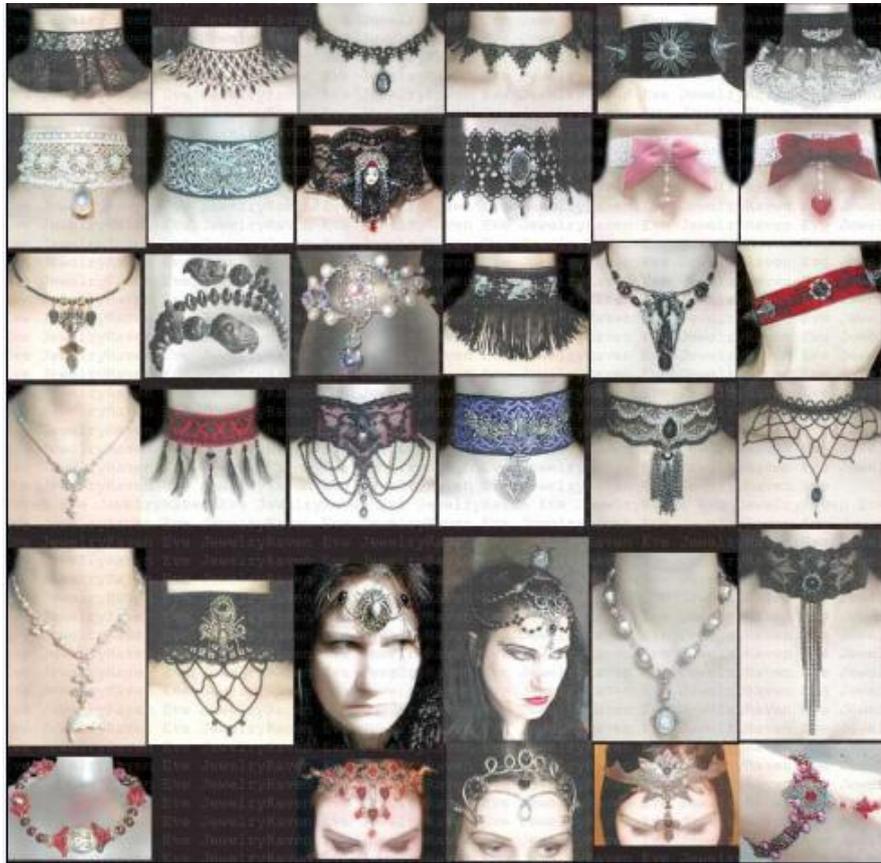
**PRINCIPALES CARACTERÍSTICAS:**

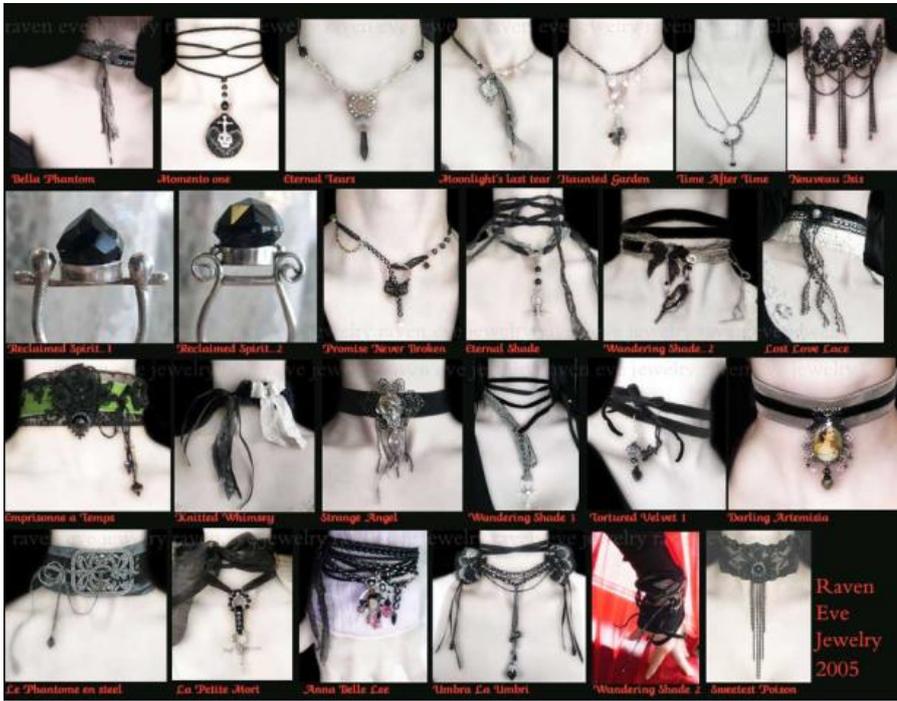
Las principales características representativas del estilo gótico son: las líneas verticales, grandes pilares, flechas que reemplazan las líneas horizontales, bóvedas ojivales, contrafuertes, el naturalismo, la luz, los rosetones, brillantes coloridos a los efectos de la belleza.

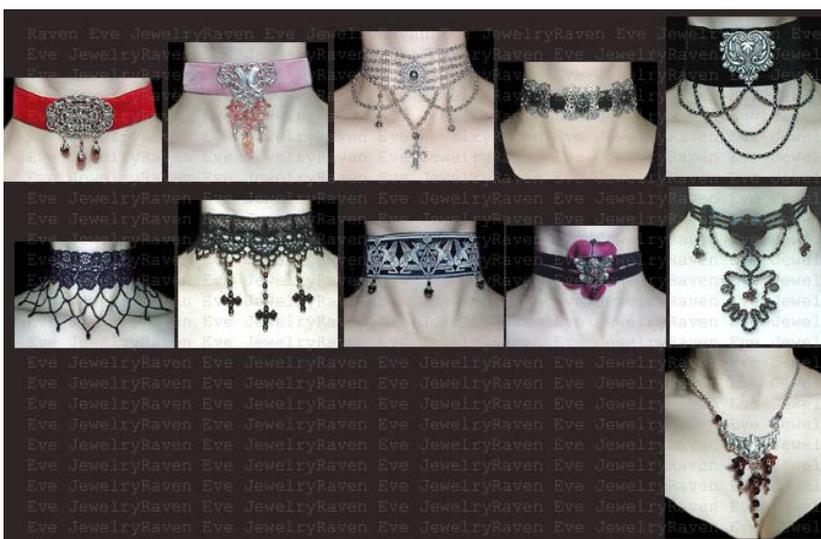
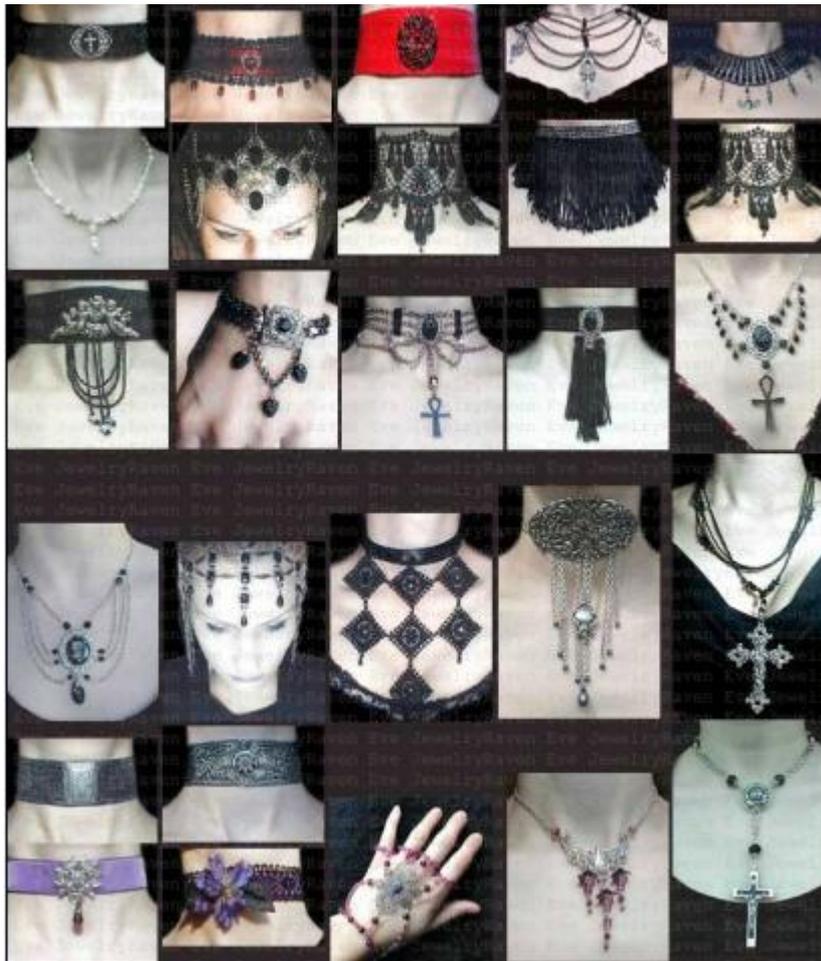
[http://www.tagoror.com/enciclopedia/es/wikipedia/a/ar/arte\\_gotico.html](http://www.tagoror.com/enciclopedia/es/wikipedia/a/ar/arte_gotico.html)

### TIPOLOGÍAS:



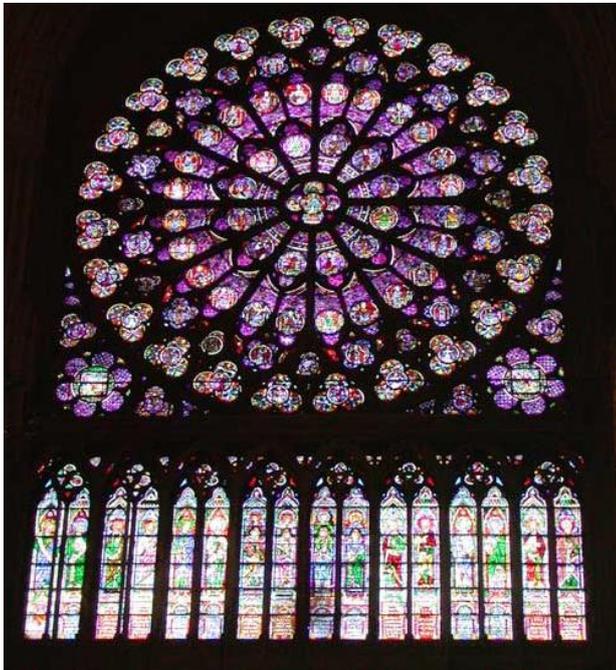


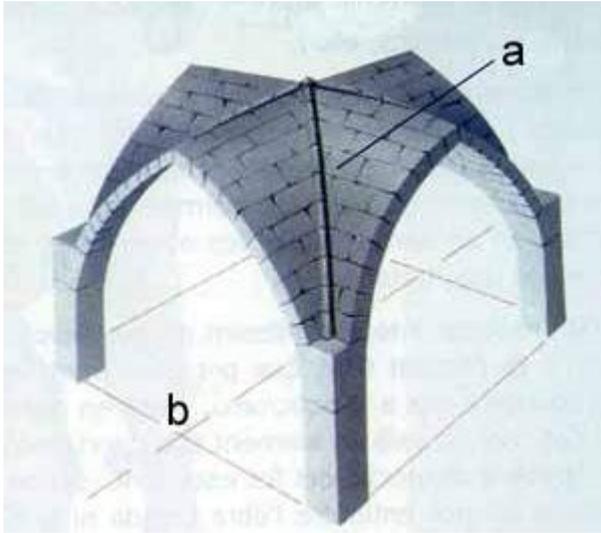




<http://www.raveneve.com/images/pwgallery/2005.jpg>

## Analogías





**REFERENTE**

Arte gótico

**CARACTERÍSTICAS****FORMAS**

Líneas verticales, grandes pilares, flechas que reemplazan las líneas horizontales, arcos ojivales, bóveda de crucería, y el naturalismo.

**COLORES**

Toda la gama de colores.

**TEXTURAS**

Lisas, ásperas, enervadas. Nuevas texturas, con las superficies tratadas para crear un juego alarmante de la luz.

**CONCEPTO**

Modernismo

Naturalismo- mezcla de formas orgánicas y geométricas.

## REQUERIMIENTOS

### DETERMINANTES

Tener en cuenta las tendencias del arte gótico y de la actualidad

Determinar el usuario al que va dirigido

Investigar una de las formas que representen el concepto gótico

La colección constara de 17 joyas en total

### PARÁMETROS

Formas orgánicas fusionadas con geométricas

Mujeres vanguardistas con alto sentido de la moda

Catedral: rosetones

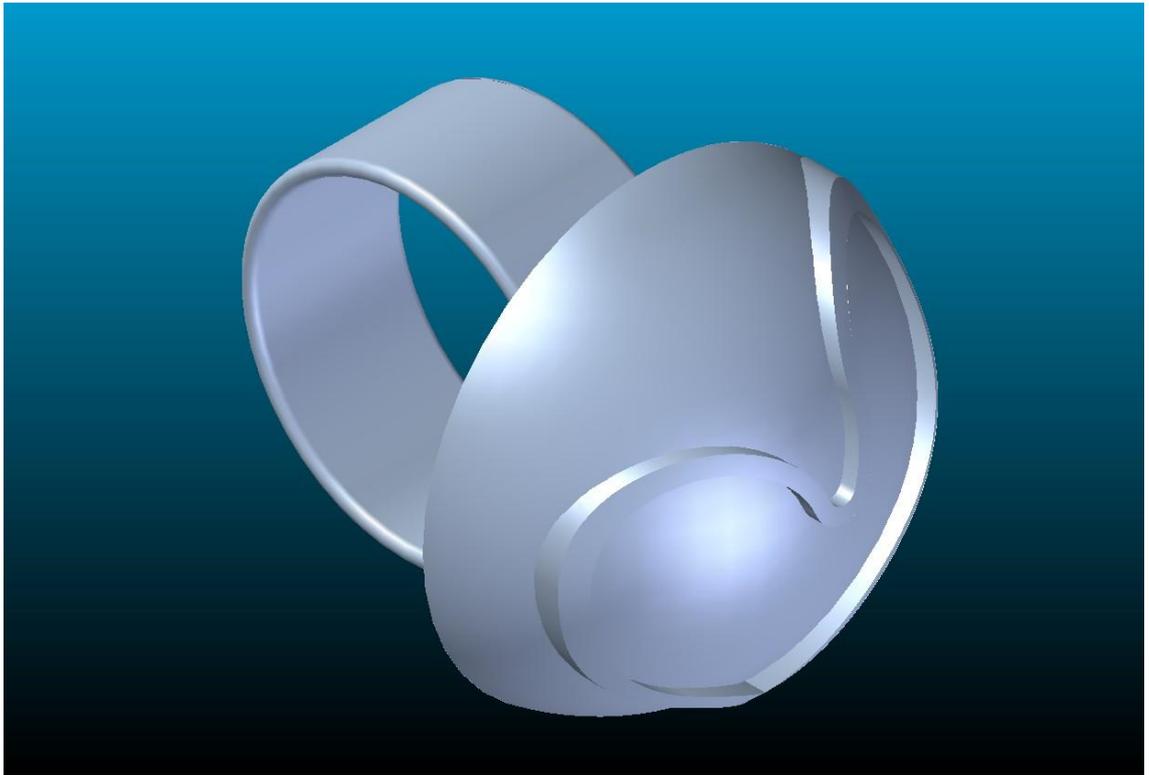
Aretes: 8 pares

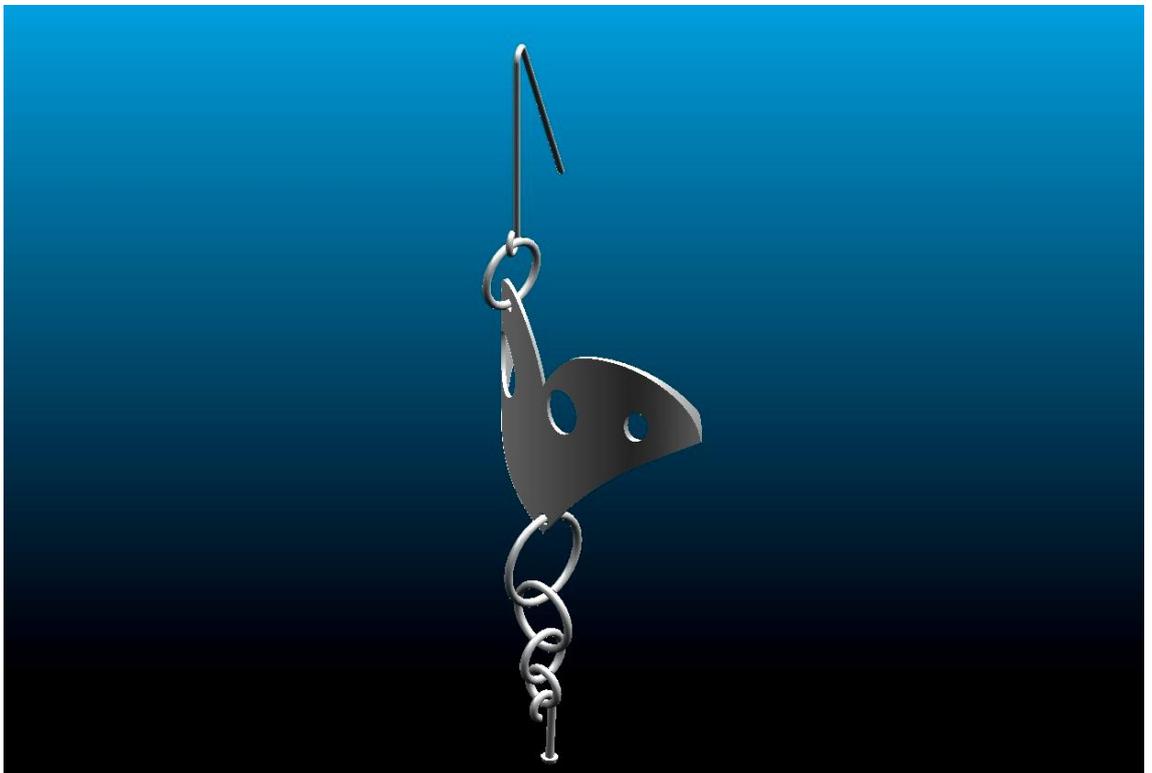
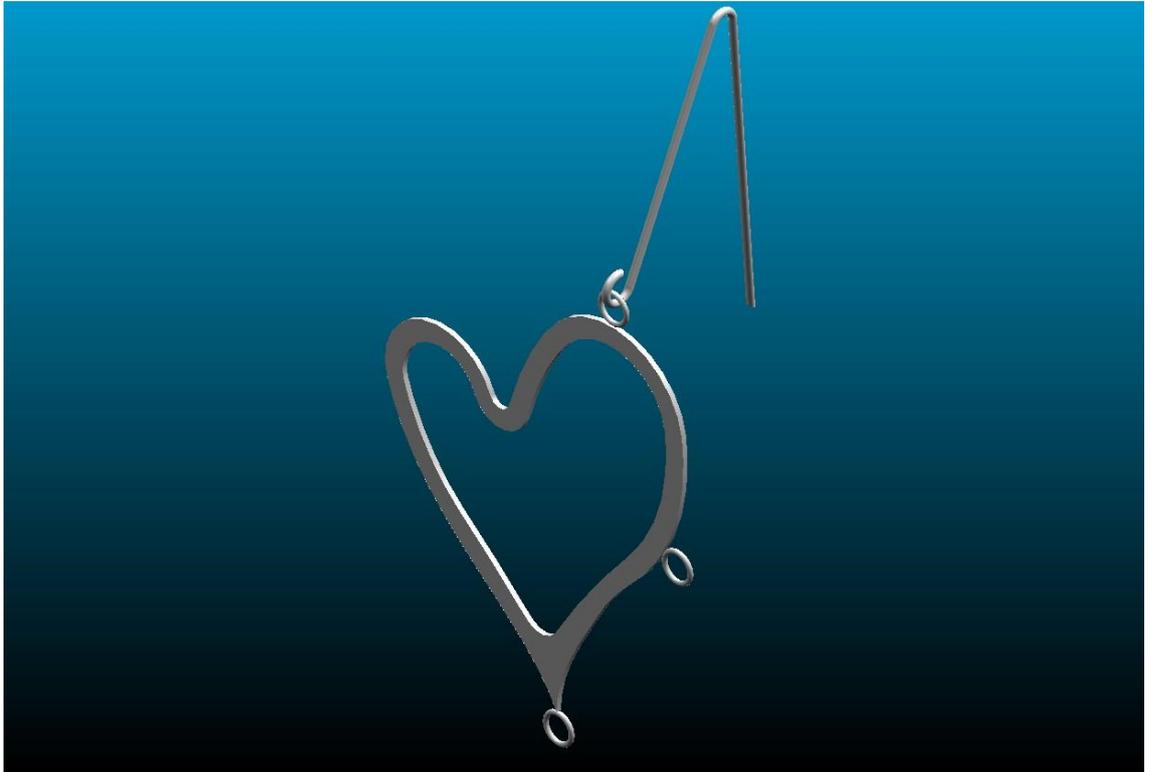
Pulseras: 3 unidades

Dijes: 2 unidades

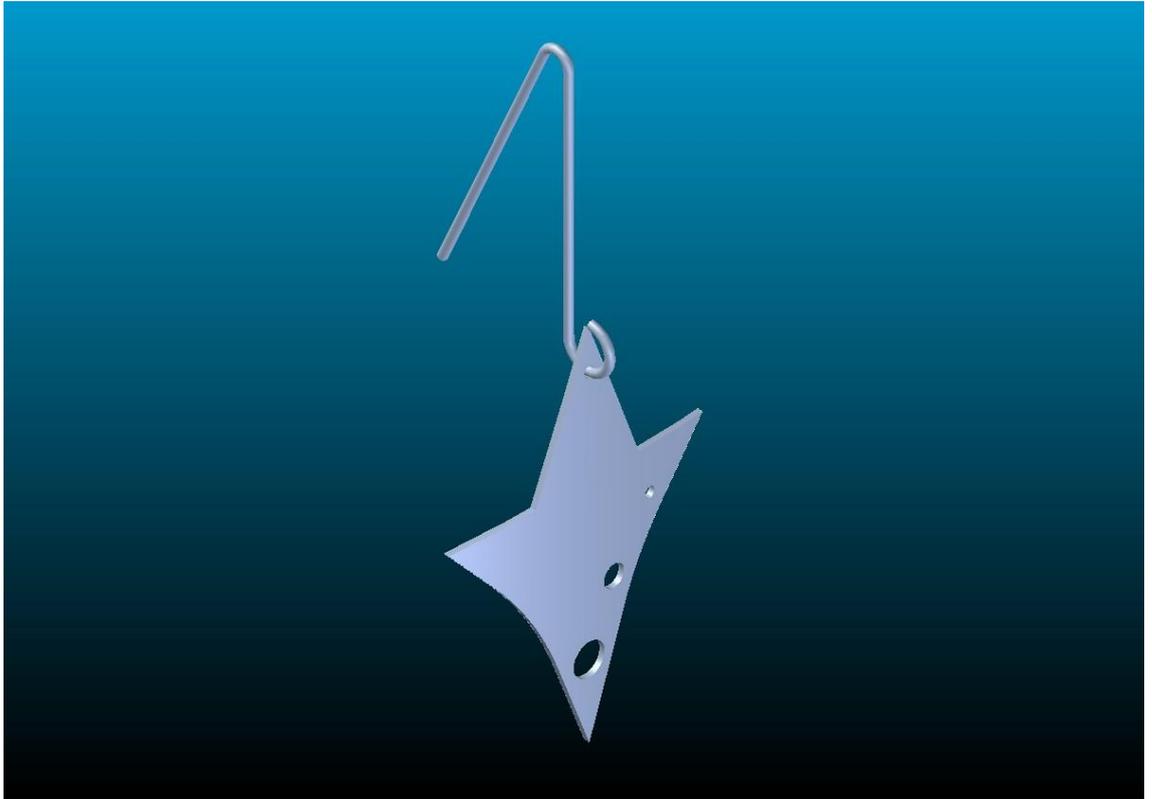
Anillos: 2 unidades

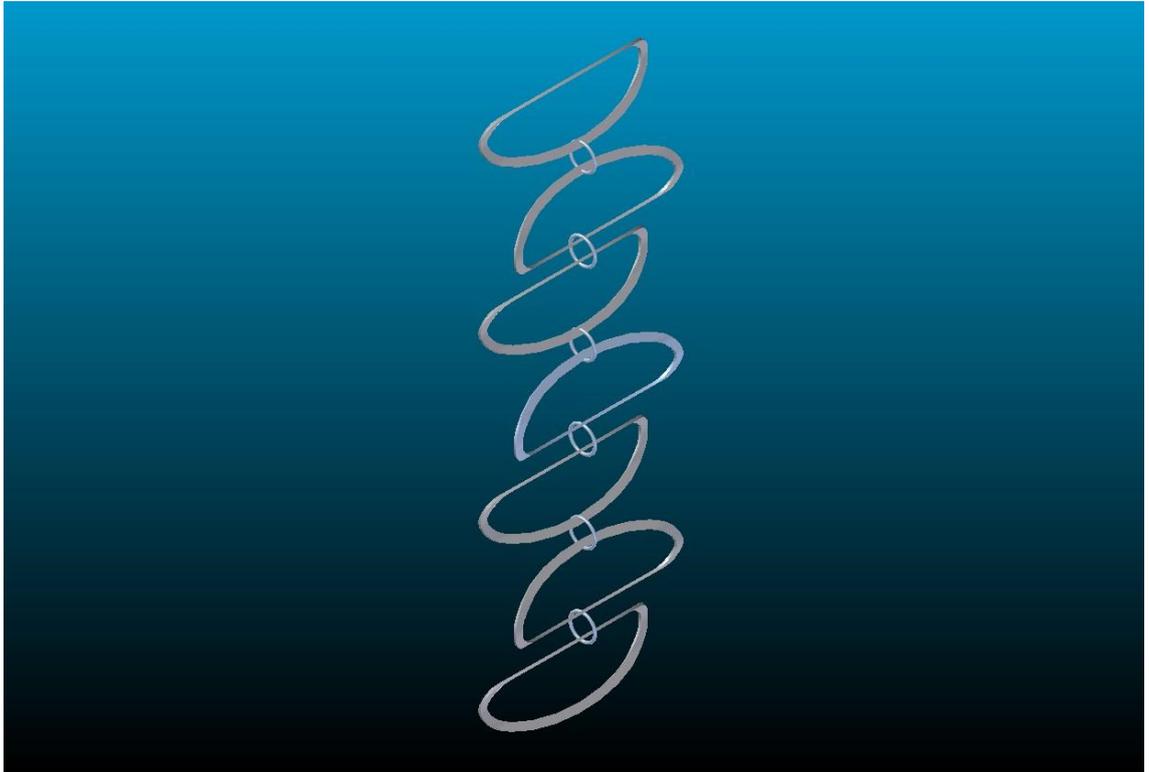
Collares: 2 unidades

**PROPUESTA DEFINITIVA:**









**Colección gótico:**

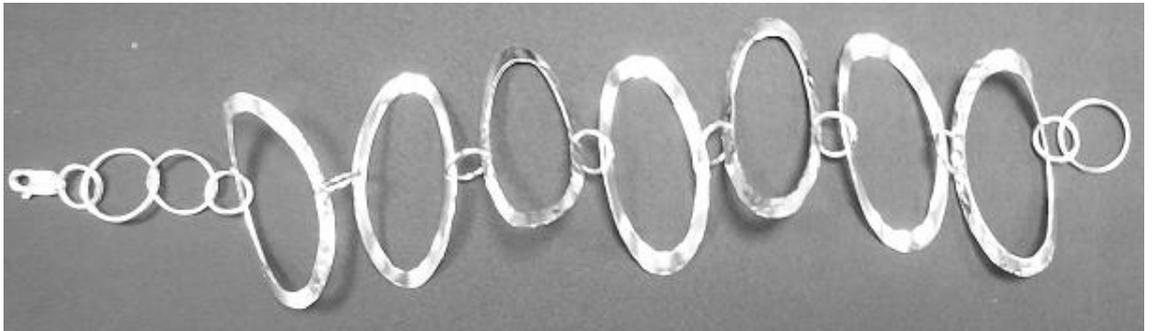




















## COSTOS DE PRODUCCIÓN

### COSTOS REFERENCIAS GÓTICO

REFERENCIA	PESO TOTAL PAR	PRECIO NETO PAR	IVA	PRECIO TOTAL PAR	COSTO MATERIAL	PESO METAL	COSTO PLATA	COSTO PIEDRAS
JAG	13.20	\$ 29,984	\$ 4,798	\$ 34,782	\$ 12,784	3.80	\$ 3,184	\$ 9,600
J568	9.20	\$ 24,400	\$ 3,904	\$ 28,304	\$ 9,760	4.20	\$ 3,520	\$ 6,240
J545	8.90	\$ 37,647	\$ 6,024	\$ 43,671	\$ 15,047	6.50	\$ 5,447	\$ 9,600
J543	5.70	\$ 18,881	\$ 3,021	\$ 21,902	\$ 6,361	5.30	\$ 4,441	\$ 1,920
J544	7.00	\$ 31,319	\$ 5,011	\$ 36,331	\$ 11,999	6.30	\$ 5,279	\$ 6,720
J541	5.10	\$ 19,099	\$ 3,056	\$ 22,154	\$ 6,819	4.70	\$ 3,939	\$ 2,880
J556	6.57	\$ 18,646	\$ 2,983	\$ 21,629	\$ 5,506	6.57	\$ 5,506	
JAGP	23.10	\$ 62,873	\$ 10,060	\$ 72,933	\$ 26,033	9.30	\$ 7,793	\$ 18,240
J586	7.88	\$ 22,363	\$ 3,578	\$ 25,942	\$ 6,603	7.88	\$ 6,603	
JA	20.19	\$ 23,620	\$ 3,779	\$ 27,399	\$ 8,940	4.94	\$ 4,140	\$ 4,800
J555	4.60	\$ 13,055	\$ 2,089	\$ 15,144	\$ 3,855	4.60	\$ 3,855	
J554	1.60	\$ 4,541	\$ 727	\$ 5,267	\$ 1,341	1.60	\$ 1,341	
J549	10.50	\$ 29,799	\$ 4,768	\$ 34,567	\$ 8,799	10.50	\$ 8,799	
JAA	8.50	\$ 24,123	\$ 3,860	\$ 27,983	\$ 7,123	8.50	\$ 7,123	
JAAR	9.92	\$ 28,153	\$ 4,504	\$ 32,657	\$ 8,313	9.92	\$ 8,313	
JA	87.71	\$ 132,813	\$ 21,250	\$ 154,063	\$ 45,113	36.65	\$ 30,713	\$ 14,400

## **7. COLECCIÓN DE JOYAS INSPIRADA EN EL CONCEPTO DE SENSUALIDAD**

### **7.1- INTRODUCCIÓN**

El aspecto más importante del diseño de una joya es su función, utilizabilidad y sus cualidades efectivas. Pero al mismo tiempo debe tener un encanto sensorial ajeno a cualquier racionalismo frío y calculado. Se buscan proyectos que combinen ideas innovadoras con una ejecución meticulosa e idoneidad para la aplicación práctica.

Se va a diseñar una colección inspirada en el concepto de la sensualidad tomando como referente sus formas, colores y texturas “adaptado a la moda actual “brindándole un toque sofisticado, elegante y carismático en donde se plasmara el concepto de sensualidad, este enfoque es realmente importante, Ya que además de ofrecer variedad en los diseños, se evita acudir a otras herramientas que estén fuera de la empresa logrando disminuir el costo, y la complejidad al momento de producir, obteniendo así productividad y calidad, para que exista una mayor comercialización de la empresa en el mercado.

### **7.2- FORMULACIÓN DEL PROBLEMA**

Como diseñar una colección inspirada en el concepto de la sensualidad obteniendo la disminución de los costos al mismo tiempo, al momento de producir.

### **7.3- OBJETIVO GENERAL**

Proponer a la empresa nuevos diseños disminuyendo el costo al momento de la producción, aplicando las herramientas que tiene la empresa.

### **7.4- OBJETIVOS ESPECÍFICOS**

- lograr plasmar el concepto de sensualidad
- proponer nuevos diseños a la empresa
- aplicar herramientas ya existentes de la empresa
- tomar como referente sus formas colores y texturas
- analizar características físicas del concepto de sensualidad.

### **7.5- ANÁLISIS**

La sensualidad se desprende de las formas, colores, texturas desplegando cada uno de sus detalles no es solamente un ejercicio literario el que hay detrás de la descripción de la sensualidad: encarna, encierra, horas vividas, impresiones, sensaciones, sentimientos.

La sensualidad no emana de la Sustancia, de los cuerpos, sino de lo que existe detrás de la Sustancia, más allá, más adentro, porque la verdad de cada uno no está escrita en su exterior, sino en su interior, y el tiempo actúa inexorablemente sobre la Sustancia, pero no sobre lo interno. Por eso la sensualidad no está sujeta al tiempo, no depende de la edad ni de la condición de la forma.

La sensualidad crea belleza no depende de la belleza La sensualidad traspasa las fronteras de las pieles y envuelve los cuerpos en un lazo común, todas las cosas más sensuales de esta vida son o se tiñen de rojo...rojo en todas sus variantes: rojo pasión, rojo carmín, rojo intenso, rojo... La boca, los labios, las

fresas, los fresones, la fruta madura, la ropa interior, el raso rojo, el terciopelo rojo, las flores, el atardecer, el amanecer, las luces rojas, el “barrio rojo”, el fuego, las brasas, los pelirrojos, el corazón, “sonrojarse”...

<http://www.anepco.cl/blog-pack/?p=55>

[www.revistafusion.com/2002/febrero/editor101.htm](http://www.revistafusion.com/2002/febrero/editor101.htm)

## TIPOLOGIAS





[www.lakesuperiorstore.com](http://www.lakesuperiorstore.com)

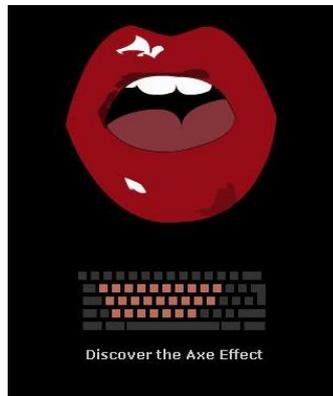




<http://dexigner.com/forum/index.php?showtopic=5694>

## ANALOGIAS







## **CONCEPTO**

Sensualidad

## **REFERENTE**

- FORMAS

Curvas

Convexas

Orgánicas

- COLORES

Gama de rojos

- TEXTURAS

Lisas

Satinada

Polichada

**Concepto: sensualidad** (formas con movilidad)

## 7.6- REQUERIMIENTOS

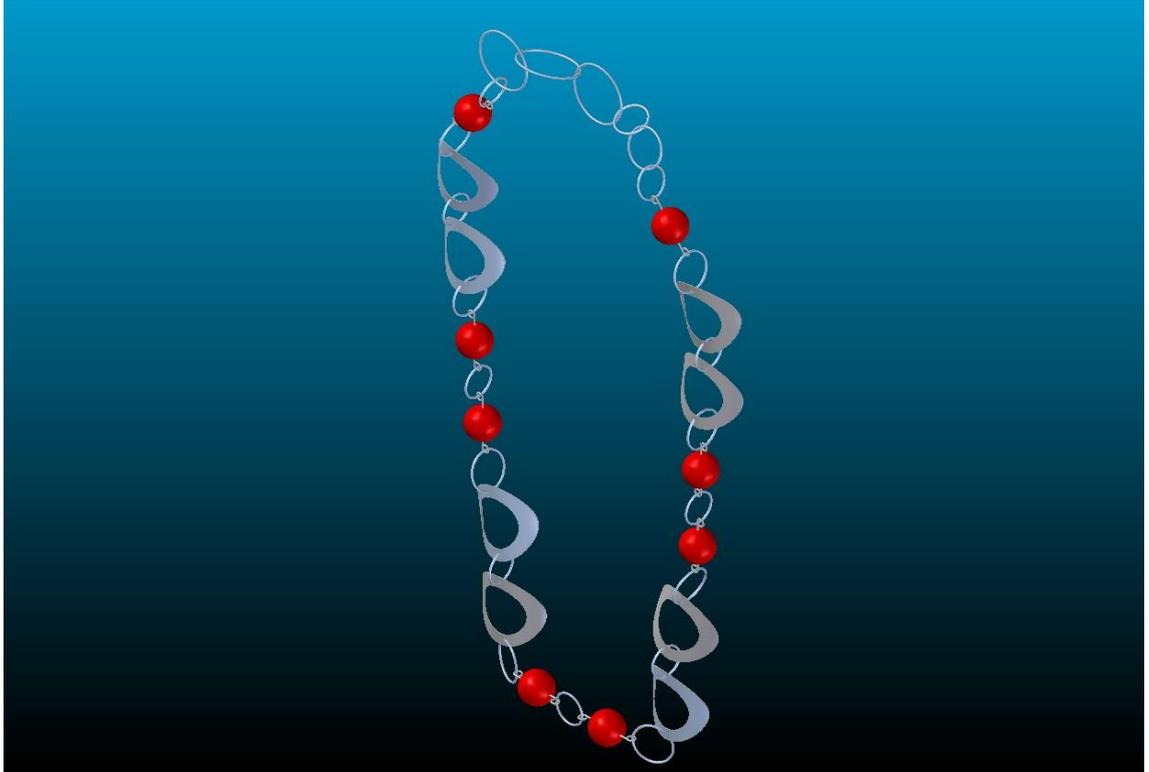
### DETERMINANTES

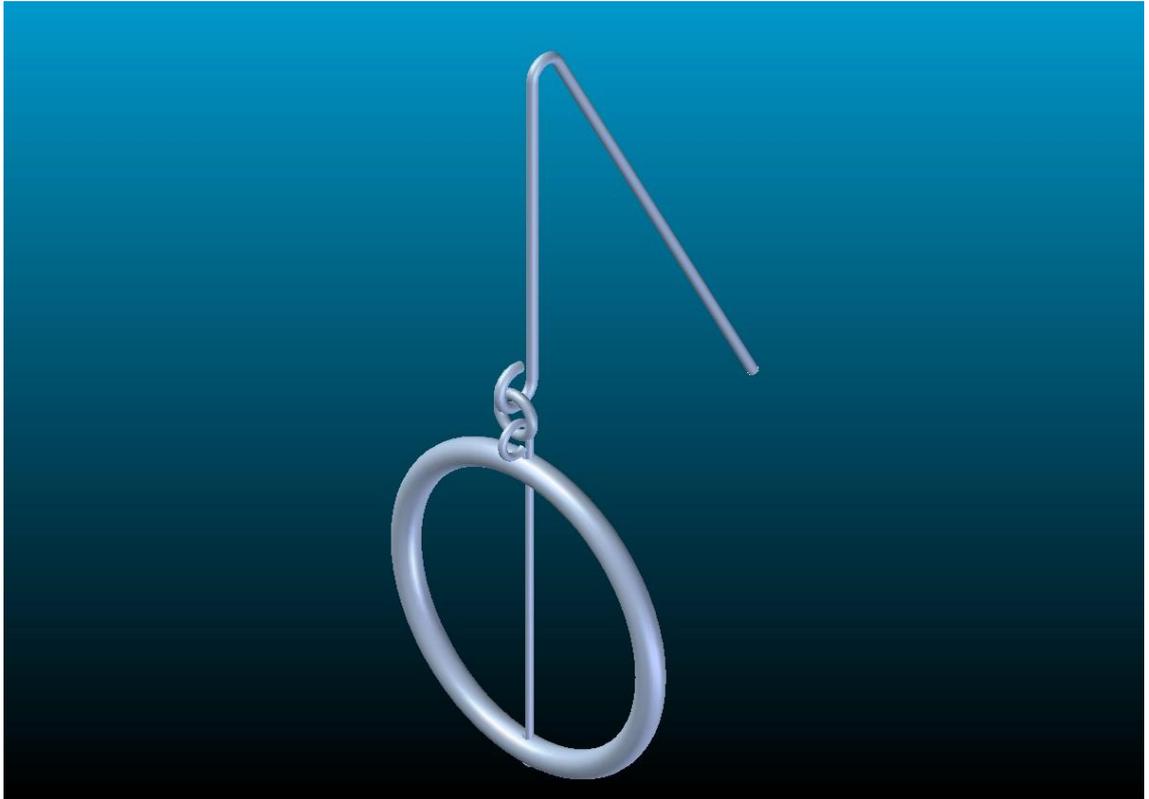
- Investigar las formas que representen el concepto de sensualidad
- Investigar sus características.
- Plasmar el concepto de sensualidad en el diseño de la joya
- la colección constara de 10 joyas en total.

### PARÁMETROS

- la boca, los labios, fruta madura, ropa interior, figura humana.
  - Formas curvas convexas orgánicas, conexas, móviles.
  - formas colores y texturas.
- Aretes: 6 pares.  
Pulseras: 2 unidades.  
Collares: 2 unidades.

**PROPUESTAS**





**Colección sensualidad:**















## COSTOS DE PRODUCCIÓN

### COSTOS REFERENCIAS SENSUALIDAD

REFERENCIA	PESO TOTAL	PRECIO NETO	IVA	PRECIO TOTAL	COSTO MATERIAL	PESO METAL	COSTO PLATA	COSTO PIEDRAS
	PAR	PAR		PAR				
JAS	14.21	\$ 35,973	\$ 5,756	\$ 41,728	\$ 14,553	5.91	\$ 4,953	\$ 9,600
JAAS	14.40	\$ 40,867	\$ 6,539	\$ 47,406	\$ 12,067	14.40	\$ 12,067	
JA0348	8.28	\$ 20,871	\$ 3,339	\$ 24,210	\$ 9,111	2.28	\$ 1,911	\$ 7,200
JA0342	16.20	\$ 71,314	\$ 11,410	\$ 82,724	\$ 31,474	7.20	\$ 6,034	\$ 25,440
JA0343	16.20	\$ 36,754	\$ 5,881	\$ 42,634	\$ 14,194	7.20	\$ 6,034	\$ 8,160
JAC	11.70	\$ 96,943	\$ 15,511	\$ 112,453	\$ 46,903	2.70	\$ 2,263	\$ 44,640
JASR	36.60	\$ 123,776	\$ 19,804	\$ 143,580	\$ 42,936	32.62	\$ 27,336	\$ 15,600
JAP	11.55	\$ 33,484	\$ 5,357	\$ 38,841	\$ 12,344	7.57	\$ 6,344	\$ 6,000
JAP	22.34	\$ 61,223	\$ 9,796	\$ 71,019	\$ 20,043	18.19	\$ 15,243	\$ 4,800

## BIBLIOGRAFIA

### **Arte gótico:**

[http://enciclopedia.us.es/index.php/Arte\\_gotico](http://enciclopedia.us.es/index.php/Arte_gotico)

<http://www.ravenve.com/images/pwgallery/2005.jpg>

[http://www.tagoror.com/enciclopedia/es/wikipedia/a/ar/arte\\_gotico.html](http://www.tagoror.com/enciclopedia/es/wikipedia/a/ar/arte_gotico.html)

### **Juanita Álvarez**

<http://www.artuniversal.com/estilos+ismos+movimientos/siglo+xx/segundas+vanguardias>

### **Sensualidad:**

<http://www.anepco.cl/blog-pack/?p=55>

[www.revistafusion.com/2002/febrero/editor101.htm](http://www.revistafusion.com/2002/febrero/editor101.htm)

[www.lakesuperiorstore.com](http://www.lakesuperiorstore.com)

<http://dexigner.com/forum/index.php?showtopic=5694>