



8.11 Carta de Cesión de Derechos de Autor: Evaluación Profesional

Secretaría de Docencia
Dirección de Estudios profesionales
Facultad de Arquitectura y Diseño



Versión Vigente No. 00

Fecha: 22/05/2014

CARTA DE CESIÓN DE DERECHOS DE AUTOR

El que suscribe **Cecilia Córdova Martínez** Autora del trabajo escrito de evaluación profesional en la opción de **Tesis** con el título **Colección de joyería de plata y cerámica de autor con identidad mexicana para mujeres jóvenes**, por medio de la presente con fundamento en lo dispuesto en los artículos 5, 18, 24, 25, 27, 30, 32 y 148 de la Ley Federal de Derechos de Autor, así como los artículos 35 y 36 fracción II de la Ley de la Universidad Autónoma del Estado de México; manifiesto mi autoría y originalidad de la obra mencionada que se presentó en **Toluca, México** para ser evaluada con el fin de obtener el Título Profesional de **Licenciada en Diseño Industrial**.

Así mismo expreso mi conformidad de ceder los derechos de reproducción, difusión y circulación de esta obra, en forma **NO EXCLUSIVA**, a la Universidad Autónoma del Estado de México; se podrá realizar a nivel nacional e internacional, de manera parcial o total a través de cualquier soporte documental, todo ello siempre y cuando sus fines sean académicos, humanísticos, tecnológicos, históricos, artísticos, sociales u otra manifestación de la cultura.

Entendiendo que dicha cesión no genera obligación alguna para la Universidad Autónoma del Estado de México y que podrá o no ejercer los derechos cedidos.

Por lo que el autor da su consentimiento para la publicación de su trabajo escrito de evaluación profesional.

Se firma en la ciudad de **Toluca**, a los **8** días del mes **Agosto** de **2018**.

Nombre y firma de conformidad



UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DEL ESTADO MÉXICO
FACULTAD DE ARQUITECTURA Y DISEÑO



**COLECCIÓN DE JOYERÍA DE PLATA Y CERÁMICA DE AUTOR CON
IDENTIDAD MEXICANA PARA MUJERES JÓVENES**

**MODALIDAD
TESIS**

PARA OBTENER EL TÍTULO DE LICENCIADA EN DISEÑO INDUSTRIAL,

**UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DEL ESTADO DE MÉXICO
FACULTAD DE ARQUITECTURA Y DISEÑO**

**PRESENTA
CECILIA CÓRDOVA MARTÍNEZ**

**ASESOR
DR. JOAQUÍN IDUARTE URBIETA**

**REVISORES
DRA. EN C. S. MARTHA PATRICIA ZARZA DELGADO
M. EN D.E. ELIZABETH RAMIREZ PEREZ**

**TOLUCA, ESTADO DE MÉXICO
AGOSTO 2018**

D

EDICATORIAS

A mis padres por su gran ejemplo de superación y valioso apoyo en todo momento tanto en lo personal como profesional, dándome la oportunidad de vivir en el extranjero. Mi madre por siempre estar a mi lado alentándome para ser una mejor persona cada día. Mi padre por ser la persona quien con sus consejos me ha guiado y ayudado a lo largo de mi vida.

A mis profesores, gracias por su tiempo, por su apoyo así como por la sabiduría que me transmitieron en el desarrollo de mi formación profesional.

A Dios, por permitirme llegar a este momento tan especial en mi vida. Por los triunfos y los momentos difíciles que me han enseñado a valorarlo cada día más.

A mis familiares y mis amigos que estuvieron conmigo apoyándome y acompañándome en esta etapa de mi vida.



A

GRADECIMIENTOS

En primer lugar doy infinitamente gracias a Dios, por haberme dado fuerza y valor para culminar esta etapa de mi vida.

Agradezco también la confianza y el apoyo brindado por parte de mi padres, que sin duda alguna en el trayecto de mi vida me ha demostrado su amor, corrigiendo faltas y celebrando mis triunfos. Y sé que están orgullosos de la persona en la cual me he convertido.

A mi director de tesis Dr. Joaquín Iduarte Urbieto por toda la colaboración brindada, durante la elaboración de este proyecto, por haberme guiado a hacer mi tesis y obtener mi título de licenciatura.

De la misma manera mis revisoras Patricia Zarza y Elizabeth Ramirez por cada una de las correcciones y aportaciones que compartieron para la finalización de este documento.



ÍNDICE

DEDICATORIAS
AGRADECIMIENTOS
RESUMEN
ABSTRACT

8 CAPÍTULO I ANTECEDENTES DE LA JOYERÍA

11 *Historia de la Joyería*

14 *Historia de la Joyería en México*

19 *Materiales utilizados en la joyería*

23 *Nueva tecnología*

28 CAPÍTULO II DEL AUTOR AL CONSUMIDOR

32 *Consumidor*

41 *Diseñador*

42 *Diseñadores Extranjeros*

44 *Diseñador mexicanos*

46 *Entrevistas*

48 *Productor*

52 CAPÍTULO III DE LA IDENTIDAD AL OBJETO

55 *Identidad*

56 *Identidad cultural*

56 *Identidad nacional*

57 *Identidad mexicana*

62 *Tendencias mexicana*



XIKATLI KOR
JOYERÍA MEXICANA

ÍNDICE

68 *IV. DISEÑO*

71 *Problemática*

72 *Oportunidad*

75 *Concepto*

77 *Bocetos*

78 *Alternativas*

80 *Propuesta Final*

82 *Planos*

91 *9 Fotografías*

94 CAPÍTULO V IMPLANTACIÓN

97 *Por medio de la tienda online*

99 *Por medio de redes sociales*

101 *Por medio de encuestas*

106 *Contactando personas en el sector de la joyería*

110 CAPÍTULO VI PLAN DE NEGOCIO

113 *Naturaleza del proyecto*

117 *Mercadotecnia*

122 *Producción*

123 *Posicionamiento*

125 *Cobertura del negocio*

128 *Aspectos financieros*

130 *Promoción y relaciones públicas*

133 CAPÍTULO VII RE DISEÑO

134 *Presentación*

136 *Marca*

136 *Exhibidores*

137 *Envases*

138 CONCLUSIONES

142 *ANEXOS*

149 *BIBLIOGRAFÍA*



XIKATLI KOR
JOYERÍA MEXICANA

R

ESUMEN

La presente tesis tiene como objetivo crear una colección de diseño de autor ofreciendo el diseño y calidad como características principales, así como la aplicación de la tecnología tanto en el diseño, la producción y la venta. Creando así una marca de autor con identidad de la cultura mexicana.

Consta de siete capítulos donde los primeros tres capítulos donde abordamos los temas de la historia, materiales, el autor, consumidor y la identidad de la joyería. El capítulo de la metodología explica el proceso que se utilizó para obtener los datos de análisis que fue por medio de entrevistas, de cuestionarios e investigación en libros e internet. Del cuarto al quinto capítulo muestra el proceso de diseño, la implantación y el plan de negocios del proyecto.

Se concluye con un re diseño del proyecto, desde la propuesta de la colección de joyería, los envases, exhibidores hasta la marca.

Palabras claves:

Joyería, Diseño de Autor, Identidad mexicana.



A

BSTRACT

The objective of this thesis is to create a new collection offering the design and quality as main characteristics, the application of technology in the design, production and marketing. Creating an author's brand with identity of the Mexican culture.

It consists of seven chapter where the first three chapters was based on the methodology that was used to obtain the analysis data consists of the method of field research that is through interviews, through questionnaires and research in books and the internet. The fourth to fifth chapter shows the design process, the implementation and the business plan of the project.

It concludes with a redesign of the project, from the proposal of the jewelry collection, packaging, exhibitors until the brand.

Keywords:

Jewelery, Author's Design, Mexican Identity.



Capítulo I

Antecedentes de la joyería



*“Cada pieza tiene una historia que contar
y un mensaje que transmitir”*

-Carmen Díaz

EN ESTE PRIMER CAPÍTULO, SE HABLA ACERCA DEL NACIMIENTO DE LA JOYERÍA, EN SEGUNDO TÉRMINO COMO SE REGISTRA LA HISTORIA DE LA JOYERÍA EN MÉXICO SU DESARROLLO, EL USO DE PROCESOS, MATERIALES Y TECNOLOGÍAS TRADICIONALES, LA EVOLUCIÓN QUE HA TENIDO A TRAVÉS DE LOS AÑOS EN EL MUNDO HASTA LA ACTUALIDAD.

1.1 HISTORIA DE LA JOYERÍA

La joya es un objeto del que no existe una fecha exacta de su creación, debido que nuestros antepasados lo ocuparon como un objeto ornamental y decorativo; es un adorno que embellece la presencia física del ser humano,...Se ha distinguido por tener una función comunicacional (Siemelink, 2008). Estos llevan mensajes que han sido configurados desde quienes lo crean, lo usan y lo regalan.

“La historia de la joyería se ha dividido en tres etapas históricas. En primer lugar se encuentra la civilización antigua con Egipto, la India y China. Es así que en Egipto y Mesopotamia es donde comienza a ligarse con los metales y gemas pero el material más importante que se aprendió a trabajar y a mezclar fue el vidrio. Fue una época donde determinó pautas para las civilizaciones europeas las cuales continuaron con los aportes. Muchas de las actuales tendencias provienen de hace más de quinientos años.” (Jorge Juan Joyeros, 2015). En la imagen 1 se puede apreciar un collar egipcio donde destacan una gama de colores (naranja, blanco, diferentes tonalidades de azul y verde), lo llamativo y grandes que eran sus accesorios.

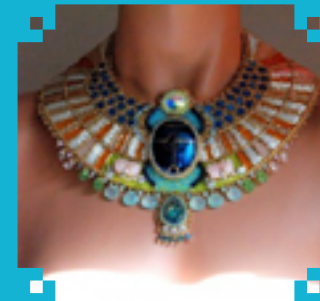


Imagen 1 Collar Egipcio



Imagen 2
Colección de joyería de la India

“Como segundo tenemos la India, donde la joyería se convirtió en el uso de la vida cotidiana a través de la ornamentación religiosa. Para la joyería con oro esta etapa fue la más importante ya que son los primeros en desarrollar el arte de las joyas de oro.” (Jorge Juan Joyeros, 2015). En la imagen 2 se puede apreciar una colección del desfile de la semana de la joyería de la India (IJJW)¹ se observa que la elegancia y la ostentación son sus características principales, combinan diferentes materiales (metálicos y no metálicos), aunque el material que siempre sobresale es el oro; cabe mencionar que son los principales en utilizar el oro, sus piezas conllevan el misterio de la joyería y refleja la religión, y la unión de una mujer al hombre.

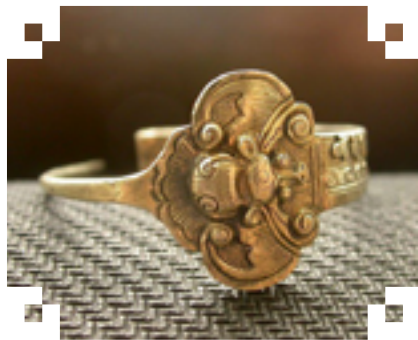


Imagen 3 Anillo de la flor de loto

Como la tercera y última civilización se encuentra “China quienes a diferencia de la India que ligan la joyería con la religión, la conciben como arte. Los chinos impulsaron el desarrollo de la joyería como arte basándose en la naturaleza, los animales y en especial los dragones; llevándolo así a su cultura; difundiéndolo así por el resto de Asia.” (Jorge Juan Joyeros, 2015). En la imagen 3 se puede apreciar un anillo de la flor de loto símbolo de China, se puede observar joyería más discreta, con la utilización de sólo un material pero con detalles complejos.



Imagen 4 anillo Art Decó



Imagen 5 collar del romanticismo

“La entrada de Europa comienza en la caída de la civilización egipcia. Donde los europeos son quienes innovaron la joyería en la época del renacimiento. Mezcla de la riqueza, de la nobleza, la iglesia y la realeza, dio paso posteriormente a una clase media a través de los descubrimientos y la revolución industrial. Es aquí donde surgió una constante evolución de tendencias y la joyería se popularizó por nuevos diseños.” (Jorge Juan Joyeros, 2015). Los diseñadores eran en muchos casos atrevidos en su modelo, otros buscaron a través de los hallazgos en las ruinas diseños en los que se inspiraron para las joyas del Art Decó como se muestra en la imagen 4 y el Romanticismo como se muestra en la imagen 5.

Como resumen de la historia de la joyería se ha dividido en tres etapas históricas, la primera fue Egipto donde comenzaron a utilizar los metales, gemas y el vidrio, como segundo se encuentra la India con fin de ornamentación religiosa así como el arte de oro, por último fue la China quienes su arte se basó en la naturaleza. A la caída de la civilización egipcia fue la entrada de Europa, es decir, fue donde el renacimiento surgió, y con ello llegó la evolución de tendencias, modelos nuevos y se popularizó por la variedad de diseños y el concepto empezó a cambiar con la llegada de la revolución industrial.

¹ IJJW Es una iniciativa para mostrar más fino en la joyería de la India, ya sea el diseño o la innovación, con el apoyo de la parte superior-de-la-línea de la artesanía y la tecnología.

1.2 HISTORIA DE LA JOYERÍA EN MÉXICO

Mientras que en el mundo se dieron esos cambios, en México se tienen vestigios del uso de la joyería desde la era prehispánica. Según Alejandro Glade R (2014) "La historia de la joyería mexicana comienza con las tribus indígenas que vivían en América Central y América del Sur, antes de la colonización europea. Las tribus principales; la tolteca, mixteca, zapoteca, maya y azteca, las cuales eran conocidas por adornar sus cuerpos con pinturas, tatuajes, joyas y plumas.



Imagen 6 Collar de jade, Azteca



Imagen 7 Joyas de la tumba de la tumba 7 de Monte Alban, Mixteca



Imagen 8 Rito Maya

Los aztecas usaban joyas de jade finamente tallado como se muestra en la imagen 6, mientras que en las tumbas de la tribu mixteca se encontraron joyas de oro, turquesa, cuarzo y piezas relacionadas con animales como se muestra en la imagen 7. Con los mayas se encontraron tapones para los oídos, colgantes y pulseiras hechas de jade, lo cual se cree que era parte de los ritos, como función religiosa como se muestra en la imagen 8.

Una vez la llegada de los españoles al continente Americano las forma de trabajar y los materiales se desarrollaron de diferente manera, es así que en 1532 comenzó la colonización española de México, donde trajeron artesanos españoles quienes enseñaron a los indígenas a trabajar con el oro y la plata, es ahí cuando la joyería mexicana comienza con combinaciones y mezclas de estilos.

"Cuando se descubrió la plata en el territorio mexicano seguían los españoles, donde explotaron la plata para llevársela e intercambiarla con otros países europeos. Fue así que en el siglo veinte muchos orfebres de todo el mundo se trasladaron a México con el fin de explotar la joyería mexicana. En el año 1919 Fred Davis de nacionalidad estadounidense se convierte en diseñador de joyería y de Chicago se traslada a la ciudad de México contratando así a plateros mexicanos. Años después surgen diseños similares. Pero el estadounidense más famoso fue el arquitecto William Spratling, quien en el año 1927 llega a Taxco, Guerrero, la ciudad de ese entonces más importante de la plata por los grandes yacimientos de plata explotados por los españoles durante la conquista. Spratling fue nombrado Padre de la plata mexicana contemporánea, estableció un modelo para el desarrollo artístico y el crecimiento de la industria de plata, diseñó objetos inspirados en piezas precolombinas y las piezas fueron trabajadas por plateros mexicanos provenientes de Iguala, Guerrero." Maria Amparo. (2010). Historia de la plata mexicana. AAPAUNAM, 12, 24-33

En nuestros días, además de las técnicas tradicionales como la filigrana para la elaboración de joyería, así como las formas tradicionales y las copias de diseños prehispánicos o piezas inspiradas en ellos, tanto para la joyería como para la orfebrería, se recrea con piezas de metales (cobre, latón y plata), en acabado mate o brillante, utilizando también combinaciones con piedras semi-preciosas (amatista, turquesa, obsidiana, lapislázuli, ópalo y malaquita). Asimismo, se usa la concha de abulón (concha nácar) y las maderas finas como caoba, ébano y palo de rosa que, combinados con la plata, crean auténticos mosaicos en piezas ornamentales.

Actualmente la industria de joyería es una de las industrias más importantes y con mayor crecimiento en México. Tan sólo en el año 2015 creció un 23% en el valor de la producción, uno de los objetivos más relevantes de la Industria joyera es su internacionalización, señaló Miguel Cortero en entrevista al periódico Mileno.² Donde Estados Unidos representa un 60% de las exportaciones que hace el país, pero también India, Dubái, Italia, Japón, España, Alemania las regiones de Centroamérica y Sudamérica son consumidores del talento mexicano gracias a la creciente oferta de diseñadores jóvenes.

Es así que la joyería en México comenzó con las tribus como la tolteca, mixteca, maya, etc. Años después con la llegada de los españoles evolucionó combinando formas de trabajar de los indígenas con los europeos creando así nuevos estilos y materiales. Fue así que los extranjeros enseñaron a varias personas técnicas y métodos para trabajar la joyería, uno de los más importantes fue el padre de plata mexicana el arquitecto William Spratling quien explotó la plata en Taxco, Guerrero donde se estableció un modelo para el desarrollo artístico y el crecimiento de la industria de plata que hasta la fecha es muy importante en México por su producción comercial nacional y exportaciones a otros países.

1.1.1. JOYERÍA POR ESTADOS

A través de internet y libros se buscó estado por estado de la república mexicana la evolución que se tiene de la joyería y se encontraron nueve estados principales que manejan la producción, diseño, artesanía, etc. A continuación se muestran los 9 principales estados de México (Aguascalientes, Campeche, Chiapas, Guerrero, Jalisco, Guadalajara, Michoacán, Querétaro y Yucatán); que poseen lo más importante de la joyería del país mexicano.

²Silvia Rodríguez. (2015). *La industria joyera brilla más que la economía nacional. Negocios*, 1.

❖ Aguascalientes

La joyería tiene como referencia motivos orgánicos porque tiene como principales materias las semillas silvestres, frutas deshidratadas, hojas secas, madera, piedra, cuarzos y plumas de aves. Es así que su joyería es más natural. También destaca por la joyería con la Piedra Ágata de Fuego. Esta es una piedra preciosa de más de 30 millones de años de antigüedad, utilizada en la joyería que resulta poco conocida en México. Donde se extrae de distintas minas ubicadas en comunidades aledañas a las sierras, se dice que su valor puede alcanzar cifras exorbitantes, sobre todo una vez que es pulida.³

❖ Campeche

Según el gobierno de Campeche⁴ una de las aportaciones artesanales más importante de Campeche a nivel mundial es la joyería hecha de coral negro. Aunque igualmente resalta su alfarería utilitaria, que son los cántaros de barro poroso decorado con flores en color café y otras artesanías como los huipiles bordados a mano creando aretes y collares.

❖ Guanajuato

La joyería de Guanajuato surgió durante la época de la colonia, destacando con la joyería barroca mexicana. Su presencia está asociada a la virgen que llegó de Santa Fe de Granada a la Nueva España en el siglo XVI, quien además de milagros, trajo una fuente de inspiración para los orfebres.⁵

❖ Chiapas

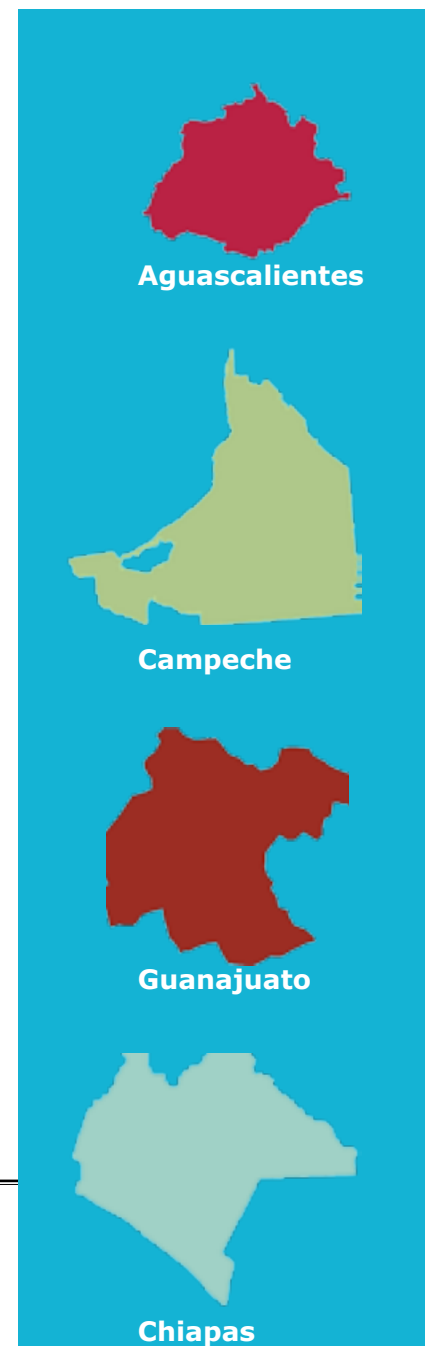
Los principales elementos utilizados en la joyería tradicional chiapaneca son el jade (piedra de la inmortalidad) y el ámbar (la materia que aleja a los malos espíritus). Pero el principal en Chiapas es el ámbar, una resina con la que los artesanos crean collares, anillos y dijes.⁶

Tomado de <http://vivaaguascalientes.com/joyeria-organica-y-mineral/>

⁴ <http://www.campeche.gob.mx/campeche-sp-10517/cultura/artesanas>

⁵ Tomado de <http://todochiapas.mx/chiapas/cultura-en-chiapas/artesanas-de-chiapas/14342>

⁶ Tomado de <https://www.asiesmimexico.mx/es/guanajuato/artesanas/joyeria-de-plata-y-oro/>



❖ Jalisco

Aunque no ha sido de manera oficial, Guadalajara fue nombrada como “la capital joyera de América”⁸, después de un acuerdo establecido entre el cabildo de la ciudad y la Cámara Regional de la Industrial de la Joyería en septiembre de este 2012. Ya que es la entidad que tiene más fabricantes de joyas. “En Guadalajara se produce el 70% de la fabricación nacional, porque es el primer productor de oro, plata y bisutería... Más de la mitad de los diseñadores son mujeres.”⁷

❖ Guerrero

Como bien se ha menciona anteriormente la joyería en Guerrero fue muy importante en Taxco donde se produce el 20%⁸ de la platería que se comercializa, en Iguala se dedican al oro vaciado, troquelado, armado de perlas y filigrana; y en Ciudad Altamirano y Coyuca de Catalán, principalmente al oro troquelado y la filigrana.

❖ Michoacán

La platería purépecha se hace como las más antiguas orfebrerías del mundo, a base de la forja. Esta técnica permite que las piezas tengan un mayor detalle en el grabado, como puede apreciarse en las escamas de truchas y pescados blancos que se usan en los aretes y collares tarascos.⁹

❖ Querétaro

Se conoce bien que el Estado de Querétaro¹⁰ es cuna de ópalo y pionero en la minería de esta piedra mexicana. En la actualidad, además de su valor económico el ópalo lleva en sí un valor simbólico, ya que se considera símbolo de confianza, pureza y serenidad; incluso hay quienes aseguran que el ópalo ayuda a alcanzar un alto nivel de espiritualidad.

⁷ Tomado de <http://guerrero.gob.mx/articulos/plateria-de-taxco/>

⁸ Ramón Parra Pedroza presidente de la Cámara Regional de la Industrial de la Joyería *El economista* (2016). *Joyería y platería jaliscienses brillarán en 20 países*. [online] Available at: <http://eleconomista.com.mx/estados/2016/08/31/joyeria-plateria-jaliscienses-brillaran-20-paises> [Accessed 6 Jul. 2017].

⁹ Tomado de <https://www.mexicodesconocido.com.mx/la-plateria-purepecha.-arte-simbolico-que-pervive-michoacan.html>

¹⁰ Tomado de <http://www.mexicotravelclub.com/el-opalo-en-san-juan-del-rio-queretaro>



Yucatán

❖ Yucatán

La técnica de filigranas, que al parecer fue introducida en el siglo XIX¹¹ es la principal de la región aunque por diversas causas, actualmente sólo se realiza en las ciudades grandes de Yucatán y por un número cada vez menor de joyeros.

Es decir, que de los 9 estados de la República mencionados anteriormente se puede resumir que 8 estados siguen teniendo una producción totalmente artesanal, que se evidencia en los materiales barro, bordados, metales, gemas, etc, en venta el puesto en tienda y/o en las calles y procesos tradicionales en el sector de la joyería mientras que en el estado de Jalisco hasta el 2016 se reflejaba que es el estado que en su producción es más tecnológico e industrial, donde específicamente en Jalisco se encuentra la cámara regional de la industria de la joyería de América Latina por lo tanto se le ha denominado como la capital joyera de América es ahí que se produce el 70% de la fabricación nacional.

1.3 MATERIALES UTILIZADOS EN LA JOYERÍA

Existe una gran variedad de materiales que se pueden utilizar en la joyería, por lo tanto no existe una clasificación exacta, puede ser desde los orgánicos e inorgánicos, los artesanales y contemporáneos, etc. Aquí los clasificaremos en materiales metálicos y materiales no metálicos.

1.1.1. METÁLICOS

Las joyas metálicas según Borel, F. (1994) son hechas de metales preciosos, donde el joyero-orfebre transforma la materia prima en adornos como anillos o aros.¹²

¹¹ Tomado de <http://www.merida.gob.mx/turismo/contenido/cultura/joyeria.htm>



Imagen 9 anillo de latón

❖ Latón

Es una combinación de zinc y cobre, es un material que da la apariencia del oro y por su costo más económico muchas veces se sustituye por latón. No contiene plomo, lo que indica que no causa algún tipo de alergia en la piel de las personas, ni pierde su color original.



Imagen 10 pulseras de cobre

❖ Cobre

Es un metal sencillo de trabajar, de color rojizo con tendencia al anaranjado y a veces hasta un tono marrón; tiene como ventaja que es liviano y económico.¹²

❖ Platino

Es el metal menos común y más costoso. Es un metal blanco grisáceo con una dureza de 4.3, se esparce levemente al calentarlo y tiene una gran tenacidad eléctrica; de igual forma es relativamente inerte e invulnerable al aire, agua, ácidos y reactivos ordinarios.



Imagen 11 anillos de platino

¹² Joya Life. (2016). Metales utilizados en la joyería. Septiembre 2016, de Joya Life Sitio web: <https://www.joya.life/blog/metales-utilizados-en-la-joyeria/>

❖ Oro

Es un metal combinado de varias formas debido a su alto costo, en primer lugar están las joyas elaboradas con Gold Field, es decir, que solo tienen una capa de aleación de oro. En segundo lugar existen los elementos chapados en oro solo; contienen un mantón externo, por lo tanto no son de oro macizo.



Imagen 12 aretes de oro

❖ Plata

Este metal se puede fabricar con diferentes subtipos de plata. El primero, está la plata fina o pura, es aquella con la que se realizan barras de lingotes, se utiliza en la joyería. Como segundo está el chapado en plata, que es como un baño de este metal en la capa exterior; para esto se manipula la galvanoplastia, técnica usada para colocar un manto delgado de plata en la superficie, ocasionando que el color plateado no dure mucho tiempo. La ley de la plata indica que debe de ser 92.5% de plata pura y el resto se compone de cobre.



Imagen 13 anillos de compromiso de plata y diamante

1.1.1. NO METÁLICAS

Por el contrario de los materiales metálicos están las joyas no metálicas según Borel, F. (1994) se define como una piedra preciosa mejorada. Mediante un procedimiento de tallado de alta calidad y precisión, un joyero puede incrementar el valor de la materia prima así como el proceso que interviene.



Imagen 14 anillo de oro y piedras preciosas

❖ Gemas

Según Gemselect (2008) Existen dos tipos de gemas también conocidas como piedras preciosas, una es una roca o mineral y se crean por el hombre con resina y pigmentos, o bien son de origen vegetal, como el ámbar, la perla, etc.

❖ Cerámica

Las culturas prehispánicas practicaron la alfarería utilitaria, ceremonial y suntuaria. Desde las primeras expresiones se advierte la aptitud en la creación de piezas de belleza plástica. Con el tiempo, la alfarería se convirtió en una ocupación completa, entonces, las formas y sus decoraciones se fueron perfeccionando hasta alcanzar un alto grado estético.¹³



(Imagen 15 collar de cerámica)

❖ Vidrio

Es un material de gran dureza pero que, a la vez, resulta muy frágil. Es inorgánico, carece de estructura cristalina y suele permitir el paso de la luz. Para obtener vidrio, es necesario fusionar caliza, arena silíceo y carbonato de sodio y moldear la mezcla a temperatura elevada -Julián Pérez (2010).



(Imagen 16 collar de vidrio)

❖ Plástico

Es un material compuesto por resinas, proteínas y otras sustancias, son fáciles de moldear y pueden modificar su forma de manera permanente a partir de una cierta compresión y temperatura Julián Pérez (2013).



(Imagen 17 collar de PET)

❖ Madera

Es una orgánica materia donde aquella parte es más sólida y fibrosa de los árboles y que se ubica debajo de su corteza; se puede combinar con otros materiales para da un mejor acabado. Julián Pérez (2013).



Imagen 18 collar de madera y plata

Es así que en los materiales metálicos nos encontramos con el latón y cobre, materiales no nobles y baratos; la plata y el oro materiales caros y nobles; y el platino el más costoso y menos común. Mientras que en los no metálicos las gemas que es un material común, el vidrio material de la antigüedad, el plástico un material barato, la cerámica y la madera materiales no tan comunes.

1.4 NUEVAS TECNOLOGÍAS

Inicialmente el diseño de la joyería era mediante el dibujo a mano alzada, los planos a mano; teniendo consigo el empleo de mayor tiempo, así como no saber exactamente cuánto material se va a requeriría por consiguiente el costo y el tiempo de su elaboración aumentaba.

Hoy gracias a las herramientas digitales puede ser complementado el proceso mediante software y bases de datos, en los que se genera información precisa, dimensionamiento y vista tridimensional del objeto en un tiempo menor.

El proceso comienza con la obtención del concepto, la idea llevarla al papel y es aquí cuando comienza la representación tridimensional de la joya en el diseño asistido por computadora con capacidad de dibujar en 2D y sólidos en 3D; dependiendo su diseño y complejidad. (Yelo Sánchez, Sandra, 2014).

Para Software en 2D

- ❖ Illustrator es la más utilizada por su capacidad de vectorizar y así mandar a cortar las piezas.

Para Software en 3D:

- ❖ 3dmax que fue uno de los primero programas que se usaba para el modelado de objetos, actualmente se utiliza para proyectos de animación videojuegos.
- ❖ Rhinoceros es más apto para el sector de la joyería por su facilidad de uso y su precio lo hacen accesible y es el que lo ocupan más en las escuelas de joyería.
- ❖ 3Design es un programa que empieza a entrar en el mundo de la artesanía, que permite modelar formas más orgánicas y trabajar con mallas como si estuvieras modelando una escultura de barro.
- ❖ Blender, puede hacer videos, animaciones y editar sonido.

Las máquinas también han sido parte del desarrollo de la tecnología en donde existen tres fundamentales para la creación de joyas:

- ❖ Fresadora
- ❖ Corte y/o grabado láser
- ❖ Impresoras en 3D

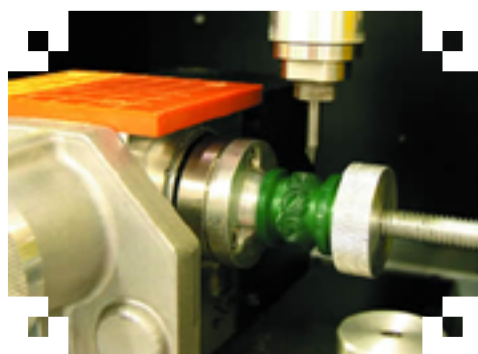


Imagen 19 Realización de pulsera de cera en fresadora

Existen diferentes tipos de fresadoras que trabajan directamente con los metales, pero para joyería son mejores las fresadoras que desbastan bloques de cera, (como se muestra en la imagen 19) para así hacer el proceso de la cera fundida en el oro o plata.

Si se requiere para una serie, se puede trabajar en metales blandos y realizar molde de caucho para así seguir con el proceso de inyección de cera y poder reproducirlos varias veces.

El corte y/o grabado láser se puede hacer en diferentes materiales, como la madera, acrílico, piel, metacrilato y algunos metales blandos aunque aún no se consigue en la mayoría de materiales como la plata ni el oro por la dureza de los metales y el reflejo que causa a la máquina.



Imagen 20 Grabado láser

Por último, las impresiones en 3D que consisten en una fabricación por adición donde primero por el software en 3D se crea un modelo tridimensional y es impreso mediante la superposición de capas sucesivas de material. Por lo general es el método más rápido y barato a diferencia de las demás, por ello puede servir como prototipos de producto.



Imagen 21 Impresión 3D

Existen varias opciones para su realización pero se debe de guardar el archivo en formato STL para ser usado o en un sistema CA; a través de equipos de impresión 3D para prototipos rápidos o para moldes. Existen varios métodos utilizados en la creación rápida de prototipo pero los que interesan para el trabajo son, el método aditivo y el método sustractivo. El método aditivo, en que los prototipos se construyen a través de solapamientos de capas delgadas, mientras que el método sustractivo elimina el material a través del corte por láser o CNC. Yelo Sánchez, Sandra (2014).

Es así que los bocetos se han ido complementando mediante software y bases de datos, en los que se genera información precisa en un tiempo menor. También se han desarrollado máquinas que ayudan a reducir costos, tiempo y diseños más complejos como la fresadora, corte y/o grabado láser y las impresoras 3D.

R ESUMEN

DESDE LA CREACIÓN DE LA JOYERÍA SE HA TRABAJADO CON DIFERENTES MATERIALES, SE HA LLEGADO A REALIZAR COMBINACIONES ENTRE MATERIAL ES METÁLICOS CON MATERIALES NO METÁLICOS COMO DESDE LA CIVILIZACIÓN INDICA, TENDENCIAS DEL ART DECO Y TRIBUS COMO LA MIXTECA, LA AZTECA, ENTRE OTRAS. TAMBIÉN SE HAN COMBINADO MATERIALES

A LO LARGO DEL TIEMPO LAS JOYAS SE HAN CONSIGO MENSAJES QUE HAN SIDO CONFIGURADOS DESDE QUIENES LO CREAN, LO USAN Y LO REGALAN. DESDE DÉCADAS ATRÁS HA SIDO UN ORNAMENTO DE COPIAS DE DISEÑOS PREHISPÁNICOS, RITOS, FUNCIONES RELIGIOSA Y NATURALEZA.

EN MÉXICO, EL PRINCIPAL MATERIAL METÁLICO DESDE LA COLONIZACIÓN ESPAÑOLA A LA ACTUALIDAD HA SIDO LA PLATA, MATERIAL CONTEMPORÁNEO QUE SE HA IDO TRABAJADO POR DIFERENTES ARTESANOS MEXICANOS Y DESDE HACE SEIS AÑOS ES EL PRIMER PRODUCTOR DE PLATA A NIVEL MUNDIAL. OTRO MATERIAL IMPORTANTE EN MÉXICO Y ES NO METÁLICO ES LA CERÁMICA AUNQUE NO ES UN MATERIAL COMÚN EN LA INDUSTRIA DE LA JOYERÍA.

EN LA MAYORÍA DE LOS ESTADOS DONDE SE TRABAJA LA JOYERÍA ES DE MANERA ARTESANAL O SEMI ARTESANAL, TENIENDO QUE GUADALAJARA ES LA ENTIDAD CON MAYOR PRODUCCIÓN DE LA JOYERÍA Y CON MAYORES APLICACIONES DE LA TECNOLOGÍA POR LA CREACIÓN DE LA CÁMARA REGIONAL DE LA INDUSTRIA JOYERA QUE PROPORCIONA TRABAJOS CON IMPRESIÓN EN 3D PARA EL PROCESO DE LA CERA PERDIDA, FUSIÓN DE PLATA, ETC.

Capítulo II

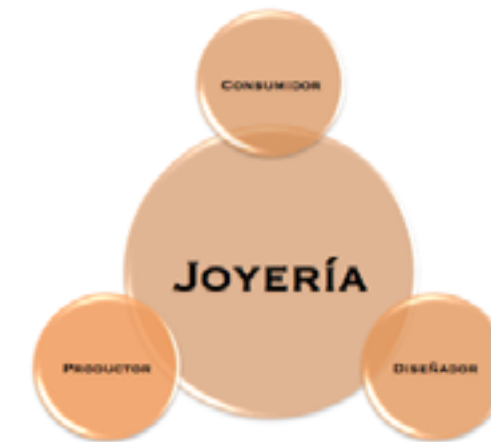
Del Autor
al
Consumidor



“El diseño es el embajador silencioso de tu marca”

-Paul Brand

EN ESTE CAPÍTULO SE ANALIZARÁN DIFERENTES FACTORES QUE INTERVIENEN EN LA JOYERÍA, CON AYUDA DEL MÉTODO CUANTITATIVO YA QUE SE REALIZA MEDIANTE LA TÉCNICA DE LA ENTREVISTA A TRAVÉS DE LA PÁGINA WEB WWW.MONKEYSURVEY.COM E INVESTIGACIÓN A TRAVÉS DE INTERNET PARA LOS DATOS DEL CONSUMIDOR. DE IGUAL MANERA SE BUSCÓ LO QUE ABARCA EL DISEÑO DE AUTOR, EN QUÉ CONSISTE, SUS CARACTERÍSTICAS ASÍ COMO MARCAS DE DISEÑO ACTUALES TANTO MEXICANAS COMO EXTRANJERAS PARA PODER ANALIZAR EL MERCADO, MATERIALES, LO QUE OFRECEN. SE REALIZARON ALGUNAS ENCUESTAS SOBRE EL ÁREA DE LA JOYERÍA. PARA FINALIZAR, EN LA PARTE DEL PRODUCTOR SE REALIZÓ UNA INVESTIGACIÓN DE CAMPO, DONDE SE ACUDIÓ A TAXCO CON ARTESANOS (CON UN PLATERO Y UN JOYERO) PARA OBSERVAR LA FORMA EN LA QUE TRABAJAN AL IGUAL QUE UNA SERIE DE PREGUNTAS.



Gráfica 1

Los tres principales factores que identificamos para la realización de la joyería son un consumidor, un diseñador y un productor como se muestra en la gráfica 1, alrededor de la creación de la joyería es importante el consumidor, quien es la persona que comprará y usará la joya, el diseñador quien conceptualiza y resolverá problemas para así el productor pueda llevarlo a la realidad. Es por ello que en este apartado se realizó una investigación de campo para conocer el posible usuario potencial, sus gustos y necesidades así como la forma en que se trabaja el diseño de autor.

2.1 CONSUMIDOR

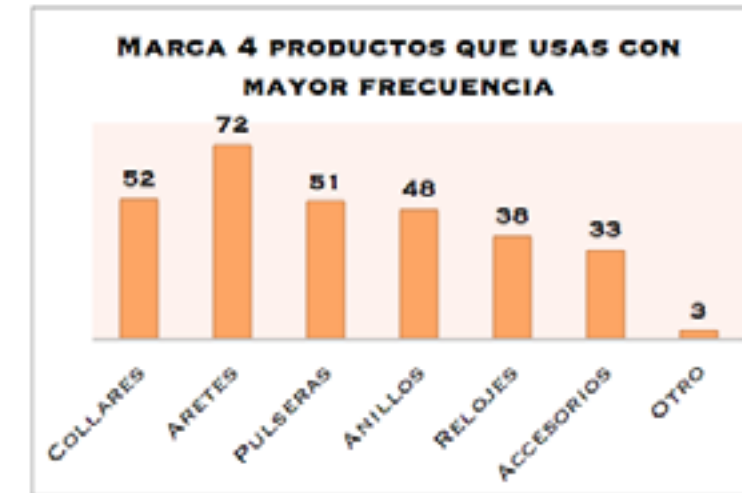
Para poder comprender, los gustos y preferencias del consumidor, se hizo una investigación documental y encuestas que implicó la realización de una encuesta con el propósito de recopilar información empírica sobre la realidad del sector de la joyería y poder analizar e interpretar estos resultados para un mayor enfoque y poder segmentar un consumidor potencial. También se buscó en Internet información acerca de los consumidores del sector de la joyería.

Es así que la siguiente encuesta se realizó a través de un sitio web www.surveymonkey.com¹⁴ se dividió en dos encuestas, una dirigida a mujeres mexicanas de entre 20 y 28 años de edad en español con un total de 60 personas lo cual constituye el 65% y la misma encuesta en inglés pero dirigido a mujeres extranjeras de entre 20 y 28 años; en las cuales proceden de los siguientes países: Chile, Perú, Colombia, USA, Suiza, Alemania, China que fueron 31 lo cual constituye el resto, es decir el 35%. Por medio por medio de Facebook y qq (una red social china), se compartió por medio de mensaje personal para poder tener las respuestas más controladas.

El tiempo destinado a la aplicación de las encuestas fue del 22 de agosto del 2016 al 29 de agosto del 2016. (En anexos se encuentra el modelo de la encuesta).

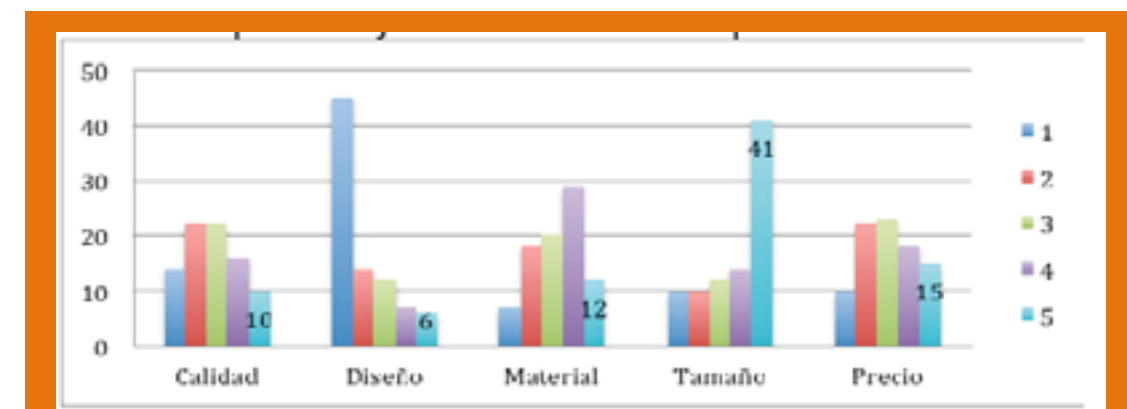
Análisis de la encuesta

De la gráfica 2 una colección de joyería constituye a partir de 3 piezas en adelante, en lo cual los primeros cuatro productos son: los aretes, collares, pulseras y anillos. En la parte de otros algunas personas respondieron que usualmente no utilizan y otras pusieron bolsas o alisadores de cabello lo cual no entra en el término de joyería.



Gráfica 2 Marca 4 productos que usas con más frecuencia

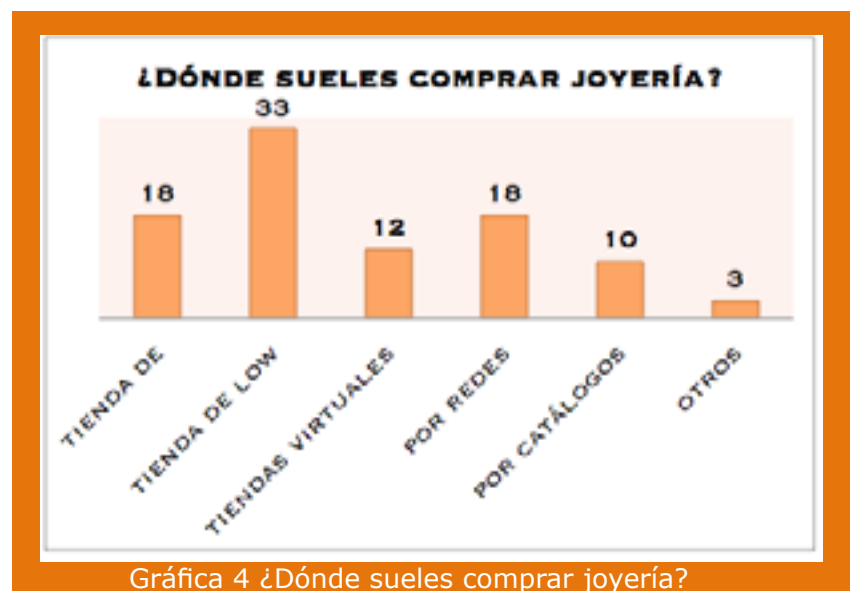
En la gráfica 3 se ordenaron del 1 al 5 las características de calidad, diseño, material, tamaño y precio donde el 1 es el más influyente y 5 la menos influyente es así que se aprecia que el diseño es la característica principal que buscan al momento de comprar, lo sigue de la calidad, teniendo al precio y el tamaño la misma importancia y el material lo menos importante.



Gráfica 3 ¿Cuál es la característica principal?

¹⁴ SurveyMonkey es una empresa de Estados Unidos que permite la creación de encuestas en línea.

De la gráfica 4 se aprecia que es muy importante el lugar donde se compra lo joyería, en términos de mujeres entre 20 y 28 años de edad lo más común es que compren la joyería en tiendas de low cost, es decir, tiendas como H&M, Forever 21, Bershka, Zara, Isadora, etc; ya que los costos son más accesibles y el tipo de joyería que se encuentra posee una diversa variedad desde un simple polímero, hilo hasta oro/plata y su tendencia es que cada temporada están renovando sus colecciones. A pesar de que no estaba tal cual como opciones en otros un número considerable compra en lugares donde venden joyería artesanal.



Gráfica 4 ¿Dónde sueles comprar joyería?



Imagen 22 collar de Zara



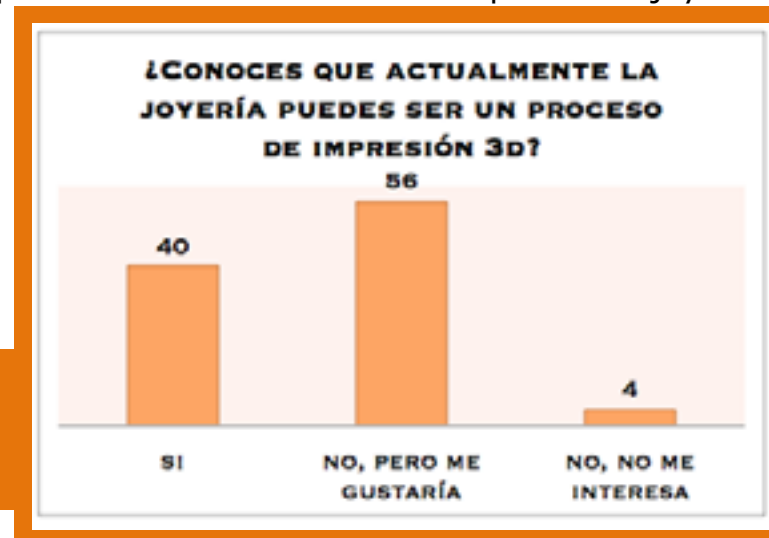
Imagen 23 collar de Bershka



Imagen 24 collar de H&M

La principal característica de estos lugares es que cada temporada cambian sus artículos según la tendencia que hay, son marcas que están a la moda y por ello el precio es más accesible en comparación con marcas de diseñadores que no siguen tendencias ni modas.

En la gráfica 5 la mayoría de mujeres no saben que existe una tecnología que a través de una máquina de 3d se pueda obtener una pieza de joyería pero estaría interesada en ella, también hace ver que muchas mujeres no saben acerca de los procesos de fabricación de las piezas de joyería.



Gráfica 5 ¿Conoces que actualmente la joyería puede ser de un proceso de impresión a través de una máquina de 3d?

En la gráfica 6 y la gráfica 7 se puede analizar que depende mucho cuando se habla en específico del medio que desean emplear para comprar una pieza/proceso de joyería, ya que cuando se habló de forma general de la compra de joyería la mayoría quería ir a un local y comprarlo pero cuando se especificó de la joyería impresa la opinión cambio radicalmente a elegirla de manera virtual y después ser se enviada por paquetería.

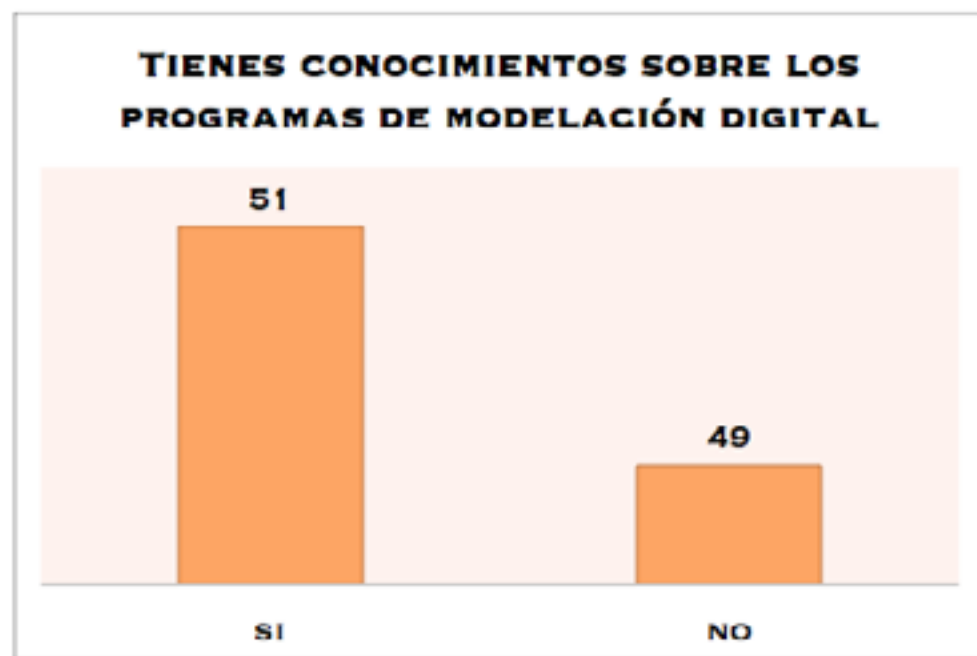


Gráfica 6 Si tuvieras que comprar una colección de joyería ¿Cómo te gustaría?



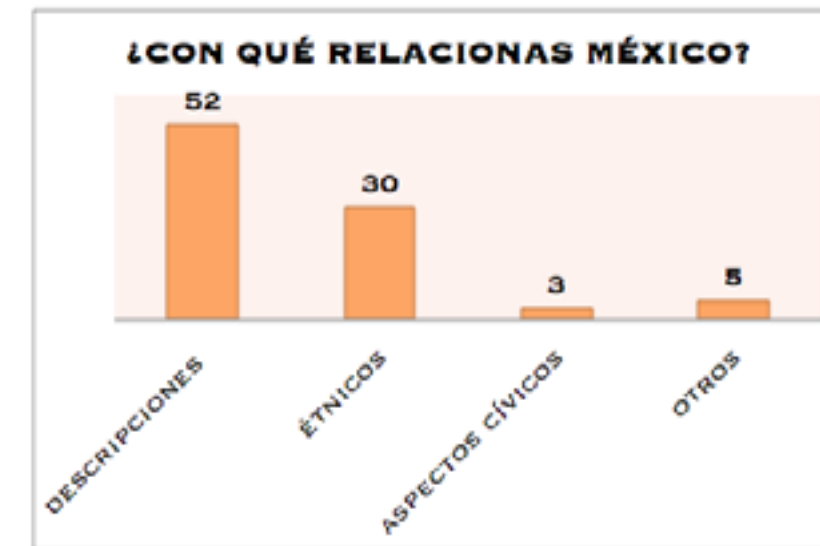
Gráfica 7 ¿Qué te gustaría más acerca de la joyería impresa?

Se puede observar en la gráfica 8 que la encuesta se aplicó a un porcentaje de mujeres en el ámbito de diseño / ingeniería ya que un 51% saben utilizar los programas de modelación digital.



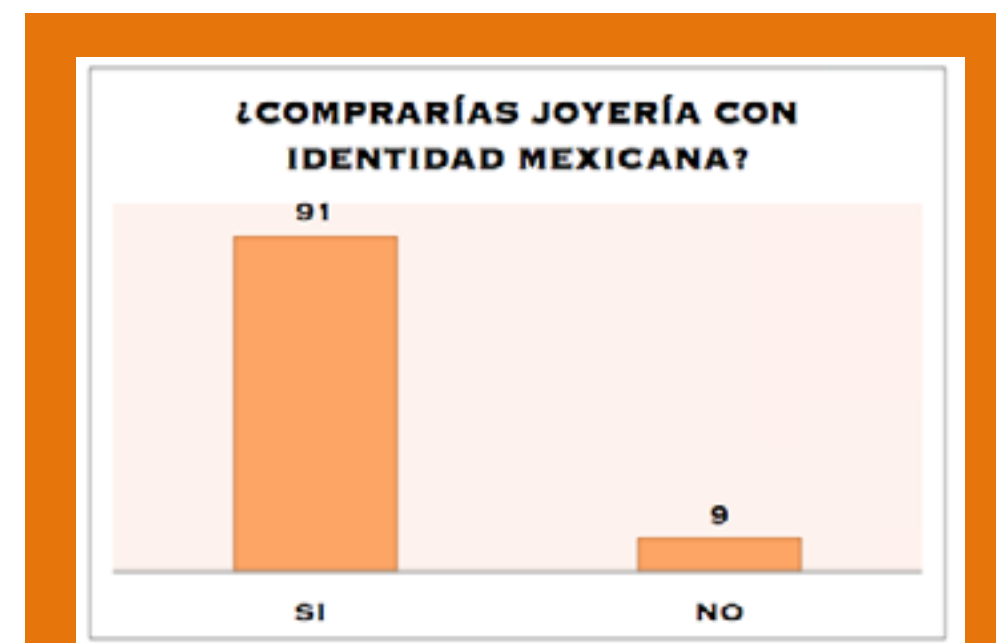
Gráfica 8 Tienes conocimientos sobre los programas de modelación digital

En la gráfica 9 se observa que hablar de la identidad de mexicana es un término muy amplio pero a pesar de ello, cuando les dicen el país "México" lo relacionan con descripciones tales como riqueza natural, la gente diversión, colores y tradiciones. Existe un 5% de personas que lo llevaron a peligro, drogas, corrupción y comida.



Gráfica 9 ¿Con qué relacionas México?

La gráfica 10 demuestra que más del 90% está de acuerdo en comprar joyería con identidad mexicana.



Gráfica 10 ¿Comprarías joyería con identidad mexicana?

En la gráfica 11 se muestra una división de 4 tipos de consumidores según lo analizado en las encuestas. Donde sobresalen las que le gusta comprar accesorios de moda y estar en tendencia, también la mujer que le gusta tener accesorios exclusivos sin importar el valor, pues la hace sentir única, otras son las que tienen un hábito de compra permanente de accesorios de colección pero que para ocasiones especiales prefiere tener algo único y que vaya con su personalidad y mujeres que no tienen el interés del consumo de la joyería.



Gráfica 11 Segmentación

Una vez realizada la encuesta se investigaron los tipos de consumidores que según el estudio PeopleShop del Grupo Leo Burnett que estudia los comportamientos de compra se han categorizado en 6 tipologías en el comportamiento de compra:

□ El buscador de calidad (39%)

Investiga en profundidad y detenimiento las credenciales de calidad de las marcas e interroga su valor hasta encontrar el producto que resolverá sus necesidades. No es sensible al precio. Su indagación tiene menos que ver con cómo ahorrar que con encontrar la calidad que busca.

□ El explorador entusiasta (16%)

No es sensible al precio y a la hora de decidirse por una marca investiga lo que la mayoría de los compradores. Compra porque disfruta comprar. Adora la atmósfera o ambiente de la tienda, la dimensión más social de su proceso de compra y de ser el primero en probar los mejores productos y de más reciente lanzamiento. Paga sin duda por aquellos productos de más alta calidad.

□ El velocista leal (14%)

Se caracteriza por establecer un hábito riguroso, mecánico e implacable para su compra, y por elegir marcas de calidad que le aportan confianza y le permiten sentirse seguro de sus elecciones. Una vez que ha tomado una decisión de marca, se distancia del proceso de compra y sigue sus hábitos de compra. Son leales a las marcas.

□ Devoto del "Hard Discount" (13%)

Necesita asegurar el precio más bajo. No disfruta del proceso de compra, ni quiere hacer esfuerzos o pensar mucho a la hora de comprar. No le preocupa la calidad, ni es leal a las marcas.

□ El buscador de ahorros (10%)

Utiliza la investigación como medio para encontrar los mejores precios. No es leal ni le preocupa la calidad. Utiliza una gran variedad de técnicas de ahorro para encontrar los mejores precios.

□ El oportunista aventurero (8%)

Compra por el placer de comprar. Adora la emoción de describir ofertas y con frecuencia carece de plan cuando va de compras. Sale a buscar oportunidades, intentando dar con ellas con independencia de si necesita el producto. Es un comprador espontáneo.

En cuanto las pautas de consumo varían en función de la edad y el status económico. La mujer joven prefiere joyería en plata y de gusto vanguardista, innovadores y que el diseño sea original y moderno mientras que la mujer más adulta destaca por diseños en oro. La clase social con mayor poder adquisitivo opta por diseños más sofisticados e innovadores, mientras que el resto consume joyería más tradicional.

“El consumidor proveniente de Europa, Canadá, Estados Unidos y Asia, puede ser dividido en dos grupos: en primer lugar encontramos al que opta principalmente por una joyería más tradicional y con inspiración prehispánica o folclórica, con diseños casi sin incrustación y en plata principalmente.

Luego encontramos a aquel que prefiere joyas, sin importar si lucen tradicionales de México, este consumidor busca materiales más exóticos que el consumidor mexicano, puesto que tiene un conocimiento más profundo sobre pedrería y sabe reconocer entre distintas variedades de piedras preciosas.

Según datos de la Cámara Nacional de Platería y Joyería, el consumo de joyería fina México excede las 700 toneladas anuales. De este total, el 90% es joyería de plata y el 10% restante es joyería en oro.” Gonzales, Carlos (2011)¹⁵

Es así que del análisis del consumidor que se obtuvo mediante la investigación de encuestas y de la obtención de datos en internet se puede decir que la mujer joven prefiere joyería innovadora en plata y de gusto vanguardista y que el diseño sea original, es decir, que las principales características sean de calidad y diseño con el valor agregado de exclusividad; es así que un consumo de va al low cost (diseño de producto) y otro al diseñador de autor adquiriéndose tanto en una tienda presencia como virtual. En cuanto a la identidad mexicana que es hacia donde se está dirigiendo este trabajo la gente lo relaciona con descripciones tales como riqueza natural, colores y tradiciones

¹⁵Prochile. (2011). Estudio de mercado joyeria mexico. 2016, de ProChile Sitio web: http://www.prochile.gob.cl/wp-content/files_mf/documento_07_04_11185817.pdf

2.2 DISEÑADOR

Por los resultados anteriores del importante porcentaje de consumidores que optan por comprar a firmas, negocios, tiendas, etc de diseño de autor es importante conocer acerca del diseño de autor. Donde Saulguin afirma que:

Un diseño es considerado de autor cuando el diseñador resuelve necesidades a partir de su propio estilo e inspiración, sin seguir las tendencias que se imponen desde los centros de productores de moda, (...) con una concepción basada en la personalidad y en la comunicación de cierta identidad (Saulguin, 2006,)

Para ello a continuación se muestra una tabla la cual que las diferencias entre el diseño de autor y el diseño de producto:

	DISEÑO DE AUTOR
¿QUÉ HACEN?	CREAR PRODUCTO CON VALOR AGREGADO
OBJETIVO	PRODUCTO DIFERENCIAL
CONSUMIDORES	PERSONAS QUE VALOREN EL DISEÑO
MANO DE OBRA	ESPECIALIZADA, ARTESANAL
DISEÑO	BUSCA INNOVACIONES
CREATIVIDAD	EN EL DISEÑO
PARA OBTENER GANANCIA	MENOR CANTIDAD DE PRODUCTOS

Tabla 1 Diseño de Autor - Producto

Podemos concluir que el diseñador de autor tiene un proceso más dedicado al diseño y el valor agregado y se destaca por ser innovador, por la calidad y su dedicación. Buscan diseñar algo del día a día para una larga duración mientras que el diseñador de producto va más a la parte económica, se enfoca en que estén a la moda y sea más comercial, esto no quiere decir que el diseñador de producto no sea bueno, simplemente que los dos tienen diferentes objetivos.

Los consumidores del diseño de autor valoran el producto y saben que la duración va a ser más prolongada y única con un valor emocional. Mientras que el consumidor de diseño de producto prefiere estar a la moda, tener más variedad.

De igual forma ocurre con la joyería, existe joyería de autor, y la joyería de bajo costo, con diferentes tipos de consumidores.

2.2.1 DISEÑADORES EXTRANJEROS

Es importante poder conocer el sector de la joyería a nivel internacional. Para ello se muestran cuatro marcas de joyería de diseño.

❖ Gb-Enigma

El suizo Gianni Bulgari es un italiano quien con sus diseños en 1989 se estableció en Suiza, inició innovando los diseños de los relojes, años después en el 2002 inició junto en los relojes, la joyería; ya que con su experiencia y conocimiento previo saben tener un rol importante en la sociedad, los accesorios son implemento del día a día.¹⁶



Imagen 25 Colección de Gb-Enigma

¹⁶ Página web de la marca Gb-Enigma <http://www.gbenigma.com/portfolio/deco-medium-bracelets/>

❖ Kim poor jewellery

La brasileña Kimball es una artista y diseñadora con estudios en Nueva York. Su perfeccionismo y la precisión de los detalles hacen que su trabajo sea reconocido a nivel mundial. En cada pieza combina su cultura, el arte y eso refleja en su joyería de arte. Trabaja con metales creando un acabado con color, textura y energía.¹⁷



Imagen 26 Colección de Kim

❖ Efva Attling

Efva nacida en Suecia, creó joyería desde los 11 años de edad, a los 20 años empezó un carrera de modelaje pero al final cambio de carrera. Había diseñado ropa para grandes marcas como Levi's y H&M. En 1996 regresó a trabajar con la plata, el oro y piedras preciosas. En el 2010 ganó el premio de Guldknappen¹⁸ en la categoría de accesorios.¹⁹



Imagen 27 Colección de Efva

❖ Jennifer Meyer

Estadounidense, fundó una idea de que la joyería podría ser más que un accesorio. Su colección muestra lo que una mujer debe de vestir, con los mejores materiales haciendo piezas auténticas y únicas. En el 2014 fue nominada por el premio CFDA Swarovski²⁰ por el accesorio de diseño. Sus colecciones son hechas a mano dando prioridad a la calidad y la pasión por innovar.²¹



Imagen 28 Colección de Jennifer

¹⁷ Página web de la marca Kim poor jewellery http://www.kimpoor-jewellery.com/jewellery/necklaces/blue_drops_choker

¹⁸ Guldknappen (Botón de oro), es un premio de fashion design organizado anualmente por la revista Sueca Damer-nas Värld.

¹⁹ Página web de la marca Efva Attling <http://www.efvaattling.com/miss-butterfly-heaven-and-stars-collier/p/2569>

²⁰ CFDA (Council of Fashion Designers of America), una asociación sin fines de lucro formada por 400 miembros.

²¹ Página web de la marca Jennifer Meyer <http://jennifermeyer.com/>

2.2.2 DISEÑADORES MEXICANOS

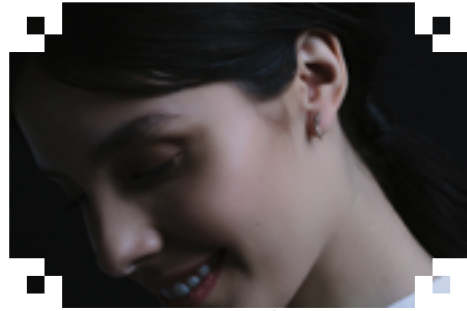


Imagen 29 Colección Amandina

❖ Amandina

Joana y Georgina son los diseñadores de joyería de esta marca, quienes se conocieron en el 2006 en la escuela de diseño. Su influencia en la joyería tradicional ha entrado en el mercado internacional, vendiendo en otros continentes con sus siete colecciones. El tipo de joyería nació de la filigrana y la visión de las diseñadoras definiendo el concepto de la belleza de la joyería.²²

❖ Felina

Mariana Estrada y Antonieta Fernández mexicanas fundadoras de FELINA, Mariana ha vivido en Milán y Nueva York, mientras que Antonieta en Buenos Aires, lugares donde se han inspirado en diseño de la joyería junto con el arte, arquitectura, música y pinturas. Cada pieza que crean es hecha a mano con oro con un estilo minimalista que destaca por sus perfectas líneas y diseños.²³



Imagen 30 Colección Felina

❖ Ik Joyeros

Iker Ortiz el fundador de la empresa de primer nivel que su fabricación es industrial con terminados a mano. En su taller cuenta con joyeros, diseñadores y orfebres que van con la nueva tecnología para la precisión deseada sin dejar atrás el trabajo de orfebrería. Produce series limitadas que busca contrastar lo banal en piezas finas y de alta calidad para el día a día, diseñando la joya a la medida.²⁴



Imagen 31 Colección Ik Joyeros

²² Página web de la marca Amandina <http://amandinajoyeria.com>

²³ Página web de la marca Felina <http://www.felina.mx/pages/about>

²⁴ Página web de la marca Ik joyeros <http://www.i-ka.com/coleccion/gargantilla-isn-csc>

❖ Avec

Georgina Prieto es la fundadora de AVEC en el 2012. Sus diseños están inspirados en la naturaleza, arquitectura y formas geométricas; principalmente los felinos. Los materiales con los que trabaja son el oro y la plata.²⁵



Imagen 32 Colección Avec

❖ Mina Ro Mina

Erika Ponce fundadora de la empresa Mina Ro Mina quien en Italia aprendió el diseño de joyería para llevarlo a México, su principal objetivo es impulsar el sector femenino en la industrial, es así que el 90% está constituido por mujeres en la empresa. Su frase más conocida es...creo que al mercado mexicano en general todavía le falta valorar más lo bien hecho en México...²⁶



Imagen 33 Colección Mina Ro Mina

❖ Daniel Espinosa

Diseñador mexicano considerado de más vanguardia en Latinoamérica, que rompe esquemas en la esencia de la plata. Con diseños atrevidos y arriesgados es representante de México. Utiliza diferentes materiales desde los metales hasta el corcho, por ello su estilo es extravagante y tradición latina.²⁷



Imagen 34 Colección Daniel Espinosa

En el diseño de autor extranjero se puede observar que crean una colección con la cual le dedican tiempo en diseñarlo con materiales metálicos, piedras preciosas y combinan cultura, arte, color, textura y energía reflejando su pasión por el diseño.

²⁴ Página web de la marca Ik joyeros <http://www.i-ka.com/coleccion/gargantilla-isn-csc>

²⁵ Página web de la marca Avec <http://www.avecjoyeria.mx/producto/v-ring/>

²⁶ Página web de la marca Mina Ro Mina <https://minaromina.com/>

²⁷ Página web de la marca Daniel Espinosa <https://shopdanielespinosa.com/mexico/mensjewelry/todo/aretes/aretes-1383.html>

Respecto al diseño de autor mexicano se puede observar que su inspiración proviene del arte, arquitectura, música, pintura y naturaleza. Cada quien reflejando su propio estilo con ayuda de joyeros, orfebres y la nueva tecnología para crear piezas finas y de alta calidad; sin dejar atrás la tradición latina.

2.2.3 ENTREVISTAS

También se entrevistó a dos diseñadores que han trabajado en el área de la joyería. A continuación se muestran las observaciones.

DISEÑO DE JOYERÍA POR

MTRA. MARIANA MAYA

En el primer caso diseño, he contactado con M. En V. Mariana Maya López, quien ha realizado trabajos con joyería de vidrio, así como utilizado el barro y el concepto de Me-tepec.

“Lo primero que uno debe de preguntarse es ¿Cuál es mi intención y razón de querer diseñar joyería?” Comenta Mariana Maya.

En esta entrevista lo que comenta es que el hecho de trabajar la joyería o cualquier otro producto como la vestimenta, etc. Con identidad mexicana es algo “complicado”, ya que no se debe de tomar un típico símbolo como las grecas mayas y estás ponerlas en un material para así decir que ese es mi diseño, si no, más bien es tomar un concepto y desa-

rollarlo, crear una idea más no le voy a tomar algo ya existente y lo voy a copiar tal cuál que es lo que se refleja en la joyería artesanal.

Otro factor es ¿Por qué los mexicanos no nos sentimos orgullosos de nuestras artesanías? ¿Por qué decimos que no tiene buena calidad y por ello no lo voy a adquirir?, terminando comprando siempre lo extranjero antes que lo nuestro, lo que crea nuestro propio país, terminando siendo malinchistas.

La joyería es importante para nuestro día a día ya que es un medio de comunicación y expresión, las personas suelen decir que lo que importa no es el exterior si no lo interior pero al final lo exterior sí importa ya que es la comunicación que les damos a

los demás sobre nosotros, cómo sentimos por dentro y lo queremos reflejamos hacia fuera comenta Mariana Maya.

Entonces ¿Por qué siempre terminamos adquiriendo lo Chino antes que lo mexicano?, para ello una recomendación que me dio fue: buscar como en otros países ven la joyería y la reflejan con su identidad nacional donde existe una página que trae artículos, piezas, eventos, etc.; de varios países; <http://klimt02.net/>²⁸ (Se habla sobre ello en el apartado de diseño de autor).

DISEÑO DE JOYERÍA POR

LUIS DELAYE

La segunda entrevista fue con el Diseñador Industrial Luis Delaye, un joven que trabaja con joyería de oro blanco y está entrando al mercado con joyería de autor.

El diseño de joyería es un área muy amplia que debe de seleccionar los materiales, el sector específico que se debe de manejar dice Luis Delaye.

Como dice la joyería es muy amplia, pero en un país como México es un sector importante, ya que México tiene un gran porcentaje de gente rica capaz de comprar joya fina, por lo cual para un diseñador que ha desarrollado un proyecto puede abarcar este sector,

sin vender joyería de \$300 mxn. Por eso se debe de tener calidad en lo que se hace.

Igualmente respecto a su desarrollo en el sector de la joyería, saber que es necesario trabajar con la nueva tecnología pero se debe de tener cuidado ya que cuando se manda con el artesano ellos no saben manejar esa “nueva tecnología” y comparte su experiencia en un molde cuando querían hacer vaciado de oro, terminaron maltratando el molde. También tener en cuenta que la calidad es lo principal en las marcas de joyería como TANE, la marca de joyería mexicana, la cual además de vender calidad mexicana, está compitiendo con otras marcas como Tiffany.

²⁸ [Klimt02.net](http://klimt02.net/) Es una plataforma internacional en línea que ofrece un entorno de conocimiento, información, debate e intercambio internacional en el contexto de la joyería contemporánea.

Pero por usar la tecnología no hay que dejar atrás los artesanos, ya que como mexicano es algo que nos representa y uno se siente más seguro al saber que los artesanos están en el proceso de la pieza; pero a la hora de hacer las aleaciones correspondientes hacerlas con materiales que hagan que la pieza sea más pura y tenga un mejor acabado; eso es la calidad que se vende, y la competencia que se abarca.

También es muy importante que existieran diseñadores mexicanos que quieren abarcar el sector de la joyería "fina", la cual está descuidada por marcas mexicanas y se puede llegar a ser reconocida y competir con otras marcas a nivel internacional.

2.3 PRODUCTOR

Por último el diseñador se complementa con un productor u artesano para llevar a la realidad el diseño es por ello que en la ciudad de Taxco, Guerrero se visitaron lugares donde se realizaron dos encuestas, una a un platero y otra a un joyero que lleva años con su negocio y ha ido creciendo. A continuación se describirá lo visto.

Diseño de Joyería por Sr. Miguel Arcos

En el caso del platero y trabajo artesanal, la entrevista fue realizada al platero el Sr. Miguel Arcos, un señor que de Taxco, Guerrero quién ha trabajado con la plata y otros materiales para la fabricación de las joyas.

Es así que primero se debe de tener un sector de mercado para saber hacia quien va dirigido y así poder tomar en cuenta los aspectos de materiales, la técnica, etc. En México existen diferentes mercados ya que se tiene de todo los comportamientos de compra. Cuando se trata de un diseño con identidad mexicana lo mejor para no caer en los mismos diseños es no tomar el símbolo, si no, una inspiración. Para ello es muy importante el implementar tecnología para hacerlo más complejo y cuidar los acabados pero sin dejar atrás el lado semi-artesanal.

Sr. Miguel Arcos, un señor de Taxco, Guerrero quién ha trabajado con la plata y otros materiales para la fabricación de las joyas.

El Sr. Miguel es un hombre que por muchos años ha ido trabajando con la fabricación de la joyería ya que él nació y vive en Taxco, Guerrero la ciudad que está ligada con la plata. El platero trabaja en su taller principalmente solo y a veces con su hermano quien posee otro taller.

Menciona que actualmente Taxco está en crisis acerca de la joyería, y por ello están empezando a utilizar otros metales como: latón, cobre y alpaca. Metales que son tóxicos para trabajar ya que cuando se soldan o se trabaja con ellos, desprende gases, que llega a provocar alergias o se siente en la respiración. El metal que es mejor para trabajar y no posee estas reacciones al cuerpo es la plata, la cual le dicen que es un metal "noble".

Pero lo que más ha afectado son dos cosas:

- ❖ La gente empezó a vender una pieza diciendo que todo es plata y después de unos meses se empezó a ver que se hacía fea la pieza debido a que los consumidores se dieron cuenta que en realidad era solo un baño de plata y por ello ya no querían comprar más ahí, en Taxco.
- ❖ La otra es que cuando iban diseñadores o cualquier otra personas a mandar a hacer la pieza, los plateros antes cobraba su trabajo por peso entonces para cobrar más caro adentro de la pieza metían otro metal innecesario para que pesará más y así el precio incrementaba.

También mencionó que ahora la gente busca más diseños exclusivos y mayor calidad, deben de trabajar mejor ya que cuando va un cliente lo primero que les piden es la calidad de la pieza.

Otra cosa muy importante es cuando un diseñador o un cliente le manda a hacer una pieza, al final termina modificando la pieza, ya que el bocetar no es lo mismo que realizar la pieza a mano. Hay diseños que son complejos y otros sencillos, pero

se debe tener cuidado cuando se trabaja para no arruinar la pieza, porque lo más complicado es soldar piezas pequeñas.

Para finalizar le hice una pregunté

-¿Cree que por los productos chinos han bajado las ventas?

Su respuesta fue claro, de hecho se dice que hace años los chinos vinieron y compraron de todos los productos que había y unos años después llegaron los mismos diseños desde China con un metal corriente a un precio incomparable con lo nuestro.

Diseño de Joyería por Ing. José Luis Lugo Quinto

En el otro caso, con el Ing. José Luis Lugo Quinto quien fundó la empresa Taller Lugo en Taxco, Guerrero, empresa dedicada a la fabricación y maquila de joyería de plata y otros metales.

Un taller empieza desde lo básico y se va heredando a los hijos es así que el Sr. José Luis fundó el "Taller Lugo", un taller que ha ido creciendo y ahora cuenta con diversas áreas, desde calidad, recursos humanos, diseño, y el área donde se maneja la plata, es así que después de un recorrido en todas las áreas se vio el proceso en el cuál a veces llegan personas o ellos mismos lo crean y en el área de diseño el Sr. Santiago Blas ve el "diseño" y comienza a analizar cuál es el proceso que va a ocupar pero todos son a través de software:

- Software 2d, que son los programas de Adobe Illustrator y CorelDraw, estos los ocupan cuando la pieza es más sencilla y tiene tanto calados como grabados.

Es así que a pesar de emplear procesos sean tanto con maquinaria como a mano, reconocen la importancia que tiene utilizar la tecnología por la precisión, el detalle y el tiempo. Una vez que obtienen eso las otras áreas empiezan a desarrollar la(s) pieza(s).

Ellos venden tanto a nacional como extranjeros. Cabe destacar que menciona que es más complicado enviar a países europeos como a EUA ya que sus nor-

mas con más exigentes y se tiene que llenar mucho papeleo. También de los países que más solicitan piezas son los países cercanos como EUA, Canadá y Centro América. Por consiguiente poseen una máquina que escanea la pieza y muestra las cantidades del que cada pieza tiene para entrar en las normas.

RESUMEN

CON ESTE APARTADO SE PUEDE CONCLUIR QUE REALIZAR AS ENCUESTAS A TRAVÉS DE LA PÁGINA DEMUESTRA LOS GUSTOS Y PREFERENCIAS DEL CONSUMIDOR, DONDE SABEMOS LA PREFERENCIA DE ACCESORIOS, CUAL ES LA PRINCIPAL CARACTERÍSTICA QUE BUSCAN EN UNA JOYA, POR QUÉ MEDIO REALIZAN LA COMPRA ASÍ COMO LA INVESTIGACIÓN DE LOS TIPOS DE CONSUMIDORES. EN EL CASO DE LAS ENCUESTAS APLICADAS SE MENCIONÓ QUE LA GENTE SÍ COMPRARÍA JOYERÍA CON IDENTIDAD MEXICANA, LO CUAL LO RELACIONAN CON DESCRIPCIONES COMO RIQUEZA NATURAL, LA GENTE, DIVERSIÓN, COLORES Y TRADICIONES.

POR OTRO LADO, DESTACA EL DISEÑO DE AUTOR POR SER INNOVADOR, POR LA CALIDAD, Y SU DEDICACIÓN. COMO SE PUDO OBSERVAR TODO DISEÑADOR BUSCA UNA FUENTE DE INSPIRACIÓN QUE LOS EJEMPLOS MÁS REPETITIVOS FUERON HACIA LA ARQUITECTURA (CIUDADES PROCEDENTES O LAS QUE HAN VIAJADO), LA NATURALEZA (PAISAJES, FLORA Y FAUNA) Y/O SÍMBOLOS REPRESENTATIVOS DONDE NO SIGNIFICA QUE COPIES LA FORMA, SI NO, GENERAR UNA ABSTRACCIÓN O UN CONCEPTO. POR ÚLTIMO EL PRODUCTOR, LA FORMA EN QUE TRABAJAN ASÍ COMO LOS PROBLEMAS QUE ENFRENTAN DÍA A DÍA (MATERIALES TÓXICOS, COMPETITIVIDAD, PÉRDIDA DE VENTAS, INSEGURIDAD, MISMOS DISEÑOS, ENTRE OTROS)

ASÍ QUE SE PUEDE DECIR QUE UN CONSUMIDOR POTENCIAL PARA LA JOYERÍA QUE SE PRETENDE REALIZAR SERÍA PARA LAS MUJERES JÓVENES QUIENES LOS PRINCIPALES ACCESORIOS QUE CONSUMEN SON LOS ARETES, COLLARES, PULSERAS Y ANILLOS, SIENDO EL DISEÑO ES LA CARACTERÍSTICA PRINCIPAL QUE BUSCAN AL MOMENTO DE COMPRAR, SEGUIDO DE LA CALIDAD TOMANDO ASÍ AL CONSUMIDOR "EL BUSCADOR DE CALIDAD".

Capítulo III

De la
identidad al
objeto



“La joyería es una cosa muy personal, debe contar una historia sobre la personas que lo está usando”

-Garance Dare

DESPUÉS DE HABER ANALIZADO LA JOYERÍA, LOS FACTORES DIRECTOS QUE INTERVIENEN EN ELLA; EN ESTE CAPÍTULO SE ABORDARÁ LA IDENTIDAD, CENTRÁNDONOS EN LA IDENTIDAD MEXICANA; YA QUE COMO ANTERIORMENTE SE HA MENCIONADO, ES NECESARIO UNA FUENTE DE INSPIRACIÓN PARA EL DISEÑADOR PERO TAMBIÉN RECORDAMOS QUE SU FUNCIÓN MÁS IMPORTANTE ES COMUNICACIONAL, ES DECIR, EL MENSAJE QUE EL OBJETO DA HACIA LA PERSONA QUE LO USA Y ADQUIERE; Y ASÍ TAMBIÉN QUE ESA PERSONA QUIERE MOSTRAR HACIA LOS DEMÁS.

ES ASÍ QUE PARA EL TRABAJO SE BUSCA RETOMAR ASPECTOS DE LA IDENTIDAD MEXICANA COMO EL DISEÑADOR MEXICANO DE MODA FRANCISCO CANCINO²⁸ MENCIONA “LA RESPUESTA MÁS SENCILLA ES QUE SI ENCUENTRAS LA IDENTIDAD DE TU PROYECTO EN TU PROPIA CULTURA, CON SUS TRADICIONES Y TÉCNICAS, EL RESULTADO ES ALGO REALMENTE AUTÉNTICO Y VALIOSO Y LA GENTE LO AGRADECERÁ”, SIN CAER EN LA MISMA PROBLEMÁTICA DE LA REPETITIVIDAD Y COPIA DE LOS DISEÑOS PREHISPÁNICOS QUE HAN IDO HACIENDO A TRAVÉS DE LOS AÑOS, ASÍ COMO EN LA APROPIACIÓN CULTURAL.

3.1 IDENTIDAD

Según Julián Pérez Porto (2009) define como:

“Identidad a la serie de características, rasgos, informaciones, que singularizan o destacan a algo o alguien, ya sea, una persona, una sociedad, una organización, entre otros y que además contribuyen a la confirmación para este sentido de afirmar que es lo que se dice es... está conformada por rasgos heredados e innatos pero también por la experiencia y el contexto en que se desenvuelve la persona.”

²⁸Paulina Villegas. (2016). *Los artistas mexicanos encuentran inspiración (y éxito) en sus raíces. Cultura, 2.*

Cabe destacar que la identidad es una palabra que se emplea en diversos contextos:

- Identidad cultural
- Identidad nacional
- Identidad relacional
- Identidad política
- Identidad religiosa

Tomaremos la identidad cultural y la identidad nacional, que son las que representan lo que se quiere reflejar. A continuación se hará una breve descripción de cada una de ellas.

Identidad cultural

“Es un conjunto de valores, orgullos, tradiciones, símbolos, creencias y modos de comportamiento que funcionan como elementos dentro de un grupo social y que actúan para que los individuos que los forman puedan fundamentar su sentimiento de pertenencia que es parte de la diversidad al interior. Éste realiza en un contexto geo histórico dado como consecuencia del principio socio psicológico y antropológico de diferenciación identificación en su relación con otros grupos o sujetos culturalmente definidos.” Abranches, Henrique (1988)



Identidad nacional

Mientras que la identidad nacional “se puede entender como el conjunto de elementos culturales que comparten los habitantes de un país y que les da un sentido de pertenencia. Estos elementos se encuentran en la memoria histórica de un pueblo, es decir, en todos aquellos conocimientos y experiencias, costumbres y tradiciones heredados a través del tiempo, que se conservan y siguen vigentes en la actualidad. Julián Pérez Porto (2009)



3.2 Identidad mexicana

Ahora bien hablaremos acerca de la identidad mexicana, según páginas de internet²⁹ El territorio que integra a la actual República mexicana se conforma junto con los acontecimientos históricos que iban configurando una nación sustentada en la soberanía. Los mexicanos se identifican con ese espacio geográfico y con la gran variedad de razas, idiomas, costumbres y tradiciones que caracterizan al país. En la actualidad, el auge en el intercambio comercial, tecnológico e incluso científico entre las acciones motiva también un intercambio cultural; no obstante, esto puede también deteriorar su memoria histórica. Por ello, es necesario reconocer la importancia de los elementos culturales que distinguen a la nación mexicana y aprovechar el intercambio entre los países para promover y difundir los valores de esa cultura nacional y fortalecer internamente como nación con identidad propia. Aun así los elementos de identidad de los mexicanos son múltiples y abarcan varios valores tanto tangibles como intangibles, entre ellos se poseen: las costumbres, gastronomía, relaciones familiares, naturaleza, manifestaciones artísticas, tradiciones, etc.

En gran número de países del mundo la cultura y la identidad de los mexicanos es reconocida por su originalidad menciona Lourdes Arizpe en su artículo “Cultura e identidad. Mexicanos en la era global”³⁰. “Se forjó esta originalidad en el crisol de las altas culturas mesoamericanas y en el diálogo con una gran diversidad de culturas del mundo. Lo que marca en especial la cultura de México, es que, a lo largo del siglo XX la mexicanidad, como voluntad nacional, forma parte de la combinatoria tanto del nacionalismo como del cosmopolitismo de diversas fuentes políticas. Se basa esta mexicanidad, tanto en la fuerza de compartir una historia que nos hiere, como en el deseo de comunicar e intercambiar diversidades, lo que explica, la gran creatividad cultural de los mexicanos.

²⁹ http://www.sedena.gob.mx/pdf/art_int/identidad_nacional_segna.pdf

http://www.pps.k12.or.us/district/depts/edmedia/videoteca/curso2/htmlb/SEC_98.HTM

³⁰ Arizpe, Lourdes (2011) “Cultura e identidad. Mexicanos en la era global” [en línea] Revista de la Universidad de México. Nueva época. Octubre 2011, No. 92 <http://revistauniversidad.unam.mx/9211/arizpe/92arizpe.html> [2016]

Se ha estudiado la cultura mexicana hacia dentro, pero poco la interactividad cultural de los mexicanos fuera del país. No se conoce a ciencia cierta la gran influencia cultural que ha tenido México en el exterior, pero como en el artículo de Paulina Villegas se menciona diferentes ejemplos como de la marca japonesa Comme des Garçons quienes exhibieron botas tribales, alabadas en la cultura musical del tribal guachero; también del diseñador Jean Paul Gaultier quien pidió en un desfile cubrir a las modelos que usaran máscaras de luchadores de lucha libre, etc. Como ellos existen más casos donde los extranjeros utilizan como fuente de inspiración elementos que representan a México.

En la encuesta del capítulo 2 que se aplicó tanto a mexicanos como de otras nacionalidades, en la pregunta no.9 sobre ¿Con qué relaciones México?, Con un 52% optaron por descripciones (riquezas naturales, gente, diversión, colores y tradiciones), con un 30% étnicos (pirámides,

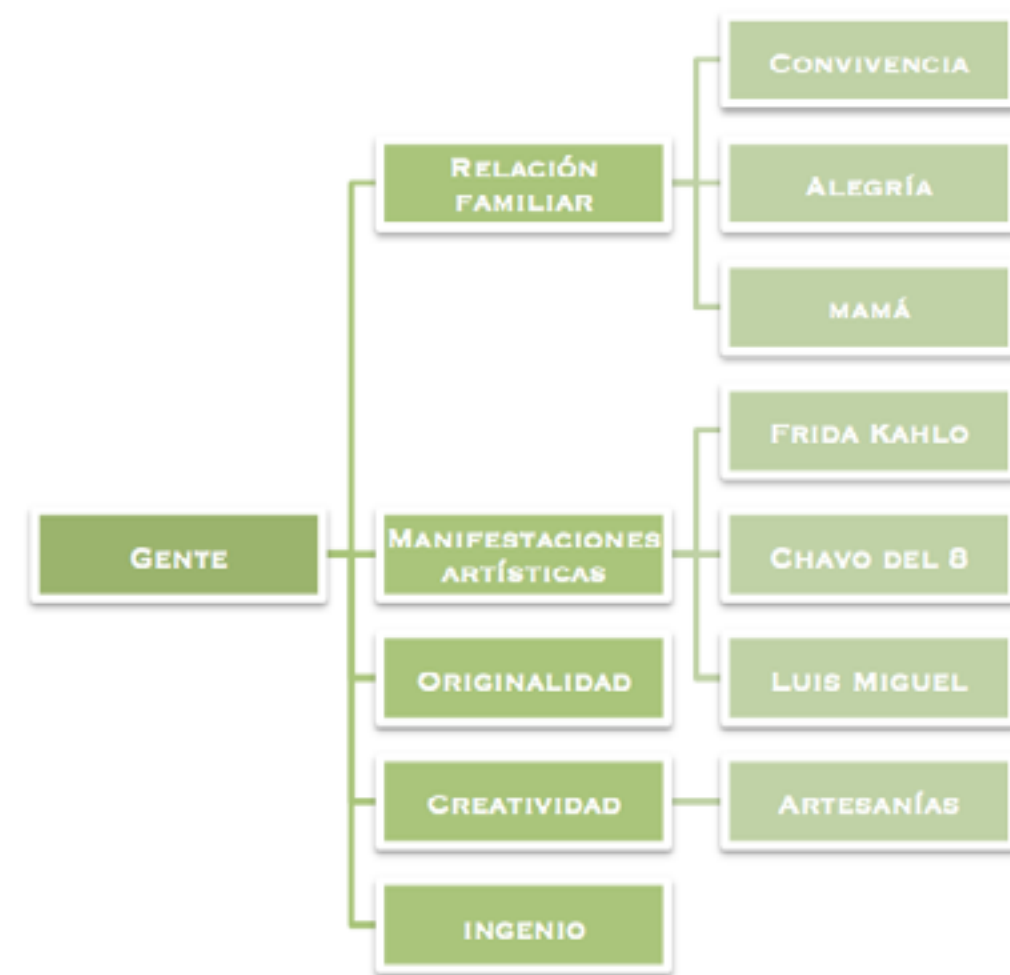
artesanías y pueblos indígenas), con un 5% otro y un 3% aspectos cívicos.

Mientras que en el artículo³ de Lourdes Arizpe menciona que en una encuesta realizada sobre ¿Qué les gusta e identifica con México? a los migrantes mexicanos, votaron con un 40.2% se refirieron a aspectos de la cultura: historia, tradiciones, fiestas, patrimonio cultural, un 17.4% aspectos de la convivencia (gente), un 10.4% con las gastronomía, y el resto a paisajes, clima. Es así que existen varias clasificaciones acerca de la identidad mexicana y no hay una exacta que diga punto por punto cual es la que mayor nos representa, tenga más valor, etc. Todas ellas forman parte de la identidad mexicana:

- La tierra (los paisajes, playas, sierras, selvas, animales, la arquitectura)
- La historia (Pirámides, pueblos indígenas, prehispánicos, artesanías, gastronomía, religión)
- Convivencia (Gente, alegría, diversión, creatividad, tradiciones, expresiones)

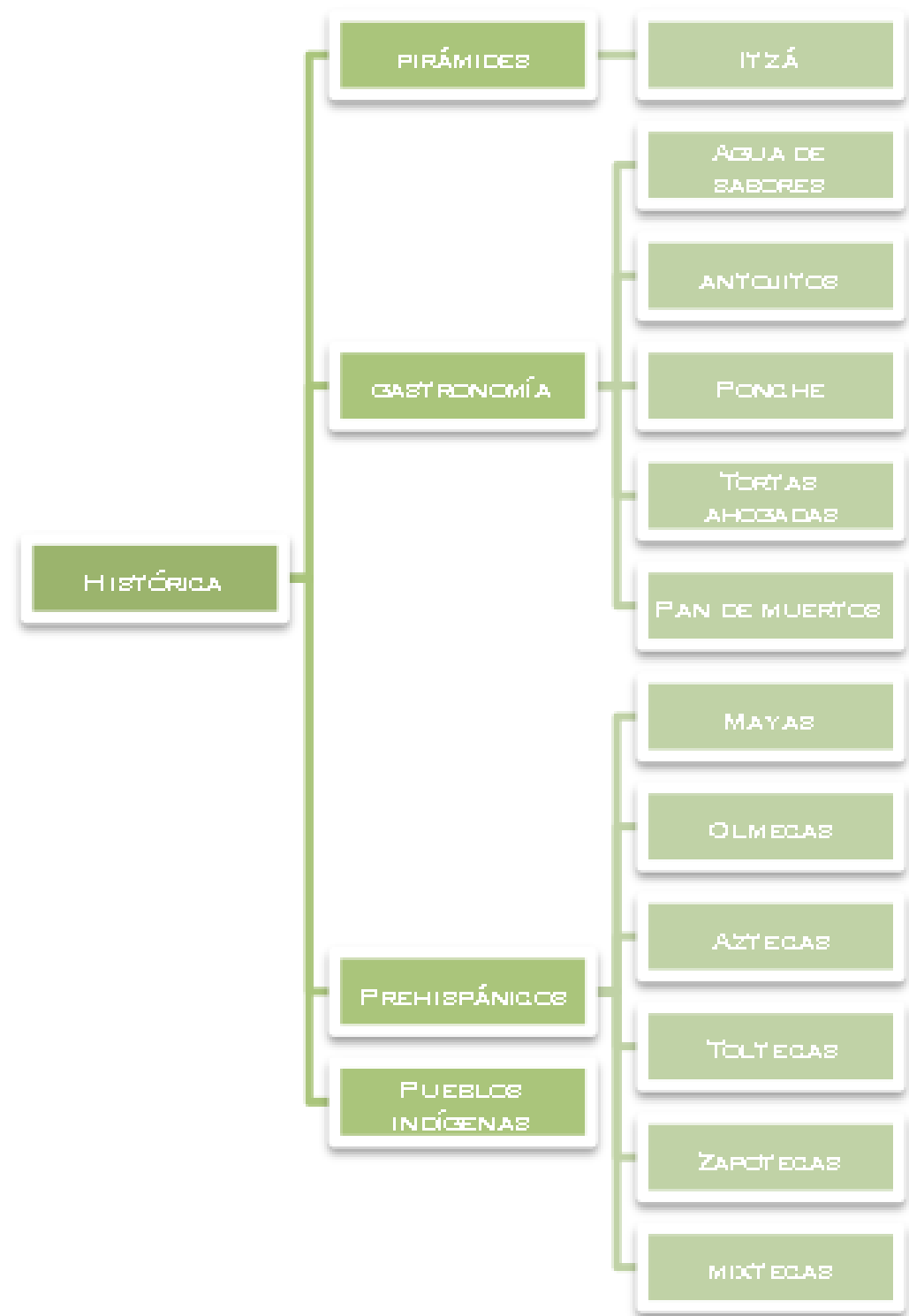
Aspectos cívicos (Bandera, himno, política) Para poder entender más estos conceptos en los siguientes esquemas se desglosarán 4 aspectos, la historia, geografía, la gente y la cultura; en cada uno de ellos se hará una subdivisión de lo elementos que los rodea.

A continuación en el esquema 1 de los elementos de la gente, se puede observar que sus principales características son la relación familiar, las manifestaciones artísticas, originalidad, la creatividad y el ingenio; en cada una de ellas todavía se sigue desglosando otros atributos lo cual cada vez se puede segmentar más así como podemos ver la riqueza que tiene en el aspecto de la gente.



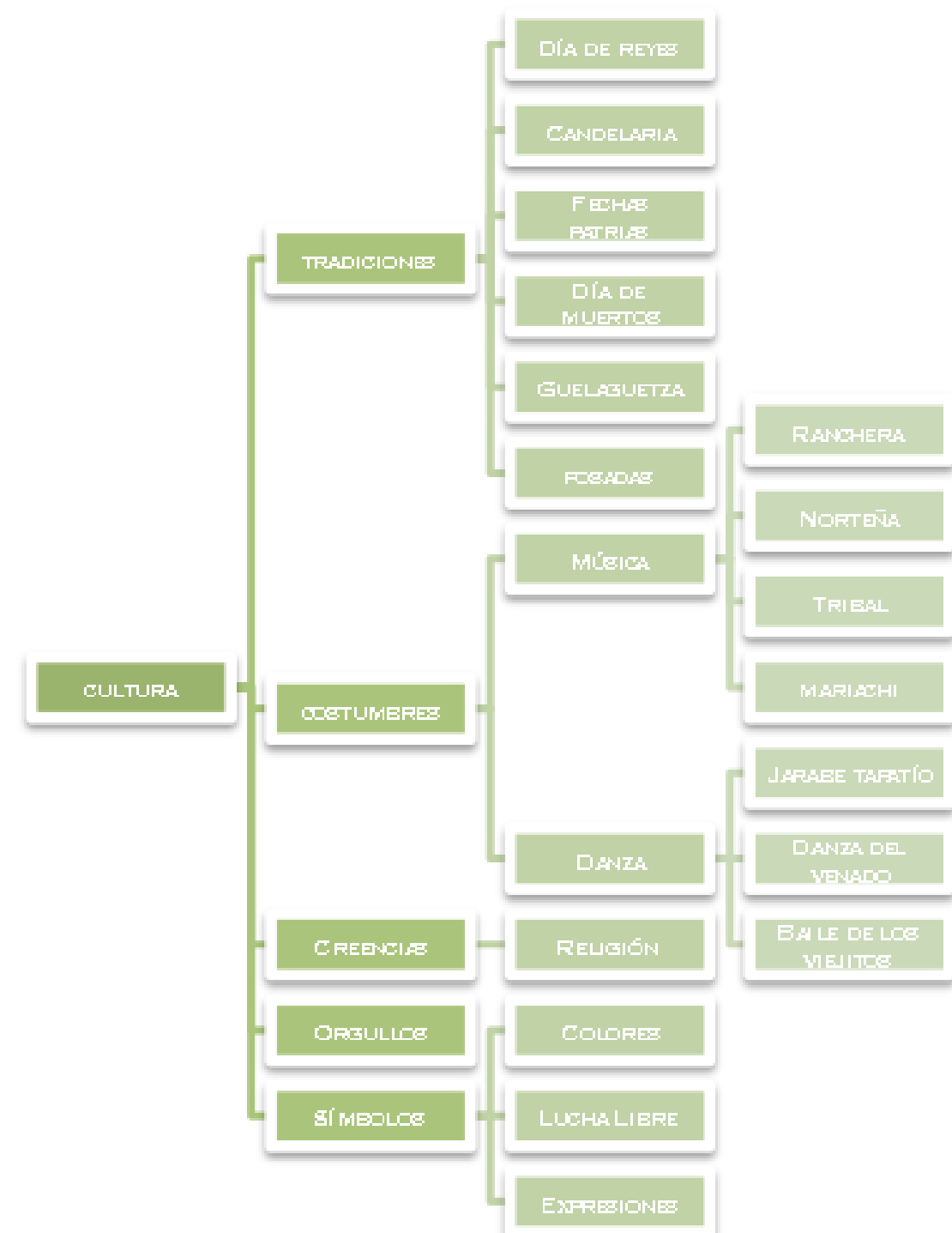
Esquema 1 elementos de la Gente

En el siguiente esquema 2 son los elementos que conlleva la historia, se puede observar como los principales puntos son, los prehispánicos, pueblos indígenas, la gastronomía y las pirámides, en cada una de ellas todavía se sigue desglosando otros atributos lo cual cada vez se puede segmentar más así como podemos ver a través de la historia lo que se sigue conservando.



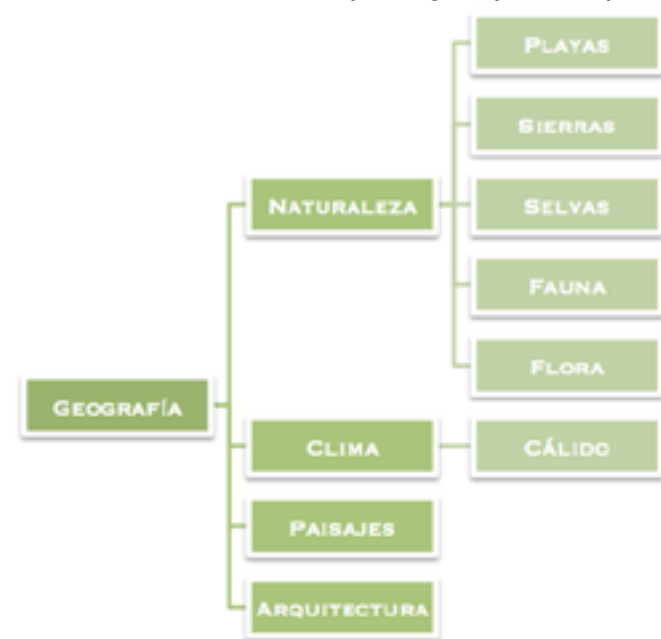
Esquema 2 elementos de la historia

En el esquema 3 se mencionan de los elementos de la cultura, se puede observar como los principales puntos son, las tradiciones, costumbres, creencias, orgullos y símbolos; en cada una de ellas todavía se siguen desglosando otros atributos lo cual cada vez se puede segmentar más, en este esquema si hacemos una comparación con los demás es el más amplio y donde se pueden aprovechar diferentes elementos.



Esquema 3 elementos de la Cultura

Por último, se encuentra el esquema 4 elementos de la geografía, en el cual se puede observar la naturaleza, el clima, paisajes y la arquitectura.



Esquema 4 elementos de la Geografía

3.3 Tendencias mexicana

Complementando la identidad mexicana se realizaron unas tarjetas de tendencia de la cultura mexicana, desde la parte de la joyería como en otros productos; se podrá observar que los elementos que sobresalen es la civilización maya, plan de negocios en el sector joyero, el día de muertos y la lucha libre. A continuación se muestran dichas tarjetas.



2016 <http://www.trendhunter.com/>

FACTOR: CULTURAL
PALABRA CLAVE: MEXICANO

DESCRIPCIÓN

ANCIENT CIVILIZACIÓN JEWELRY,- INPIRED BY THE ANCIENT MAYAN CIVILIZATIÓN, THIS BEVEL NYC BY JONATHAN LLOYD GOLDSTEIN JEWELRY LINE IN UN-DENIABLY UNIQUE. THE JEWELRY PIECES ARE HAND-MADE, WITH THREE DIFERENT VARIATIONS IN THER DESIGNS. MODERN, SACRIFICE AND CLASSIC ARE THE VARIANTS AND THEY ALL BRING SOMETHING DIFFE-RENT TO THE ALREADY ECLECTIC LINE.

RELEVANCIA

EXISTE UNA TENDENCIA BASADA EN LA CULTURA MAYA, LA TRADICIÓN DE JUEGO DE LA PELOTA, REALIZADA TANTO EN PLATA COMO GRANOS DE CAOBA.



2016 <http://www.trendhunter.com>

FACTOR: CULTURAL
PALABRA CLAVE: MÉXICO

DESCRIPCIÓN

EDGY SPANISH-INSPIRED JEWELRY.- INSPIRED BY HER TRAVELS, JEWELRY DESIGNER JENNIFER KREAMR CREATES ACCESSORIES THAT NOT ONLY PAY TRIBUTE TO HER LATEST DESTINATION OF CHOICES, BUT ALCO INCORPORATE HER OWN BOHEMIAN AND ROCK N' ROLL STYLE; THE MOST RECENT BEING THE DUDINE MEXICAN VAGABOND COLLECTION. BIKER CHIC WITH A SPANISG FLAIR, ROCKING THIS STYLE WILL MAKE YOU THE GIRL NO ONE WANTS TO MESS WITH.

RELEVANCIA

SU TENDENCIA ES DISEÑAR BASÁNDOSE EN LOS VIAJES QUE REALIZA, EN ESTA, MÉXICO FUE EL DESTINO, TENIENDO COMO CONCEPTO SENTIRSE PORTADOR DE VIAJAR A OTRO PAÍS.

FACTOR: CULTURAL
PALABRA CLAVE: MÉXICO

DESCRIPCIÓN

MEXICAN NECKLACE DIYS.- BESPOKE BRIDE'S MEXICAN NECKLACE TUTORIAL SHOWS READERS HOW TO MAKE A QUECKI AND EASY VERSION OF A CULTURAL ACCESSORY PIECE. THE NECLAGE IS MADE USING BALSA WOOD, SPRAY PAINT AND GEM MATERIALS THAT ARE APPLIED WITH A GLUE GUN. THE PIECE IS ALSO INFUSED WCOLORFUL YARN THAT ACTS AS ONE OF ITS MOST EYE-CAT-CHING ELEMENTS.

RELEVANCIA

SU PLAN DE NEGOCIO SE BASA EN DAR LAS PLAN-TILLAS GRATUTITAS PARA QUE LA GENTE TENGA UN ACCESO FÁCIL DE LA CULTURA MEXICANA, AÑADIENDO TEXTURA Y LO HECHO A MANO.



2016 <http://www.trendhuntr.com>



2016 <http://www.forbes.com.mx>

FACTOR: CULTURAL
PALABRA CLAVE: PLATA

DESCRIPCIÓN

UN EMPRENDIMIENTO QUE ENALTECE LA JOYERÍA ARTESANAL MEXICANA.- MÉXICO TINA UNA RIQUEZA CULTURAL ADMIRADA EN TODO EL MUNDO, Y SIN DUDA MODELOS INNOVADORES CON LOS QUE PERMITIRÁ PRESERVAR NUESTRA CULTURA LLEVÁNDOLA AL MERCADO NACIONAL E INTERNACIONAL, SIENDO UNA FUENTE DE INGRESO PARA MUCHAS FAMILIAS MEXICANAS.

RELEVANCIA

LA EMPRESA TUMBIKO QUIERE RECUPERAR LA JOYERÍA ARTESANAL DE SU REGIÓN CON UN MODELO DE VENTA POR CATÁLOGO E-COMMERCE, VINCULANDO UNA RED DE DISEÑADORES PARA CREAR PIEZAS ÚNICAS DE AUTOR.

FACTOR: CULTURAL
PALABRA CLAVE: MÉXICO

DESCRIPCIÓN

HERSHEY'S NEW COOKIES 'N' CREME SKULLS DRAW ON DÍSE DE MUERTOS.- THE NEW TREAT CALLED COOKIES 'N' CREME SKULLS. THE NWE CANDY CONSISTS OF BITESIZED VERSION OF THE CLASSIC COOKIES 'N' CREAM BAR, BUT WITH SPECIAL SUGAR SKULL PACKAGING,

THE COOKIES 'N' CREME SKULLS NOT ONLY GIVES CONSUMERS A DELICIOUS NEW TREAT TO ENJOY THIS HALLOWEEN SEASON, BUT IT ALSO ACKNOWLEDGES THE INFLUENCE OF MEXICAN CULTURE IN THE US.

2016 <http://www.trenhunter.com>



RELEVANCIA

LA INFLUENCIA MEXICANA DEL DÍA DE MUERTOS EN OTROS PAÍSES.

FACTOR: CULTURAL
PALABRA CLAVE: MEXICAN

DESCRIPCIÓN

DINING THE MEXICAN WAY.- SUPER LOCO IS THE SECOND F&B ESTABLISHMENT BY THE SAME PEOPLE WHO BROUGHT THE HIGHLY POPULAR LUCHAS LOCO MEXICAN RESTAURANT TO DUXTO HILL. DESIGNER BY SIEW HUI LIM OF HUI DESIGNS, THE INTERIOR OF THIS 200-SEAT DINER CAN BEST BE DESCRIBED AS VIBRANT, FESTIVE AND CASUAL AND IS DIRECTLY INSPIRED BY THE OWNERS' OWN PERSONAL EXPERIENCES IN MEXICO CITY



2016 <http://www.notcot.com>

RELEVANCIA

DISEÑADORES EXTRANJERO TOMAN COMO INSPIRACIÓN Y PERSONALIDAD LA CULTURA MEXICANA, LLEVÁNDOLO A SUS PAÍSES Y DISEÑANDO CON ELLO.



2016 <http://www.notcot.com>

FACTOR: CULTURAL
PALABRA CLAVE: MEXICAN

DESCRIPCIÓN

ABSOLUT MEXICO.- IN MY OPINION THE ABSOLUT MEXICO LIMITED EDITION PACKAGING DESIGN IS ONE OF THE BEST "ABSOLUT VODKA" HAS DONE. IN THIS BOTTLE, MEXICAN ARTIST DR. LAKRE PAYS TRIBUTE TO MEXICO, REPRESENTING THREE OF THE MOST IMPORTANT ELEMENTS OF THE LEGENDARY MAYAN CULTURE.

RELEVANCIA

LA CULTURA MAYA, RECONOCIDA COMO PARTE DE MÉXICO, SE UTILIZA LOS SÍMBOLOS PARA EL ETIQUETADO DE LA BOTELLA COMERCIAL ABSOLUT



2016 <http://www.notcot.com>

FACTOR: **CULTURAL**

PALABRA CLAVE: **MEXICAN**

DESCRIPCIÓN

COARSE DEMON, TOY ART CUSTOMIZADO.- O MEXICANO CHAUSKOKIS ESTÁ SE TORNANDO CONHECIDO MUNDIALMENTE POR SEUS TOYS CUSTOMIZADOS, E O COARSE DEMON É UM DOS MAIS RECENTES. O ARTISTA PEGOU UM DOS FAMOSOS BONECOS DA COARSE E O TRANFORMOU EM UM MLUTADOR MASCARADO, BEM AO ESTILO LUCHAS LIBRE

RELEVANCIA

CON UN JUGUETE YA EXISTENTE, TOMO ELEMENTOS DE LA MUÑECA Y EMPEZÓ A CONSTRUIR UN NUEVO JUGUETE, PERSONALIZANDO ESTILOS DIFERENTES.

RESUMEN

LA IDENTIDAD NO ES MÁS QUE UN CONJUNTO DE ELEMENTOS CULTURALES QUE COMPARTEN LOS HABITANTES DE UN PAÍS Y LES DA UN SENTIDO DE PERTENENCIA. EN LA ACTUALIDAD GRACIAS AL INTERCAMBIO CULTURAL, TECNOLÓGICO, ETC; SE HA IDO UNIFICANDO CULTURAS, POR ELLO ES NECESARIO RECONOCER LA IMPORTANCIA DE ELEMENTOS CULTURALES QUE DISTINGUEN AL MEXICANISMO, APROVECHAR EL INTERCAMBIO ENTRE LOS PAÍSES PARA PROMOVER Y TRANSMITIR UN MENSAJE DE LOS VALORES DE LA CULTURA NACIONAL MEXICANA.

EXISTEN VARIOS ELEMENTOS TANTO TANGIBLES COMO INTANGIBLES QUE SON RECONOCIDOS NO SÓLO POR LOS MISMOS MEXICANOS, SI NO, TAMBIÉN A NIVEL INTERNACIONAL; COMO EN LAS TABLAS 2, 3, 4 Y 5 SE PUEDE APRECIAR LA DIVISIÓN DE ELLAS. ASÍ MISMO ESOS ELEMENTOS SON RETOMADOS PARA CONCEPTO, CREACIÓN Y DISEÑO DE OBJETOS/SERVICIOS NO SÓLO EN MÉXICO, SI NO EN EL EXTERIOR, ASÍ COMO NO SÓLO POR MEXICANOS, TAMBIÉN POR EXTRANJEROS COMO EN LAS TENDENCIAS SE PUDO OBSERVAR.

ASÍ PODREMOS CONCLUIR QUE SEGÚN LOS ESQUEMAS EL ASPECTO MÁS AMPLIO SE ENCUENTRA EN LA CULTURA, EN DONDE SE PUEDE TRABAJAR CON VARIOS ELEMENTOS, AL IGUAL QUE EN LAS TARJETAS DE TENDENCIA SE RECABÓ LA INFORMACIÓN EN LA CULTURA YA QUE FUE DONDE SE ENCONTRÓ MAYOR RELEVANCIA.

Capítulo IV

Diseño



*“Hay pequeñas joyas que nos rodean que pueden contener
destellos de inspiración”
-Richelle Mead*

4.1 PROBLEMÁTICA

A través de los años el modelo del consumidor se ha ido cambiando debido a diferentes aspectos como la revolución industrial, el poder adquisitivo de un producto, tendencias, la tecnología, etc. Recientemente con la llegada masiva de productos de bisutería asiática al mercado mundial los consumidores se han vuelto más exigentes en cuanto a la calidad, es decir, los acabados de la pieza, el tipo de material buscando así piezas más exclusivas; también la llegada de las redes sociales obliga a adaptarse a una nueva forma de venta y publicidad tradicional. Existe un mercado donde la mujer joven prefiere joyería en plata y de gusto vanguardista, innovadora y que el diseño sea original, es decir, que las principales características sean de calidad y diseño con el valor agregado de exclusividad como anteriormente se ha mencionado.

De acuerdo a la cámara regional de joyería Jalisco en el sector de la joyería que en México tiene el 70% de su producción esta en el estado de Jalisco y el restante 30% de su producción es artesanal donde se distribuye en diferentes estados del país. Actualmente algunos de ellos están pasando por ventas bajas (calidad del material, inseguridad, competitividad, copias del mismo diseño, entre otras), por lo tanto su producción también se ha ido reduciendo, un ejemplo de ello sería Taxco, Guerrero. El principal material a trabajar es la plata el cual se ha perdido la credibilidad del material que se utiliza así como se está perdiendo la forma de trabajar con este material, teniendo plateros que ya sólo aprenden lo básico creando así la repetitividad y copias de los mismos diseños que se han ido haciendo a través de los años, otro ejemplo es en el estado de Yucatán el cual se ha ido disminuyendo notablemente el número de orfebres, quienes poseen la técnica de la filigrana.

Hoy día por la implementación del Internet, las personas suelen ver primero mediante redes sociales o páginas web los productos; una vez que fueron atrapados por algún producto lo llegan a comprar online o ir a la tienda más cercana de la que se encuentren para obtener el producto, es así que ya no es como

antes de ir a buscar una nueva tienda en el centro, o en la esquina. También en la actualidad por la implementación del Internet, telecomunicaciones, etc. se ha ido generalizando culturas, creando estereotipos sobre naciones.

4.2 OPORTUNIDAD

Existe una oportunidad de entrar al sector de la joyería como diseño de autor mexicano dejando atrás la repetitividad y copias de los diseños; así como dar prioridad a los acabados de la pieza, la combinación de material y ahora buscan diseño, calidad y un estilo exclusivo.

En México e internacionalmente el principal material metálicos es la plata ya que es el primer productor de él y como se ve reflejado en la joyería es de los materiales más solicitados, aprovechando esta situación es uno de los materiales a utilizar combinándolo con otro material.

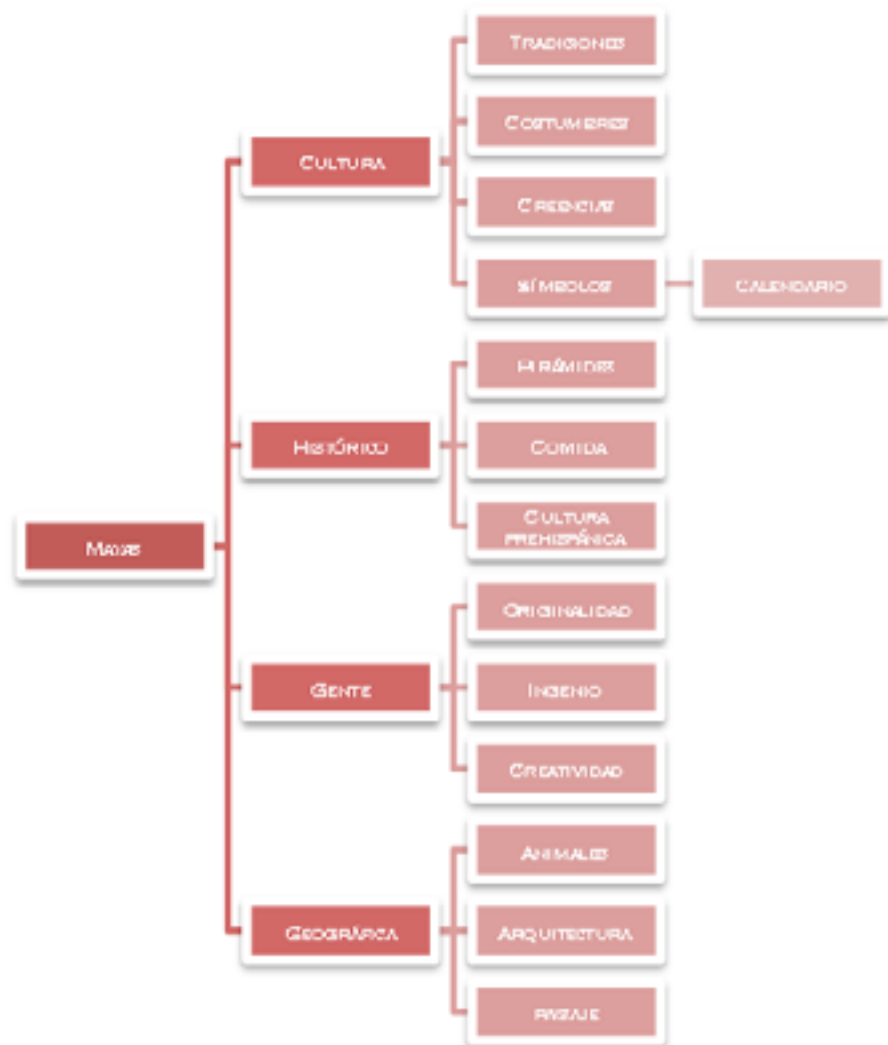
La tecnología que se ha ido implementado mediante la ayuda de software y base de datos en el primer proceso de bocetos, visualización tridimensionales para generar información precisa de costos, material a emplear, la interacción en menor tiempo; y en su realización con ayuda de las máquinas como es la fresadora, corte y/o grabado láser y las impresoras 3D. Contando con tecnología disponible en el país, como en el caso de Guadalajara donde se encuentra la cámara regional de la Industria Joyera o la empresa M^AyCO en la Ciudad de México que proporcionan trabajos con impresión en 3D para el proceso de la cera perdida.

Para crear el concepto se toma en cuenta que dentro de todo proceso creativo se suele partir de la definición detallada de un concepto estético, que se trata de la construcción de un universo visual-referencial único y personal del artista o diseñador, que está cargado de una serie de valores, imágenes, referentes, vivencias, visiones, identidad, etc. Que representan el espíritu creativo del diseñador.

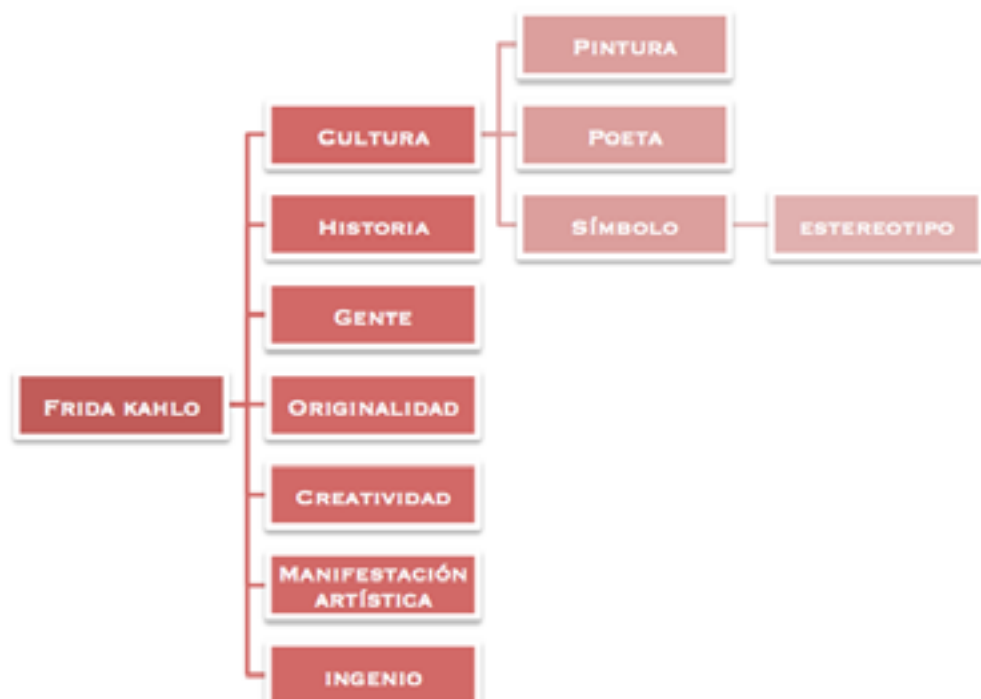
También recordemos que es el mensaje que se desea transmitir del objeto a quien lo porta y de quien lo porta a una sociedad, por ello reconocer la importancia de elementos culturales que distinguen la identidad mexicana aprovechando el intercambio entre los países para promover y transmitir un mensaje de los valores de la cultura mexicana reconocido a nivel internacional. Como en las tarjetas de tendencias se mostró lo más representativo son: la fiesta de día de muertos, la cultura prehispánica de los mayas y un símbolo iconográfico como Frida Kahlo, de los cuales en las siguientes tablas se pueden observar los elementos representativos de cada una.



Esquema 5 Día de muertos



Esquema 6 Mayas



Esquema 7 Frida Kahlo

4.3 CONCEPTO

Una colección de diseño de autor ofreciendo principalmente el diseño y la calidad en las piezas (anillo, collar, aretes y brazaletes), utilizando los materiales tradicionales "Plata y cerámica". Esta colección tiene aplicación de las nuevas tecnologías en diferentes áreas:

- Diseño - Se ocupan software para la realización del modelo tridimensional virtual, el cual ahorra tiempo y se visualiza cuánto material aproximadamente de ocupa en el tamaño 1:1
- Producción - Para la realización de las piezas en plata se ocupa un proceso de impresión 3d combinado con uno tradicional de fundición en cera.
- Venta - La publicidad y mercadotecnia se hace a través de redes sociales.

Teniendo como principal la marca mexicana para venta tanto nacional como internacional utilizando los colores y símbolos para su realización así como en cada pieza con referencia a la celebración del día de muertos por la cantidad de elementos representativos que ésta posee, a continuación se mostrarán simbólicamente cada uno de estos elementos:



Imagen 35 Día de muertos

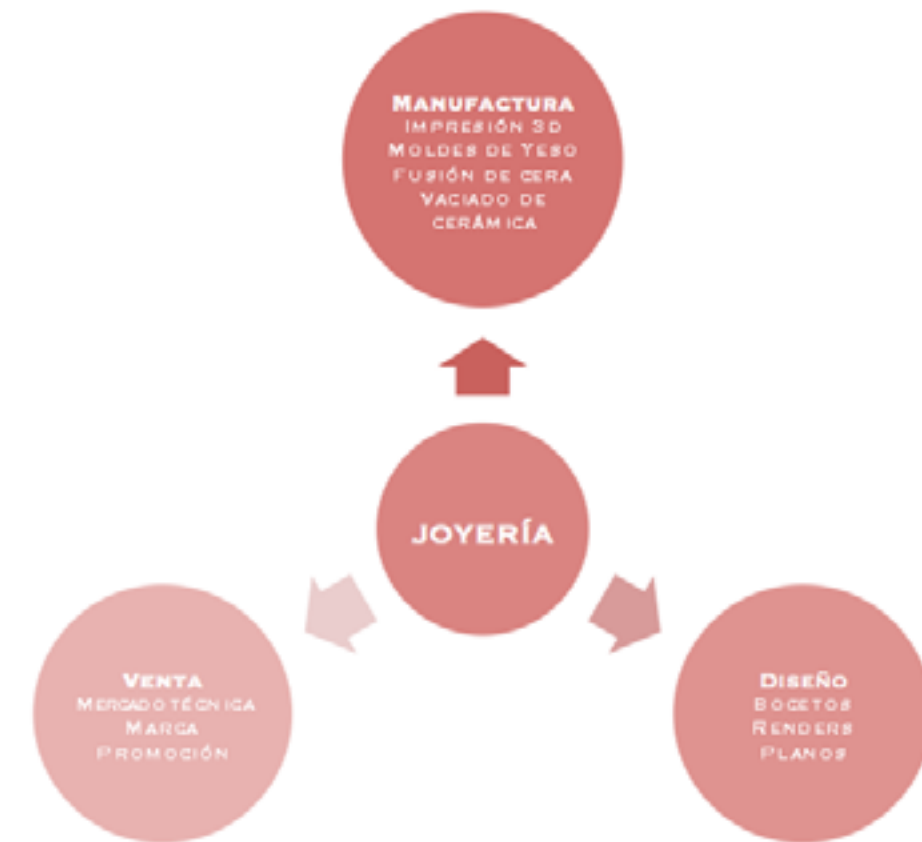


El papel picado es un producto artesanal ornamental de papel que se trabaja en México y sirve para decorar festividades de todo el país.

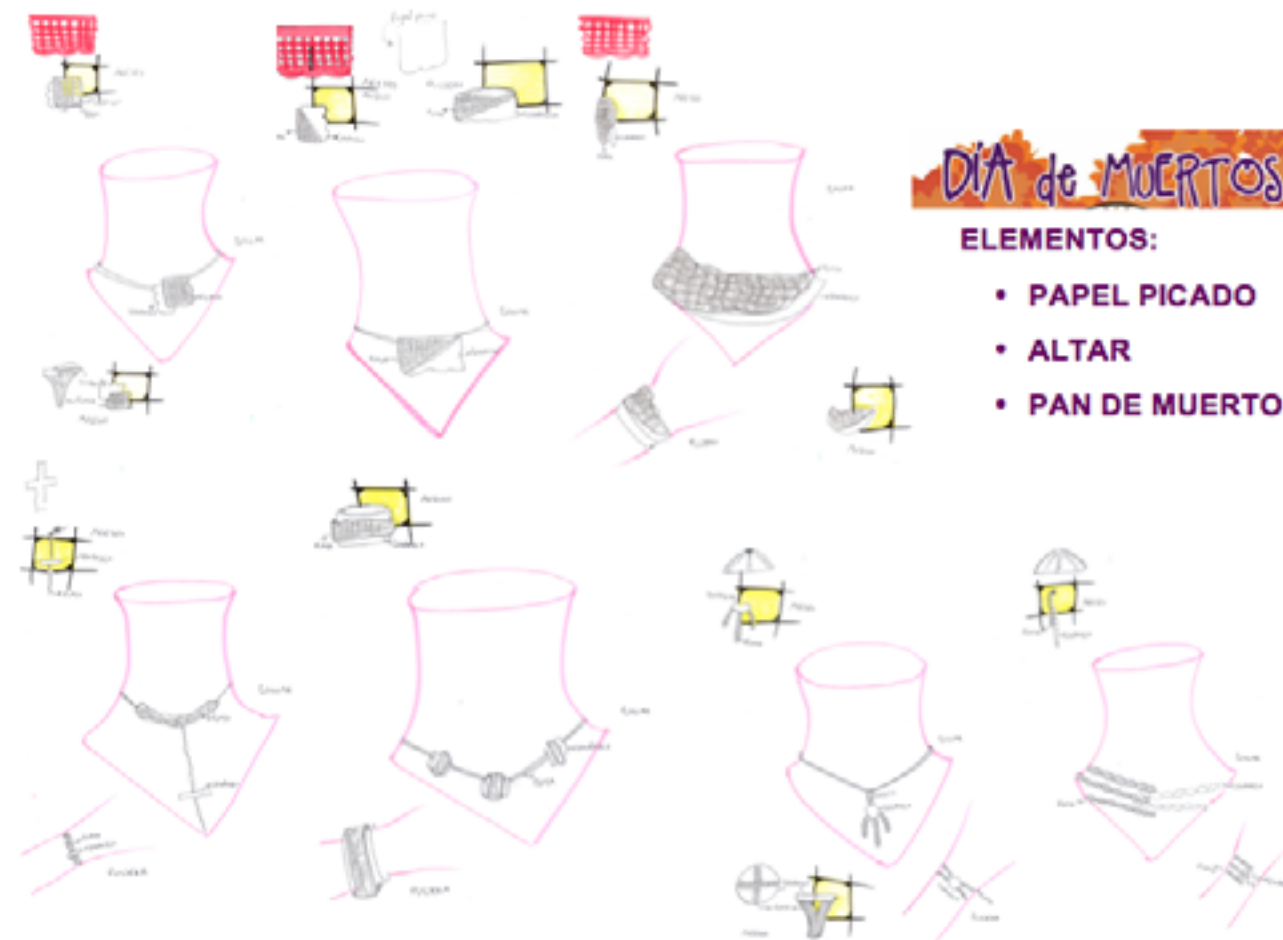
Se trata de un papel de uso ornamental para diferentes celebraciones. Se distingue su uso en las ofrendas a los muertos el 2 de noviembre lo que dota a los altares de mucho color, alegría y vida.

El papel picado consiste en papel con figuras recortadas de manera artesanal, y se caracteriza por la alta densidad de los huecos dejados en el papel, que son los que forman las figuritas que se pueden apreciar cuando el papel se extiende. Los dibujos y las figuras tienen gran diversidad. Se encuentra en diferentes tamaños y en gran variedad de colores y diseños.

Imagen 36 Papel picado



4.4 BOCETOS



ALTERNATIVAS PROPUESTA 1

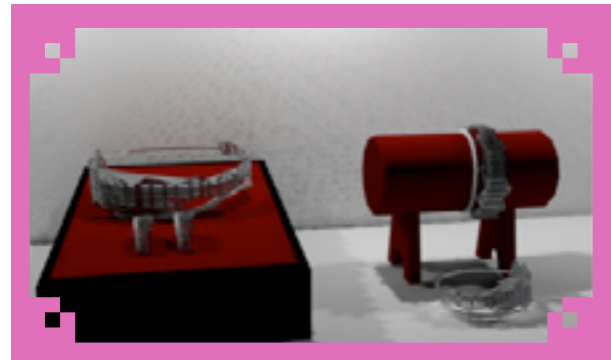
INSPIRACIÓN
PAPEL PICADO



MATERIALES



CERÁMICA PLATA



Se encuentra conformado por pulsera, aretes y collar

PROCESOS
PIEZA IMPRESA PARA
FUNDICIÓN
MOLDES DE YESO

ALTERNATIVAS PROPUESTA 3

INSPIRACIÓN
PAPEL PICADO Y
FLORES DE CEMPASÚCHIL



MATERIALES



CERÁMICA PLATA



Se encuentra conformado por pulsera, aretes y collar

PROCESOS
PIEZA IMPRESA PARA
FUNDICIÓN
MOLDES DE YESO

ALTERNATIVAS PROPUESTA 2



Se encuentra conformado por pulsera, aretes y collar

INSPIRACIÓN
PAPEL PICADO Y
DANZA FOLKLÓRICA



MATERIALES



CERÁMICA PLATA

PROCESOS
PIEZA IMPRESA PARA
FUNDICIÓN
MOLDES DE YESO

ALTERNATIVAS PROPUESTA 4

INSPIRACIÓN
PAPEL PICADO Y
FRIDA KAHLO



MATERIALES



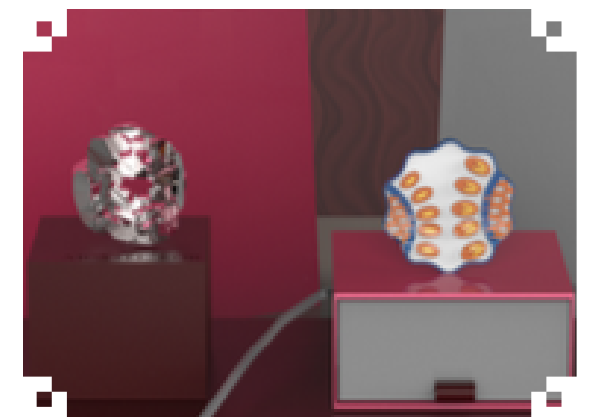
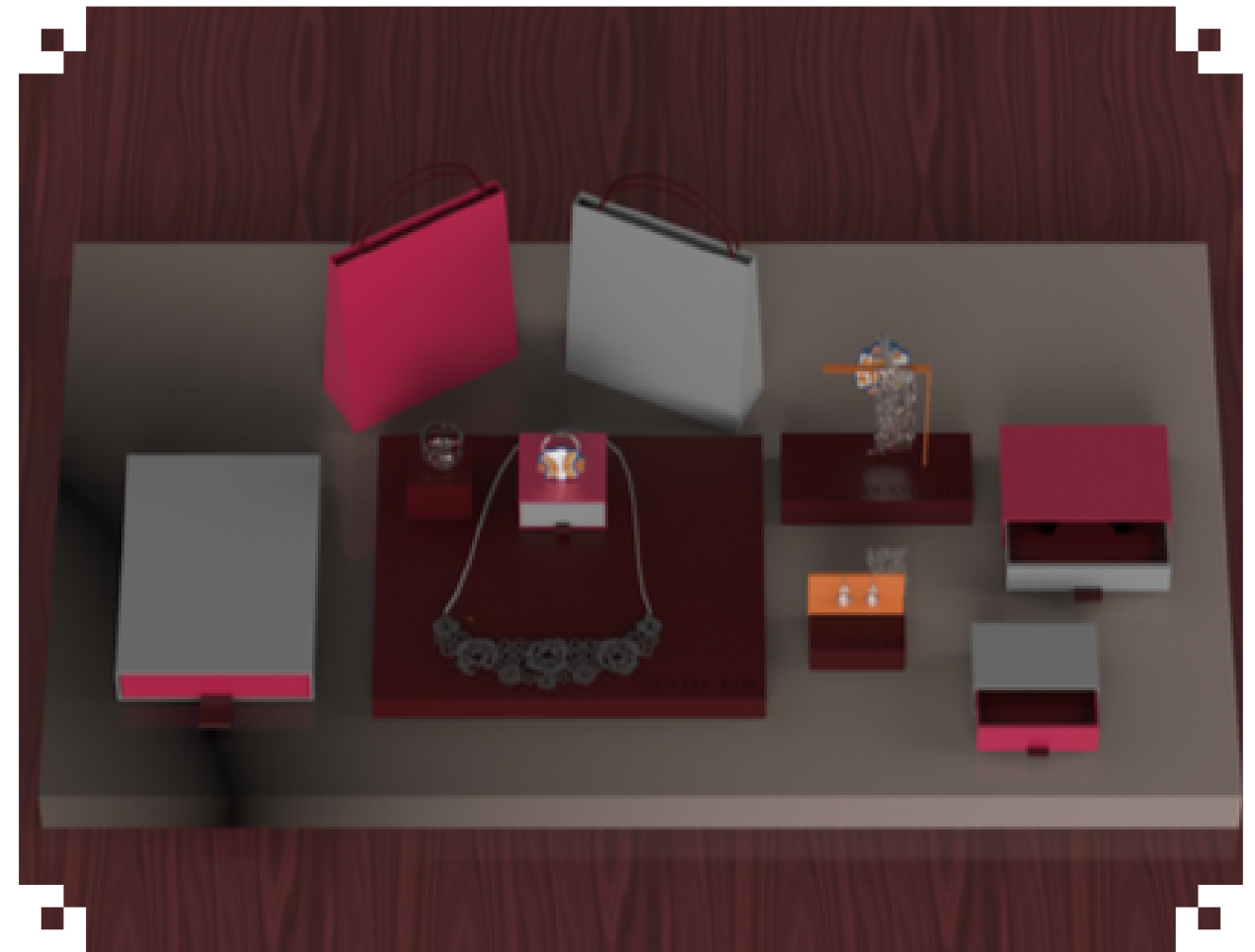
CERÁMICA PLATA

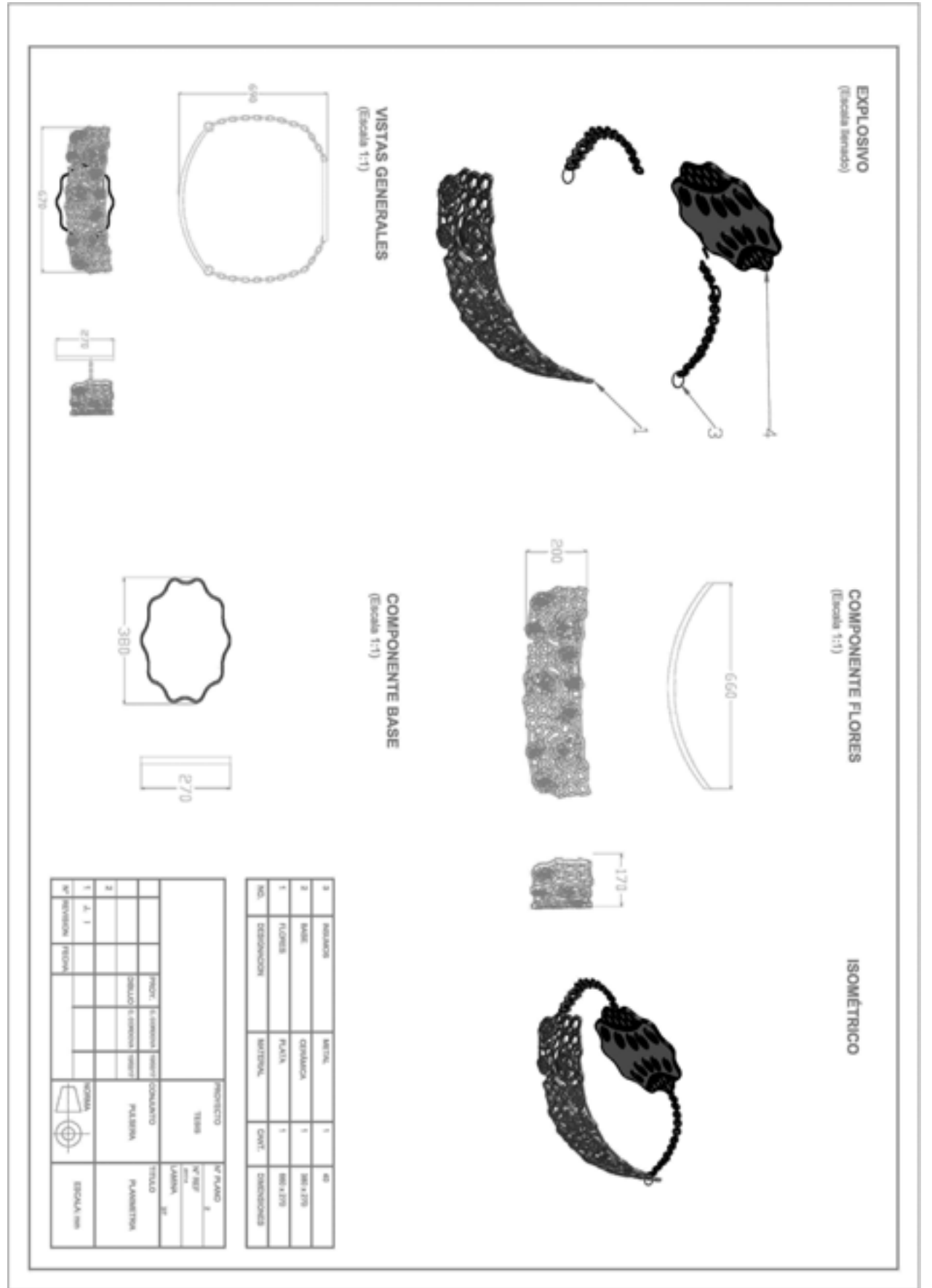
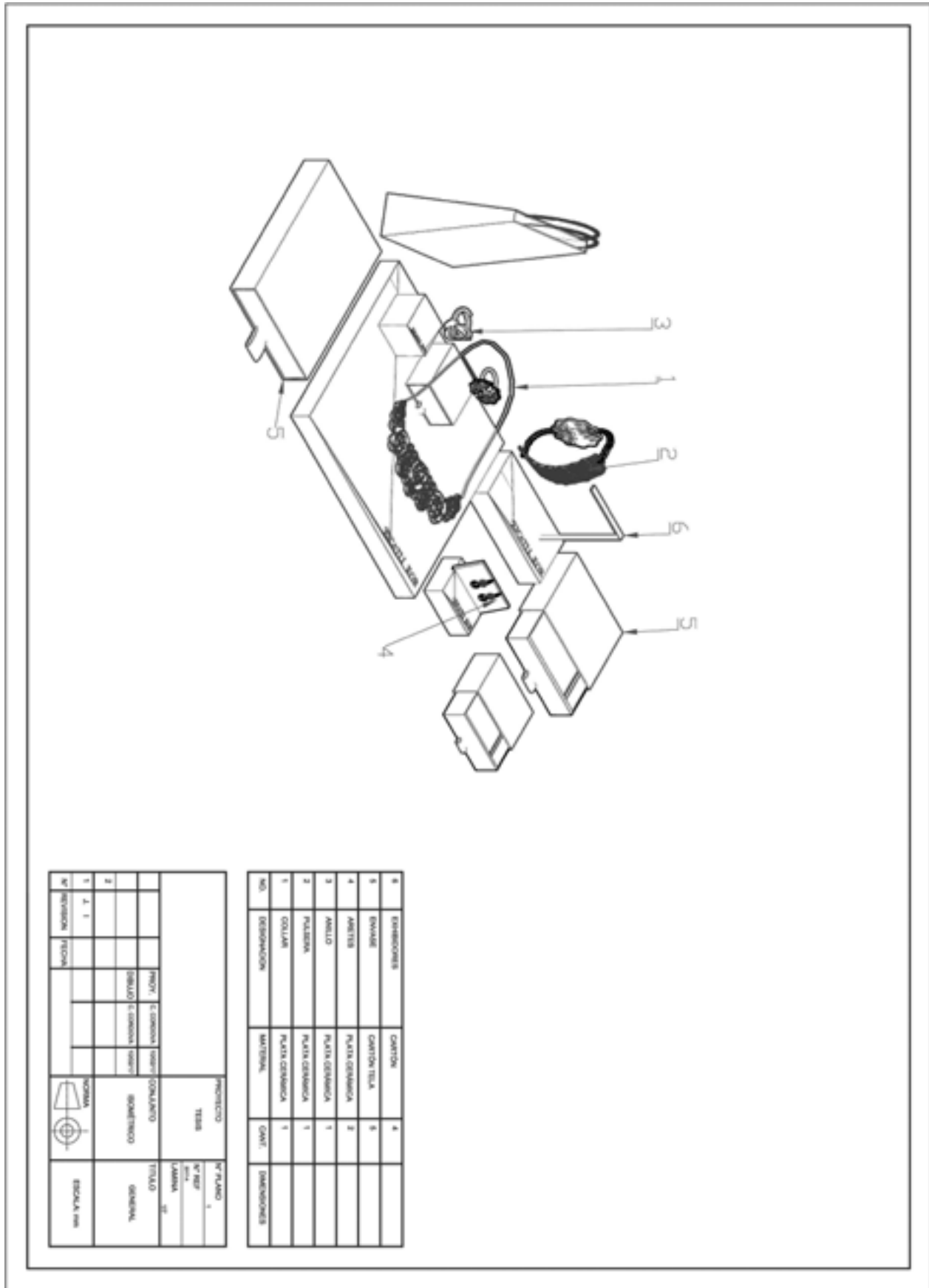


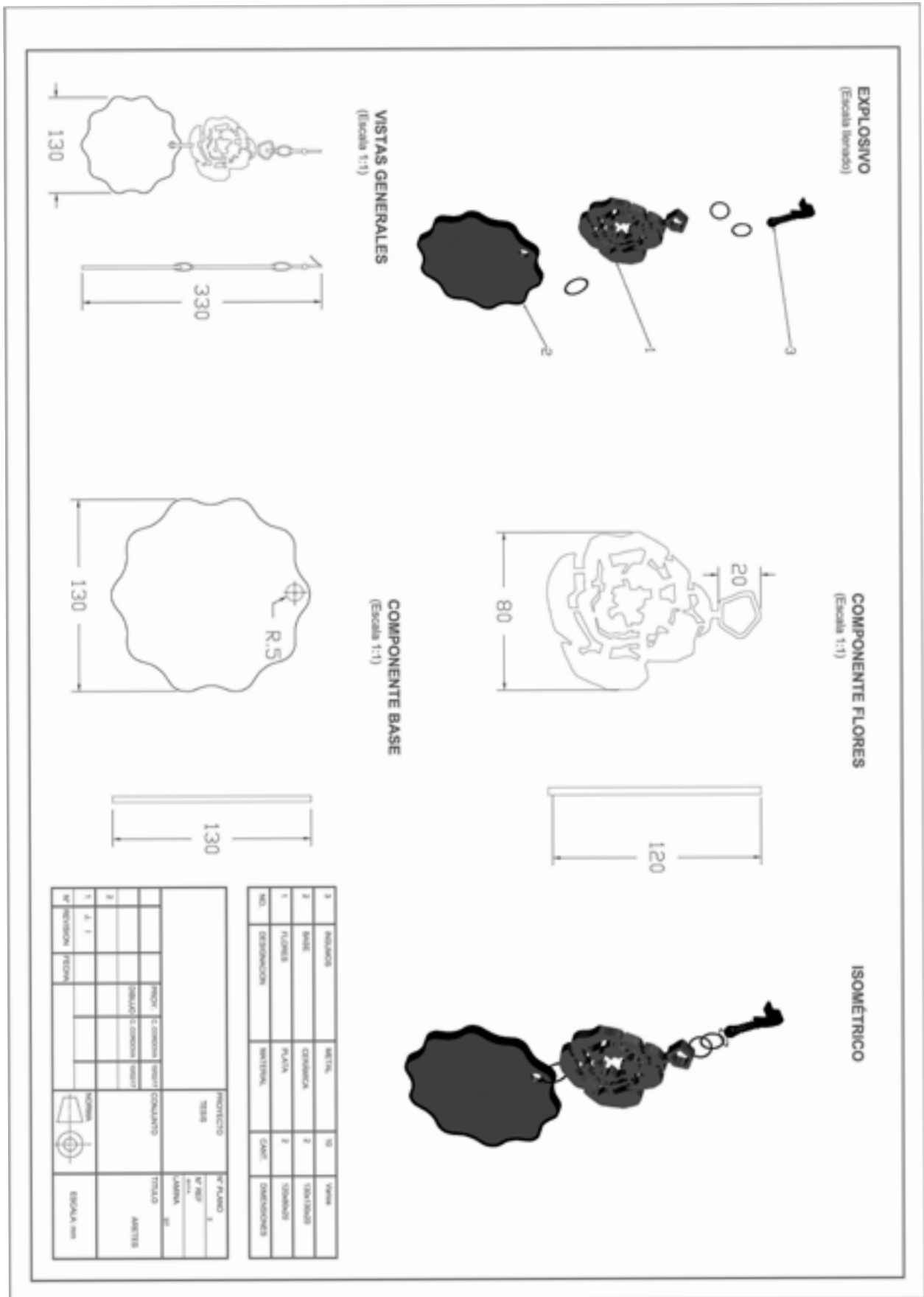
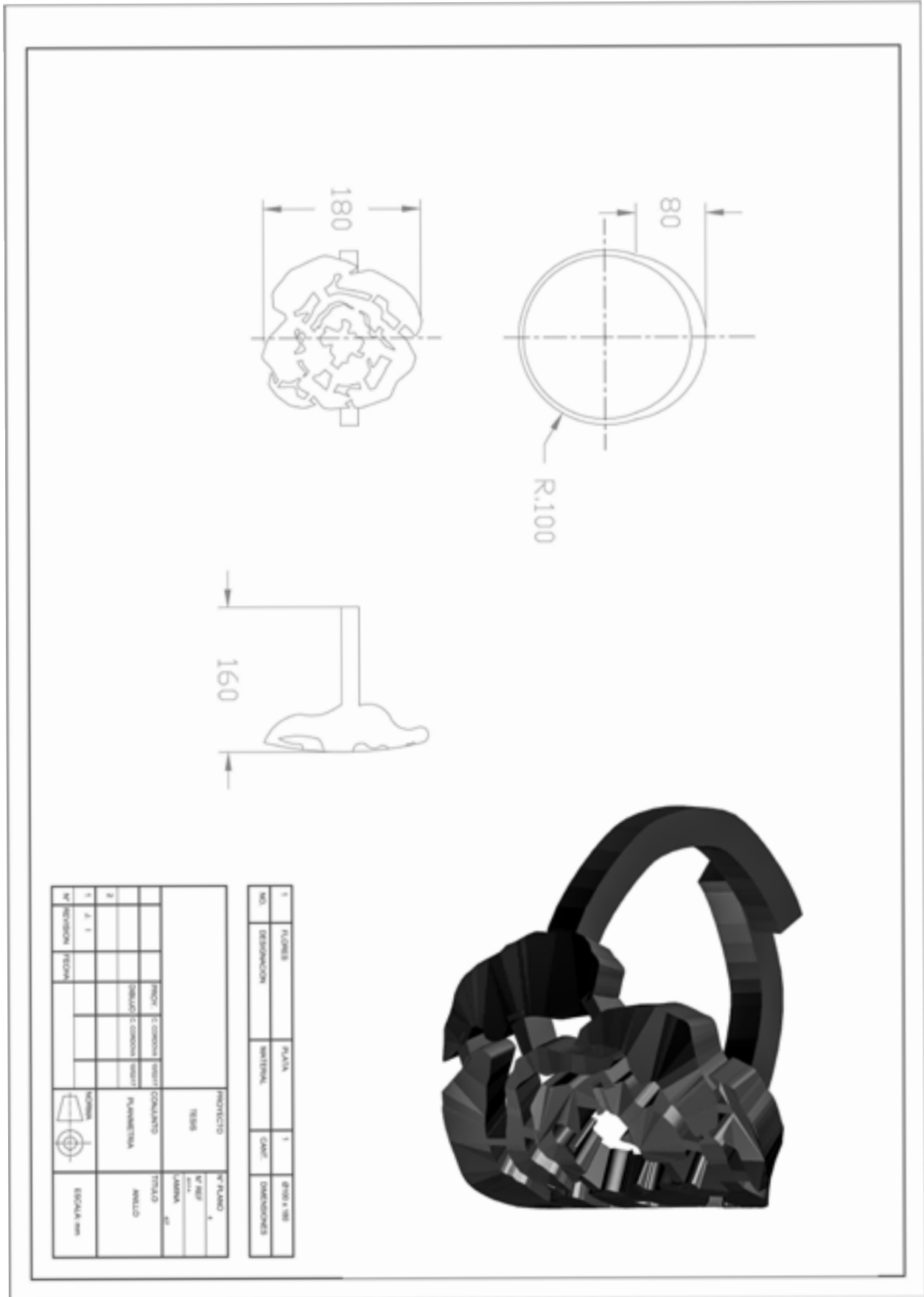
Se encuentra conformado por pulsera, aretes y collar

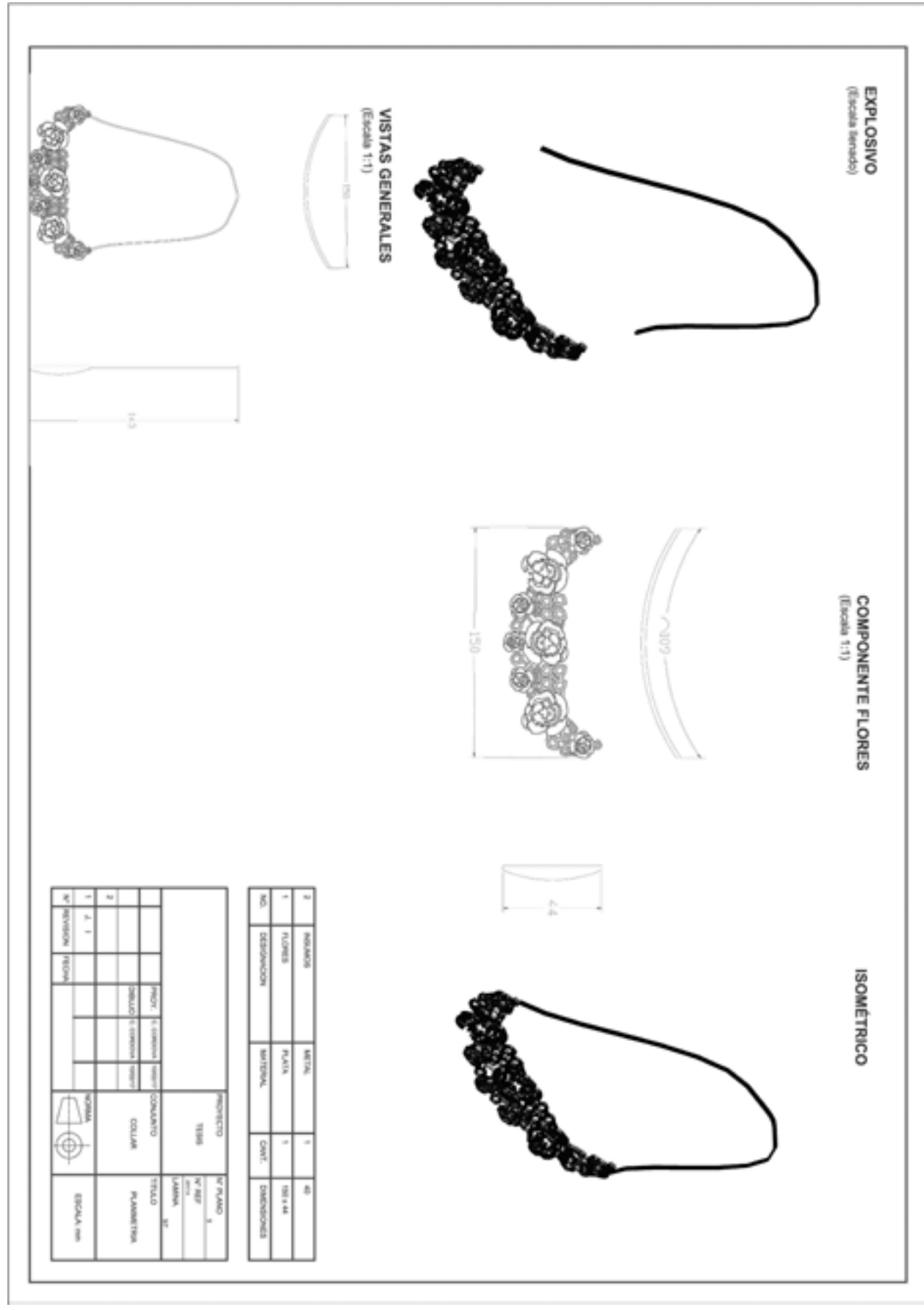
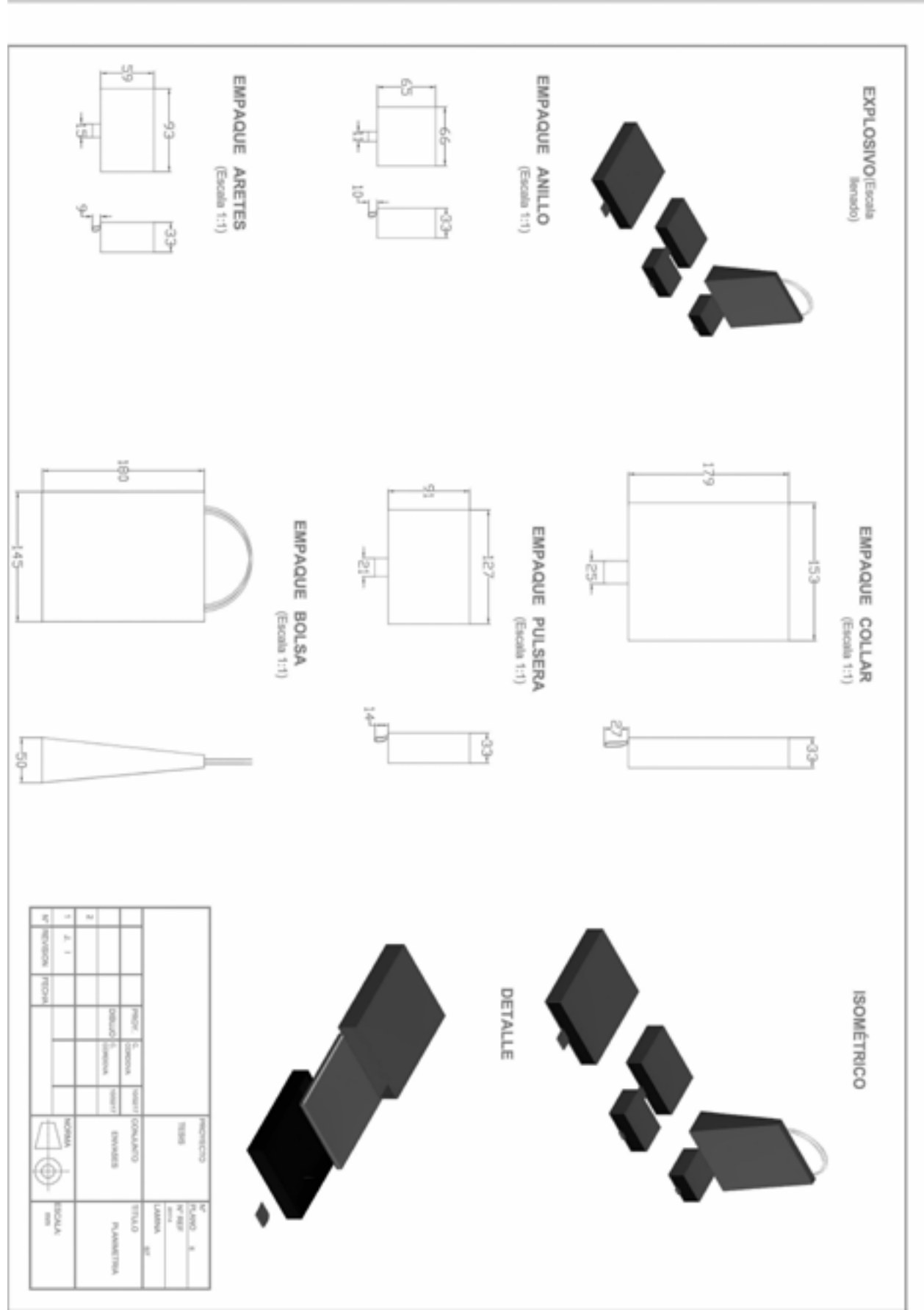
PROCESOS
PIEZA IMPRESA PARA
FUNDICIÓN
MOLDES DE YESO

4.6 PROPUESTA FINAL











PROYECTO DE EVALUACIÓN PROFESIONAL

COLECCIÓN DE JOYERÍA DE AUTOR DE PLATA Y CERÁMICA CON IDENTIDAD MEXICANA PARA MUJERES JOVENES



CECILIA CARDONA MARTINEZ

Un diseño es considerado de autor cuando el diseñador resuelve necesidades a partir de su propio estilo e inspiración, sin seguir las tendencias que se imponen desde los centros de productores de moda, (...) con una concepción basada en la personalidad y en la comunicación de cierta identidad (Saulguin, 2006, p.16)



ELEMENTOS

- PAPIR PICADO
- PAN DE MUERTO
- CALABAZA CON CHOCOLATE
- FLOR DE COMPADRE
- CATRINA
- RITUALES
- ALTAR

BOCETOS RÁPIDOS

ALTERNATIVAS

PROPUESTA FINAL

PROYECTO DE EVALUACIÓN PROFESIONAL

COLECCIÓN CEMPASÚCHIL

La marca nació en principios de diciembre del 2016, tiene como objetivo el diseño de joyería de autor mexicano.

Misión

Ofrecer piezas de joyería de autor con materiales tradicionales, plata y cerámica de calidad; representando la identidad mexicana a mujeres jóvenes con ayuda de la tecnología



XIKATLI KOR

ARTE Y MEXICO



"La joyería ha estado presente desde hace miles de años, siendo utilizada por todas las culturas desde la prehistoria hasta nuestros días." Edgar López Jiménez

Mercado

Mujeres de 20 a 35 años de edad de clase media-alta.

La colección de joyería Cempasúchil se encuentra inspirada en la fiesta del día de muertos; los elementos tomados son el papel picado y la flor de cempasúchil.



Cada pieza está compuesta por plata esterlina .925 y cerámica del alta tempera.



Joyeria.xikatli

Xikatli Kor



<https://www.kichink.com/stores/xikatli-cor>

RESUMEN

SIENDO UNA COLECCIÓN CONFORMADA DE ARETES, COLLAR Y PULSERA UTILIZANDO ELEMENTOS DE LA IDENTIDAD MEXICANA EN LA REPRESENTACIÓN DE ELLO LA FIESTA DE DÍA DE MUERTOS; DONDE ESTÁ CARGADA DE CONTENIDO SIMBÓLICO Y SIGNIFICADO HISTÓRICO, TOMANDO ASÍ EL PAPEL PICADO DONDE SE USARÁN LAS FORMAS Y TEXTURA CON LA TÉCNICA DE ABSTRACCIÓN REPRESENTANDO ASÍ LA TEMÁTICA DE LA COLECCIÓN COMO MENSAJE DE LOS VALORES DE LA CULTURA MEXICANA PARA MUJERES JÓVENES DE 20-35 AÑOS DE EDAD QUE BUSCAN CONSUMIR DISEÑO EXCLUSIVO, INNOVADOR CON UN VALOR EMOCIONAL A TRAVÉS DE LA JOYERÍA DE AUTOR QUIENES LA SUELEN ADQUIRIR PRINCIPALMENTE EN CENTROS COMERCIALES Y SUELEN TENER COMO PRINCIPAL PASATIEMPO NAVEGAR EN INTERNET. COMBINANDO ASÍ UN MATERIAL METÁLICO Y NO METÁLICO, ES DECIR, LA PLATA Y CERÁMICA A TRAVÉS DEL MODELADO POR SOFTWARE QUE PERMITE LA VISUALIZACIÓN DE LA JOYERÍA, LOS CAMBIOS QUE PUEDEN TENER AÚN EN LOS PROCEDIMIENTOS DE PRUEBA. LA FUNDICIÓN DE CERA PERDIDA EN LA ELABORACIÓN DE LA JOYA EN PLATA SERÁ EN LA FIGURA IMPRESA EN PLA EN LUGAR DE LA CERA, SIGUIENDO EL PROCESO DE LA OBTENCIÓN DE LA JOYERÍA MEDIANTE LA PLATA. ASÍ EN EL CASO DE LA CERÁMICA PARA SACAR LOS MOLDES DE YESO, LA PIEZA SERÁ OBTENIDA MEDIANTE EL MÉTODO SUSTRACTIVO DE CORTE LÁSER PARA UN ACABADO PRECISO Y ASÍ CONSIGO SACAR LOS MOLDES DE YESO. APLICANDO ASÍ TANTO LA CAPACIDAD DE DISEÑO POR COMPUTADORA EN 2D Y EN 3D, CALCULANDO EL PORCENTAJE DE MATERIAL A UTILIZAR Y EVITANDO DESPERDICIO.

Implantación

Capítulo V



*“La mayoría de la gente piensa que el diseño es una chapa, es una simple decoración, para mí nada es más importante en el futuro que el diseño. El diseño es el alma de todo lo creado por el hombre”
-Steve Jobs*

EN LA IMPLANTACIÓN COLABORAN DISTINTAS PERSONAS PARA PODER VER EL COMPORTAMIENTO DEL POSIBLE COMPRADOR PARA ASÍ PODER OBTENER COMENTARIOS AL RESPECTO DE LA MARCA DE AUTOR Y LA COLECCIÓN DE JOYERÍA ESTABLECIDO ANTERIORMENTE, TENIENDO ASÍ POSIBLES MEJORAS A REALIZAR SEGÚN SEA LO MÁS CONVENIENTE.

LA IMPLANTACIÓN SE REALIZÓ DE DIFERENTES FORMAS:

- POR MEDIO DE LA TIENDA ONLINE
- POR MEDIO DE REDES SOCIALES
- POR MEDIO DE ENCUESTAS
- CONTACTANDO PERSONAS EN EL SECTOR DE LA JOYERÍA

EN CADA UNA DE ELLAS SE EXPLICA A CONTINUACIÓN EL ¿CÓMO? ¿A QUIÉN? FUE REALIZADO, FINALIZANDO ASÍ CON COMENTARIOS GENERALES.

5.1 POR MEDIO DE LA TIENDA ONLINE

Primero tenemos la tienda online, la cuál se puede acceder desde cualquier computadora, Tablet o celular con internet en la página de <https://www.kichink.com>, estando una vez ahí en el buscador se puede encontrar por la tienda de Xikatli o directamente al siguiente link:

<https://www.kichink.com/stores/xikatli-cor/> donde se pueden encontrar las piezas para la visualización, sus características y la obtención online.

A continuación en la imagen 37 se puede observar una vista general de la tienda y en las imágenes 38 y 39 los aretes y el anillo.

5.2 POR MEDIO DE REDES SOCIALES

Actualmente las redes sociales se han convertido en herramientas importantes para la publicidad y venta de productos es por ello que se tomaron estas dos para poder realizar la mercadotecnia.

En el caso de la red social instagram a la que se puede acceder desde cualquier computadora, Tablet o celular con internet con el nombre de joyeria. xikatli se puede encontrar o bien en el siguiente link:

<https://www.instagram.com/joyeria.xikatli/>.

A continuación en la imagen 40 se puede observar una vista general de la cuenta de instagram y en las imágenes 41 y 42 anillo y el collar como publicaciones.

Mientras que en la red social Facebook la cuál se puede acceder desde cualquier computadora, Tablet o celular con internet con el nombre de joyeria. xikatli se puede encontrar o bien en el siguiente link:

<https://www.facebook.com/Joyeria.Xikatli/>

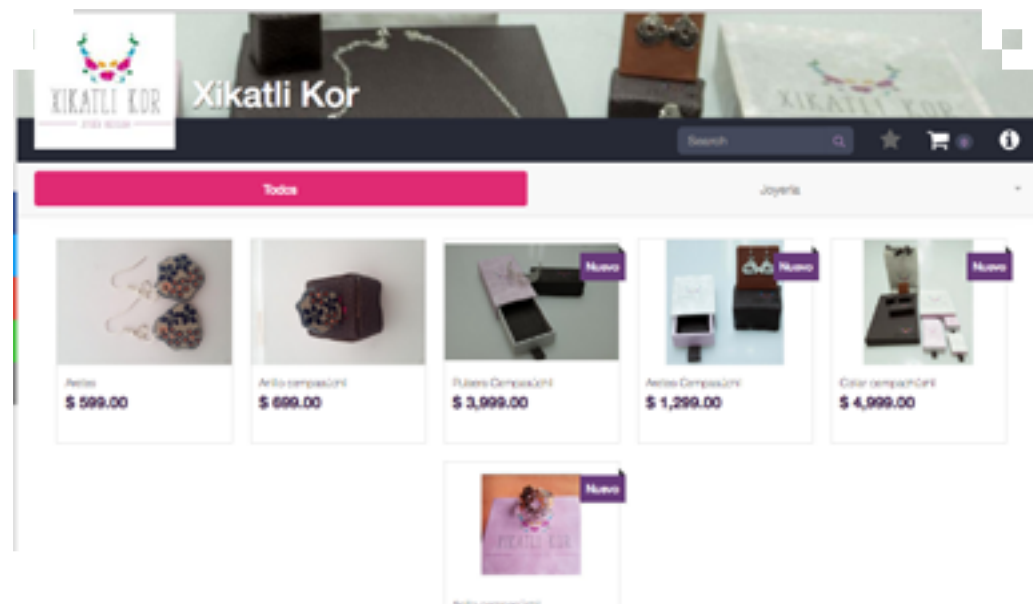


Imagen 37 Página web



Imagen 38 Aretes

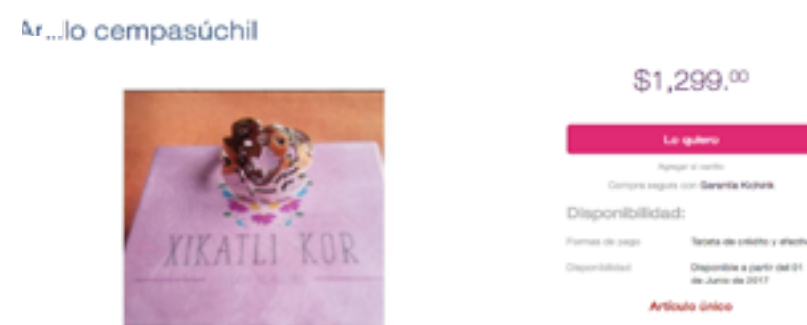


Imagen 39 Anillo

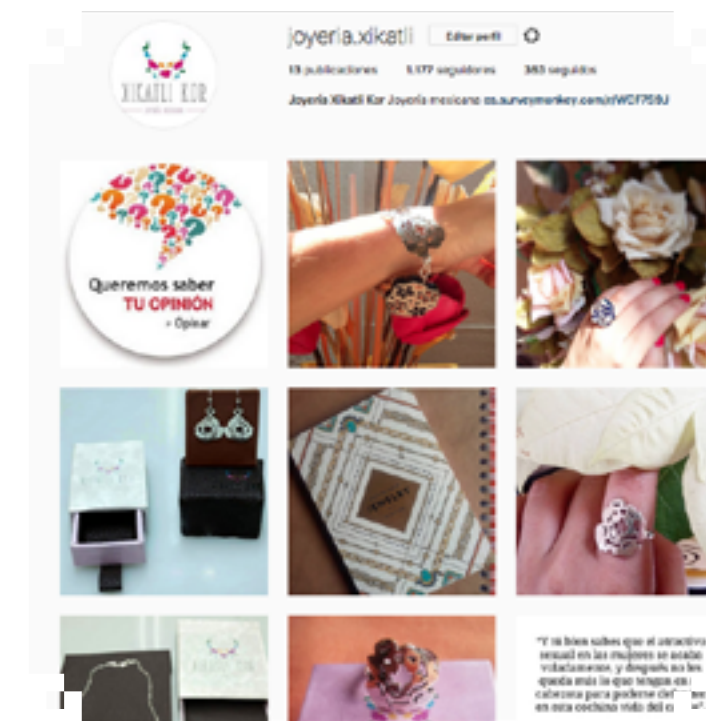


Imagen 40 Instagram

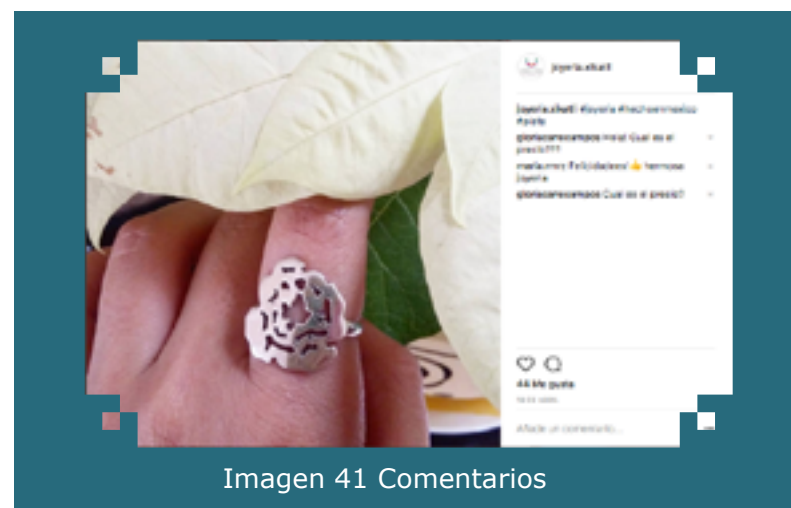


Imagen 41 Comentarios



Imagen 42 Collar

Obteniendo Likes y más comentarios del anillo y collar de que les gustan, de querer saber el precio y donde se puede conseguir directamente en los comentarios así como por medio de mensajes privados.

También la cuenta de instagram mercado mexicano (que se puede encontrar con el link <https://www.instagram.com/mercadomexicano/>) la cual es un bazar online se contacto por mensaje privado en instagram para invitar a participar en 4º Edición de su bazar, el la imagen 43 se puede observar más detalladamente.



Imagen 43 Mercado Mexicano

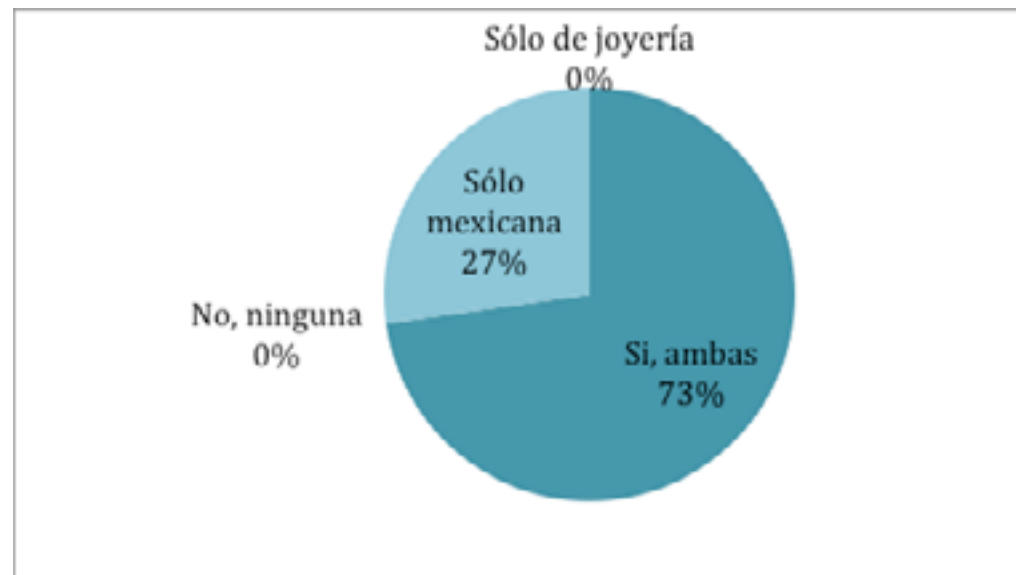
5.3 POR MEDIO DE ENCUESTAS

Por la página de <http://www.surveymonkey.com> se realizó una encuesta en anexos se encuentra la plantilla

Resultados de la encuesta

- 1) El siguiente logo, ¿Te hace referencia a una marca mexicana y de joyería?

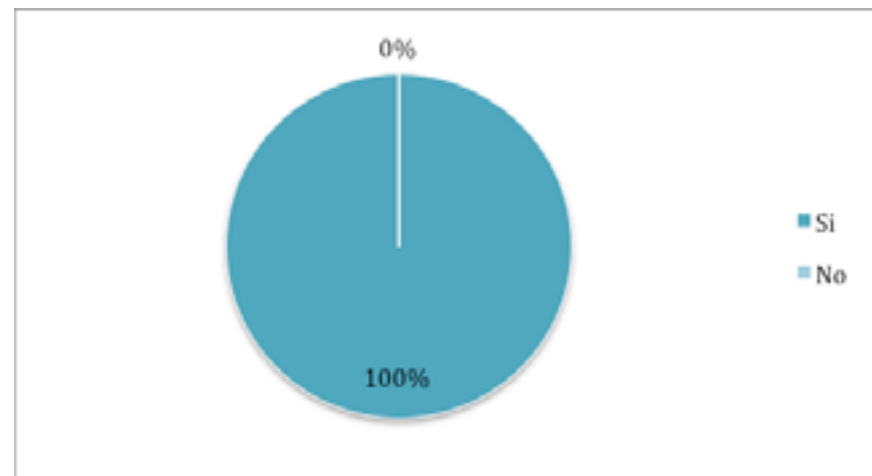




Gráfica 14 Logo

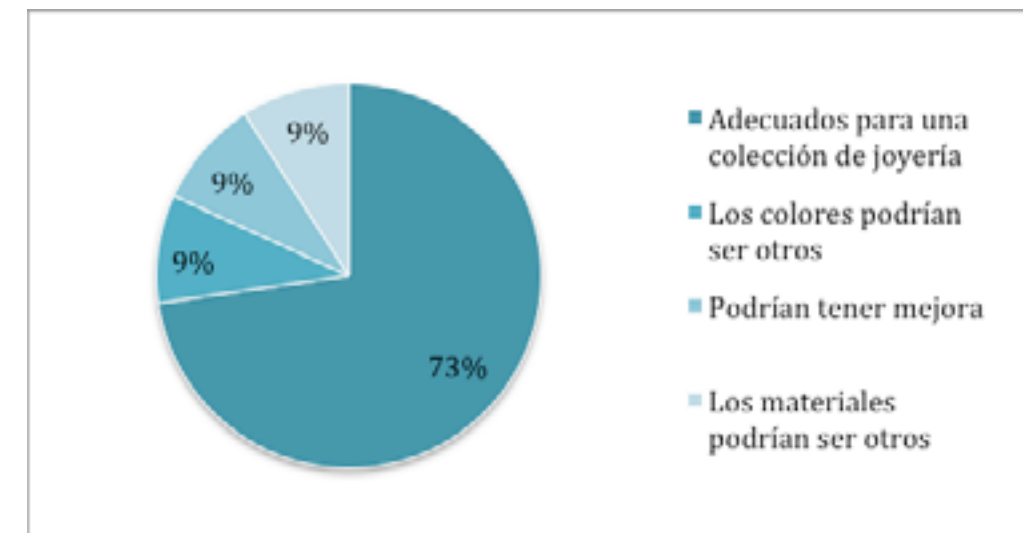
En la gráfica 14 algunos de los comentarios relacionados fueron que por los colores, forma y tipografía tienen referencia al folclor mexicano, porque las flores están alineadas en forma de un collar y tiene nombres mexicanos.

2) El nombre Xikatli Kor ¿Te hace referencia a México?



Gráfica 15 Nombre

3) ¿Cómo te parecen los siguientes envases y exhibidores?

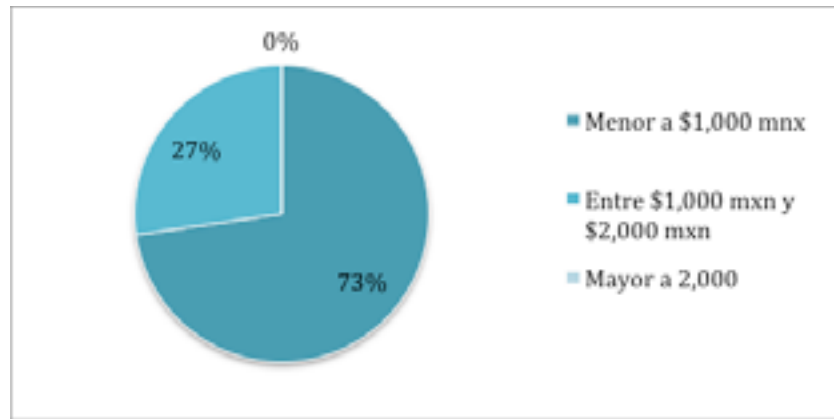


Gráfica 16 Envases y exhibidores

En la gráfica 16 algunos de los comentarios relacionados fueron que las negras recuerdan a una paleta de maquillaje, no exhiben las piezas, los colores claros no tienen relación con el concepto plateado, más alegre y que podrían ser de madera.

4) ¿Qué precio crees que es el adecuado para los aretes de plata y esterlina .925 y los aretes de cerámica?

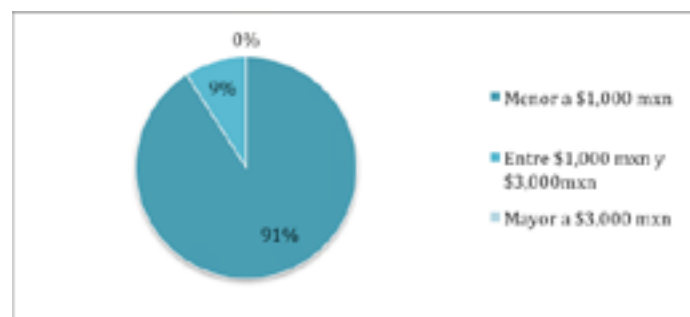
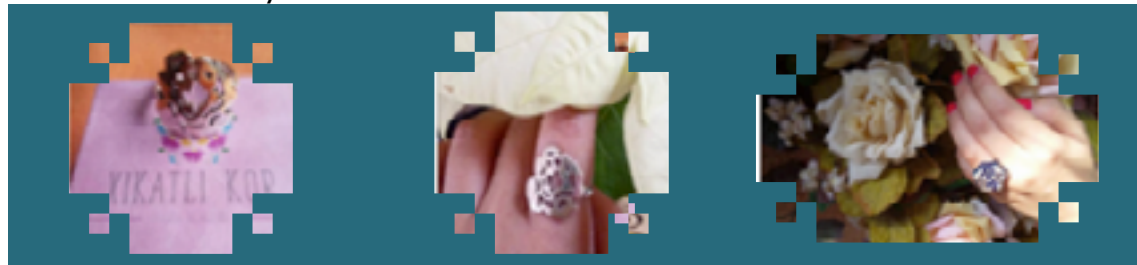




Gráfica 17 Precio Aretes

En la gráfica 17 algunos de los comentarios relacionados fueron que son novedosos, buen diseño, así como no se tiene relación entre las de plata y cerámica.

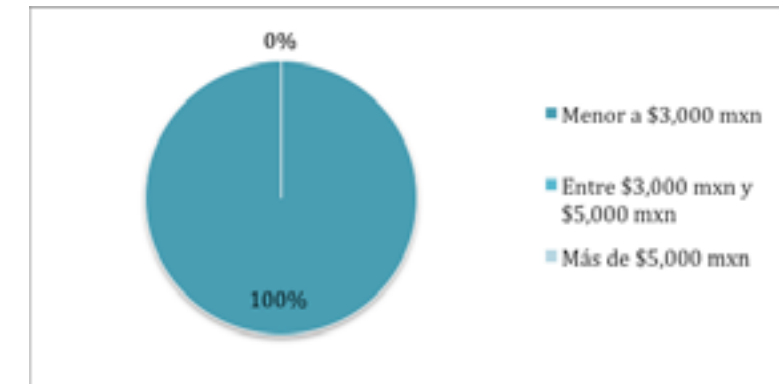
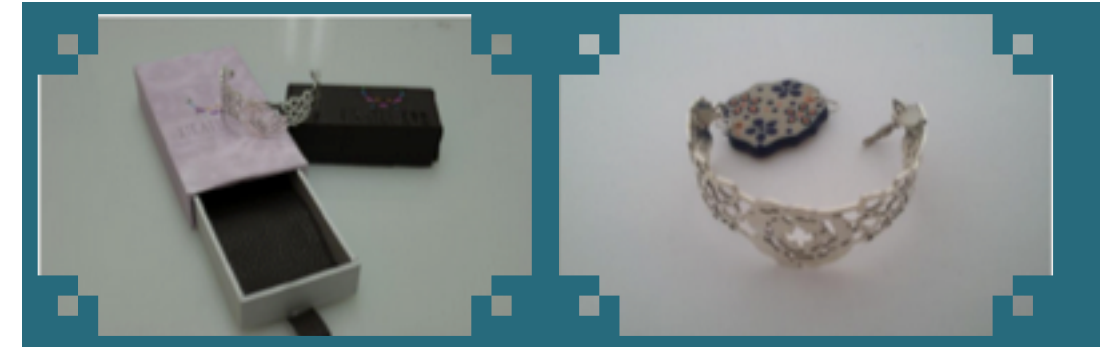
5) ¿Qué precio crees que es el adecuado para los aretes de plata y esterlina .925 y los aretes de cerámica?



Gráfica 18 Precio Anillo

En la gráfica 18 algunos de los comentarios relacionados fueron que son sencillo pero mucha presencia y que podrían ser más pequeños.

6) ¿Qué precio crees que es el adecuado para los aretes de plata y esterlina .925 y los aretes de cerámica?

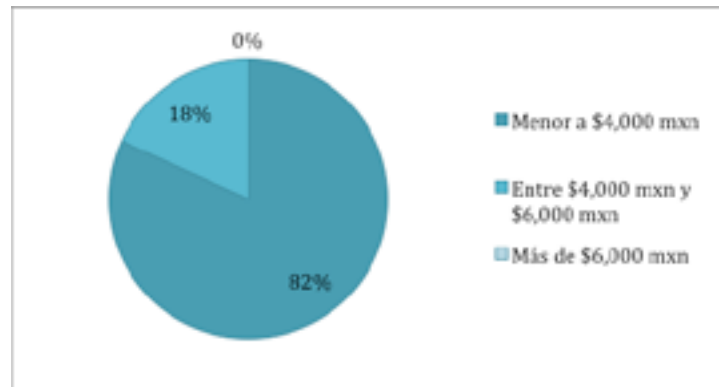


Gráfica 19 Precio pulsera

En la gráfica _ algunos de los comentarios relacionados fueron que son muy orgánicas y que la parte de cerámica esta fuera de proporción.

7) ¿Qué precio crees que es el adecuado para los aretes de plata y esterlina .925 y los aretes de cerámica?





Gráfica 20 Precio collar

8) ¿ Qué te parece la colección de joyería mexicana? ¿Qué mejora podría tener las piezas, los envases, el logo y/o los exhibidores?

- Me gustó mucho la pulsera y el collar, pero los aretes y el anillo se me hacen grandes, creo que juntos llamarían mucho la atención, tal vez usarlos por separado.. los envases se me hacen colores muy juveniles, me gustan, el logo bien pero más pequeño y sofisticado, no dejamos de hablar de una joya
- Denota que se trata de una empresa mexicana, por el diseño de las joyas
- Es importante no utilizar el como el mismo tamaño del molde para toda la colección y tomar en cuenta que hay personas que les gustan las cosas más delicadas
- No me queda claro si es plata combinada con cerámica o sin dos colecciones diferentes. El color de los envases. Se ve bien las formas reflejan lo mexicano.
- Más variedad en diseños de piezas de cerámica, plata están bellísimos!

5.4 CONTACTANDO PERSONAS EN EL SECTOR DE LA JOYERÍA

Por medio del correo electrónico se contacto diferentes personas relacionadas con el diseño de joyería el cuál se obtuvo respuesta de la cámara de joyería de Jalisco el día lun 22/05/2017 05:16 p.m., con lo siguiente:

“Hola Cecilia , espero que te encuentres de lo mejor , mi nombre es Valeria Padilla y te escribo desde el centro de diseño de la cámara de joyería justo en el área de tendencias , antes que nada quisiera agradecerte por considerarnos dentro del desarrollo de tu proyecto , es muy importante para nosotros contactar nuevos talentos e intercambiar opiniones.

A petición de tu correo te envió mis comentarios con base a nuestros conocimientos.

Primeramente me gustaría felicitarte por los materiales que has utilizado dentro de tu colección, pues son materiales que muchos diseñadores no trabajan , es donde encuentro el valor agregado potencial.

DISEÑO : En cuestión de estética dentro de tus piezas las siluetas me hablan de mucha inspiración orgánica y sobre todo artesanal, en la división de las piezas es donde encuentro la confusión ya que en unas implementas por completo la cerámica y lo resuelves con ganchos o engarces que puede darle menos valor estético al producto (aretes de cerámica) , en cambio a los productos con titulo cempasúchil logras darle este terminado de perfecta pulidez , que me habla de un producto de mucha más calidad.

PRESENTACIÓN: En cuanto la Forma de presentación me pareció un poco informal el link que nos mandaste , ya que primeramente considero que deberías enviarnos un Brief donde hable de tus productos , la inspiración de la marca , que me cuente lo interesante que son tus piezas y todo el proceso que se llevo a cabo .

Contar historias impulsa el valor de tus piezas ya que yo las puedo interpretar de alguna u otra manera.

Dentro de este brief es importante que agregues un análisis de consumidores así como fotos de producto con enfoque editorial que me hable de un concepto en concreto .

Las fotografías deberán de tener una resolución excelente con aprecio de detalles. Te recomiendo fotografías en cajas de luz , (en centro de diseño contamos con CLIPP) es un centro de prototipo donde se pueden se digitalizan tus piezas.

PRECIO : Te comento que de acuerdo a nuestra experiencia los costos que manejas son un poco elevados, pues tienes que considerar que eres una marca emergente, hay otras

propuestas con precios muy competitivos por lo tanto te sugerimos replantear este tema y quizá poder manejar una línea de difusión con precios más accesibles.

Packing : En empaquetado veo que resolviste muy bien la forma de presentación de la pieza trabajando con materiales como la piel y el corte laser y el logo en colores . Se ve profesional.

El nombre de la marca nos resulta un poco complicado de pronunciar y entender , por eso te sugerimos que consideres un nombre más corto , lo recomendable son dos sílabas.

En Cámara de Joyería contamos con un diplomado de modelo de negocio , donde puedes aprender sobre creación de marca .

Dentro del Centro de Diseño contamos con muchos más talleres de joyería prácticos que pueden impulsar el desarrollo de tus próximas colecciones .

Si te interesa puedes contactarme y te podré estar mandando información sobre los próximos talleres o en su defecto puedes inscribirte a nuestro newsletter donde recibirás información a detalle de la industria , así como tendencias de joyería adelantada entre otras cosas.

Te comparto los links donde puedes encontrarnos :

www.cedij.com.mx

www.camaradejoyeria.com.mx

FACEBOOK : CENTRO DE DISEÑO DE JOYERÍA

FACEBOOK : CAMARA DE JOYERÍA JALISCO

Agradezco mucho el acercamiento y la confianza , me encuentro a tus órdenes y puedes contar con el centro de diseño de la cámara de joyería.

Lindo día!" – Lic. Valeria Padilla Bojorquez



R

ESUMEN

COMO PARTE DE LOS COMENTARIOS A TOMAR EN CUENTA, EN LA TABLA 8 SE PUEDE OBSERVAR LOS PUNTOS A MEJORAR

	Potencial	A mejorar
Marca	El concepto mexicano se ve reflejado	Llenas y floreada parece bordado. Un poco complicado de pronunciar
Exhibidores	Los exhibidores son elegantes.	Los exhibidores realmente no muestran las piezas.
Envases	En empaquetado veo que resolviste muy bien la forma de presentación de la pieza trabajando con materiales como la piel y el corte láser y logo de los colores.	
Piezas Cerámica	Valor agregado por los materiales seleccionados	El diseño no tan padre Fuera de proporción.
Plata	Los productos con título cempasúchil logras darle este terminado de perfecta pulidez, que habla de un producto de mucha más calidad	Las joyas piezas más pequeñas Anillo más pequeño
Presentación		Mejorar las fotografías Brief

Plan de Negocios

Capítulo VI



*“No es un secreto que en el mundo real donde el diseñador se desempeña, no es el mundo del arte, pero sí el mundo de comprar y vender.”
-Paul Rand*

6.1 NATURALEZA DEL PROYECTO

6.1.1 SELECCIÓN DE LA IDEA

En el sector de la joyería en México un 30% de su producción de joyería es artesanal donde se distribuye en diferentes estados del país y actualmente algunos de ellos está pasando por ventas bajas, por lo tanto en su producción también se ha tenido que reducir un ejemplo sería como Taxco, Guerrero por la pérdida de credibilidad del material que se utiliza que es la plata, así como se está perdiendo la forma de trabajar con este material, teniendo plateros que ya sólo aprenden lo básico creando así la repetitividad y copias de los diseños prehispánicos que se han ido haciendo a través de los años y con la llegada masiva de productos de bisutería asiática al mercado mundial los consumidores se han vuelto más exigentes en cuanto la calidad, es decir, los acabados de la pieza, el tipo de material y ahora buscan diseños más exclusivos.

Es así que el otro 70% de la producción se encuentra en el estado de Jalisco, específicamente en Guadalajara donde se encuentra la cámara regional de la industria de la joyería y es el estado que trabaja de manera semi industrial, ocupando principalmente la tecnología y materiales tales como el oro, la plata y bisutería.

Hoy día por la implementación del Internet, las personas suelen ver primero mediante redes sociales o páginas web los productos; una vez que fueron atrapados por algún producto lo llegan a comprar online o ir a la tienda más cercana de la que se encuentren para obtener el producto, es así que ya no es como antes de ir a buscar una nueva tienda en el centro, o en la esquina. También en la actualidad por la implementación del Internet, telecomunicaciones, etc. se ha ido generalizando culturas, creando estereotipos sobre naciones.

Por ello con ayuda de la implementación de las nuevas tecnologías se podrá volver a crear diseños de joyería más complejos, dejando atrás de repetiti-

vidad de piezas prehispánicas, tomando en cuenta en que en el estado de Jalisco donde se tiene mayor producción de la joyería ocupan la tecnología , tomando así en cuenta desde la conceptualización (utilización de software), la producción (corte láser, impresión 3d), y venta / mercadotecnia (redes sociales, páginas web). Con la globalización, la llegada de la bisutería asiática, marcas extranjeras ha dejado atrás el diseño mexicano, es por ello, que se pretende crear una marca de diseño de autor mexicano el cual se preocupa por ofrecer mayor calidad, innovación, centrándose en cada pieza.

Existe una oportunidad de entrar al sector de la joyería como diseño de autor mexicano con el material de la plata ya que México desde hace 6 años es el primer productor de él y como se ve reflejando en la joyería es de los materiales más solicitados. La tecnología que se ha ido implementado general información precisa de costos, material a emplear, la interacción en menor tiempo; y en su realización, contando con tecnología disponible en el país. También se encuentra la oportunidad de posicionar no sólo la marca, si no, que la joyería de autor mexicana ofrece calidad y así mismo tener el prestigio a nivel nacional sobre los productos que se elaboran y diseñan en México son accesibles y competitivos con otras marcas.

6.1.2 NECESIDADES QUE SATISFACE (REALES O CREADAS)

La joyería ha estado presente desde hace miles de años, siendo utilizada por todas las culturas desde la prehistoria hasta nuestro días; en cada una de ellas se basaba en diferentes creencias como ejemplo en la civilización de la India era con motivos religiosos, en la civilización China reflejaba la naturaleza los mayas era parte de ritos mientras que en la Europea llego a ser como la clase social pero al final tenían de necesidad de dar un mensaje a los demás sobre sus gustos, creencias, clase, etc.

Hoy en día no estamos muy lejos de ese pensamiento, ya que basado en la pirámide de Maslow que se muestra en la imagen 44 :

- Seguridad
Los accesorios como son las joyas, tienen la función de complementar la vestimenta de la mujer, de decorar; es así que cuando una mujer se siente cómoda, utiliza los elementos adecuados para la vida cotidiana crea una zona de seguridad.
- Sociales
El ser humano por naturaleza tiene la necesidad de pertenecer a un grupo social, es así que a través de una joya se muestra si perteneces a una tribu, un grupo religioso, etc.
- Estima
Aunque la mujer debería de sentirse bien sin tener nada, por naturaleza siempre utilizar ciertos elementos crea un ambiente de autoconfianza y de tener una identidad personal.
- Autorrealización
Al final de cada uno de estos peldaños, nuestro estilo se convierte en nuestra carta de presentación.



Imagen 44 Pirámide de Maslow

6.1.3 DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO

Una colección de joyería (collar, pulsera, anillo y aretes) el cuál, te dará una identidad transmitiendo la cultura mexicana ya que se encuentra inspirada en elementos de la identidad mexicana, en esta colección específicamente en el día de muertos, tomando como elementos principal el papel picado y la representación de las flores de cempasúchil.

Están compuestas por plata esterlina .925 y cerámica blanca con un detalle de azul cobalto esmaltado dando un acabado de talavera, es así que hasta los materiales se basan en la cultura mexicana.

6.1.4 MISIÓN DEL PRODUCTO

Ofrecer piezas de joyería de autor con materiales tradicionales, plata y cerámica de calidad; representando la identidad mexicana a mujeres jóvenes con ayuda de la tecnología.

6.1.5 OBJETIVOS A CORTO MEDIANO Y LARGO PLAZO

- Objetivos a corto plazo (6 meses)
 - Establecer el branding. Junto con un diseñador gráfico estudiando la identificación visual de la marca y la forma en que queremos comunicar la identidad mexicana mediante el diseño y la estética como el significado.
 - Realizar publicidad para la obtención de consumidores. Mediante las redes sociales como los son Facebook e instagram teniendo así consigo un catálogo que ayude a la difusión de las piezas.
 - Contar con envíos a toda la república mexicana. Mediante la investigación y de pruebas de los servicios de paquetería, para obtener el mejor.

- Objetivos a mediano plazo (Un año)
 - Posicionar el producto. A través de la publicidad y la promoción como lo son descuentos, utilización de códigos por cada compra para ir juntando ciertos puntos y en eventos especiales en la ciudad de Toluca.
 - Cada temporada (primavera-verano y otoño invierno) crear una nueva colección. Mediante cada cuatro meses tener diferentes inspiraciones y haciendo el prototipo basándose en la temática de fiesta mexicanas, y sus elementos, es decir, las posadas y piñatas, día de reyes y pan, etc.

- Objetivos a largo plazo (Cinco años)
 - Formar alianzas con tiendas departamentales. Mediante el crecimiento de la marca y su reconocimiento.
 - Posicionar la marca a nivel internacional. A través de envíos a diferentes lugares y alianzas con otras tiendas.

6.2 MERCADOTECNIA

6.2.1 DEFINICIÓN DEL MERCADO

El mercado meta son mujeres de 20 a 35 años de edad de clase media – alta. Mientras que el mercado potencial son mujeres menores a 20 años y mayores a los 35 años.

6.2.2 CONTEXTO (CARACTERÍSTICAS Y DESCRIPCIÓN)

Las mujeres de 20 a 35 años de clase media alta viven en las ciudades, de hecho viven en una casa o departamento grande ya sea con sus padres, o con su pareja. Las mujeres mayores de los 28 años tienen de uno a dos hijos. Todas ellas trabajan para poder adquirir los productos que necesitan y desean así como siempre se están actualizando.

6.2.3 SEGMENTACIÓN

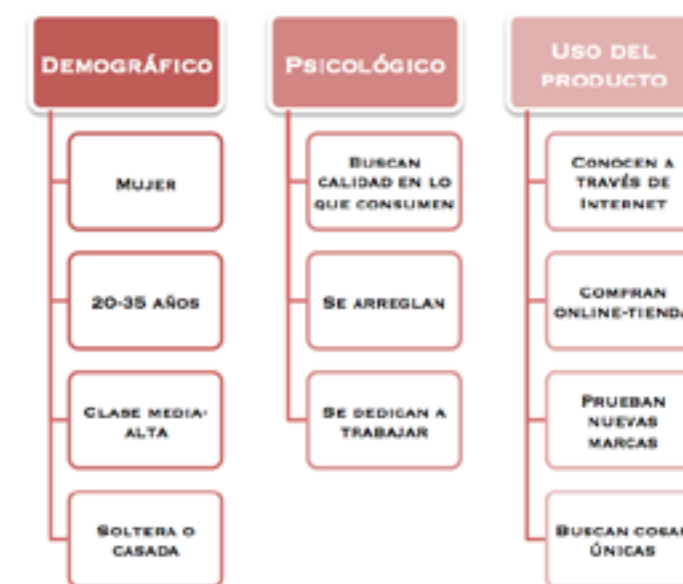


Tabla 9 Segmentación

6.2.4 COMPETENCIA Y VENTAJA COMPETITIVA

Marca	Característica	Precios	Punto de venta
Mani Malaai	Joyería de oro y plata para mujer y hombre con conceptos de la naturaleza.	\$900 mxn - \$9,000 mxn	Online
Amandina	Joyería de oro y plata para mujer de filigrana.	\$6,000 mxn - \$30,000 mxn	5 Tiendas en EUA y online.
Tanya Moss	Piezas atemporales para mujer de oro, plata y perlas. Con un toque de mariposa.	\$2,000 mxn \$18,000 mxn	32 Tiendas en México y online.
Daniel Espinosa	Es una marca dedicada al diseño y comercialización de joyería de plata, vermeril (22k) accesorios y complementos de moda.	\$700 mxn - \$19,500 mxn	30 Tiendas en México, 10 tiendas en España, 1 EUA, 1 Puerto Rico, 1 Rusia, 1 Panamá y República Dominicana y online
TANE	En los primeros años de la década de los 40's, joyería, accesorios, arte en plata.	\$3,000 - \$67,000	24 Tiendas en México, 1 Londres, 1 Berlín y online.

Tabla 10 Competencia

La ventaja competitiva: Comprar en línea un producto 100% mexicano patentado simbolizando las fiestas mexicanas y reflejando la alegría y belleza del país en la personalidad, donde puedes comprar el producto de una manera virtual y realizar el pago para obtener el producto personalizando el empaque con su nombre y año de compra.

6.2.5 MICRO SEGMENTACIÓN

Las piezas de joyería en el material de la plata esterlina, también de ofrece en la aleación de alpaca; mientras que en la cerámica el acabado de color azul cobalto de ofrece en rosa mexicano, turquesa o sin detalle de color.

6.2.6 CONTEXTO (LUGAR Y CANALES DE DISTRIBUCIÓN)

La venta será a través de sitio web <https://www.kichink.com/> Kichink es una tienda en línea para vender productos de diferentes tipos, haciendo tu propia tienda dentro del sitio, donde personalices con plantillas preestablecida o editando con HTML y CSS siendo una distribución exclusiva. El canal será de manera directa, es decir: Fabricante à Consumidor

6.2.7 ESTRATEGIAS DE INTRODUCCIÓN EN EL MERCADO

- Publicidad a través de las redes sociales (Facebook, instagram) por medio de fotografía del producto y catálogo.
- En la compra de dos productos se realizará un descuento del 15% durante los primeros dos meses.
- En la compra de cada \$ se tendrán puntos.

6.2.8 GRADO DE PARTICIPACIÓN EN EL MERCADO

Todas las marcas se encuentran online y en las tabla 11 se muestra el número de tiendas física que existen en México, mientras en la tabla 12 el número de países en los que cuentan con tienda física.

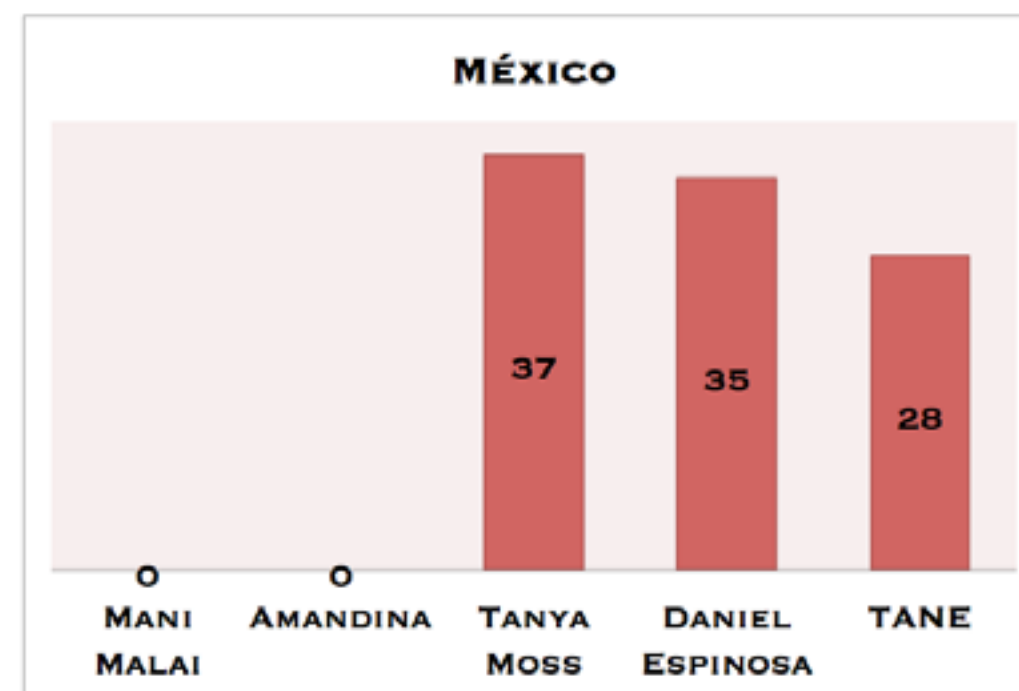


Tabla 11 México

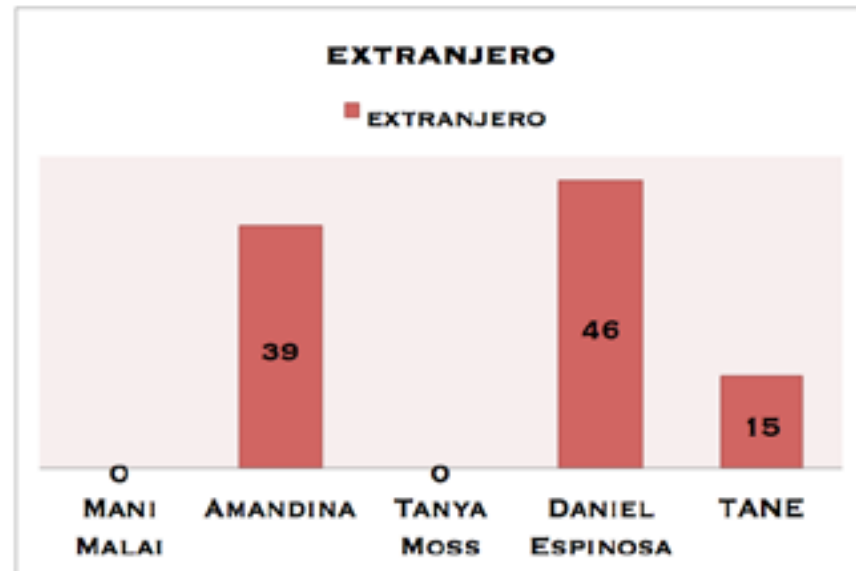


Tabla 12 Extranjeros

6.2.9 MEZCLAS DE MERCADOTECNIA

□ Producto

○ Marca

La marca Xikatli Kor nació a principios de diciembre del 2016, que viene de la lengua indígena Náhuatl "Mexiktli" que significa luna y es el de donde proviene la palabra México, mientras que el slogan es joyería mexicana.



Imagen 44 Marca

○ Empaque

El empaque son dos tipos de cajas, las cuales sólo varían el color

- Una caja la cubierta es Rosa Pantone_ y la base gris Pantone_, en la parte superior viene el logo; por dentro tiene una "almohada"

- de terciopelo rosa Pantone_ con el slogan y para sacar la base de la cubierta es mediante un listón beige. Las otras dos cajas tienes los colores al contrario.
- También de tiene una bolsa de papel con los mismos colores y con el logo en la parte de enfrente y las cuerdas son listones beige.

□ Plaza

- Online

□ Promoción

La promoción de la colección será a través de redes sociales, tales como página de la marca en Facebook y una cuenta de la marca en Instagram.

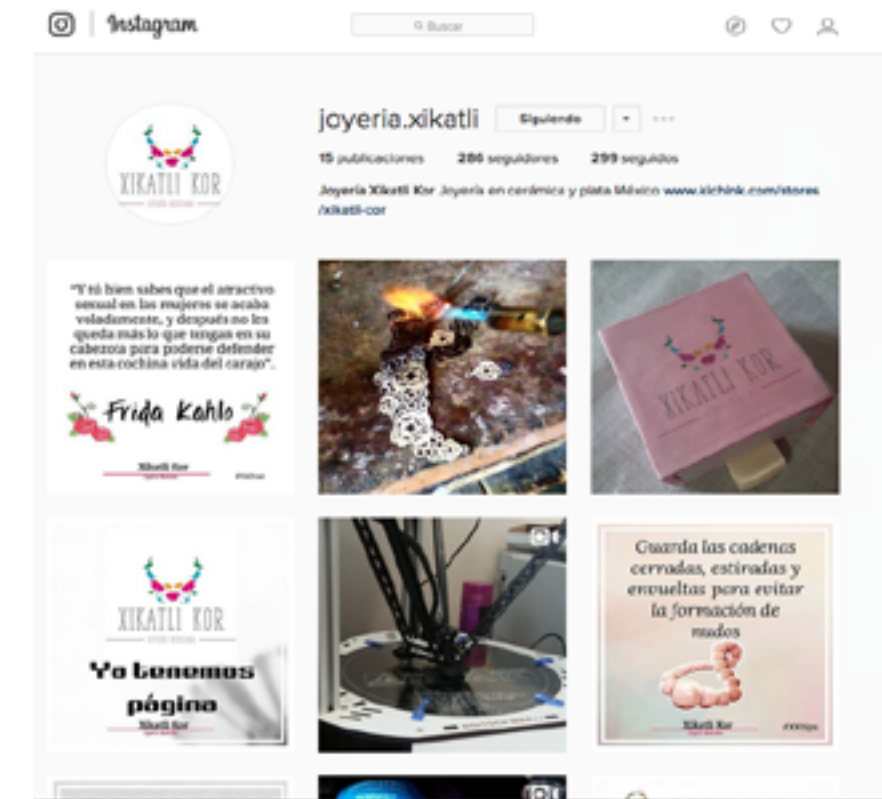


Imagen 46 Red social



Imagen 47 Facebook

6.3 PRODUCCIÓN

6.3.1 DESCRIPCIÓN DEL PROCESO DE PRODUCCIÓN

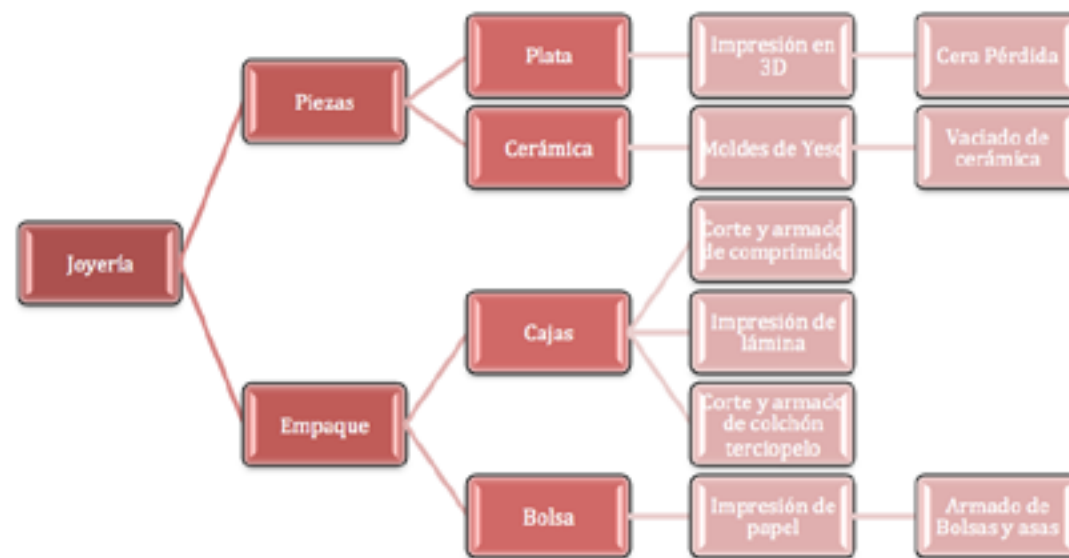


Tabla 13 Proceso

6.3.1 EQUIPO E INSTALACIONES

El equipo requerido son:

- Impresora
- Horno

6.3.3. SELECCIÓN DE PROVEEDORES

- Plata
 - Taller Lugo Accesorios. Carlos J. Nibbi #65, Taxco de Alarcón, Guerrero.
- Cerámica
 - Taller Artesanal. General Anaya 208, Metepec, Estado de México.
- Empaques
 - Punto Magenta. Valentín Gómez Farías #105, Toluca, Estado de México.

6.3.4 CAPACIDAD DE PRODUCCIÓN

Por mes se puede producir siete colecciones.

6.3.5 REQUERIMIENTOS DE PRODUCCIÓN

- Plata esterlina según la ley 925
- Identificador de la marca en los empaques (colores y logo)
- Acabados finos y de calidad
- Cuidados especiales en las piezas frágiles
- Cerámica esmaltada
- Plata pulida
- Moldes uso máximo a 50 piezas o antes de fractura y/o desgaste.

6.4 POSICIONAMIENTO

6.4.1 VALOR PERCIBIDO

Para eventos especiales respecto a una clase media alta así como el reconocimiento de una marca nacional con identidad mexicana.

6.4.2 ATENCIÓN AL CLIENTE

- Satisfacción garantizada
 - Las piezas están hechas con materiales de primera calidad, en cada

pieza se encuentra el quintaje de acuerdo a la ley .925; si se tiene alguna duda del material se puede comunicar con la marca sin ningun problema. Si alguna pieza se le debe de hacer un ajuste (como el tamaño del anillo) se puede hacer sin ningun costo extra, solamente se debe de solicitar en el momento

□ Política de devolución y reembolso

Si las piezas llegan a tener algún detalle de fractura, este defectuosa se cuanta con 15 días hábiles para realizar un cambio siempre y cuando se conserve las etiquetas, recibo, empaque original, ya que si el producto presenta señales de uso o maltrato la devolución no procederá.

□ Rastrea tus órdenes

La paquetería que utilizamos es por medio de FedEx, escríbenos por cualquier medio para solicitar el número guía de tu pedido.

□ Asistente online

Si tienes dudad acerca del producto, de las combinaciones contamos con asistente para ayudarte con la mejor opción y enseñarte como se utiliza cada joya.

6.4.3 CALIDAD

Trabajamos con plata esterlina y cerámica de alta temperatura de primera calidad, diseños exclusivos y con ayuda de la tecnología y procesos tradicionales cuidando pieza por pieza cada detalle de su elaboración.

6.4.4 DISPONIBILIDAD DEL PRODUCTO

7 colecciones por mes

6.4.5 EXPERIENCIA DE COMPRA

Asesoría personalizada.

6.4.6 PROMESAS AL CLIENTE

Las piezas llegarán en los días establecidos en la fecha de compra.

6.5 COBERTURA DEL NEGOCIO

6.5.1 IMPACTO SOCIAL Y ECONÓMICO

Como se ha mencionando anteriormente el objetivo es crear una identidad de la cultura mexicana a través de la joyería, por ello, el impacto social es apreciar más la cultura mexicana, comprar productos nacionales y la mano artesanal. En el último punto se refiere a apoyar a los artesanos y tener un crecimiento de producción y ventas en el mercado nacional.

6.5.2 NÚMERO DE CLIENTES

En este periodo de introducción se estima un aproximado de 50 personas.

6.5.3 POTENCIAL DE CRECIMIENTO

El potencial de crecimiento lo encontramos en exposiciones de joyería y alianzas con tiendas; abriendo así más posibilidades del mercado de la joyería.

6.5.4 LISTADO DE ACTIVIDADES DE ACUERDO A OBJETIVOS (ESTRATEGIAS)

- En Jalisco, cada año se realiza la exposición de joyería más grande de América Latina avalada por la Cámara de Joyería Jalisco. Participar en este tipo de exposiciones.
- Cada que salga una colección nueva promocionarlo a través de catálogos.
- Formar alianzas con diferentes distribuidores.

6.5.5 DESARROLLO DE NUEVOS PRODUCTOS

Se planea elaborar una colección cada temporada (primavera-verano y otoño invierno) basándose cada una de ellas en la temática de fiesta mexicanas, y sus elementos, es decir, las posadas y piñatas, día de reyes y pan, etc.

6.6 ASPECTOS FINANCIEROS

6.6.1 INVERSIÓN INICIAL

INVERSIÓN INICIAL			
Despacho de diseño	Coworking Crea	Mensualmente	\$2,888
Proveedor	Exhibidores		\$500
Propiedad Intelectual	Registro de marca	Por 10 años	\$2,851
Sitio web		Primer año	\$3,500
Publicidad	Facebook	Mensualmente	\$280
	Instagram		\$320
Total			\$10,3339

Tabla 14 Inversión Inicial

Coworking Crea

Un escritorio exclusive, Wifi, impresiones, escáner. Hay cursos de capacitación como: Marketing Digital, Neuromarketing, Fotografía, SEO, SEM y otros dentro del mismo edificio. Además podrás producir fotografías o videos con animaciones en nuestro Estudio, hacer estudios de mercado en nuestra Cámara de Gessel, dormir una siesta en la terraza. Dirección: Dinamarca #48 Segundo Nivel, Juárez Cuauhtémoc, CDMX 06600

Registro de Marca

El registro tu marca ante el Instituto Mexicano de Propiedad Industrial (IMPI) te da el derecho al uso exclusivo en el territorio nacional por 10 años, ya que distingue los productos o servicios de otros existentes en el mercado, además te puede ayudar a iniciar acciones legales por posible uso indebido y puede otorgar licencias de uso o franquicias.

6.6.2 PRECIO DEL PROYECTO

Horas	Recursos Humanos Costo por hora	Total
115 horas	\$300	\$34,500

	Recursos Materiales		Total
	Cantidad	Precio	
Papelería	-	-	\$500
Pruebas	-	-	\$500
Fotografías	-	-	\$1,500
Total	-	-	\$2,500

	Gatos Directos							Total
	Envases			Plata		Cerámica		
	Bateria	Tela	Papel	Pegamento	Pieza	*Otros	Cerámica	
Collar	\$60	\$15	\$22	\$5	\$434	\$123	-	\$659
Pulsera	\$30	\$8	\$22	\$5	\$335	\$103	\$200	\$703
Anillo	\$15	\$4	\$11	\$5	\$150	\$62	\$200	\$447
Aretes	\$15	\$4	\$11	\$5	\$181	\$123	\$100	\$439
Total	\$120	\$31	\$66	\$20	\$1,100	\$411	\$500	\$2,248

Gatos Indirectos			
Despacho de Diseño	(luz, internet, agua, etc.)	\$2,888	\$2,888
Publicidad	Facebook	\$280	\$640
	Instagram	\$360	
Impresiones		\$200	\$200
Sitio web		\$820	\$820
Total			\$4,548

Recursos humanos	\$34,500
Recursos materiales	\$2,500
Gastos directos	\$2,248
Gastos indirectos	\$4,548
Total	\$43,796
Utilidad Bruta (30%)	\$13,139
Precio	\$55,932
35% ISR	\$4,598
Utilidad Neta	\$8,541

6.6.3 PRECIO POR PRODUCTO

	Collar	Pulsera	Anillo	Aretes
Mano de obra	\$334	\$334	\$334	\$334
Recursos materiales	\$84	\$84	\$84	\$84
Gastos Directos**	\$659	\$703	\$447	\$439
Gastos Indirectos	\$75	\$75	\$75	\$75
Costo de Producto	\$1,152	\$1,196	\$940	\$932
Utilidad (30%)	\$346	\$359	\$282	\$280
Precio por pieza	\$1,498	\$1,555	\$1,222	\$1,212
Precio por colección	\$5,487			

*Se calculo por mes 30 piezas (5 Collares, 5 Pulseras, 10 Anillos y 10 Aretes)

**En el apartado 6.6.2 se encuentra los gastos directos

6.7 PROMOCIÓN Y RELACIONES PÚBLICAS

6.7.1 ESTRATEGIAS DE VENTA

- En las fechas especiales (día del amor y la amistad, día de madres, navidad, año nuevo), se llevará adicional una cosmetiquera.
- En cada cumpleaños se enviará una felicitación y en la compra mayor de \$2,000 mxn se hará un descuento del 15%.
- En la compra de cada \$1,500 mxn se sumarán puntos.

6.7.2 LANZAMIENTO DE PRODUCTO Y MEDIOS DE DIFUSIÓN

- Catálogo online.
Donde en cada página se coloque una pieza (anillo) en diferentes ángulos tanto solo en la pieza como en una persona y la descripción de dicha pieza.
- Difusión en redes sociales
En Facebook e Instagram se mostrarán fotos de la marca y de los productos.

6.7.3 ESTRATEGIAS DE RELACIONES PÚBLICAS

Por medio de la tienda online <http://www.kichink.com/xikatli-cor> se puede hacer los pedidos, comentarios y/o sugerencias. Así como en mensajes por Facebook e Instagram.

Re Diseño

Capítulo VII



*“Las tendencias desaparecen, el estilo es eterno.”
-Yves Saint Laurent*

Del resultado del Capítulo V Implantación y el Capítulo VI Plan de negocios se visualizó las mejoras a tomar en cuenta para el rediseño y tanto la marca como las piezas puedan tener una mejor venta se realizará los siguientes cambios:

Rediseño	
Marca	La marca se quedará con el mismo nombre, logo, logotipo y las redes sociales, así como la forma de venta online. En un futuro se podría dar una ligera modificación.
Exhibidores	Los exhibidores se quedará el mismo material de madera, y se agrega el aluminio cambiando la forma
Envases	Los envases conservan la forma, tanto de las cajas como de las bolsas; lo único que se anexa es: En los colchones donde están las piezas y en los listones se pondrán en logo con serigrafía.
Piezas	Plata <ul style="list-style-type: none"> • Anillo - No se realizan cambios. • Collar - Se hace un ligero cambio en la forma para tener un menor tamaño para unirse con la pieza de cerámica, también cambio de cadena por una fina. • Pulsera - Se hace un ligero cambio en la forma para tener un menor tamaño. • Aretes- Sólo cambia los insumos.
	Cerámica
Presentación	Se pondrá un brief. Las fotografías se realizaran con modelos

7.1 PRESENTACIÓN

La marca de joyería Xikatli Kor es de diseño de autor, donde quiere transmitir una identidad mexicana con cada una de sus piezas tantos de joyas como las piezas que constituyen la venta (envases, exhibidores y catálogo).

La colección que se realizó tiene por nombre "Cempasúchil", se encuentra inspirada en la tradición del diseño de muertos; los elementos tomados son el papel picado y las flores de cempasúchil. Cada pieza está compuesta por plata esterlina .925 y talavera. Colección Otoño 2017.

7.2 MARCA

La marca Xikatli Kor nació a principios de diciembre del 2016, que viene de la lengua indígena Náhuatl "Mexiktli" que significa luna y es de donde proviene la palabra México, mientras que el slogan es joyería mexicana.

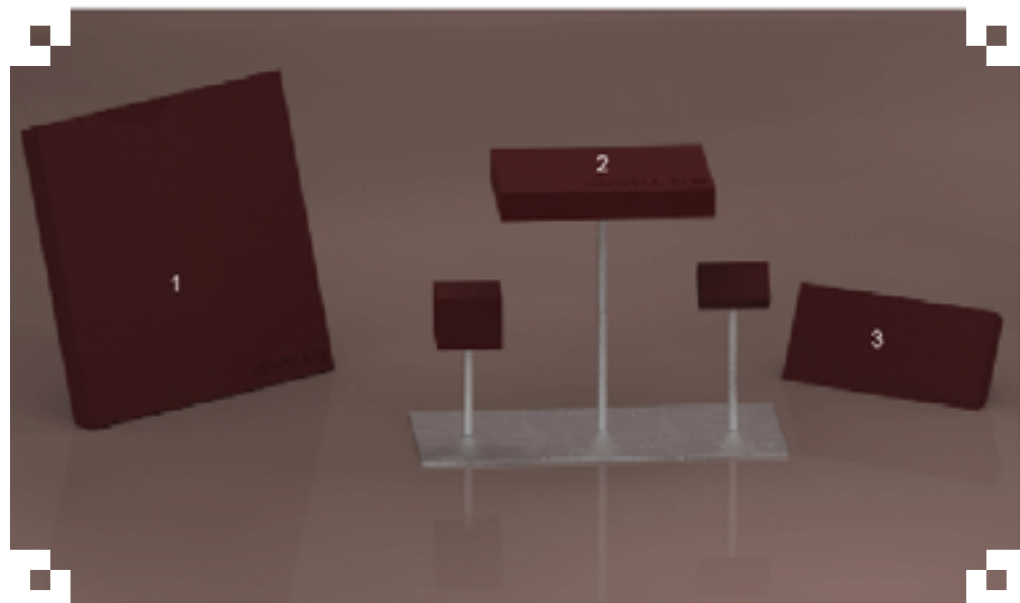


Sus redes sociales y página web son:



7.3 EXHIBIDORES

Como en la tabla anterior se muestra, los exhibidores cambiaron de forma y se agrego el aluminio como material.



1. Exhibidor de piel para el collar.
2. Exhibidor de piel y aluminio para el anillo, pulsera y aretes.
3. Exhibidor de catálogo.

7.4 ENVASES

Como en la tabla anterior se muestra, los envases y las bolsas se quedan con las misma forma y color, se agrego el listón con serigrafía como se muestra en la siguiente imágenes:

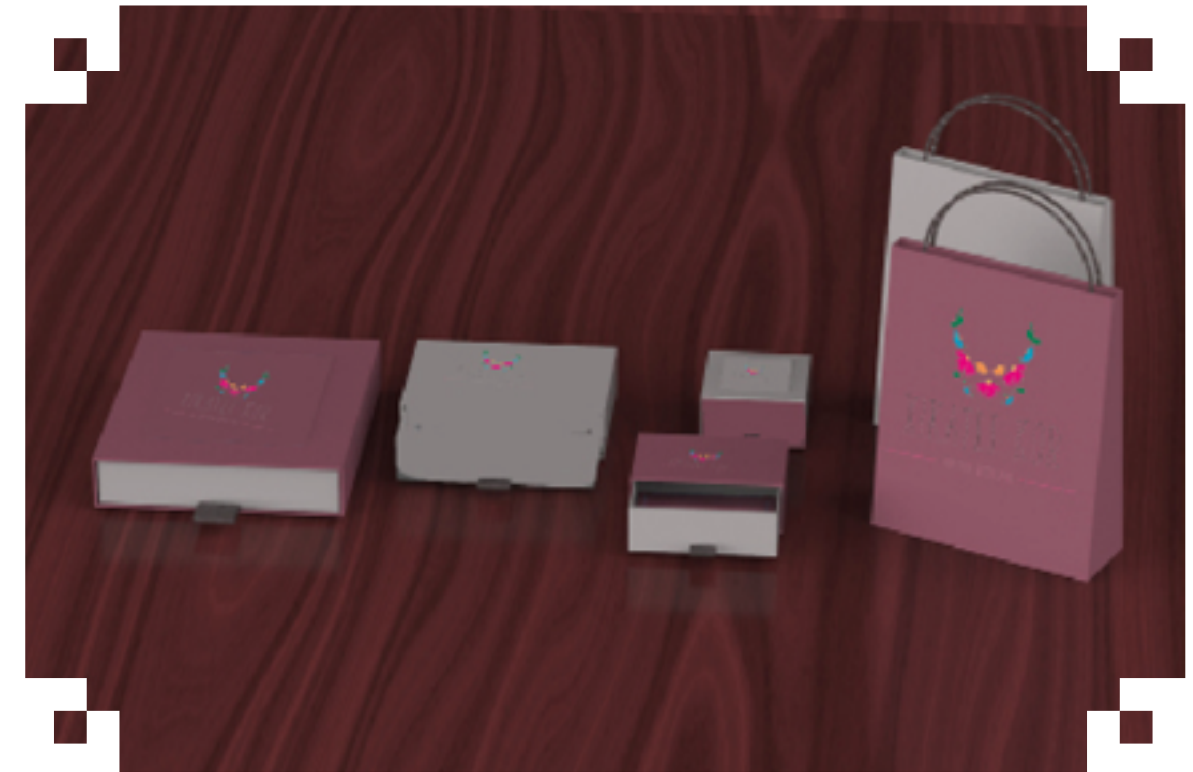


Imagen 48 Re Diseño Envases



Imagen 49 Listón

7.5 PIEZAS

Como en la tabla anterior se muestra la piezas de joyería tuvieron algunos cambios tanto en forma como se muestra en las siguientes imágenes.



Imagen 50 Re diseño aretes



Imagen 51 Re diseño pulsera

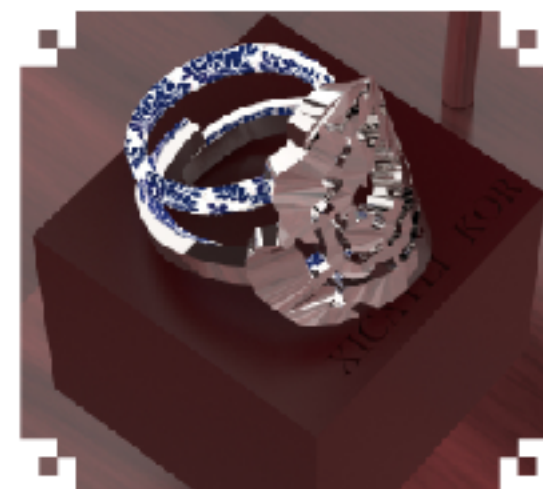


Imagen 52 Re diseño anillo



Imagen 51 Re diseño collar

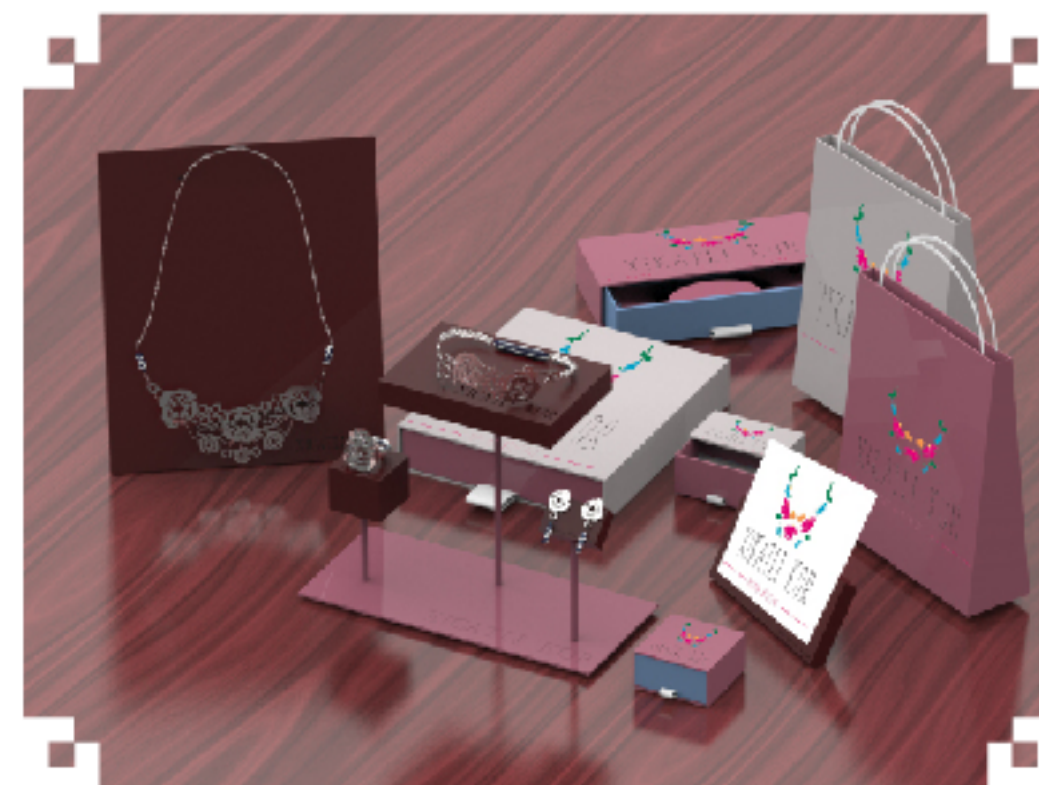


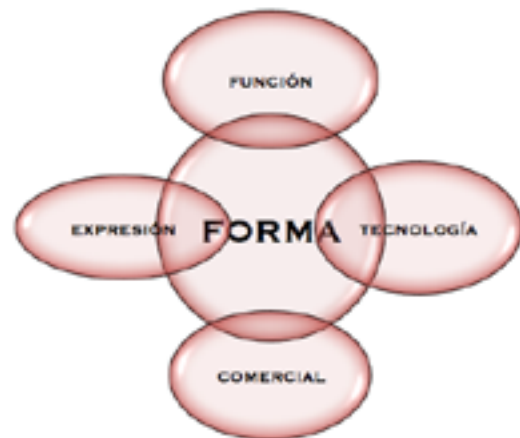
Imagen 52 Re diseño

C

ONCLUSIONES

El presente trabajo para la obtención del título como licenciada en diseño industrial ha sido un proyecto que reflejan los conocimientos a lo largo de mi formación a partir del desarrollo de una colección de diseño de joyería de plata y cerámica de autor con identidad mexicana, considero que es un ejemplo de un servicio y producto terminado puesto que no sólo son las piezas, sino, que detrás de ello se encuentra una marca, un branding plasmando el concepto y se podría decir que puede llegar al mercado siendo el resultado de investigación, análisis, tiempo y determinación.

Mi investigación muestra la importancia que la joyería ha tenido a través de la historia, como bien había mencionado anteriormente “...se basaba en diferentes creencias ... pero al final tenían la necesidad de dar un mensaje a los demás sobre sus gustos, clase, etc... Es un accesorio que da seguridad, la necesidad de pertenecer a un grupo social, autoconfianza y al final es nuestra carta de presentación...” Es esta la razón por la que decidí diseñar joyería porque uno de mis deseos es el de llevar un mensaje en cada pieza, mostrar que la identidad de la cultura mexicana es realmente importante en nuestra sociedad para nuestro país y para el mundo se puede lograr mediante el diseño industrial cumpliendo los principios fundamentales en el proceso de dar forma a un objeto por Vitruvio:



C

ONCLUSIONES

Uno de los logros que alcancé en este proyecto es el de diseñar una marca de autor con diseño propio, que está impreso en cada objeto que surge de mi imaginación y que expresa parte de mí. Así mismo, adentrarme en el mundo de la joyería, un sector muy importante a nivel nacional, con un enfoque de identidad cultural de diseño resulta relevante.

Este proyecto también me ha ayudado a crecer como diseñadora pero sobre todo, me ayuda en mi paso por seguir en el camino para experimentar con nuevos materiales, texturas, colores, acabados, procesos, formas, mercados y maneras de hacer las cosas, en el momento de realizar el prototipo me dí cuenta de todo el proceso que hay detrás, las dificultades que me encontré con los artesanos hasta el material de la "cerámica", un material complicado para trabajarlo a detalle en miniatura y de alguna forma aprender a unir dos materiales distintos de forma armónica.

Creo que al final cumplí la misión de crear un estilo en una marca de autor a través de la identidad mexicana, demostrar la importancia de las raíces y de la historia que puede verse reflejado en el diseño industrial y ser consumido tanto al interior como el exterior del país así como con la ayuda de la implementación de la tecnología puede ayudar al diseño, producción y venta sin dejar atrás al artesano.



PLATAFORMA DE DISEÑO MEXICANO

CONOCE A LOS NUEVOS TALENTOS ENTREGADOS A LA JOYERÍA DE PLATA

El Centro de Diseño de Cámara de Joyería Jalisco propone Plataforma de Diseño Mexicano, una galería itinerante para dar a conocer la propuesta de joyería de diseñadores que comienzan con fuerza en la industria a través de la plata. Todos ellos presentes en JOYA octubre 2017.



ALDO GONZÁLEZ TORRES

Su colección Fight back reúne herramientas y objetos primitivos, los cuales son reinterpretados con materiales de acento industrial. La propuesta pretende recordar las raíces así como la evolución de nuestra especie.

Contacto: aldognz.t@gmail.com



CAROLINA MONTERA REDING

Con el nombre de Náuka, la colección de esta diseñadora propone collares forjados en plata, inspirados en las tierras sagradas wixárikas así como las leyendas que en éstas se encuentran.

Contacto: caro.mortera@hotmail.com

CECILIA CÓRDOVA MARTÍNEZ

Originaria de Toluca, esta diseñadora industrial encabeza la marca de joyería Xikatil Kor, llena de identidad mexicana. Su reciente colección es Cempasúchil, inspirada en el Día de Muertos.

Contacto: cecy_2494@hotmail.com





Modelo de encuesta del consumidor en español (Capítulo II. DEL AUTOR AL CONSUMIDOR 2.1 Consumidor)

UNA COLECCIÓN DE JOYERÍA IMPRESA EN 3D CON IDENTIDAD MEXICANA

Nombre: _____

Edad: _____ País: _____ Género: _____

1. Marca 4 productos que (usas) con más frecuencia.
 - a) Collar
 - b) Aretes
 - c) Pulsera
 - d) Anillo
 - e) Reloj
 - f) Accesorios para el cabello
 - g) Otro

2. Ordena del 1 al 5 las siguientes características al momento de comprar joyería. Siendo el 1 la más influyente y 5 la menos influyente:
 - ___ Calidad
 - ___ Diseño
 - ___ Material
 - ___ Tamaño
 - ___ Precio

3. ¿Dónde sueles comprar joyería?
 - a) En tienda de diseñador
 - b) Tiendas de low cost
 - c) Tiendas virtuales
 - d) Por medio de redes sociales
 - e) Por catálogos

4. ¿Conoces que actualmente la joyería puede ser de un proceso de impresión a través de una máquina de 3d?
 - a) Si
 - b) No, pero me gustaría conocer modelos.
 - c) No, ni me interesa

1. Si tuvieras que comprar una colección de joyería impresa en 3d ¿Cómo te gustaría?
 - a) A través de un local
 - b) A través de una tienda virtual
 - c) A través de redes sociales

2. Tienes conocimientos sobre los programas de modelación digital como: autoCAD, rinho, solidworks
 - a) Si
 - b) No

3. De las siguientes opciones ¿Qué te gustaría más acerca de la joyería impresa?
 - a) Tener un modelo digital e ir a un lugar a imprimirlo.
 - b) Elegir el modelo virtualmente y que llegue por paquetería.
 - c) Ir a una tienda y comprarlo

4. Cuando escuchas el país "México", ¿Con qué lo relacionas?
 - a) Aspectos cívicos (bandera, escudo, constitución y leyes)
 - b) Étnicos (Pirámides, artesanías e indígenas)
 - c) Descripciones (Riquezas naturales, gente, diversión y colores)
 - d) Otros

5. ¿Comprarías joyería con identidad mexicana? / Si en tu país tuvieras la oportunidad de comprar joyería con identidad mexicana ¿Lo harías?
 - a) Si
 - b) No

Modelo de encuesta del consumidor en español (Capítulo II. DEL AUTOR AL CONSUMIDOR 2.1 Consumidor)

JEWELRY COLLECTION PRINTED IN 3D WITH MEXICAN IDENTITY

Name: _____

Age: _____ Contry: _____

1. Mark 4 products you buy (you use) more often.
 - a) Necklace
 - b) Earrings
 - c) Bracelet
 - d) Ring
 - e) Watch
 - f) Hair accesories

2. Order of 1 to 5 the following features when you buy which 1 is the most important and 5 the less important:
 - ___Quality
 - ___Design
 - ___Material
 - ___Size
 - ___Price

3. ¿Where you usually buy jewelry?
 - a) Designer store
 - b) Low cost store
 - c) Virtual store
 - d) Social networks
 - e) By catalogs
 - f) Others

4. ¿Do you know that currently the jewelry can be a printing process through a machine 3d?
 - a) Yes
 - b) No I do not but I would like to
 - c) No I do not, not interested

1. If you had to buy a collection of 3D printed jewelry. How would you like?
 - a) In a shop
 - b) Virtual store
 - c) Social networks
2. Do you have knowledge of digital modeling programs such as autoCAD, rinho, solidworks
 - a) Yes
 - b) No
3. Of the following options. What would you like most about the printed jewelry?
 - a) Have a digital model and go to the place to print.
 - b) Choose the model virtually and sent.
 - c) Buy in store
4. Mexico for you is...
 - a) Civic aspects (flag, shield, constitution and laws)
 - b) Ethnic (pyramids, crafts and)
 - c) Descriptions (Culture, nature, people, colors and traditions)
5. If in your country you had the opportunity to buy jewelry with Mexican identity. Would you do?
 - a) Yes
 - b) No

Modelo de encuesta del consumidor en español (Capítulo V. IMPLANTACIÓN
5.3 Por medio de encuestas)

1. El siguiente logo, ¿Te hace referencia a una marca mexicana y de joyería?



- a) Si, ambas
- b) No, ninguna
- c) Sólo mexicana
- d) Sólo de joyería

- 1) El nombre Xikatli Kor ¿Te hace referencia a México?

- a) Si
- b) No

- 2) ¿Cómo te parecen los siguiente envases y exhibidores?

- a) Adecuados para una colección de joyería
- b) Los colores podrían ser otros
- c) Podrían tener mejora
- d) Los materiales podrían ser otros

- 3) ¿Qué precio crees que es el adecuado para los aretes de plata y esterlina .925 y los aretes de cerámica?



- a) Menor a \$1,000 mxn
- b) Entre \$1,000 mxn y \$2,000 mxn
- c) Mayor a 2,000

- 4) ¿Qué precio crees que es el adecuado para los anillos de plata y esterlina .925 y los aretes de cerámica?



- a) Menor a \$1,000 mxn
 b) Entre \$1,000 mxn y \$3,000mxn
 c) Mayor a \$3,000 mxn
- 1) ¿Qué precio crees que es el adecuado para los aretes de plata y esterlina .925 y los aretes de cerámica?

- a) Menor a \$3,000 mxn
 b) Entre \$3,000 mxn y \$5,000 mxn
 c) Más de \$5,000 mxn
- 2) ¿Qué precio crees que es el adecuado para los aretes de plata y esterlina .925 y los aretes de cerámica?



- a) Menor a \$4,000 mxn
 b) Entre \$4,000 mxn y \$6,000 mxn
 c) Más de \$6,000 mxn
- 3) ¿Qué te parece la colección de joyería mexicana? ¿Qué mejora podría tener las piezas, los envases, el logo y/o los exhibidores?

BIBLIOGRAFÍA

- Aguamarina: la mensajera del mar. (2008). Estilo joyero (46), 50-51.
- Alejandro Glade R SUPPLIERS S.L. (2014). El Arte de la Orfebrería y Joyería . 2016, de BlogSpot Sitio web: <https://orfebrealejandrogilde.blogspot.mx/2014/05/estilos-de-joyeria.html>
- Arizpe, Lourdes (2011) ““Cultura e identidad. Mexicanos en la era global” [en línea] Revista de la Universidad de México. Nueva época. Octubre 2011, No. 92 <http://revistauniversidad.unam.mx/9211/arizpe/92arizpe.html> [2016]
- Bürdek, B. (1994). Diseño. Historia, teoría y práctica del diseño industrial. Barcelona: Gustavo Gili.
- IIFAEM. (2015). Alfarería y Cerámica. Septiembre 2016, de Gobierno Edo- Méx Sitio web: http://edomex.gob.mx/alfarer%C3%ADa_y_cer%C3%A1mica
- J.K. DIAMONDS SUPPLIERS S.L. (2001). Historia de la Joyería. 2016, de Jorge Juan Joyeros Sitio web: <http://www.diamantesdecompromiso.com/historia-de-la-joyeria>
- Joya Life. (2016). Metales utilizados en la joyeria. Septiembre 2016, de Joya Life Sitio web: <https://www.joya.life/blog/metales-utilizados-en-la-joyeria/>
- Maria Amparo. (2010). Historia de la plata mexicana. AAPAUNAM, 12, 24-33

BIBLIOGRAFÍA

- Paulina Villegas. (2016). Los artistas mexicanos encuentran inspiración (y éxito) en sus raíces. *Cultura*, 2.
- Prochile. (2011). Estudio de mercado joyeria mexico. 2016, de ProChile Sitio web: http://www.prochile.gob.cl/wp-content/files_mf/documento_07_04_11185817.pdf
- Ramón Parra Pedroza presidente de la Cámara Regional de la Industrial de la Joyería El economista (2016). Joyería y platería jaliscienses brillarán en 20 países. [online] Available at: <http://eleconomista.com.mx/estados/2016/08/31/joyeria-plateria-jaliscienses-brillaran-20-paises> [Accessed 6 Jul. 2017].
- Silvia Rodríguez. (2015). La industria joyera brilla más que la economía nacional. *Negocios*, 1.