

CONTENIDO

1. Introducción.....	12
1.1. Justificación y Problemática General.....	12
1.2. Criterios de Evaluación	13
2. Marco Teórico.....	14
2.1. Definiciones importantes.....	14
2.1.1 Joyería y bisutería, joyería contemporánea	14
2.1.2 Autenticidad y afectividad.....	19
2.1.3 Objeto como portador de significados desde el diseño, aporte del proyecto al diseño industrial.....	21
2.2. La joya y el accesorio como objeto significante.....	22
2.2.1 Evolución de los accesorios desde sus posibles manifestaciones desde el uso.....	22
2.2.2 Accesorio como objeto mercancía y como objeto simbólico.....	26
2.2.3 Fuentes de atribución simbólica.....	28
2.2.4 Influencia de los materiales y los procesos en la significación.....	30
2.3. El Mercado Internacional y Nacional	30
3. Marco Metodológico.....	41
3.1. Metodología implementada en el proyecto.....	41
3.2. Proceso de Observación.....	41

3.2.1 Metodología y Objetivos.....	41
3.2.2 Montajes y fotografías.....	46
3.2.3 Conclusiones Globales de Cada Tipo de Observación.....	49
3.2.3.1 Conclusiones Globales de Observación Tipo A: conocimiento de los afiliados, sus preocupaciones, sus clientes.....	49
3.2.3.2 Conclusiones Globales de Observación Tipo B: conocimiento de los usuarios, su cotidianidad, opiniones, compra, intereses, preferencias de diseño e interacción	54
3.2.3.3 Conclusiones Comparativas Entre Contextos de Observación	61
3.2.4 Desarrollo de Perfilación de Usuario.....	66
3.2.4.1 Clasificación de Tipos de Usuarios por Personalidad.....	71
3.2.5 Temas Relevantes Identificados en Observación.....	74
3.3. Observación desde la simbología de obsequiar.....	74
4. Delimitación del Proyecto.....	79
4.1. Limitación de Caminos: fuentes de propuestas sistémicas y arboles de problemas	79
4.2 Planteamiento general del proyecto.....	86
4.3. Análisis de la competencia desde los ámbitos planteados.....	87
4.4. Objetivo general	96
4.5. Objetivos específicos.....	96

5. Marco Propositivo.....	97
5.1. Conceptos predominantes del proyecto, determinantes, requerimientos y referentes.....	97
5.2. Planteamiento del emprendimiento e ideas temáticas a implantar.....	102
5.3. Propuesta Rápida.....	104
5.4. Propuesta Inicial.....	107
5.4.1 Paso a paso de la metodología del servicio.....	109
5.4.2 Sistemas del servicio.....	110
5.4.3 Primer acercamiento a comprobación con usuario.....	116
5.4.4 Diseño inicial del espacio y de los sistemas del servicio.....	118
5.5. Propuesta Final.....	124
5.5.1 Consideraciones de rediseño.....	124
5.5.2 Paso a paso de la metodología del servicio para cada usuario.....	126
5.5.3 Sistemas del servicio.....	128
5.5.4 Comprobaciones con usuarios.....	131
5.5.5 Diseño de sistemas definitivos del servicio y del espacio	135
5.5.6 Comprobación final con usuario.....	141
6. Conclusiones.....	144
7. Referencias.....	145
8. Anexos.....	148
Anexo A, Formato encuesta a usuarios.....	148