

TRABAJO FINAL DE GRADO

Ingeniería en Diseño Industrial y Desarrollo de Productos

**Diseño, desarrollo y materialización
de un producto artesano:**

La

TERRETA

Sacacorchos con Denominación de Origen

AUTOR:

David Sánchez González

dasangon@etsid.upv.es

TUTOR:

Raúl Durá Alcázar

raudual@dib.upv.es

ÍNDICE

1. Introducción

- 1.1 Presentación
- 1.2 Briefing
- 1.3 Condiciones, atributos y requisitos

2. Antecedentes

- 2.1 Estudio de mercado
- 2.2 Análisis sectorial
- 2.3 Mood Board

3. Fundamentación Teórica

- 3.1 Diseño Emocional
- 3.2 Acerca del Souvenir
- 3.3 Reflexiones

4. Diseño Conceptual

- 4.1 Interpretación
- 4.2 Ideación
- 4.3 Paneles Expositivos
 - 4.3.1 Panel Explicativo
 - 4.3.2 Panel Conceptual
 - 4.3.3 Panel Productivo
- 4.4 Experimentación
 - 4.4.1 Maquetas
- 4.5 Evaluación
- 4.6 Adecuación

5. Solución "La Terreta. Sacacorchos con D.O"

- 5.1 Murciélago
 - 5.1.1 Imagen Foto-realista
 - 5.1.2 Prototipo
- 5.2 Langostino
 - 5.2.1 Imagen Foto-realista
 - 5.2.2 Prototipo
- 5.3 La Dama
 - 5.3.1 Imagen Foto-realista
 - 5.3.2 Prototipo
- 5.4 Colección
 - 5.4.1 Imagen Foto-realista
 - 5.4.2 Prototipos

6. Producción Artesanal

- 6.1 Contacto
- 6.2 Construcción
- 6.3 Montaje
- 6.4 Prototipo

7. Identidad

- 7.1 Diseño Gráfico
- 7.2 Logotipo
- 7.3 Vídeo
- 7.4 Presentación

8. Comercialización

- 8.1 Patentes
- 8.2 Normativa
- 8.3 Precio
- 8.4 Campo de acción

9. Conclusiones

10. Bibliografía

11. Agradecimientos



01

INTRODUCCIÓN

- 1.1 Presentación
- 1.2 Briefing
- 1.3 Condiciones, atributos y requisitos

1.1 PRESENTACIÓN

La Terreta es un proyecto que de forma humilde trata de elevar a través del diseño y la creatividad, la denostada condición del souvenir a una posición más acorde dado su gran valor como soporte material para el recuerdo.

De la mano del briefing propuesto en la asignatura de Taller de Modelos y Prototipos, se ha desarrollado una **colección de sacacorchos** acuñada como denominación de origen, dada su patente inspiración en la iconografía Valenciana y su acuciante afán por servir de promoción a las virtudes vinícolas de esta comunidad.

En las páginas venideras se detalla el proceso y las vicisitudes acaecidas desde el primer destello de la idea hasta su materialización en forma de prototipo de la mano del equipo de orfebres Peris Roca.

Como eterno aprendiz y autor de esta obra, el objetivo principal ha sido el ardiente deseo de seguir aprendiendo y el de aplicar los conocimientos adquiridos durante estos años como estudiante, plantando cara de forma contundente a todas y cada una de las fases que intervienen en el proceso creativo de un producto, hasta dar a luz un objeto final con posibilidades de comercialización.

1.2 BRIEFING

Desarrollar un producto, inspirado en **necesidades** o situaciones relacionadas con la **cultura del vino**. Que pueda acompañar al consumo de este como complemento de nuestra gastronomía mediterránea o como **merchandaising** para promover las bodegas valencianas.

Pensando para a su concepción en unas dimensiones mínimas, que le permita caber en una maleta de cabina junto al equipaje, como detalle de **regalo por motivos de turismo**.

A su vez, que se pueda vender a cualquier tipo de público que quiera conocer o disfrutar de la cultura del vino, siendo relevante que esté orientado hacia un target juvenil, entre 25-35 años, que se inicia en el vino; muy informado sobre marcas y amantes del buen diseño.

1.3 CONDICIONES, ATRIBUTOS Y REQUISITOS



Precio de venta igual o menor de **50 euros**



Dimensiones mínimas



Coste de producción **80%** sobre ese precio



Sencillez y humildad



Detalle **regalo** por motivos de **turismo**



Trabajo artesanal



Merchandaising **bodegas Valencianas**



Tarjet juvenil



02

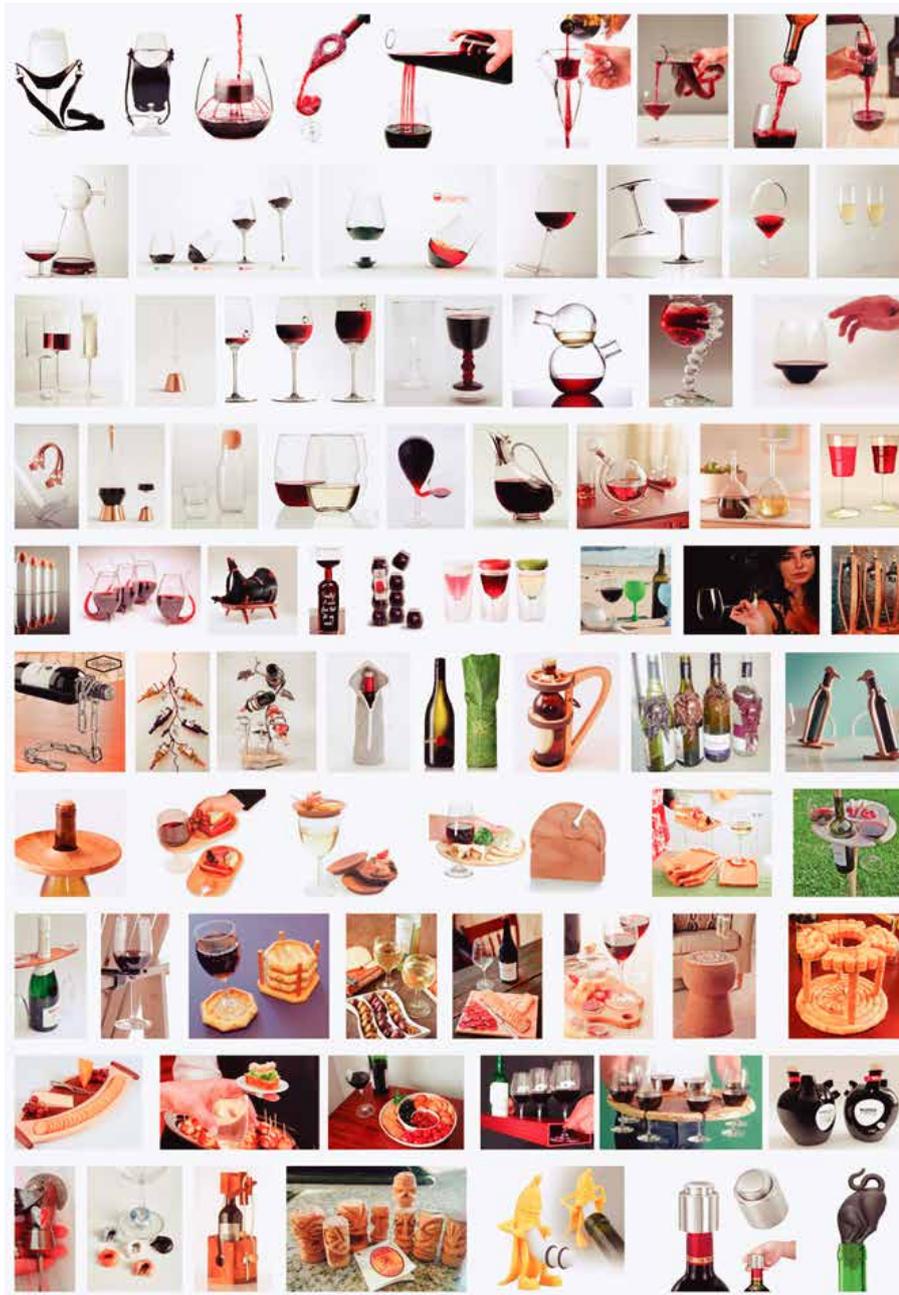
ANTECEDENTES

- 2.1 Estudio de Mercado
- 2.2 Análisis Sectorial
- 2.3 Mood Board

2.1 ESTUDIO DE MERCADO

Como primer estadio en el proceso de diseño, se elabora un estudio de mercado.

Los casi cerca de 80 productos analizados revelan un acuciante interés por presentar la característica copa de vino y su botella de la forma más variopinta. En algunas ocasiones apelando a la funcionalidad de la misma y en otras siendo estas meras piezas escultóricas, detonadoras de conversaciones y debates junto a una copa de vino.



El propósito de este estudio, no es la búsqueda de corrientes estéticas o morfológicas que sirvan de referencia, sino más bien el establecer un primer contacto con las propuestas que baraja el mercado, para así comenzar a esclarecer la naturaleza del producto a desarrollar.

Originalidad y diferenciación, pero sustentadas por una fuerte carga conceptual que justifique y de sentido al proyecto, indiferentemente de su inclinación final, ya sea puramente funcional o de condición artística.

Se buscan líneas que aúnen simbióticamente forma y función, para así ofrecer un producto que cubra las necesidades reales del ámbito en el que se circunscribe su uso, apelando por encima de todo y por deseo personal del autor, al propósito emocional del diseño. Concepto que será presentado en mayor profundidad en los apartados próximos.

Figura 1 - Estudio de Mercado

2.2 ANÁLISIS SECTORIAL

Fruto del estudio de mercado, se establece un especial interés en lo referente al mundo de los sacacorchos. Pequeños objetos de incuestionable utilidad dentro del mundo vinícola y sujetos desde tiempos remotos al diseño y rediseño de sus formas.

Una metódica selección de 40 sacacorchos escogidos por su **destreza funcional** o su **capacidad para emocionar**, y dispuestos de forma gradual en función de su carácter más marcado, sirve al proyecto para comenzar a definir la dirección del producto y la línea de acción sobre la cual comenzar a proyectar ideas.



Nos encontramos con sacacorchos en los que la propia forma no solo contribuye a la función, si no que a su vez nos cuentan una historia muy próxima al producto con el que se relaciona, pues quien sería mejor para habarnos sobre el vino que un pirata o el mismísimo dios Baco.

Es importante señalar como este carácter emocional, en el caso de artilugios tan antiguos como el de Baco o la pareja de enamorados, podría considerarse como el motivo al que se debe la calidad de conservación de estas piezas, pues sin duda el sentimiento con el que contaban sus dueños jugó un papel decisivo para asegurar la perpetuidad de la pieza a lo largo del tiempo. Esta es la idea que se requiere para el proyecto.

En cambio, en productos donde el solventar una necesidad es el único atributo con el que cuentan, pocos dudarían en deshacerse de ellos si ya no les fuesen útiles. Como ejemplo de ello se muestran los sacacorchos situados en el extremo izquierdo.

Figura 2 - Análisis sectorial

A caballo entre estas dos corrientes se encuentran algunas piezas que, aunque cuentan con formas que llaman a la emoción, parecen un tanto desapegadas del mundo del vino. Un bigote, un búho e incluso una nave espacial, grandes ejercicios creativos, pero sin un trasfondo que abale esta morfología.

2.3 MOOD BOARD

De la mano del estudio previo, se compone una colección de imágenes que comienza a definir y aterrizar la esencia del proyecto. Elementos que evoquen a Valencia y merezcan ser recordados, sensaciones, líneas estéticas, texturas, vivencias, leyendas y vino; como fluido de unión entre todos ellos.

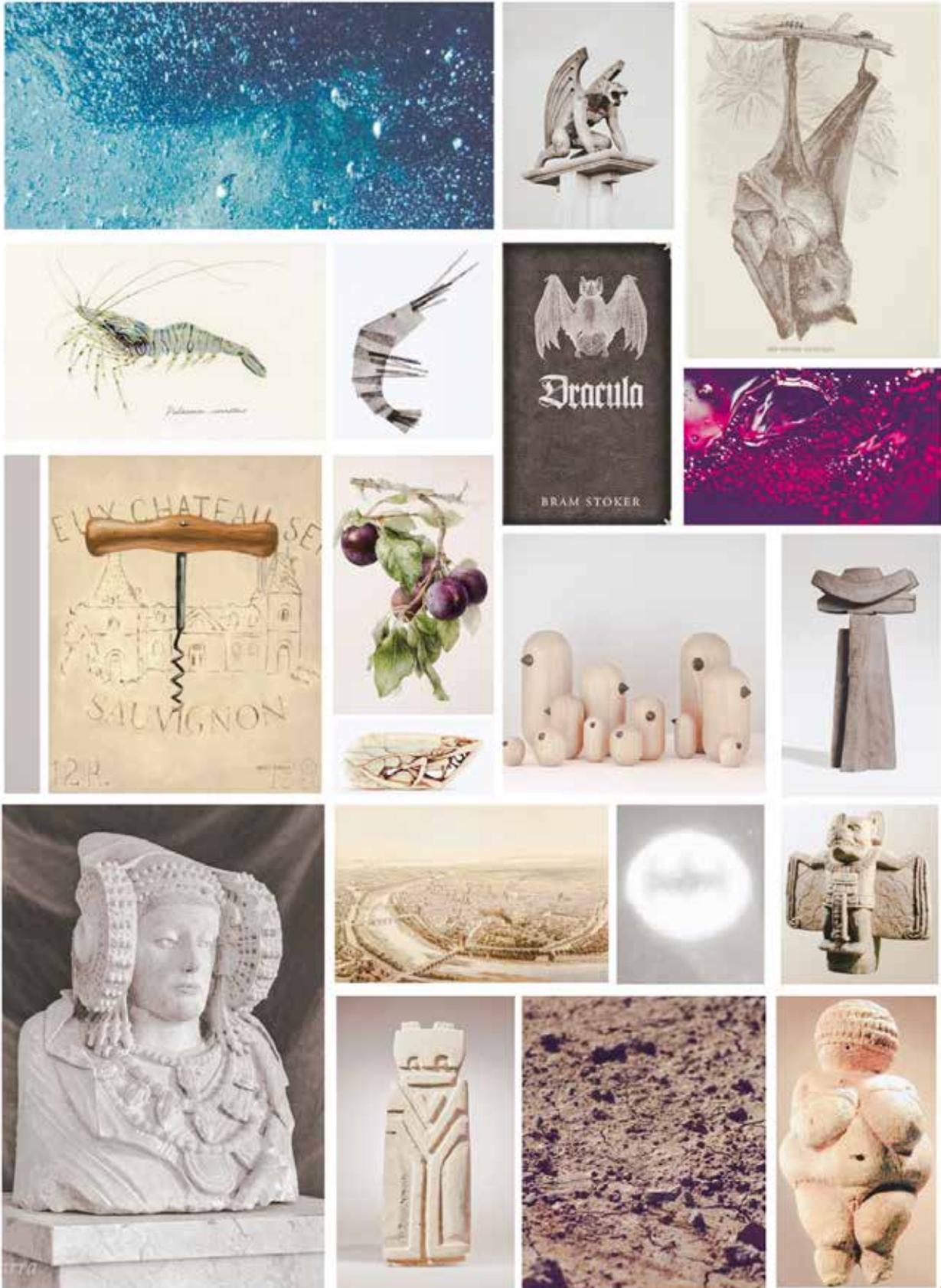


Figura 3 - Mood Board



03

FUNDAMENTACIÓN

- 3.1 Diseño Emocional
- 3.2 Acerca del Souvenir
- 3.3 Reflexiones

3.1 Diseño Emocional

«Si se quiere una regla de oro capaz de satisfacer a todos, aquí la tiene: nunca hay que tener nada en casa que no se considere útil, o se piense que es bella»¹

Según el profesor de la Northwestern University, Donald A Norman, inherente al diseño de un objeto, existe a su vez un componente personal que no puede ser creado por ningún diseñador.

En el transcurrir de nuestras vidas, los objetos ocupan un papel mucho más relevante que el de meras posesiones materiales. Estos pueden hacernos sentir orgullosos por el sentido que dan a nuestras vidas. Lo que podríamos considerar un objeto favorito es un símbolo que genera una atmósfera positiva, un conjunto de recuerdos agradables o incluso una manifestación de la propia identidad. De la misma forma, este objeto alberga en su interior una historia, un recuerdo, un diálogo continuo con su dueño que le une personalmente a este objeto

En su libro, Donald A Norman, antaño acérrimo defensor de la funcionalidad del objeto frente a la estética, y ahora transformado como fruto de un estudio acerca de la emoción realizado junto a Andrex Ortony y William Revelle, sugiere tres niveles de procesamiento cerebral, cada uno con un papel diferente en el desempeño total del ser humano.

Nivel Visceral: «la capa automática de sistemas de disposiciones determinadas genéticamente»²

Nivel Conductual: «contiene los procesos cerebrales que controlan el comportamiento cotidiano»²

Nivel Reflexivo: «la parte contemplativa del cerebro»²

De forma paralela a esta hipótesis y en referencia a tema que aquí nos compete, establece tres dimensiones muy diferenciadas que habitan en todo diseño.

-  **Diseño Visceral:** centrado en la apariencia de los objetos.
-  **Diseño Conductual:** referido al placer y la efectividad de uso.
-  **Diseño Reflexivo:** recuerdos y satisfacción al tener en propiedad, mostrar y usar un producto.

A la hora de establecer cuál es la importancia de cada uno estos niveles la respuesta más acertada según el profesor Norman es, que no se puede esperar que un producto agrade a todo el mundo. Por ello es fundamental que el diseñador sea conocedor del público al que se dirige y cuál es su principal cometido, teniendo en cuenta que cualquier acercamiento con un producto implica los tres niveles; en la práctica es difícil encontrar un único nivel, y si se diera el caso, lo más probable es que provenga del nivel **reflexivo** y no del conductual o visceral.

La virtud de este conocimiento reside en servirse de él para reforzar las bondades de cada producto en función del público al que se dirige. Si un producto es divertido, agradable y cae bien, o infunde una imagen divertida y pícaro, probablemente no será el más indicado para un entorno de actividad profesional. De forma similar, un diseño de carácter industrial, destinado a una fábrica, tampoco será el idóneo para el hogar. Es de vital importancia comprender que lo que el público compra viene muy condicionado por la imagen y la percepción psicológica que se perciba de este.

A su vez, las investigaciones contemporáneas han demostrado, como el sistema afectivo proporciona una ayuda vital durante el proceso de toma de decisiones, ayudándonos a elegir de forma rápida entre lo bueno y lo malo, y reduciendo así el número de factores a considerar. Sin emociones nuestra capacidad para tomar decisiones se vería afectada. Ante elecciones sencillas y cotidianas, podría decirse que no hay modo racional de decidirse. Es en este punto en el que el afecto resulta útil. Si nos preguntaran el porqué de muchas de nuestras decisiones, a menudo no sabríamos que contestar; «lo sentí así». Este tipo de sensación es una expresión emocional.

Partiendo de estos conocimientos esenciales, se puede comenzar a reflexionar de forma objetiva sobre el objeto de estudio de este proyecto, el souvenir.

¹ William Morris «The Beauty of Life», 1880.

² Donald A Norman «El diseño emocional», 2004.

3.2 Acerca del Souvenir

En ocasiones, la apariencia superficial y la utilidad desempeñan papeles relativamente ínfimos, realmente lo que importa es la historia que estos guardan, la interacción, las relaciones que establecemos con los objetos y como resultado de esta amistad, los recuerdos que estos evocan en nosotros.

Cuando pensamos en objetos de recuerdo como los souvenirs, como bien podría ser la reproducción en miniatura de la Torre Eiffel o el clásico imán de nevera, rara vez son considerados como piezas bellas o dignas de ser catalogadas como obras de artes. En el sector del arte y el diseño, estos objetos han sido relegados a una denostada condición, recibiendo incluso un calificativo propio, kitsch, término que expresa cierto menosprecio por las cosas baratas y vulgares.

Todos aquellos objetos puramente comerciales, reproducidos hasta la saciedad, en palabras de Theodor Adorno «planeados por las necesidades del mercado», como camisetas, mochilas y pañuelos estampados con la mona lisa o las bien conocidas reproducciones de monumentos y lugares emblemáticos son calificadas como kitsch. Aun con todo ello son populares, pues la gente encuentra valor a este tipo de objetos, que sin duda satisfacen una necesidad humana, en este caso de **carácter emocional** y correspondiente al **diseño reflexivo**. «Chabacanos», «sensibleros», «horteras», «de mal gusto», «excesivamente emotivos o poco sinceros en términos emocionales»,³ a pesar de todas estas connotaciones que efectivamente, pueden aplicarse al objeto en sí mismo, es importante aclarar que el souvenir en su primera concepción no pretender ser arte. La palabra souvenir significa «objeto que sirve como recuerdo».⁴ Por lo tanto, su principal objetivo es el de servir al recuerdo y ofrecer toda una colección de significados emocionales debido a lo que estos evocan. De esta forma, el mismo sentimentalismo por el cual es desdeñado por los entendidos del arte o el diseño es a su vez el manantial de la fuerza y popularidad que con la que cuenta.

**Aun así, ¿porque no habrían de contar con un diseño especialmente cuidado?
Hacer bello lo pequeño.**

Dentro del mundo de diseño, se tiende a asociar la emoción con la belleza. Se elaboran todo tipo de objetos llamativos y vistosos tratando por todos los medios de despertar en el interés de cliente potencial. No obstante, por importantes que estos atributos puedan ser, no son los que en última instancia mueven a las personas en el devenir de sus vidas cotidianas. «Nos gustan los objetos por el modo en que nos hacen sentir».⁵

Un maravilloso ejemplo de este hecho es el estudio realizado en el libro *The Meaning of Thing* por Mihaly Csikszentmihalyi y Eugene Rochberg-Halton, en el cual centran todos sus esfuerzos en desvelar que hace a los objetos ser especiales. Para realizar dicha investigación, accedieron a los hogares de los entrevistados y trataron de comprender cuales eran las relaciones que mantenían con los objetos que a los que tenían mayor estima.

En particular, pidieron que mostrasen cosas que fueran especiales para ellos, para posteriormente y tras extensas entrevistas determinar cuáles eran los factores que hacía que los consideraran así.

Curiosamente, estos objetos resultaron ser aquellos que contenían recuerdos o con los que mantenían algún tipo de relación especial y contribuían de esta forma a evocar una sensación especial en sus dueños durante el transcurso de sus vidas. Rara vez el mérito residía en el objeto en sí mismo: lo que realmente importaba era el relato tras él, la anécdota o el momento que traía a la memoria.

Como seres de inevitable condición emocional, tendemos a vincularnos a aquellas cosas a las que damos una asociación personal significativa, cuando traen consigo momentos gratos o reparadores. Realmente, no nos vinculamos a una cosa, si no con la relación, los significados y los sentimientos que esta representa. De forma similar, los objetos más íntimos suelen ser los que construimos nosotros mismos, de ahí la fama con la cuentan los **objetos artesanos** o las piezas hechas en casa, sea cual sea su ámbito.

Por todo ello, dada la efímera condición de los recuerdos, y el gran valor del souvenir como objeto estimulante para la memoria humana, se considera un ejercicio honorable para este proyecto el otorgar a estos pequeños objetos; reflejos de nuestra experiencia vital, una condición más acorde a su inconmensurable labor como custodios de la memoria. Sirviéndose para tal fin del diseño y la creatividad como herramientas de acción.

³ Eugenio Bargaño «Lo útil, lo inútil y la utilidad de lo inútil. El souvenir como objeto marginal entre Arte y Diseño», 2016.

⁴ Diccionario de la Real Academia Española, 2000.

⁵ Donald A Norman «El diseño emocional», 2004.

3.3 Reflexión

Oleadas de productos sin vida se ciernen sobre las ciudades erigidas por los hombres. Cientos de objetos que un día cumplieron su función hoy yacen agonizantes en el fondo de algún océano o tierra lejana, conscientes de una espera milenaria, quizás eterna, hasta su degradación final. Renato de Fusco en su libro sobre historia y diseño ya auspiciaba desde tiempos remotos como el diseño y el inherente sentido emocional que despiertan en el alma humana ciertos objetos, podría ser la herramienta para combatir la ingente horda de cadáveres de plástico que esta nuestra civilización arroja de forma ininterrumpida como fruto de la sociedad de consumo en la que nos hayamos inmersos.

Entre todas estas víctimas, existen ciertos objetos que desde el abrigo de un hogar o un museo que les ampara, contemplan impasibles el paso del tiempo. Sin duda es el amor que sus dueños profesaban por ellos y el vínculo inmaterial que les unía, amén de la labor creativa que sus inventores llevaron a cabo, lo que les ha permitido salir airoso de las modas, tendencias y el incesante vaivén de la mente humana.

A día de hoy, muchos de ellos son considerados como bienes materiales patrimonio de la humanidad, que sin duda encierran en su fuero interno no solo la historia de sus dueños, sino también el relato silencioso del momento histórico que vivieron y de los ideales que en aquella época imperaban.

Desde el candor de estas palabras y la fundamentación teórica que le precede, se plantea el ideal de desarrollar una colección de souvenirs cuyo principal objetivo sea el de forjar un recuerdo bondadoso para con la ciudad de Valencia y sus vinos, y establecer de esta forma un vínculo emocional entre objeto, turista y región que permita derrotar al olvido a pesar del inevitable paso del tiempo y evitar, si el porvenir así lo decide, la muerte del producto y con él las vivencias que este guarda.

04

DISEÑO CONCEPTUAL

4.1 Interpretación

4.2 Ideación

4.3 Paneles Expositivos

4.3.1 Panel Explicativo

4.3.2 Panel Conceptual

4.3.3 Panel Productivo

4.4 Experimentación

4.4.1 Maquetas

4.5 Evaluación

4.6 Adecuación

4.1 Interpretación

Como procedimiento creativo se ha utilizado el método ágil de solución de problemas diseñado por la empresa norteamericana de diseño IDEO e implementado posteriormente como método de trabajo en la Universidad de Diseño de Stanford. Este procedimiento consiste en plantear un desafío de diseño tomando como referencia de partida briefing planteado.

Es de interés para el lector mencionar, que este apartado constituye el primer paso en la búsqueda de la idea adecuada y que de la mano de esta metodología, se ha podido esclarecer y dar forma al propósito proyecto, reflejado anteriormente en la fundamentación teórica.

«Un buen brief no depende sólo de quién te lo propone, tampoco es una respuesta sólo técnica. No es sólo saber acerca de cómo se hace ... es saber cómo se puede sentir, lo que puede desearse, cómo atraer la atención. Tu trabajo es escuchar y conocer lo que opinan de tus ideas, y tú de los demás.
Sugerencia: No tengas miedo de preguntar "¿Por qué?" (como los niños)» IDEO

Como método particular de trabajo del autor, se realizan tablas de conceptos que responden a las inquietudes propias de este y a su vez a las preguntas que plantea el método de IDEO.

**¿Cuáles son los tres aspectos singulares que tiene que tener este producto?
¿Cuáles son las tres necesidades que cubrir con este producto?**

4.1 Interpretación

SERVIR O CATAR

CULTURA DEL VINO

ACOMPañAR AL CONSUMO

MERCHANDAISING

REGALO POR TURISMO

Más allá de la razón

Función Emocional

Atractivo y comercial

Diseñar es contar un historia

OBJETO VALENCIANO

Paellera
Peineta fallera
Guantelete
Petardo
Ensamada

PRODUC. VALENCIANO

Naranja
Churros
Garrofon
Arroz
Naranja
Samaruc
Horchata
Fartons
Anguila
Buñuelo
Maclet
Langostino

SIMBOLOGÍA VALENCIANA

Gárgola
Mar
Murciélago
Naranja
Caloret
Fuego
Jaume I
La Dama
Dragón
Palmera
Turia
Sol
Mediterráneo
Huerta
Lluvia
El cid

ESTUDIO DE CAMPO

Juventud
Turismo
Souvenir
Extranjeros
Selfie
Promoción
Excusa
Plástico
Música
Noche
Festival
Lengua
Olfato
Vista

PARA MI

Experiencias
Recuerdos
Emoción
Universidad
Amistad
Luz
Sombra
Arte
Diseño
Amor
Viaje
Leyenda

"EL MEJOR VINO ES EL QUE TE GUSTA, EL PEOR EL QUE NO HAY"
Anónimo

"LA ÚNICA OBRA DE ARTE QUE SE PUEDE BEBER"
Eurípides

"IN THE NATURE THERE ARE ALL THE FUTURES STYLES"
August Rodin

"SIMPLIFY IS THE ULTIMATE SOPHISTICATION"
Davinci

ELEMENTO ESENCIAL. EL VALOR DE LO SENCILLO

OBJETO VINÍCOLA

Tetrabrik
Ánfora
Pitarra
Bodega
Celler
Copa
Sacacorchos
Decantador
Tinaja
Barril
Bota
Porrón

PRODUC. VINÍCOLA

Garrafón
Jabón
Masaje
Cocina
Vela
Vinagre
Chocolate
Bobal
Maridaje
Embutido
Queso
Aceituna

SIMBOLOGÍA VINÍCOLA

Sangre
Arteria
Corazón
Elixir milagroso
Fufus
Baco
Alegria
Agua en vino
Avispas
Poesía
Dracula
Pirata

ESTUDIO DE CAMPO

Lanzamiento de aceituna
Escupir vino tras la cata
Los jóvenes beben en cachi
Se agita mucho el vino
Se cae la copa
Tapan y abren la botella
Se pierde el corcho
Cultura de juntarse

PARA MI

Calimochó
Religión
Trampantojo
Universidad
Pirata
Fruta
Noche
Artesanía
Cueva

REFLEXIONES

Incorporar un valor distinto
Fuerza conceptual
Híbrido
Cambiar materiales
Retomar y actualizar
Reconstruir
Sencillez y humildad
La forma en la que se presenta el producto atrae a los jóvenes.
La promoción, la gracia
Salir del contexto habitual donde se bebe

CONCEPTOS

Copa inclinada para ver el color
Copa con hueco para la nariz
Copa con forma de cohete
Copa maridaje escultórico
Copa con forma de pie
Copas sensoriales
Copa selfie
Copa doble
Copa con pinchos
Dos copas en uno
Diseción de la copa
Copa con asa
Vaso copa

Colección objetos vinícolas valencianos
Colección gárgolas decantadoras
Vaso botella
Arteria vino turia
Pistola vino
Granada racimo
Separar copa de la base
Servilleta hoja de vid
Casco buceo en vino
Plato jamón flor
Garrofon de Garrafón
Más fuerte que el vinagre
Percha botellero

Tabla 1 - Interpretación

De forma muy similar al brainstorming, este método que permite visualizar de forma conjunta el briefing, las ideas, pensamientos, reflexiones, inquietudes, emociones personales y externas que se barajan dentro del proyecto, para así poder establecer relación entre ellas y dar a luz a nuevos conceptos interesantes.

4.2 Ideación

«¡Ahora es momento de imaginar soluciones para definir el producto propuesto! Dibuja soluciones que darías para dar forma a vuestra idea. No te preocupes por dibujar perfectamente, saca tus ideas de forma rápida para expresarte. ¡Usa más papel si crees necesario!» IDEO

Las ideas más interesantes extraídas en la fase previa cobran vida a través del boceto. Nos encontramos con gran variedad de alternativas centradas en ofrecer diferentes funciones manteniendo la característica forma de la copa. Estas primeras propuestas proponen descomponer su geometría para obtener diferentes utensilios.

- 1 Fruto de esta primera versión, se obtiene de uno a dos vasos mas un soporte para aperitivos, que tras su uso puede volver a ser colocado en posición de copa, ofreciendo de esta forma un interesante ahorro de espacio, muy valorado en los hogares del público al que el briefing se dirige.

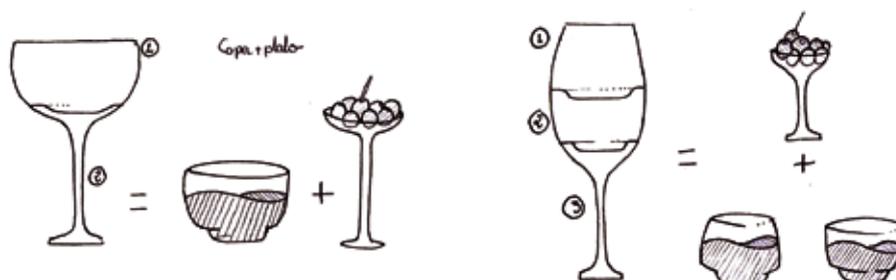


Figura 4 - Ideación 1

- 2 Un nuevo ejercicio de disección plantea sustituir el cuello de la copa por unos palillos de madera entrelazables que encajen en el cáliz y en el pie, dando como resultado de su separación un cuenco con tapa y unos palillos con los que poder comer al estilo oriental. En posición original, el objeto podría utilizarse también como copa para beber.
- 3 Como sumun de estos juegos formales nace la alternativa de ofrecer dos copas distintas partiendo de una sola. La propia morfología del cáliz permite ser dividida en piezas en individuales, que posteriormente pueden ser montadas como si de un puzle se tratase, obteniendo como resultado dos copas distintas plenamente funcionales.



Figura 5 - Ideación 2

De forma complementaria al ahorro de espacio y la multifuncionalidad, estas alternativas cuentan con un poderoso componente emocional muy atractivo dentro del entorno social y de reunión en el cual el vino se circunscribe. El hecho de poder montar y desmontar estas piezas y poder presenciar en primera persona el nacimiento de un producto distinto, supone todo un acto inaugural que invita a conversar y deleitarse junto al vino

4.2 Ideación

El sentimiento folclórico comienza a manifestarse en estas propuestas, que además de ofrecer un producto funcionalmente eficaz, tratan de contar una historia, con una poderosa carga emocional inspirada en Valencia y lo que el vino evoca, metafóricamente y en el sentido más estricto.

6 Desde las alturas, perennes al paso del tiempo, contemplan imperturbables el devenir del gentío. Conocedoras de las más escabrosas historias, esperan pacientes el día oportuno para revelar el saber pétreo que solo los años enseña. Las gárgolas de Valencia y en concreto las de La Lonja constituyen un rico manifiesto del diseño que en tiempos antiguos se manejaba. En el libro "Las Gárgolas de Valencia" de Ricardo Bellveser, todas y cada una de estas criaturas cuenta con una historia que sustentada por los datos históricos y la imaginación del autor, es capaz de cautivar y generar un incuestionable interés por Valencia y su historia. Partiendo de este saber, se plantea el elaborar una colección de decantadores cerámicos con la forma de algunas de las gárgolas más características de la lonja y acompañar a cada una de estas piezas de una de las historias de Bellveser, que bajo el lema "Bebe de la historia" habrá de ser contada cuando la botella de vino sea abierta y compartida. El vino como sangre y corazón, que da vida a la dormida piedra y le invita a conversar.

A pesar de que el vino saldría por la boca de la gárgola, quizás la función de este producto sea puramente decorativa, aun con todo ello, parece una manera interesante de promocionar el turismo por la ciudad en torno a estas enigmáticas figuras e incentivar el consumo de vino de la región incluyendo estas piezas exclusivamente en botellas denominación de origen y con carácter coleccionable.

7 La primera bodega fue la cueva, bajo el abrigo de su oscura calma los vinos alcanzaban la madurez acompañados por sus más fieles defensores y compañeros de hogar, los murciélagos; heraldos de la comunidad de Valenciana y protagonistas de una de las leyendas más enigmática de la región, lo ratifican.

Hoy día la oscuridad encuentra sitio en nuestros hogares modernos tan solo dentro de los armarios. Es en ellos donde habitan las perchas, reminiscencias de los primeros pobladores de la oscuridad. Como método alternativo para el almacenamiento del vino y en tributo a las primeras bodegas y a sus moradores, se propone re-diseñar la percha para que permita sostener de forma segura una botella de vino, todo ello acompañado por la forma del murciélago, apelando una vez más al diseño emocional. Pues no se trata de una percha con forma de murciélago. Tras esta aparente sencillez, una historia y un propósito con un fin y sentido en común. Hablar de Valencia, su historia y sus vinos.

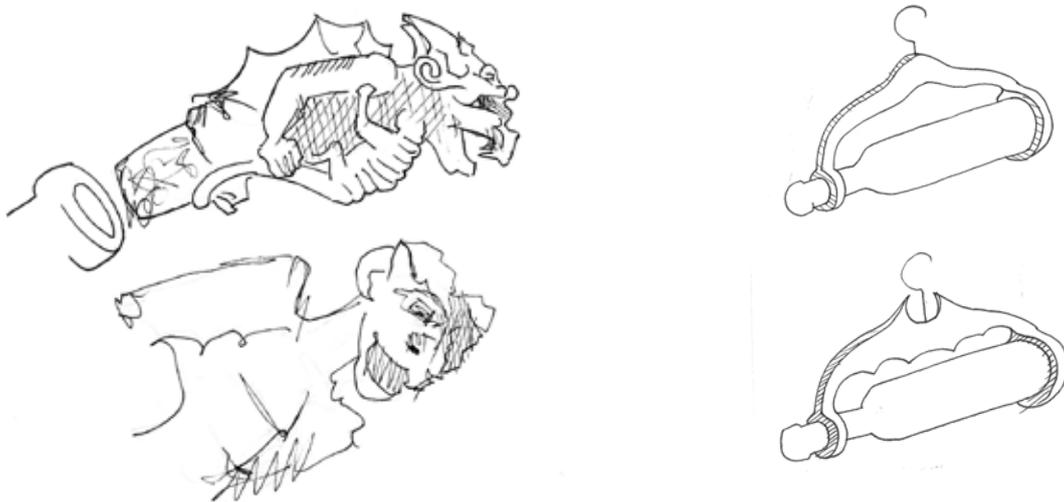


Figura 8 - Ideación 5

4.2 Ideación

El juego metafórico y la danza del lapicero, traen consigo una propuesta de profunda sencillez, que cumple con las condiciones del briefing y a su vez posee la carga emotiva vinculada al mundo del vino y la tierra de Valencia que desde propuesta anteriores se busca.

8

Se propone elaborar una colección de objeto útiles para el amante o iniciado del vino inspirados en el folclore de la comunidad Valenciana. Tradición, cuentos, leyendas, gastronomía, cultura e historia concentrados en pequeños productos de funcionalidad concreta, que además de cumplir su cometido, consigan despertar una sonrisa y la que simpatía que esta trae consigo hacia la comunidad Valenciana.

En torno a esta idea, surgen propuestas dispares. Una de ellas, desarrollar un porta-copas que sirviéndose de la forma permita utilizando sus dientes sostener la copa de forma cómoda atada al cuello. Con propósito similar, la posición durmiente del murciélago o las franjas del escudo de Valencia.

Para solventar el problema de perder el corcho, se propone el idear un objeto que inspirado en el tocado de Jaume I, permita absorber las botas y su vez mantener sujeto el corcho. Para tal fin, la corona haría de anti goteo, y el murciélago que acompaña a esta de sujeción mediante un pincho que se adhiera a la superficie del corcho y una cuerda que le permita mantenerse unido a la corona.

Curiosamente, la propia forma del murciélago y el langostino, elementos representativos de la cultura valenciana, poseen una gran similitud con la de los sacacorchos clásicos. A ojos de un niño; la mirada de la creatividad más pura, el conocido sacacorchos de dos pasos posee la misma morfología que este crustáceo. De forma muy similar, el murciélago con sus alas extendidas presenta un imagen semejante a la del sacacorchos en forma de T, padre de todos lo que le preceden. Teniendo en cuenta la fundamentación teórica del proyecto y la evolución de este, se tiene en gran estima el que hecho de que la forma de los iconos a los que cual se quieren referenciar no este adosada a la fuerza al producto. En este caso, la máxima "la forma sigue a la función", se cumple de manera rotunda.



Figura 9 - Ideación 6

De forma consensuada y tras valorar el resto de alternativas esta ultima propuesta es seleccionada dada su sencillez, emotividad y cercanía al Briefing del que se parte.

La Terreta. Una colección de 3 sacacorchos que inspirados en la iconografía de la Comunidad Valenciana, sirvan de estandarte y mensajeros de las virtudes vinícolas de la comunidad valenciana allí donde estos vayan. Valiéndose para tal fin, de la fuerza formal y simbólica de 3 iconos representativos de las 3 regiones que componen esta buena tierra.

El murciélago y su innegable vínculo poético con el vino, como héroe de **Valencia**.

El langostino de Vinarós, joya de estos mares y de la gastronomía local, como representante de **Castellón**.

La Dama de Elche y el alo de misterio de sus enigmáticos discos, ahora al fin develados, como adalid de **Alicante**.

4.2 Ideación

Con la idea definida en su plenitud, se procede a dibujar propuestas que reflejen de forma evidencial el icono de referencia. Estos son algunos de los dibujos mas representativos elaborados para definir la forma del murciélago. Al final de esta colección y de las que le siguen, se encuentran los bocetos que se hicieron tras la fase de evaluación, centrados en un representación esencial del icono.

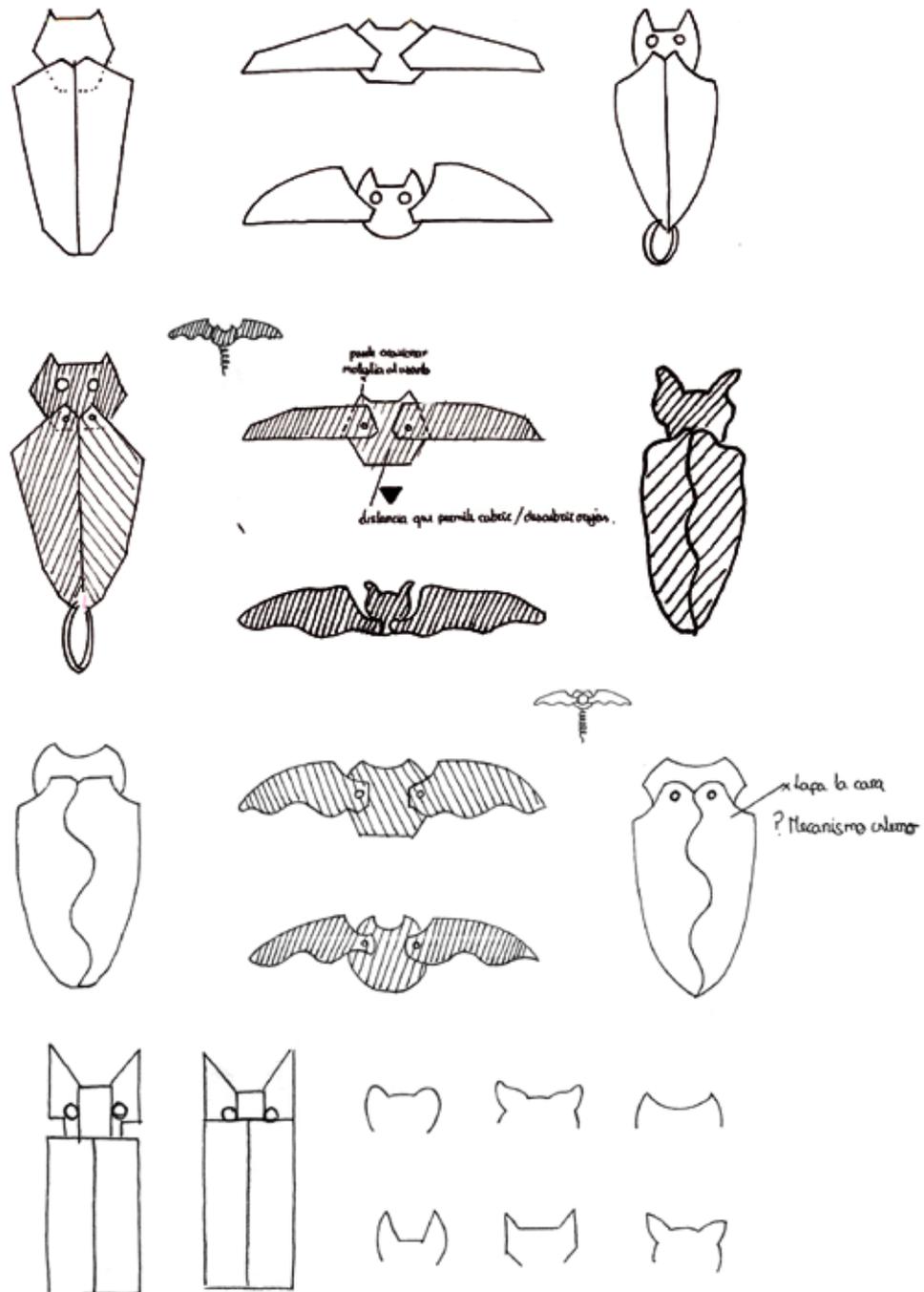


Figura 10 - Bocetos Murciélago

4.2 Ideación

Desde el diseño puramente figurativo a las formas mas intrincadas. Con el dibujo como herramienta proyectual, se plantea todo viaje de investigación formal que trata de desarrollar la línea estética idónea para el producto, capaz escapar de la definición de kitsch; en apariencia inherente a todo souvenir.

Finalmente la sencillez y la representación esencial de las formas se imponen como la mejor de las alternativas, confirmando aquella cita de Leonardo Da vinci que enunciaba: "La sencillez es la máxima sofisticación".

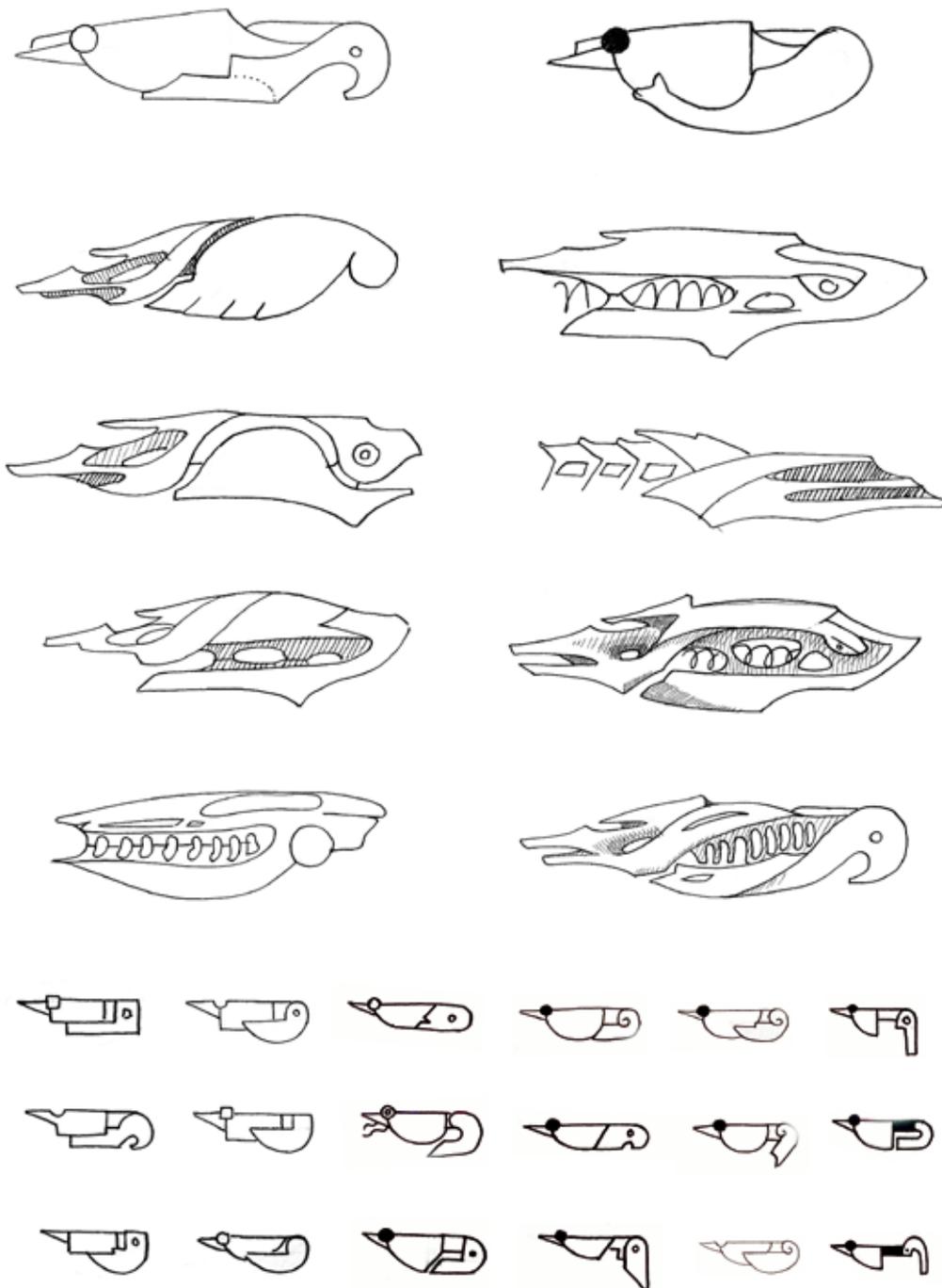


Figura 11 - Bocetos Langostino

4.2 Ideación

Antes de la aparición de la Dama como icono representativo de la provincia de Alicante, se barajaba la opción de utilizar la figura de la fallera o incluso la del ninot; dada la parecida configuración del sacacorchos de alas a la de la forma humana. Las primeras versiones, al igual que en los estudios anteriores, tratan de representar de la forma más clara posible el icono de referencia. El incesante ir venir del lápiz y la goma, trae consigo un nuevo planteamiento para esta figura, más sutil, original y acorde a los principios del proyecto.



Figura 12 - Bocetos Dama



Una **colección** de **sacacorchos** que sirva de estandarte y mensajero de las virtudes vinícolas de la Comunidad Valenciana allí donde estos vayan.

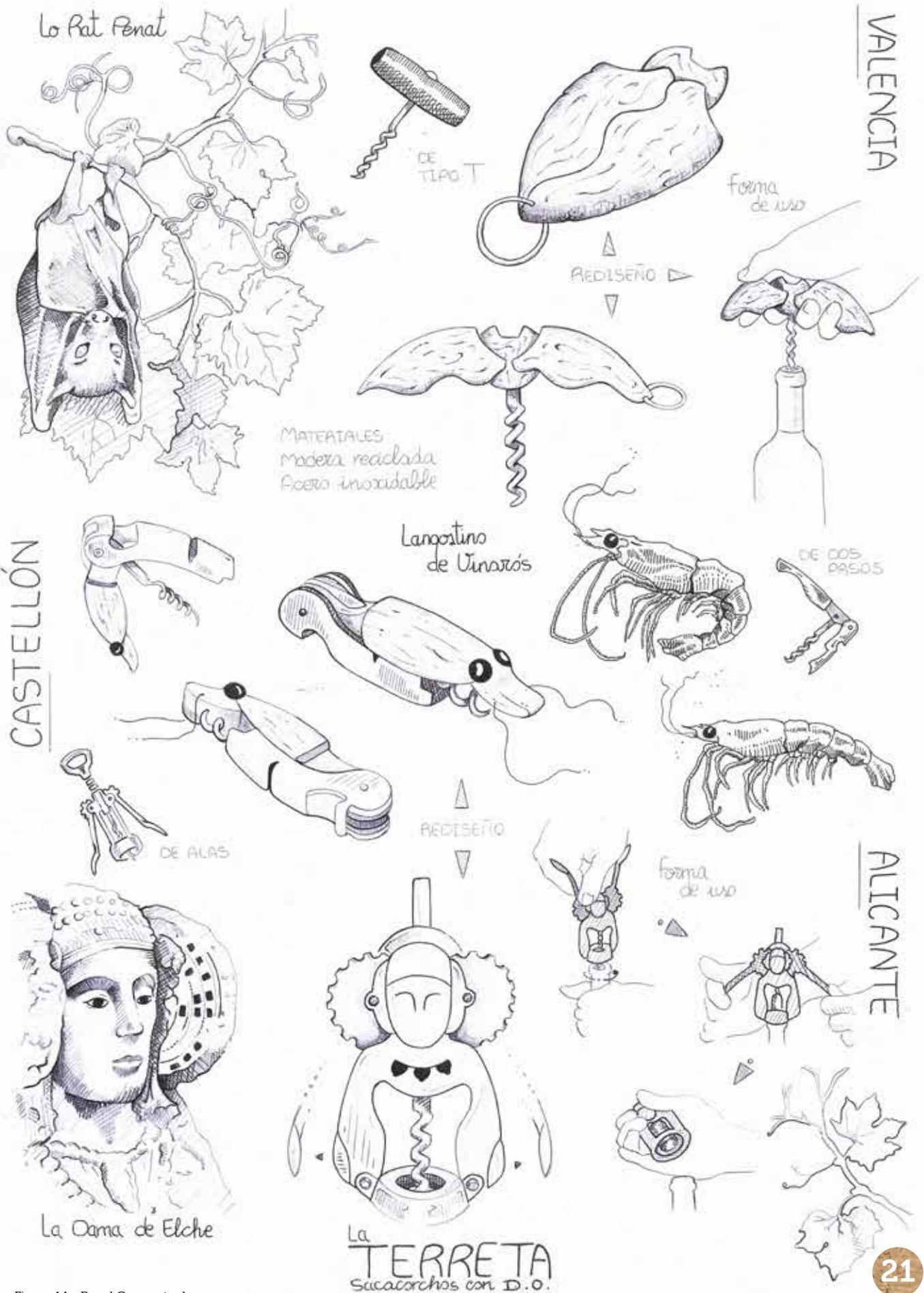


Figura 14 - Panel Conceptual

TALLA en MADERA

PROCEDIMIENTO

1. Bosquejo de la figura en papel
2. Elaboración modelo tridimensional en plastilina o arcilla
3. Trazo de los perfiles del modelo en un bloque de madera
4. Contorneado y desbaste
5. Talla de detalles
6. Limado
7. Barnizado



MATERIALES

Varada

Nogal

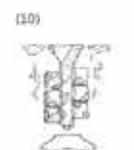
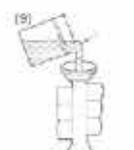
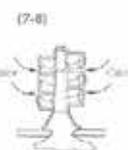
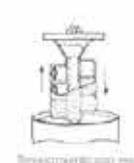
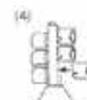
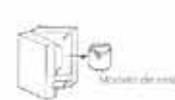
Roble



FUNDICIÓN por REVESTIMIENTO

PROCEDIMIENTO

1. Construcción del modelo en escayola o arcilla
2. Elaboración del molde en silicona
3. Replica del modelo original en cera o polímero
4. Montaje de las piezas en un arbol de fundición
5. Sumergido de la pieza en material refractario
6. Secado del molde y colocación invertida.
7. Horneado del molde para eliminar el modelo (90°C a 175°C)
8. Horneado (650°C a 1050°C) para eliminar agua y residuos
9. Fundido del metal para la pieza y colada en el molde
10. Frio el metal, destrucción del molde
11. Retirado de conductos y revisión de imperfecciones



MATERIALES Acero Inoxidable o aluminio

ACABADOS Cepillado

COLORES Negro

CONCLUSIONES

A fin de velar por la integridad del producto y la seguridad del usuario los materiales escogidos para su elaboración han sido **madera** y **acero**. La posibilidad de utilizar madera reciclada también se contempla como una solución ecológica y de valor añadido.



4.4 Experimentación

«Ya tienes alguna información. ¿Cómo quieres que sea el diseño y refleje el feedback obtenido? Mientras estás dando forma a tu idea, puedes ir al siguiente paso: la construcción de un sencillo prototipo de tu idea. Puede ser un modelo, un diagrama o un dibujo más detallado. No tengas miedo en construirlo... es muy bueno tomar unas tijeras, cartulina, cinta adhesiva y rotuladores (¡o cualquier otra cosa que te rodea!), y hacer que la idea se haga realidad... de la forma que puedas. ¡De esta manera puedes compartir tu diseño con los demás!» IDEO

5.4.1 Maquetas

Utilizando cartón y alambre como materiales constructivos se elabora una colección de maquetas que permiten desvelar las virtudes y los defectos de las propuestas bocetadas.

Murciélago

Las primeras versiones permiten comprobar como las orejas plantean un problema en la usabilidad del objeto dadas las afiladas puntas de las orejas. Las versiones que le preceden tratan de solventar esta problemática modificando la forma de las alas y el mecanismo que las acciona.



Figura 16 - Colección de maquetas del Murciélago

Esta última versión solventa los problemas ergonómicos de las versiones anteriores y ofrece a su vez un aspecto atractivo y reconocible en ambas posiciones.

4.4 Experimentación

Langostino

Tomando como referencia el clásico sacacorchos de 2 pasos se realizan estas maquetas. Dado el gran parecido del modelo original con la morfología del langostino, el rediseño se centra en modificar el mango del instrumento haciéndolo lo más parecido posible a la cabeza del referente



Figura 17 - Colección de maquetas del Langostino

La Dama

Las primeras propuestas sugieren utilizar el cuello del clásico sacacorchos de alas como el propio de la Dama de Elche. No obstante la multitud de propuestas similares en el mercado termina por descartar esta idea.



Figura 18 - Primera maquetas de la Dama

El diseño de La Dama, planteó todo un reto creativo, pues existen muchos sacacorchos que se sirven de la figura humana como recurso estético. Utilizando la máxima del diseño funcionalista; "la forma sigue a la función", se opta por utilizar los característico cilindros del tocado de la Dama de Elche como los engranajes accionadores del movimiento ascendente y descendente de la espiral.



Figura 19 - Colección de maquetas de la Dama

4.5 Evaluación

«Comparte sus ideas con tu grupo de trabajo (o con tu cliente). Obtén retroalimentación de sus reflexiones. ¡No vendas tus ideas ... tienen que saber lo que realmente piensas! Averigua lo que les emociona sobre tus ideas, y más cosas sobre lo que podrían pensar» IDEO

El proyecto tuvo el privilegio de contar con la valoración de un tribunal de profesionales artesanos, que gracias a la implicación de los profesores de la clase de Taller de Modelos y Prototipos pudieron valorar el proyecto y ofrecer su particular punto de vista.

De entre cerca de 50 propuestas, La Terreta fue seleccionada por su fuerza y originalidad conceptual para continuar con su viaje hacia la materialización. Aun con todo ello, este comité sugirió que la propuesta sería mejor valorada si contase con un carácter más innovador en cuanto a su morfología.

Estas fueron las ultimas propuestas ideadas bajo la concepción figurativa, centrada en hacer reconocible el icono de referencia.

5.4.1 Murciélago



Tres sencillas piezas unidas por dos pasadores componen el murciélago. Elaboradas por fundición ofrecen la resistencia adecuada para cumplir su función de sacacorchos. Las ondulaciones de las alas responden no solo a la singular forma del murciélago, estas coinciden con la posición que adoptan los dedos al ser utilizado.

Figura 20 - Volumétrías del Murciélago

4.5 Evaluación

5.4.2 Langostino

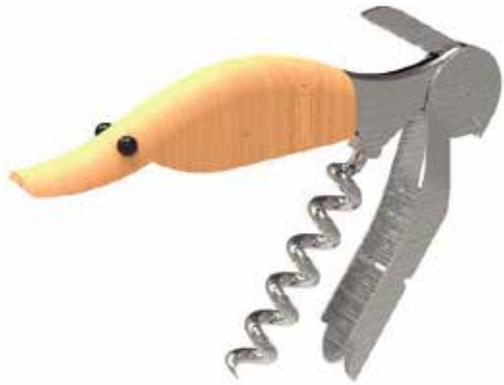


Figura 21 - Volumetrías del Langostino

5.4.3 La Dama

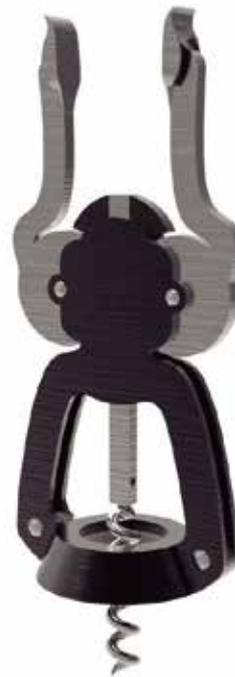


Figura 22 - Volumetrías de la Dama

4.6 Adecuación

«¡Enhorabuena con la solución de diseño alcanzada! Normalmente, siempre es bueno reconsiderar tu propuesta de diseño, basándote en la retroalimentación que recibes de la persona para la que estás diseñando.» IDEO

Teniendo muy en cuenta la valoración del centro de artesanía, el proyecto busca nuevas alternativas estéticas que ofrezcan una imagen renovada, más centrada en una la representación esencial de cada icono, sin caer en la figuración más rígida y por tanto en la evidencia.

De forma paralela a esta valoración y tras la búsqueda del artesano/a adecuado, el proyecto se presenta ante el equipo de orfebres Peris Roca, que gustosos ofrecen su ayuda para la elaboración de prototipos que reflejen de la forma más realista posible el aspecto final y los atributos que el producto debe tener.

El método productivo planteado en un principio; la fundición, es descartado por la artesana encargada de la producción, que considera dicho proceso demasiado costoso dada la carga de trabajo que maneja el taller. Puesto que la artesana ofrece su ayuda de forma altruista, de forma gustosa se aceptan sus condiciones y toda la ayuda posible. Como alternativa, propone elaborar las piezas mediante la unión de planchas de latón y metacrilato hasta crear los espesores necesarios. Aunque esta combinación de materiales no ofrece la resistencia que el sacacorchos requiere para su correcto desempeño, es un opción viable y con un buen resultado como prototipo o pieza escultórica.

Sin mayor dilación, se desarrollan nuevas propuesta ajustadas a los nuevos condicionantes .



Figura 23- Colección de maquetas de adecuación



05 SOLUCIÓN

La Terreta . Sacacorchos con D.O

5.1 Murciélago

5.1.1 Imagen Foto-realista

5.1.2 Prototipo

5.2 Langostino

5.2.1 Imagen Foto-realista

5.2.2 Prototipo

5.3 La Dama de Elche

5.3.1 Imagen Foto-realista

5.3.2 Prototipo

5.4 Colección

5.4.1 Imagen Foto-realista

5.4.2 Prototipos

5.1 Murciélago

5.1.1 Imagen Foto-realista



Detalle

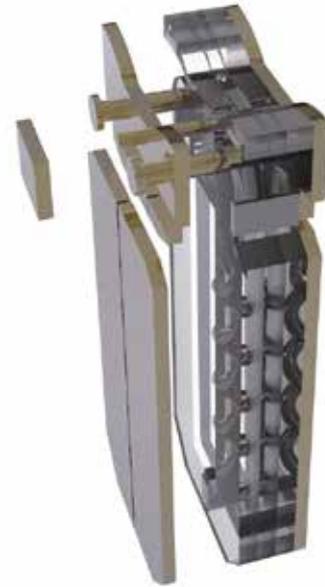


Figura 25 - Interior Murciélago



Figura 24 - Vistas Murciélago

Inspirado en la sencillez y poderosa presencia de la escultura prehispánica nace el **murciélago**, heraldo de La Terreta para la ciudad de **Valencia**. Diseño sobrio y sencillo que propone la reducción de la figura del mamífero a su mínima expresión reconocible.

Siguiendo las indicaciones de la artesana, los materiales constructivos son el latón y el metacrilato, para las piezas exteriores y para la interiores respectivamente.

Este nuevo diseño permite ser montado de forma sencilla mediante la adhesión de láminas de material, indiferentemente de su naturaleza. En él cada componente cumple una labor estética y funcional, ejemplo de ello son los ojos, que sirven de ejes para el movimiento de las alas y facilitan el reconocimiento del icono de referencia.



5.1 Murciélago

5.1.2 Prototipo



Figura 26 - Murciélago: Prototipo de metacrilato 1



Figura 27 - Murciélago: Prototipo de metacrilato 2



Figura 28 - Murciélago: Prototipo de metacrilato 3

Los prototipos han sido elaborados por el autor juntos la inestimable ayuda de Alberto Santonja Gimeno, responsable del taller de escuela. Para su construcción se han utilizado retales de metacrilato de antiguos proyectos que cortados mediante láser, permiten ofrecer una imagen muy realista del producto final y apoyo para el trabajo artesano.

Las planchas de metacrilato de los modelos manejan espesores de 0,1 y 0,2, que por adición adquieren el espesor que cada pieza requiere para permitir acoger la hélice en su interior.

Piezas

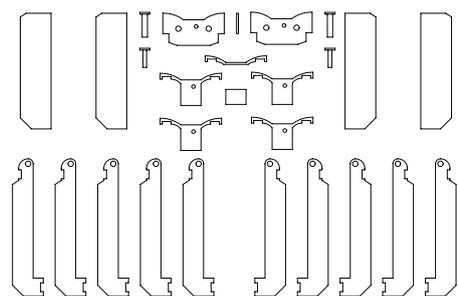


Figura 29 - Murciélago: Piezas de metacrilato

5.2 Langostino

5.2.1 Imagen Foto-realista

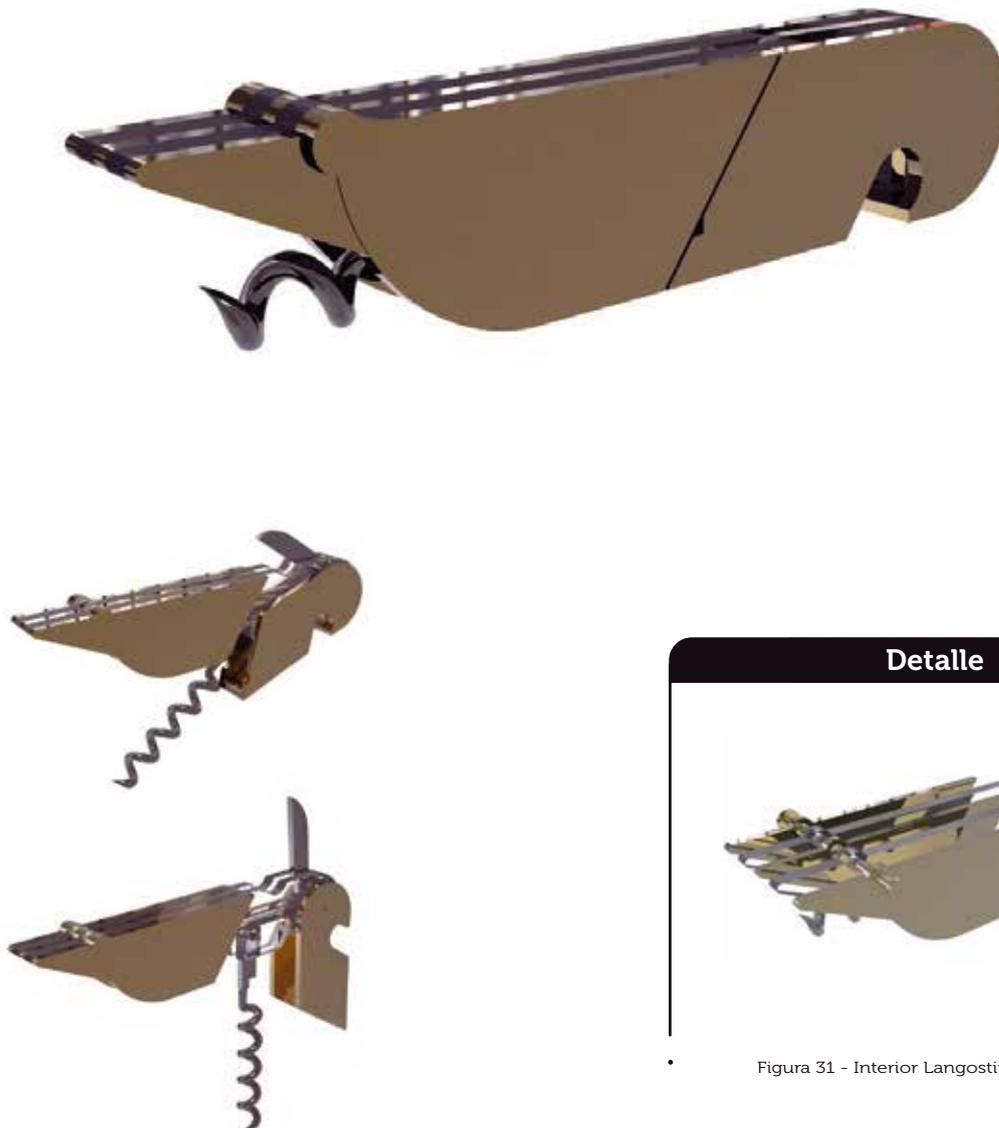


Figura 30 - Vistas Langostino

Figura 31 - Interior Langostino

El **Langostino de Vinarós**; joya de los mares de Valencia, protagonista de la paella marinera y todo un símbolo gastronómico regional, sirve ahora de representante a la tierra de **Castellón** y sus vinos.

Siguiendo la búsqueda de lo esencial, el diseño simplifica y compacta las formas del langostino conservando a su vez la suavidad de las curvas que caracterizan a la cola de este crustáceo.

Para su materialización se plantea el mismo método productivo, latón para las piezas exteriores y metacrilato para las interiores. El diseño cuenta con una pieza interior que a modo de resorte posiciona y bloquea hélice y navaja para facilitar su uso.



5.2 Langostino

5.2.2 Prototipo

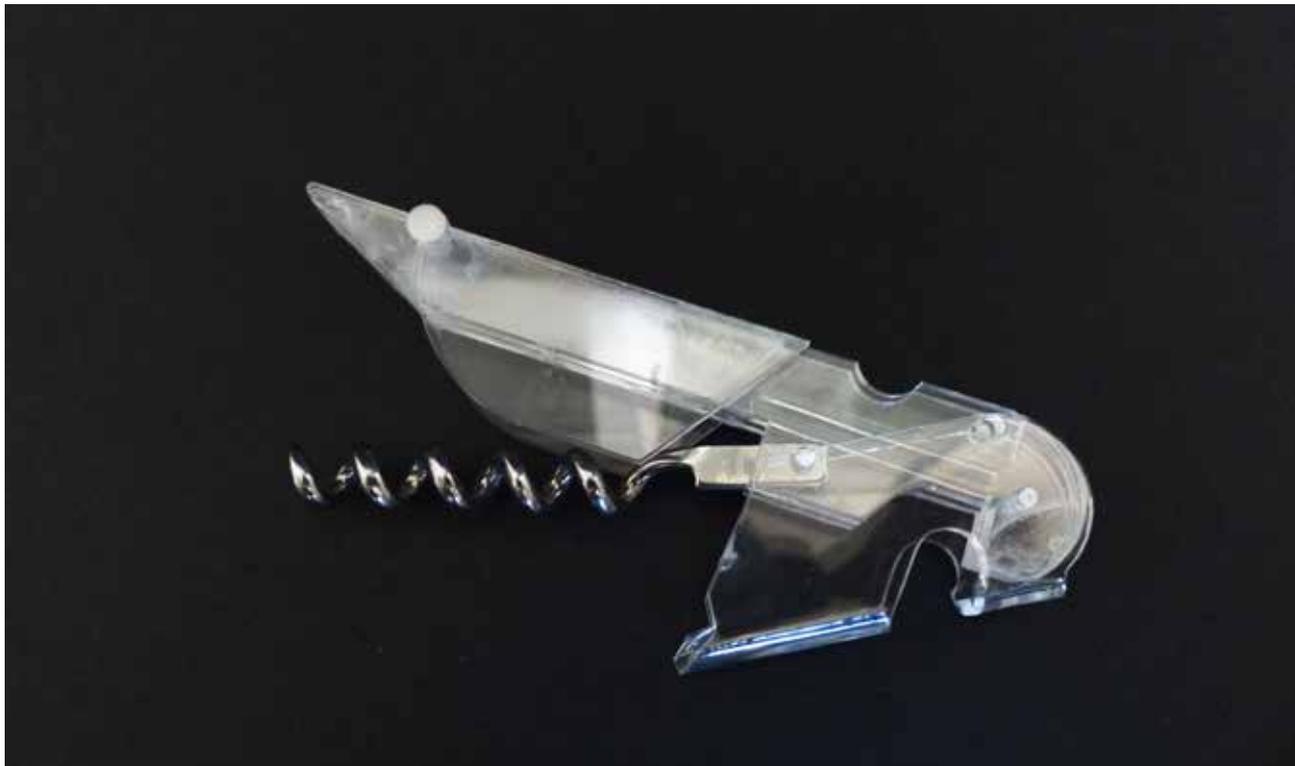


Figura 32 - Langostino: prototipo de metacrilato 1



Figura 33 - Langostino: prototipo de metacrilato 2



Figura 34 - Langostino: prototipo de metacrilato 3

Además del corte láser, se ha utilizado la impresión 3D para fabricar los remaches; que tanto en el modelo del langostino como en el del murciélago, sirven para unir el conjunto de piezas y de ojos.

A pesar de no ser modelos funcionales dada frágil condición del metacrilato, estos prototipos cumplen una gran labor como soporte visual de los modelos

Obviando la condición de los materiales suponen un reflejo muy próximo al resultado final del producto y permiten a su vez sentir el proyecto; lo que las piezas transmiten al cogerlas y enseñarlas.

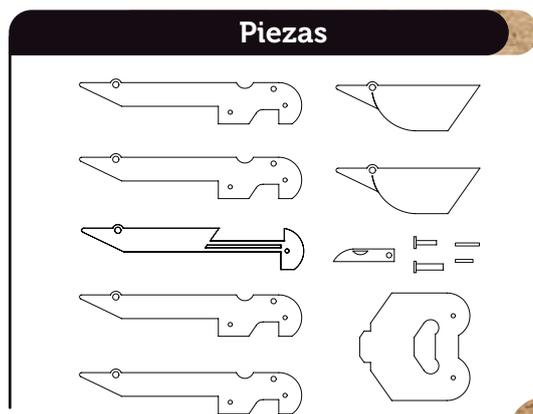


Figura 35 - Langostino: piezas de metacrilato

5.3 La Dama

5.3.1 Imagen Foto-realista



Figura 37 - Vistas La Dama

Detalle



Figura 36 - Interior La Dama



La **Dama de Elche**, recuerdo de un pasado glorioso y prospero, regresa para contar el mayor de sus secretos, **Alicante** y la virtud de sus viñas.

El diseño alude sutilmente a esta antigua escultura. El circulo central de la pieza hace de rostro y los engranajes que lo custodian representan de los emblemáticos discos de la dama. Como sustento y dotándola de un aspecto sacro, el triangulo completa la figura como si de la propia túnica se tratase.

Como peculiaridad añadida, el diseño hace visible la parte interna de engranajes; la mente de la dama, transparente y sincera, como la del humano cuando una copa de vino le acompaña.



5.3 La Dama

5.3.2 Prototipo



Figura 38 - La dama: prototipo de metacrilato 1



Figura 39 - La dama: prototipo de metacrilato 2



Figura 40 - La dama: prototipo de metacrilato 3

Para la construcción de la pieza que sirve de apoyo y abrazadera para la botella de vino, se corta primero el diseño desplegado.

Posteriormente, con la ayuda de una máquina de plegado por calor se definen los dobleces de las pestañas mediante las cuales se anclará la pieza al resto de partes.

Para modelar el radio de la abrazadera se utiliza una pistola de calor, cuando el metacrilato alcanza la temperatura adecuada, la pieza se dobla utilizando como molde una barra de madera de diámetro concreto (35 mm)

Piezas

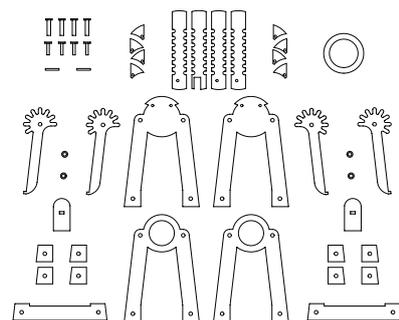


Figura 41 - La dama: piezas de metacrilato

5.4 Colección

5.4.1 Imagen Foto-realista

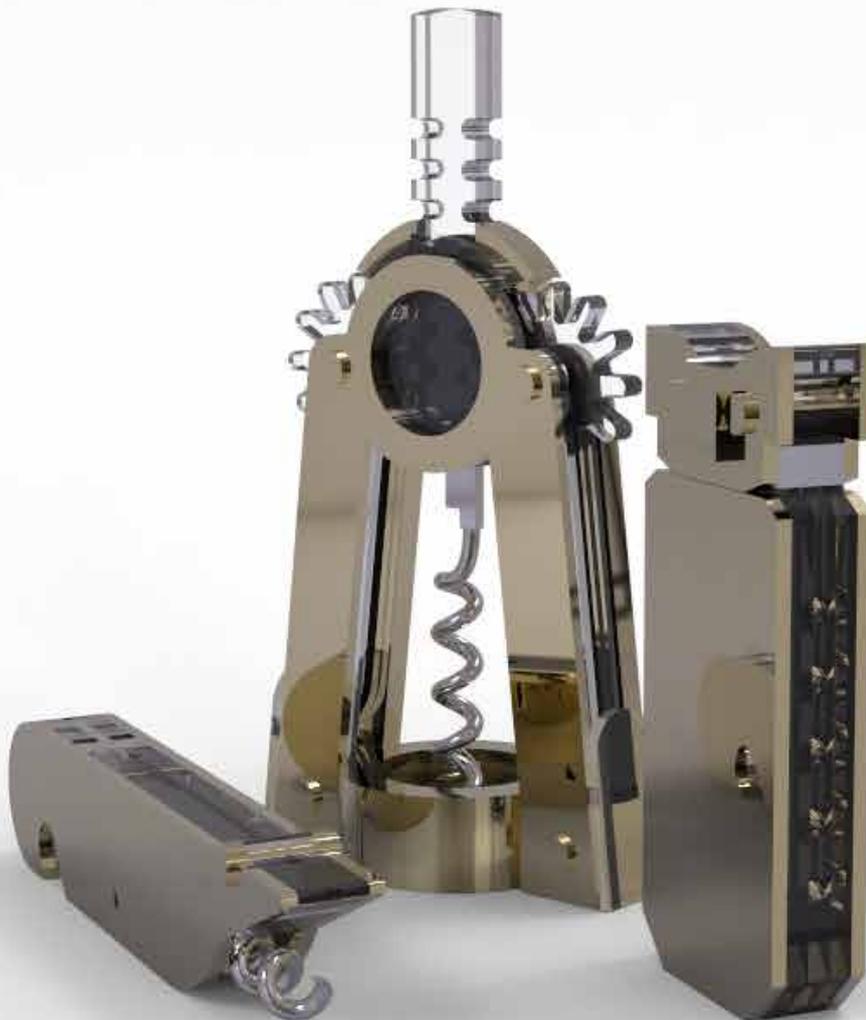


Figura 42 - Colección

Queda por tanto definido el proyecto "La Terreta. Sacacorchos con Denominación de Origen", que en su afán por servir de utilidad en la promoción de la artesanía y la cultura vinícola de la comunidad Valenciana, plantea esta colección de sacacorchos, muestra de una nueva forma de concebir el souvenir y portavoz de la importancia que estos objetos poseen como protectores de la memoria.

Habrán de ser los lectores los que estimen si esta colección merece la condición de obra arte y de objeto de diseño, y si así fuera, si cumplen con el fin último para el que se crearon, emocionar y recordar.

5.4 Colección

5.4.2 Prototipo



Figura 43 - Colección de metacrilato 1



Figura 44 - Colección de metacrilato 2



06

PRODUCCIÓN ARTESANAL

- 6.1 Contacto y proceso
- 6.2 Construcción
- 6.3 Montaje
- 6.4 Prototipo

6.1 Contacto y proceso

Utilizando como soporte la lista de artesanos del Centro de Artesanía de Valencia se realiza una exhaustiva búsqueda por el compendio de oficios artesanos que se trabajan en la comunidad.

La específica condición de los sacacorchos, determina de forma significativa el proceso de búsqueda. Se requieren las manos de alguien capaz de trabajar el metal con precisión milimétrica. Para esta honorable labor, tan solo la orfebrería se presenta como una disciplina adecuada. Tras una nueva búsqueda enfocada en este sector se elige de entre un selecto grupo de artesanos al equipo de orfebres Peris Roca, comandados por Elisa Peris Roca; cuya obra personal, su particular gusto artístico y el saber que otorga mas de 100 años elaborando joyas tradicionales, resulta la mejor de las ayudas para la materialización del proyecto.

En un primer correo electrónico, seguido de una posterior cita, se propone el proyecto al equipo de artesanos. No como un encargo que cumplir, si no como un trabajo en común, y en germinación al que dar luz y agua hasta lograr su máximo refinamiento. Para el autor, el hecho de poder trabajar en el taller junto a artesanos de tal distinguida condición ya supone el mayor de los regalos, por encima incluso del resultado final que obtenido. Durante todo momento, se trata de manifestar el deseo de aprender de la profesión y la persona que la desempeña, se facilita el consenso, el compartir ideas y diferentes puntos de vista, alternativas formales; es un trabajo en equipo.

Como fruto de muchos encuentros en el taller, artesana y diseñador comienzan a entenderse y compartir el amor por La Terreta, y por la función que ambos desempeñan en el proyecto. Es de vital importancia señalar en pos del reconocimiento personal y profesional de Elisa, que ella desde el primero momento opto por trabajar de forma altruista en el proyecto, hecho que sin duda refleja el amor transformador que profesa por su profesión y que trasciende a la recompensa económica. No puedo si no dejar constancia en estas páginas del profundo agradecimiento que siento hacia su persona y labor.

El proceso de producción entraña multitud de aspectos que tan solo la presencia y la palabra expresada en persona pueden solventar, por ello una parte muy significativa del valor de este trabajo reside en el tiempo de taller invertido en buscar los métodos que mejor sirviesen en la materialización del producto. Consultas a entendidos, ensayo y error, muchos trayectos en metro, infinidad de piezas cortadas por esa agradecida máquina láser, piezas rotas a altas horas de la noche, momentos de frustración y destellos de lucidez en los momentos más oscuros; multitud de conflictos que en el momento se presentaban como enemigos y que finalmente acabaron por tornarse maestros cuyas enseñanzas no podrían haber sido adquiridas de otra forma.

El mayor obstáculo en la materialización del proyecto fue el tiempo, pues en ocasiones resulta complejo compatibilizar la vidas y quehaceres de personas tan distintas y de prioridades tan dispares. No obstante, es bello caer en la cuenta de como el amor por un idea y el placer de llevarla acabo como única compensación siempre puede hacerse un hueco.

Aun con todo ello y pese a algunos fallos de construcción, y que el modelo en latón de La Dama no pudo ser producido (aún), el aspecto de los modelos elaborados es realmente poderoso. Sin duda, los ideales y la esencia de La Terreta brillan en estas piezas.

6.2 Construcción

Corte



Las piezas de latón se cortan utilizando como patrón las piezas de metacrilato cortadas por láser.

Figura 45 - Corte latón

Pátina



Posteriormente reciben un baño que les confiere este aspecto brillante y pulido.

Figura 46 - Pátina latón

6.2 Montaje

Composición



Las piezas de metacrilato y latón se juntan para dar forma a la partes que componen el objeto.

Figura 47 - Composición

Ensamblado



Posteriormente, las piezas se ensamblan mediante los ejes que atraviesan toda la geometría.

Figura 48 - Ensamblado

6.2 Prototipo



La
TERRETA
Sacacorchos con Denominación de Origen

Figura 49 - Prototipos de latón 1



La
TERRETA
Sacacorchos con Denominación de Origen

Figura 50 - Prototipos de latón 2

6.2 Prototipo



Figura 51 - Langostino de latón

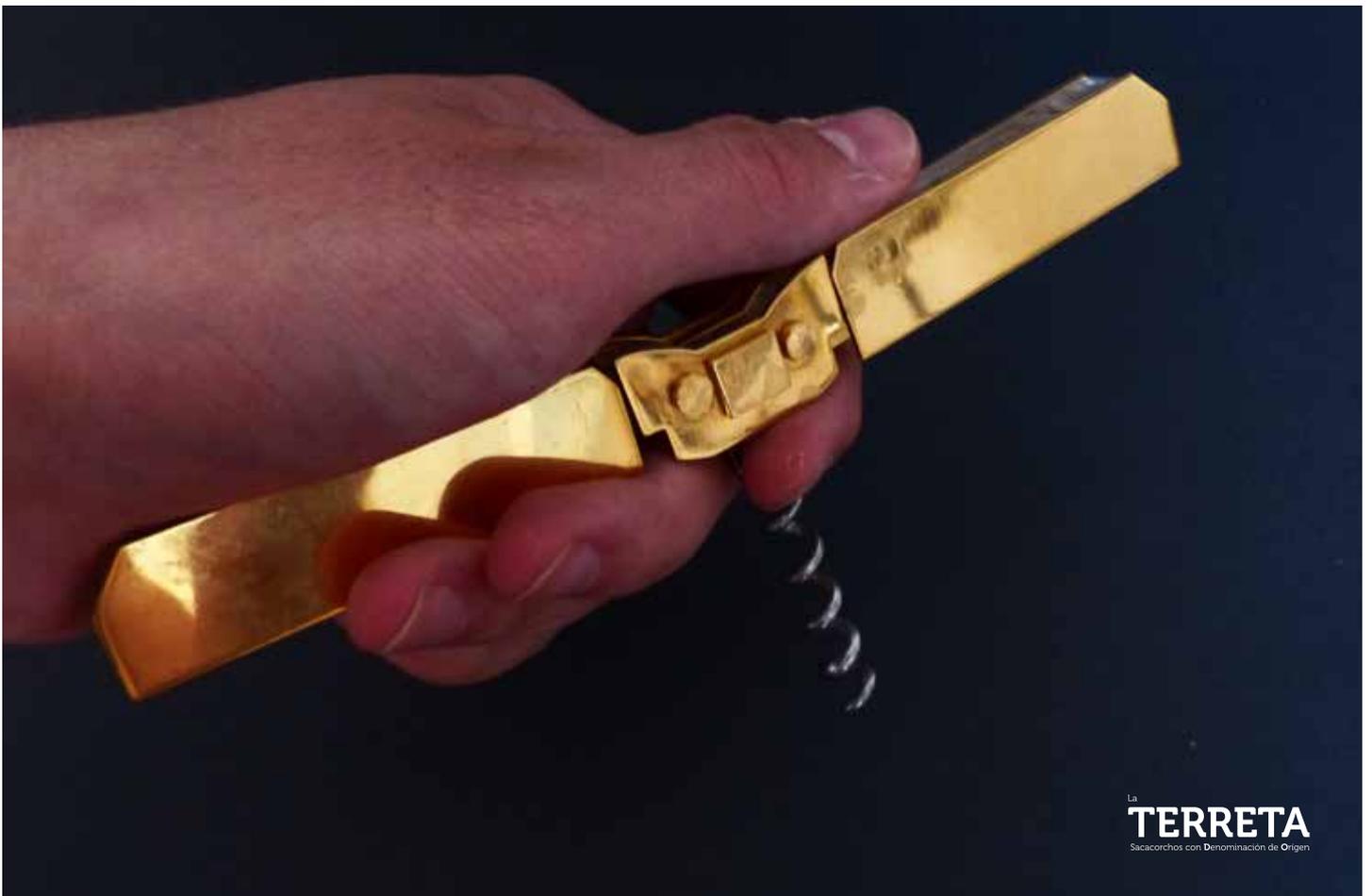
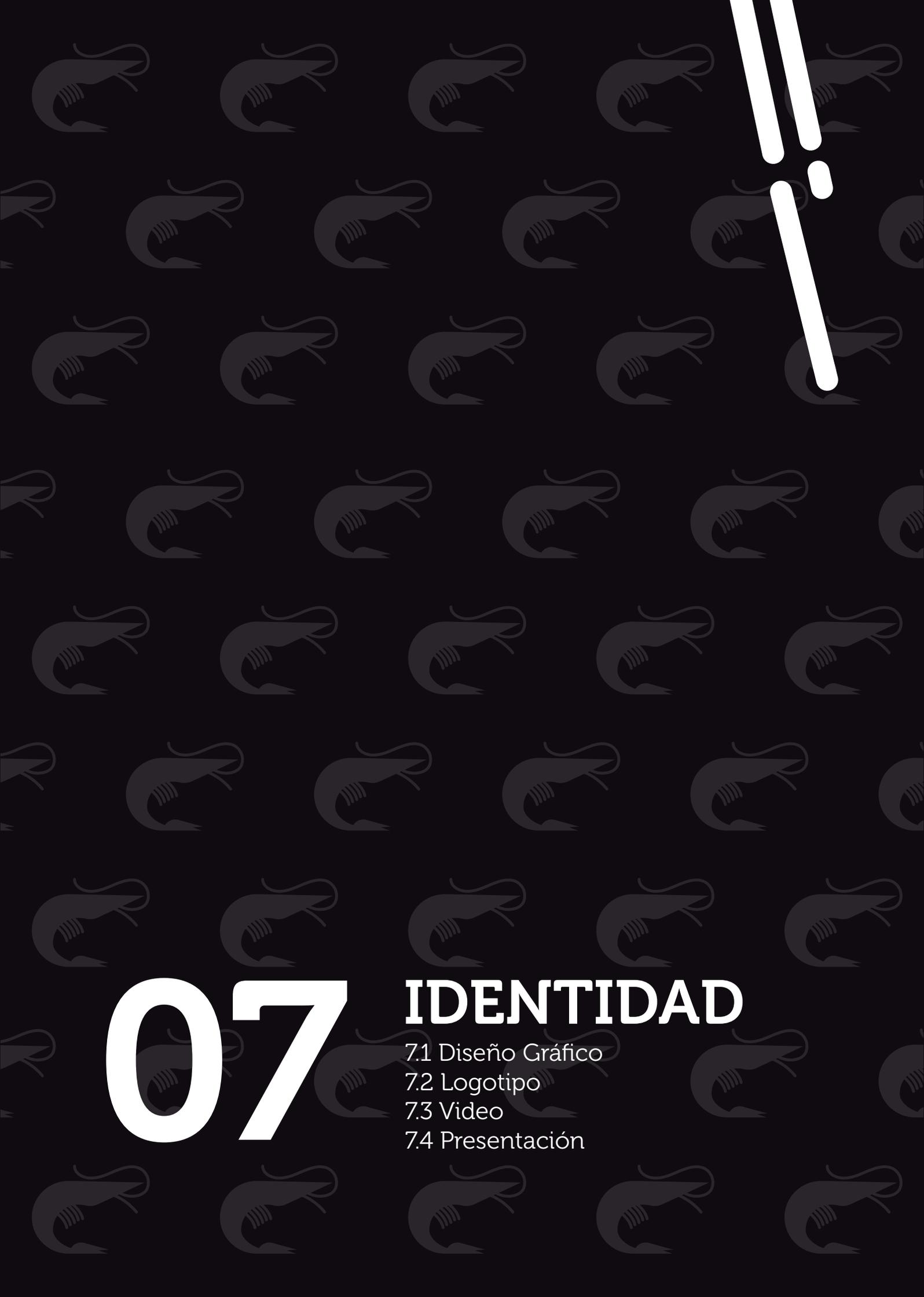


Figura 52 - Murciélago de latón



07

IDENTIDAD

7.1 Diseño Gráfico

7.2 Logotipo

7.3 Video

7.4 Presentación

7.1 Diseño Gráfico

Se elabora una colección de imágenes que sirve de identificación para cada uno de los sacacorchos y que su vez muestra el icono en el cual el producto se ha inspirado y la región a la que representa.



Figura 53 - Imágenes identificativas

7.2 Logotipo

El logotipo del proyecto se plasma con la tipografía de libre acceso MUSEO. Una fuente de ornamentación sencilla que plasma de forma eficaz y sutil el carácter folclórico del proyecto y la sencillez de las piezas.

La
TERRETA
Sacacorchos con Denominación de Origen

Figura 54 - Logotipo

7.3 Packaging

El diseño de la caja queda definido por el logotipo y la imagen identificativa de cada producto. Se busca una imagen sobria y limpia que centre la atención en el producto que contiene, que no distraiga al comprador.



Figura 55 - Packaging 1

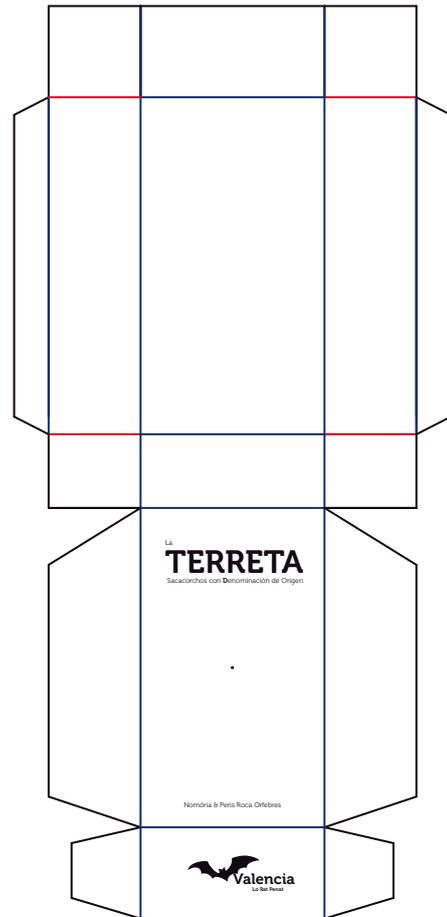


Figura 57 - Diseño packaging



Figura 56 - Packaging 2

El logotipo y la imagen se imprimen en papel de pegatina transparente, que posteriormente se pega sobre la superficie que hará de tapa.

7.3 Packaging

Para ofrecer la protección que el producto merece las cajas se rellenan de madeja de hilo. Un material biodegradable, de poco peso, bajo coste y que además ofrece la imagen sencilla y atractiva que se busca. Como primera alternativa se plantea el uso arroz, opción descartada rápidamente dado el peso que la caja adquiere y su habilidad para escapar de esta.



Figura 58 - Packaging 3



Figura 59 - Packaging 5

7.4 Video



Figura 60 - Video

<https://www.youtube.com/watch?v=NYR-2F1T2iE&feature=youtu.be>

Para reforzar la imagen y el sentido del proyecto se ha elaborado un vídeo pensado para plasmar la esencia de producto y los valores que este trae consigo. En él se muestra la historia de una chica que hace un viaje a Valencia, se ven escenas de regocijo y disfrute por la ciudad; se están forjando recuerdos gratos. La turista está buscando un souvenir que llevarse de vuelta a su hogar pero los disponibles en las clásicas tiendas no parecen convencerla. En el transcurso de su paseo pueden verse lugares y escenas que aluden directamente a los iconos de referencia, a la gastronomía de la región y a sus vinos. De forma paralela a los pasos de la viajera, en el taller se está construyendo el souvenir que ha ritmo de la música y la danza del vivir contendrá los recuerdos de su viaje y la felicidad que este trajo.

Finalmente se ve a la chica ya en su casa, abriendo el souvenir que finalmente compró y volviendo a revivir al hacerlo los bellos momentos que vivió en su viaje, como refleja su sonrisa y la fuerza con la que acerca el producto a su corazón.

7.5 Presentación

La

TERRETA

Sacacorchos con Denominación de Origen



Figura 61- Render 1



Figura 62 - Render 2

La
TERRETA
Sacacorchos con Denominación de Origen

7.5 Presentación



Figura 63 - Render 3



Figura 64- Render 4

La
TERRETA
Sacacorchos con Denominación de Origen



Figura 65 - Render 5



08

COMERCIALIZACIÓN

- 8.1 Patentes
- 8.2 Normativa
- 8.3 Precio
- 8.4 Campo de acción

8.1 Patentes

Con carácter informativo y a fin de establecer un pequeño marco de referencia para la protección de la invención, se recogen algunas de las patentes de mayor similitud registradas en la Oficina de Patentes y Marcas bajo la denominación de sacacorchos

- 1** **Nombre:** CONJUNTO DE ABREBOTELLAS, ABRIDOR Y SACACORCHOS
Numero de publicación: D0528110-10 (17.04.2018)
Solicitante: BRUCART BONICH, Marta (ES)
Consulta: <http://consultas2.oepm.es/DisenosWeb/detalle?referencia=D0528110-10>
- 2** **Nombre:** SACACORCHOS
Numero de publicación: D0521060-01 (29.04.2015)
Solicitante: KOALA INTERNACIONAL HOSTELERIA, S.L. (ES)
Consulta: <http://consultas2.oepm.es/DisenosWeb/detalle?referencia=D0521060-01>
- 3** **Nombre:** ABREBOTELLAS SACACORCHOS
Numero de publicación: D0507838-01 (26.06.2009)
Solicitante: COMPAÑÍA INTERNACIONAL DE FABRICANTES DE RECLAMOS Y AFINES, S.L. (ES)
Consulta: <http://consultas2.oepm.es/DisenosWeb/detalle?referencia=D0507838-01>
- 4** **Nombre:** SACACORCHOS
Numero de publicación: D0501323-01 (16.07.2005)
Solicitante: EXCLUSIVES XUQUER, S.L. (ES)
Consulta: <http://consultas2.oepm.es/DisenosWeb/detalle?referencia=D0501323-01>
- 5** **Nombre:** SACACORCHOS DE BOLSILLO
Numero de publicación: I0157841 (16.03.2004)
Solicitante: PATRICK S.R.L. (IT)
Consulta: <http://consultas2.oepm.es/DisenosWeb/detalle?referencia=I0157841>
- 6** **Nombre:** SACACORCHOS
Numero de publicación: I0156926 (01.01.2004)
Solicitante: GARZA CASTELLANA, S.L. (ES)
Consulta: <http://consultas2.oepm.es/DisenosWeb/detalle?referencia=I0156926>
- 7** **Nombre:** SACACORCHOS DESCAPSULADOR.
Numero de publicación: I0157749 (16.06.2004)
Solicitante: CASTEDO GOMEZ, ANDRES EMILIANO (ES)
Consulta: <http://consultas2.oepm.es/DisenosWeb/detalle?referencia=I0157749>
- 8** **Nombre:** SACACORCHOS
Numero de publicación: I0153612 (01.12.2002)
Solicitante: WENF INTERNATIONAL ADVISERS LIMITED (GB)
Consulta: <http://consultas2.oepm.es/DisenosWeb/detalle?referencia=I0153612>
- 9** **Nombre:** SACACORCHOS
Numero de publicación: I0156234 (16.06.2003)
Solicitante: INICIATIVAS BARCELONESAS DE OBJETOS DE REGALO, S.L. (IBOR, S.L.) (ES)
Consulta: <http://consultas2.oepm.es/DisenosWeb/detalle?referencia=I0156234>
- 10** **Nombre:** SACACORCHOS
Numero de publicación: I0153127 (16.11.2002)
Solicitante: B. OLAÑETA Y JUARISTI, S.A. (ES)
Consulta: <http://consultas2.oepm.es/DisenosWeb/detalle?referencia=I0153127>
- 11** **Nombre:** CACHAS PARA SACACORCHOS
Numero de publicación: I0143004 (16.10.1998)
Solicitante: TRASPUESTO MIGUEL, FRANCISCO (ES)
Consulta: <http://consultas2.oepm.es/DisenosWeb/detalle?referencia=I0143004>

8.2 Normativa

Según la resolución de 6 de marzo de 2006, de la Dirección General de Desarrollo Industrial, se publica la relación de normas UNE aprobadas por AENOR en la cual se acoge la que resuelve las consideraciones a tener en cuenta para el desarrollo de sacacorchos.

UNE-EN 14887:2006 Envases de vidrio. Sacacorchos. Requisitos generales.

Esta norma europea establece los requisitos generales para el diseño de todos los tipos de sacacorchos.

norma española

UNE-EN 14887

Febrero 2006

TÍTULO	Envases de vidrio Sacacorchos Requisitos generales <i>Glass packaging. Cork removal devices. General requirements.</i> <i>Emballages en verre. Tire-bouchons. Exigences générales.</i>
CORRESPONDENCIA	Esta norma es la versión oficial, en español, de la Norma Europea EN 14887 de noviembre de 2005.
OBSERVACIONES	
ANTECEDENTES	Esta norma ha sido elaborada por el comité técnico AEN/CTN 93 <i>Consumidores</i> cuya Secretaría desempeña AENOR.

Figura 21 - Volumetrías del Langostino

EXTRACTO DEL DOCUMENTO UNE-EN 14887

Editada e impresa por AENOR
Deposito legal: M 5117:2006

© AENOR 2006
Reproducción prohibida

LAS OBSERVACIONES A ESTE DOCUMENTO HAN DE DIRIGIRSE A:

AENOR

C Génova, 6
28004 MADRID-España

Asociación Española de
Normalización y Certificación

Teléfono 91 432 60 00
Fax 91 310 40 32

7 Páginas

Grupo 8

Figura 66 - Norma UNE

8.3 Precio

Establecer un valor para el producto no resulta una tarea sencilla. El precio de 50 euros por pieza que se plantea en el briefing parecía irrisorio a ojos de la artesana. Considera que tan solo el coste del trabajo realizado sumado al precio de los materiales ya sobrepasa con creces este precio.

Una posterior conversación con ella sirvió para entender que el trabajo con metales no puede ser comparado con el de otros materiales, como por ejemplo la cerámica, que contempla un mayor margen de ensayo y error dado su bajo coste y fácil manipulación. Es por ello, entre otros motivos, que la orfebrería es una disciplina que maneja precios tan elevados.

Aun con todo ello, y dado que la gran mayoría de los componentes fueron trabajados en el taller de la universidad y aprovechando retales sobrantes de metacrilato, se consigue estimar un precio simbólico de 65 euros para el prototipo. Que aunque no cumple con el briefing, se aproxima mucho más al precio superior a 100 Euros que se plantea al inicialmente.

Aun con ello, se elabora una tabla de precios que recoge los costes del producto si se compran materiales nuevos.

COSTE DE LOS MATERIALES

POR UNIDAD		MURCIÉLAGO							
		1 Sacacorchos		3 Sacacorchos		5 Sacacorchos		10 Sacacorchos	
		Necesario	Precio	Necesario	Precio	Necesario	Precio	Necesario	Precio
Materiales Necesarios	Latón	27,9 x 21 cm	12,48	27,9 x 21 cm	12,48	27,9 x 21 cm	12,48	27,9 x 21 cm	12,48
	Metacrilato	27,9 x 21 cm	3,84	27,9 x 21 cm	3,84	27,9 x 21 cm	3,84	27,9 x 21 cm	3,84
	Pátina	27,9 x 21 cm	25	27,9 x 21 cm	25	27,9 x 21 cm	25	27,9 x 21 cm	25
Precios	Cartomat	1 caja	0,7	3 cajas	2,1	5 cajas	2,5	10 cajas	5
	Tot		42,02 €		43,42 €		43,82 €		46,32 €
	Por UD		42,02 €		14,47 €		8,76 €		4,63 €

Tabla 2 - Precio materiales por unidad

POR COLECCIÓN		Packs (1 Pack es el conjunto de los 3 sacacorchos)							
		1 Pack		3 Pack		5 Pack		10 Pack	
		Necesario	Precio	Necesario	Precio	Necesario	Precio	Necesario	Precio
Materiales Necesarios	Latón	27,9 x 21 cm	12,48	27,9 x 21 cm	12,48	27,9 x 21 cm	12,48	27,9 x 21 cm	12,48
	Metacrilato	27,9 x 21 cm	3,84	27,9 x 21 cm	3,84	27,9 x 21 cm	3,84	27,9 x 21 cm	3,84
	Pátina	27,9 x 21 cm	25	27,9 x 21 cm	25	27,9 x 21 cm	25	27,9 x 21 cm	25
Precios	Cartomat	3 cajas	2,1	9 cajas	5,4	15 cajas	7,5	30 cajas	15
	Tot		43,42 €		46,72 €		48,82 €		56,32 €
	Por UD		14,47 €		5,19 €		3,25 €		1,88 €

Tabla 3 - Precio materiales por colección

PRECIO POR UNIDAD

MURCIÉLAGO (1 UD)			
Precio trabajo Artesanal	Trabajo	30	72,02
	Materiales	42,02 €	
Comision de la Tienda	20%		14,40
Royaltis	3%		2,16
Precio Bruto			88,58
Precio con I.V.A (21%)			107,19

Tabla 4 - Precio por unidad

MURCIÉLAGO (3 UD)			
Precio trabajo Artesanal	Trabajo	90,00	133,42
	Materiales	43,42	
Comision de la Tienda	20%		26,68
Royaltis	3%		4,00
Precio Bruto			164,11
Precio con I.V.A (21%)			198,57
Precio por Unidad			66,19

MURCIÉLAGO (10 UD)			
Precio trabajo Artesanal	Trabajo	150,00	133,82
	Materiales	43,82	
Comision de la Tienda	20%		26,76
Royaltis	3%		5,81
Precio Bruto			213,40
Precio con I.V.A (21%)			258,46
Precio por Unidad			25,85

Tabla 6 - Precio varias unidades

PRECIO COLECCIÓN

Pack (3 Sacacorchos)			
Precio trabajo Artesanal	Trabajo	90	133,42
	Materiales	43,42 €	
Comision de la Tienda	20%		26,68
Royaltis	3%		4,00
Precio Bruto			164,11
Precio con I.V.A (21%)			198,57

Tabla 5 - Precio por colección

Pack (9 Sacacorchos)			
Precio trabajo Artesanal	Trabajo	270,00	133,72
	Materiales	46,72	
Comision de la Tienda	20%		53,34
Royaltis	3%		9,50
Precio Bruto			388,57
Precio con I.V.A (21%)			470,37
Precio por Unidad			52,37

Pack (15 Sacacorchos)			
Precio trabajo Artesanal	Trabajo	450,00	488,82
	Materiales	48,82	
Comision de la Tienda	20%		97,76
Royaltis	3%		14,56
Precio Bruto			611,95
Precio con I.V.A (21%)			740,39
Precio por Unidad			82,89

Tabla 7 - Precio varias colecciones

8.3 Campo de acción

Baronía de Turis es un gran ejemplo de adaptación, la compañía ha sabido amoldarse a los gustos del consumidor y los nuevos tiempos que corren manteniendo en todo momento la personalidad y el estilo de la tierra de Valencia. Para ello se sirve del diseño y la creatividad como herramientas de valorización, y para las cuales la empresa no duda en hacer una gran inversión. Como muestra de ello, el proyecto Sun Fusiona, curiosamente muy similar a La Terreta. Por esa razón esta bodega constituye un importante cliente al que ofrecer el producto terminado.



Figura 67 - Valencia SUN

VALENCIA SUN FUSIONA TRADICIÓN, ORIGEN, CULTURA Y ARTESANÍA

«Valencia Sun es uno de nuestros proyectos más ambiciosos y todo un homenaje a Valencia y sus fiestas, las Fallas. En él aunamos tradición, cultura y artesanía, apostando, a su vez, por uno de nuestros productos estrella, como es la mistela de moscatel» Baronía de Turis

Bodas, bautizos, comuniones...

Para tus celebraciones, bodas, bautizos, comuniones, obsequio de fallas, regalos de empresa... desde la Baronía de Turis, ponemos a tu disposición una amplia variedad de nuestros productos, vinos, crianzas y aceites de oliva virgen de nuestra cooperativa. Ofrecemos diferentes estrozos desde 187 ml, 375 ml, 500 ml o la botella normal de 750 ml, y calidades para ajustarse a todos los presupuestos.

Con estrozos para cada opción o diferentes envoltorios, red argentera, sacos de tel. de tela... y pudiendo personalizarse para cuidar todos los detalles.

Solista informaciones y presupuesto en:
FINUDA
 Tel: +34 962 230 010 Bofo
 tienda@baroniadeturis.es

Figura 68 - Regalos Baronía

La bodega cuenta con un servicio de obsequios para eventos, dentro del cual la colección de sacacorchos desarrollada puede contar con un sitio de relevancia, dadas sus dimensiones y su condición de regalo y souvenir.

<https://baroniadeturis.es/celebraciones/>

Esta selección de vinos denominación de origen bien podrían ser acompañada de la colección de sacacorchos como merchandising de la bodega y de sus vinos.



Figura 69 - Henri Marc

01 Henri Marc

Denominación de origen: Valencia
Tipo de vino: Vino Tinto
Variedad de uva: Shiraz
Grado alcohólico: 13,5%

02 Henri Marc

Denominación de origen: Valencia
Tipo de vino: Tinto Envejecido
Variedad de uva: Merlot
Grado alcohólico: 13%

03 Henri Marc

Denominación de origen: Valencia
Tipo de vino: Blanco Envejecido
Variedad de uva: Malvasia
Grado alcohólico: 12%

8.3 Campo de acción

Torre Oria es una bodega de arraigado origen valenciano. Fue recuperada tras un periodo de crisis por la compañía mercadona y hoy día puede encontrarse en supermercados a un precio muy asequible, sin detrimento a su calidad, lo que le permite posicionarse muy próxima al público joven.

No obstante, la imagen de la empresa parece un tanto anclada en el grafismo de la enología mas tradicional. La marca evoca a través de su imagen la leyenda, cultura y tradición de Valencia, hecho que queda de manifiesto en el propio eslogan "Vinos y cavas de leyenda". Aunque existe toda una fundamentación tras esta imagen, esta sigue muy vinculada al sentido más tradicional y quizás anticuado del vino. Desde fuera, el producto se percibe como desfasado, incluso amargo.

Por ello, parece lícito el plantear a la compañía reforzar su imagen e incluso actualizarla ofreciendo como complemento a sus vinos los sacacorchos de La Terreta. Esta unión puede ofrecer a estos vinos, ya de por si valiosos, un valor añadido que acerque el producto y lo haga más interesante a ojos del consumidor e incluso de los turistas.



Figura 70 - Torre Oria

De la gran variedad de vinos con los que cuenta la compañía se han escogido tres colecciones de carácter muy diferenciado y que bien pueden contar con el apoyo de algunos de los héroes y heroínas de La Terreta para su florecer. De forma similar a la propuesta anterior, los sacacorchos también pueden acompañar de forma individual a cada botella.



Figura 71 - Varietales

Varietales

Denominación de origen: Valencia
Tipo de vino: Varietales



Figura 72 - Premium

Premium

Denominación de origen: Valencia
Tipo de vino: Tinto



Figura 73 - Envejecido

Envejecido

Denominación de origen: Valencia
Tipo de vino: Envejecido

8.3 Campo de acción

Supone todo un privilegio y una gran oportunidad contar con una empresa valenciana que apueste de forma tan significativa por el diseño como herramienta de cambio, especialmente cuando se trata de iniciativas tan particulares y afines a los ideales de este proyecto en cuanto a la promoción de la bondades de las provincias valencianas y la labor artesana en cada una de ellas.

El equipo de Vicente Gandía busca contribuir a través de su destreza en la elaboración de vinos en la difusión concreta y específica de las tres comunidades vinícolas de la comunidad. Para ello ha desarrollado tres botellas de vino elaboradas con uvas hijas de la tierra de Castellón, Alicante y Valencia. Para cada una de ellas ha ideado una botella particular, dotada de una imponente carga emocional fruto de la unión del diseño contemporáneo y tradicional. Sin duda, La Terreta parece casi hecha para esta colección, pues encaja perfectamente con la propuesta y los ideales que propone.

Actualmente, el proyecto se halla en vías de negociación con esta bodega.



Figura 74 - Cerámica

Cerámica

Denominación de origen: Castellón
Tipo de vino: Vino Tinto
Variedad de uva: Shiraz, Merlot, Cabernet Sauvignon y Garnacha
Grado alcohólico: 13%

«Bodegas Vicente Gandía rinde un homenaje a Castellón combinando la artesanía cerámica con el arte del castellonense Ripollés, elaborando un nuevo vino al amparo de los Vinos de la Tierra de Castellón con el que completa su presencia en el conjunto de la Comunidad Valenciana»
Vicente Gandía



Figura 75 - Puerto Alicante

Puerto Alicante

Denominación de origen: Alicante
Tipo de vino: Tinto Varietal
Variedad de uva: 100% Monastrell
Grado alcohólico: 13%

«El puerto fusiona el mar mediterráneo con una ciudad marinera, hospitalaria y de gran belleza, tierra de grandes vinos. En Alicante se disfruta de la luz, la brisa, el azul de su cielo y su excelente gastronomía» Vicente Gandía

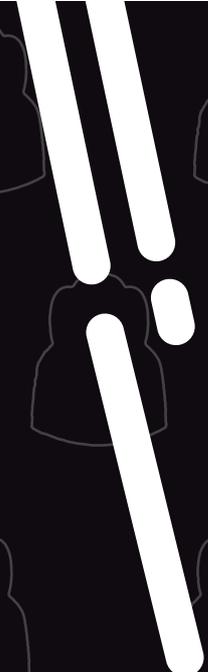


Figura 76 - UVA Pirata

UVA Pirata

Denominación de origen: Valencia
Tipo de vino: Tinto de Autor
Variedad de uva: 100% Petit Merlot
Grado alcohólico: 13%

«Todos tenemos nuestro lado pirata, como nuestro enólogo Fernando Freire que es discreto y formal pero que no dudó en navegar por los mares vinícolas para descubrir el varietal más pirata, la Petit Verdot» Vicente Gandía



09

CONCLUSIONES

09. Conclusiones

Permitanme los lectores, y pese a tratarse de un trabajo de carácter académico compartir mis mas sentidas reflexiones en lo referente al proyecto que aquí se presenta.

Mi intención desde el primer momento en el que la idea de La Terreta comenzó a aflorar fue la de ofrecer, fiel a lo aprendido durante estos años, un diseño que al margen de poder ser o no catalogado como bello, sirviese ante todo para resolver de la mejor forma posible una necesidad real, y poner a disposición todo cuando habita en mi para que pudiese materializarse.

Desde que comencé adquirir mayor gusto y destreza por el diseño, mi principal afán y propósito ha sido y será, el de contribuir en la mejora de la vida a través de lo más bello que poseo y que mejor refleja quien soy; la creatividad y el profundo sentido de plenitud y satisfacción que siento cuando puede servirme de ella para un fin mayor que mi propia satisfacción, el de ayudar.

Durante este largo proceso creativo; que a ojos del presente ahora se hace pequeño, y durante la continua búsqueda de soluciones a la oleada de circunstancias a resolver que el proyecto ha supuesto, he podido aprender infinidad de lecciones sobre mi, mis inquietudes más sinceras, mis enemigos mas arraigados y sobre todo acerca de la profesión que he estudiado y como deseo enfocarla en términos futuros.

A nivel personal, el mayor de los presentes se ha encontrado no en el resultado final; lugar al que siempre nos obligan a mirar, si no en el camino recorrido y en todo lo hallado en su caminar. Pues para que el proyecto cuente con el aspecto que esta memoria presenta, se tuvieron que superar infinidad de cuestiones de todas las índoles; técnicas, comunicativas, personales y creativas en las que el arrojo por ofrecer un resultado profesional y la continua actitud de aprendizaje jugaron un papel decisivo. Para este trabajo final de grado quería especialmente poder ahondar en el proceso creativo, trascender el dibujo y sumergirme en la labor de materializar la idea, quizás la mas complicada de las tareas. Dicho proceso me ha servido para poner a prueba multitud de aspectos que una persona de bien y un ingeniero en diseño industrial debe tener.

Meticulosidad en el hacer, comunicación efectiva, liderazgo, escucha, conocimientos tecnológicos contemporáneos, capacidad para delegar y a la vez supervisar, observar, afán de superación, espíritu apasionado y humildad; sobre todo humildad, pues cuando se trabaja con personas de las que depende tu trabajo y no tienen por qué ayudarte, la amabilidad y el interés real por la persona son de gran valor. El no desfallecer pese a la vicisitudes, mantener el foco en el objetivo y confiar; termino que quizás pueda sonar poco profesional, dado este tiempo en los que la individualidad es tan valorada. Hablo de confiar en uno mismo, pero también en el compañero y la buena voluntad que siempre se manifiesta cuando se trabaja desde la sinceridad y el esfuerzo.

Durante todo este proceso la figura de Raúl Durá Alcazar, tutor de este proyecto, ha supuesto una ayuda inconmensurable, dada su cercanía y experiencia real como diseñador llevada al aula. Un referente personal como ejemplo de liderazgo, docencia, emprendimiento y diseño; «no como adjetivo calificativo».⁵

Por todo ello, concluyo este informe agradeciendo a todos los que hicieron posible este proyecto y que con su apoyo me ayudaron a definir la persona y profesional que aspiro a ser. El proyecto continua.



Figura 77- Amanece en La Terreta

⁵
Raúl Durá Alcazar



10

BIBLIOGRAFÍA

Libros

El Diseño Emocional. Por que nos gustan (o no) las objetos cotidianos

Donald A. Norman

Lo útil, lo inútil y la utilidad de lo inútil. El souvenir como objeto marginal entre Arte y Diseño

C. Andrés Petit-Laurent y Eugenio Bargaño

The meaning of Things: Domestic symbols and the self

Mihaly Csikszentmihalyi y Eugene Rochberg-Halton

Historia del Diseño

Renato de Fusco

Las gárgolas de La Lonja de Valencia

Ricardo Bellveser

SolidWorks 2018

Gaspar Rodriguez Jimenez y Francisco Javier Alonso Sánchez

Web

Oficina de Marcas y Patentes

<http://www.oepm.es/es/index.html>

UNE - Asociación Española de Normalización

<https://www.une.org/>

Aenor

<https://www.aenor.es/>

Vicente Gandía

<https://www.vicentegandia.es/>

Baronía de Turis

<https://www.baroniadeturis.es/>

Torre Oria

<https://www.torreoria.com/es/>

IDEO

<https://www.ideo.com/>

Pinterest

<https://es.pinterest.com/>

Freepick

<http://www.freepick.com/>

Flaticon

<http://www.flaticon.com/>

Pexel

<http://www.pexel.com/>

Índice de Imágenes

- Figura 1. Estudio de Mercado
- Figura 2. Análisis sectorial
- Figura 3. Mood Board
- Figura 4. Ideación 1
- Figura 5. Ideación 2
- Figura 6. Ideación 3
- Figura 7. Ideación 4
- Figura 8. Ideación 5
- Figura 9. Ideación 6
- Figura 10. Bocetos Murciélago
- Figura 11. Bocetos Langostino
- Figura 12. Bocetos Dama
- Figura 13. Panel Explicativo
- Figura 14. Panel Conceptual
- Figura 15. Panel Productivo
- Figura 16. Colección de maquetas del Murciélago
- Figura 17. Colección de maquetas del Langostino
- Figura 18. Primera maquetas de la Dama
- Figura 19. Colección de maquetas de la Dama
- Figura 20. Volumetrías del Murciélago
- Figura 21. Volumetrías de la Dama
- Figura 22. Volumetrías de la Dama
- Figura 23. Colección de maquetas de adecuación
- Figura 24. Vistas Murciélago
- Figura 25. Interior Murciélago
- Figura 26. Murciélago: Prototipo de metacrilato 1
- Figura 27. Murciélago: Prototipo de metacrilato 2
- Figura 28. Murciélago: Prototipo de metacrilato 3
- Figura 29. Murciélago: Piezas de metacrilato
- Figura 30. Vistas Langostino
- Figura 31. Interior Langostino
- Figura 32. Langostino: prototipo de metacrilato 1
- Figura 33. Langostino: prototipo de metacrilato 2
- Figura 34. Langostino: prototipo de metacrilato 3
- Figura 35. Langostino: piezas de metacrilato
- Figura 36. Interior La Dama
- Figura 37. Vistas La Dama
- Figura 38. La dama: prototipo de metacrilato 1
- Figura 39. La dama: prototipo de metacrilato 2
- Figura 40. La dama: prototipo de metacrilato 3
- Figura 41. La dama: piezas de metacrilato
- Figura 42. Colección
- Figura 43. Colección de metacrilato 1
- Figura 44. Colección de metacrilato 2
- Figura 45. Corte latón
- Figura 46. Pátina latón
- Figura 47. Composición
- Figura 48. Ensamblado
- Figura 49. Prototipos de latón 1
- Figura 50. Prototipos de latón 2

Índice de Imágenes

- Figura 51. Langostino de latón
- Figura 52. Murciélago de latón
- Figura 53. Imágenes identificativas
- Figura 54. Logotipo
- Figura 55. Packaging 1
- Figura 56. Packaging 2
- Figura 57. Diseño packaging
- Figura 58. Packaging 3
- Figura 59. Packaging 5
- Figura 60. Video
- Figura 61. Render 1
- Figura 62. Render 2
- Figura 63. Render 3
- Figura 64. Render 4
- Figura 65. Render 5
- Figura 66. Norma UNE
- Figura 67. Valencia SUN
- Figura 68. Regalos Baronía
- Figura 69. Henri Marc
- Figura 70. Torre Oria
- Figura 71. Varietales
- Figura 72. Premium
- Figura 73. Envejecido
- Figura 74. Cerámic
- Figura 75. Puerto Alicante
- Figura 76. UVA Pirata
- Figura 77. Amanece en la Terreta

Índice de Tablas

- Tabla 1. Tabla de interpretación
- Tabla 2. Precio materiales por unidad
- Tabla 3. Precio materiales por colección
- Tabla 4. Precio por unidad
- Tabla 5. Precio por colección
- Tabla 6. Precio varias unidades
- Tabla 7. Precio varias colecciones



Al eterno apoyo de mis padres, que nunca dudaron de mi, ni aún en los caminos más angostos.

Al espíritu viajero de mi hermana Andrea, que me ha ayudado a mirar con ojos distintos este lugar, como si de un nuevo paisaje se tratase.

Al amor de mi pareja Lucía, musa, guía, compañera y fuente de inagotable inspiración, en este proceso artístico de vida y creación.

A Raúl Durá Alcazar, por traer a las aulas y a mi vida, la muestra de que un porvenir prospero como diseñador es posible.

A Alberto Santonja Gimeno, cuya enseñanza y consejos se grabaron en el metacrilato.

A los orfebres de Peris Roca, por la impagable bondad de su manos.

A la fuerza invisible que ha movido mis pasos hasta este esperado día.

Y en memoria de los recuerdos escondidos, pero no olvidados de mi abuela Piedad.

11

AGRADECIMIENTOS