

P U F L H T
D E S I G N
M F B N J S
U L I K R D

TRABAJO DE FIN GRADO

ESCUELA DE ARQUITECTURA, INGENIERIA Y DISEÑO

ESENA RODIONOVA

ESPACIO DE CREACIÓN Y ENCUENTRO DE CREADORES Y PRODUCTORES

PROYECTO DE INTERVENCIÓN Y MODIFICACIÓN INTERIOR

PALACIO DE SANTA BÁRBARA, MADRID

TITO PÉREZ MORA

KENNETH GÓMEZ

OYER CORAZÓN

ALBERT CULLERÉ

L
D E S I G N
N
K

AGRADECIMIENTOS

“Mi más sincero agradecimiento a mi tutor de diseño de interiores Tito Pérez Mora por su gran paciencia, apoyo en cada momento e inspiración en los puntos más difíciles. Ha sido puro, bonito y transparente crear junto a él. Así como a Kenneth Gómez por su crítica constructiva y supermotivadora para mejorar cada día y sacar de ti lo mejor que hay; Oyer Corazón por ser mi “musa” durante el curso entero; y a Albert Culleré por sus consejos desde su alta profesionalidad gráfica”.

Me siento afortunada de haber tenido la oportunidad de crear a vuestro lado.

Gracias, queridos profesores.

ÍNDICE

1. INTRODUCCIÓN

- 1.1 Memoria general del proyecto
- 1.2 Problema a tratar
- 1.3 ¿El por qué de este moodboard?
- 1.4 La historia cuenta
- 1.5 Qué estilo nos inspira
- 1.6 Y que la magia surja
- 1.7 El contenido y el contenedor

2. INVESTIGACIÓN

- 2.1 Benchmark
- 2.2 Conclusiones
- 2.3 Investigación, encuestas y visitas

3. METODOLOGÍA

- 3.1 Calendario/ Metodología del proyecto

4. VIABILIDAD

- 4.1 Business Model Canvas
- 4.2 Análisis DAFO
- 4.3 Presupuesto

5. DOCUMENTACIÓN GRÁFICA

- 5.1 Plantas, secciones y vistas interiores
- 5.2 Identidad visual
- 5.3 Flexibilidad de la marca

6. BIBLIOGRAFÍA

1. INTRODUCCIÓN

1.1 MEMORIA GENERAL DEL PROYECTO

Se propone la intervención en el Palacio de Santa Bárbara, situado en el número 87 de la calle Hortaleza, para realizar un proyecto único en el centro de la ciudad de Madrid, aprovechando la singularidad y la historia del edificio.

El Palacio de Santa Bárbara pertenece al Barrio de la Justicia, nombre que se le atribuyó a esta área porque congrega dos de los edificios jurídicos más importantes de España, el Tribunal Supremo y el Tribunal de Cuentas.

Más concretamente, nuestro enclave se encuentra en la calle Hortaleza, una de las calles más llamativas y polivalentes de la ciudad. Se trata de una recta camaleónica; tangente a Gran Vía, está repleta de franquicias y pymes de comida rápida y, conforme se va llegando al otro extremo, a la glorieta de Santa Bárbara, embauca por el encanto y la sofisticación de fachadas señoriales, boutiques y cafeterías.

El Palacio de Santa Bárbara fue construido por el arquitecto Juan de Madrazo y Kuntz en 1866 y es uno de los pocos palacios madrileños pertenecientes a la corriente racionalista construidos en la segunda mitad del siglo XIX. Podría considerarse el ejemplo más notorio de la influencia del arquitecto francés Eugène Viollet-le-Duc sobre los profesionales coetáneos madrileños de la segunda mitad del XIX. El arquitecto francés emanaba una doctrina basada en la importancia a la arquitectura europea medieval y, especialmente, recurría al gótico, en lo referido a la gran sinceridad estructural y constructiva de este estilo.

Este céntrico edificio dispone de 450 m² distribuidos en seis luminosos salones. La planta baja cuenta con cuatro, dos de ellos con una superficie de 41 m² y, los otros dos, son salones de 35m² cada uno. A través de una escalera de mármol encabezada por un lucernario de cristal, se accede al salón principal de 85 m². El conjunto de los salones ofrece diversas posibilidades creativas, es decir, según qué evento y qué necesidades técnicas haya, encontramos un salón del Palacio de Santa Bárbara que encaja perfectamente con esos requerimientos.

Tras analizar el edificio en el que se va a realizar la reforma, así como la ubicación y el abanico de posibilidades que ofrece el emplazamiento en el que se ubica, se propone una intervención en el interior del edificio desde la puesta en valor y el respeto de lo existente, de lo histórico.



esmadrid.com

Este proyecto busca crear un punto de encuentro entre creadores y apostar por lo experiencial: en un momento de digitalización y de pérdida de contacto físico tras el coronavirus, se persigue retornar y originar una atmósfera idónea y memorable para todos los que visiten el Palacio de Santa Bárbara. Para fomentarlo, el edificio tendrá otro uso: la difusión cultural y el ocio.

1.2 PROBLEMA A TRATAR

Hoy en día los estudios de artesanía, diseño e incluso entidades que se dedican al mundo de la moda o del arte, aun siendo casas de moda o galerías, se encuentran con un problema cada vez más común: ¿Cómo conseguir clientela?

A este obstáculo se suma el de que muchos artistas emergentes, en el desarrollo de sus obras, no dan con los servicios concretos que requieren sus deseos creativos. Por ejemplo, un diseñador de interiores no encuentra a un artesano que se dedique a un tratamiento de cuero específico ni tampoco a un artista que diseñe la lámpara del estilo preciso que persigue colocar en un espacio.

Google es el explorador por antonomasia en el siglo XXI y resulta muy fácil teclear una búsqueda. Sin embargo, los profesionales emergentes no tienen cabida entre los resultados ofrecidos ante gigantes asentados internacionalmente como, por ejemplo, Amazon o IKEA. Por tanto, se aprecia una necesidad intrínseca de volver a lo anterior y poner en valor lo autóctono.

La idea de este proyecto surge a raíz de mi experiencia profesional en la empresa en que trabajo actualmente, Titocustoms. Es la pionera en Madrid en la customización de zapatillas de todo tipo. Principalmente, los modelos de zapatillas sobre las que aplicamos un diseño único son las Air Force, las Nike Blazer y, las más vendidas, las Converse. No obstante, estamos abiertos al diseño sobre otros modelos y también restauramos zapatillas de segunda mano.



plushemisphere.ru 40 Fashion Magazine Cover Editorial

IT'S NOT A DUMB IDEA

Low Star Studio/ redbubble.com

Con la constante de ofrecer diseños únicos y rompedores en zapatillas, hubo un momento en que nos planteamos ofrecer una mayor diversidad de diseños, que pasaba por introducir tejidos a la customización. Sin embargo, encontrar a un profesional que se dedicara a ello no era tarea fácil.

De esta dificultad con la que nos topamos, descubrí que podía cubrir una necesidad con la instauración de un espacio de encuentro de oferta y demanda de servicios precisos relacionados con el mundo del arte. De este modo, el proyecto propone convertir al Palacio de Santa Bárbara en el marco del intercambio totalmente correspondido de una necesidad y un servicio concretos.

Por su poca experiencia profesional, los jóvenes emprendedores suelen encontrarse con problemas tanto para dar con el servicio o producto que buscan para sus creaciones, así como también para ofrecer un servicio a otros creadores que los necesiten. Este espacio facilitaría que se diera esta conexión entre necesidad y oferta. Con una cuantitativa y cualitativa base de datos relacionados con el mundo artístico, podríamos establecer nexos. Dicho de otro modo, haríamos realidad los deseos del artista mientras que estaríamos facilitando el trabajo de los profesionales del arte.

A parte, de la formación y la experiencia, los contactos son la pieza que completa el puzzle en cualquier ámbito profesional. Por ello, vamos a incentivar que se creen estas relaciones en nuestro espacio. Además, en el mundo del arte, se hace más evidente la necesidad de relación y reciprocidad que tenemos las personas; es importante conocer y que te conozcan, inspirar y que te inspiren, ayudar y que te ayuden.

Ante la digitalización, reivindicamos lo presencial, para que surjan las relaciones con naturalidad, las de toda la vida, gracias a la existencia de un espacio en el que pueden ocurrir. Este deseo de compartir vivencias, reflexiones o ideas ya se daba en los clubes de lectura durante el siglo XVII, cuando el aparente motivo por el que se juntaban, la lectura, pasaba a un segundo plano y eran los deseos de las personas que asistían los que se convertían en protagonistas de las veladas. Esto es lo que también buscamos que pase en nuestro espacio.



1.3 ¿EL POR QUÉ DE ESTE MOODBOARD?

La reivindicación de la belleza del pasado y el amor por lo antiguo
 La elección de una estética sofisticada, con una luz cálida y unos colores puros y chillones
 El espacio que vamos a reformar tiene mucha historia, pero queremos que tenga algo nuevo que contar. Buscamos que converja lo antiguo y lo nuevo, por ello hemos seleccionado este estilo retro y con clase, que pone en valor lo setentero con un toque muy auténtico y nuevo. Esta sinergia es posible porque el arte es cíclico y permanente: todo vuelve, todo importa.



De Lee Wei Swee, i-d.vice.com

De Lucy-Ruth Hathaway, lucyruthfood.com

1.4 LA HISTORIA CUENTA



Artículo de Twitter de @ULSTRAGLOSS

Actualmente hay una tendencia a la vuelta al pasado porque el futuro se nos presenta inconcebible e incierto por problemas globales como el cambio climático. Lo vemos en las ciudades, en los museos e incluso en la moda. Muestra de ello son las múltiples tiendas vintage que están tomando el mando de lo chic y están incrementando sus ventas últimamente. Con la nostalgia de que cualquier tiempo pasado fue mejor, son muchos los diseñadores en búsqueda de piezas de moda únicas y especiales a las que darles de una segunda vida y dotarles de un toque moderno y personalizado.

Existen dos modos de actuar en la reforma de un espacio histórico: obviar lo existente y proponer algo disruptivo y totalmente distinto o, en cambio, potenciar y poner en valor lo existente, teniéndolo en cuenta para la propuesta nueva.

Por tanto, la estética de nuestro espacio seguirá esta línea de recuperación y conservación de objetos de la última mitad del siglo XX, añadiéndoles sofisticación y personalidad propias del momento actual en que vivimos. De este modo, nuestro espacio será el resultado de lo que ha ocurrido hasta el último instante vivido, pasado y presente hacia el futuro, lo que confiere al espacio un aura inspiradora, por la oportunidad de crear, de hacer que pase.

1.5 ¿QUÉ ESTILO NOS INSPIRA?



De Michel Figuet, revistaad.es

La estética elegida es ordenada y muy potente en lo referido al color, ya que queremos que el sitio hable por sí solo. Vamos a prestar mucha atención al mobiliario, a los biombos e incluso vamos a reparar en las tazas, cuidando hasta el más mínimo detalle.

Las personas que van a frecuentar el Palacio de Santa Bárbara después de la reforma que vamos a realizar tienen mucha sensibilidad visual, son capaces de apreciar tanto lo bello de lo que no lo es tanto con un simple vistazo.

El concepto de Wabi Sabi fue una de las ideas que nos inspiró como punto de partida de esta reforma. Es un término japonés que podría definirse como «rústico», en el sentido de simple, sin artificio o no sofisticado con superficies rugosas o irregulares».

Para entender mejor por qué nos hemos detenido en la definición del concepto «Wabi Sabi», conviene relacionarlo con el de Modernidad.

La Modernidad es un término muy amplio de la Historia del Arte y del diseño, al que corresponden los edificios de cemento, acero y cristal que tienen que ver con materiales primarios y con lo procedente de la artesanía y la naturaleza.

Al ser un edificio del siglo XIX, hay que dejar a la vista y conservar los elementos que ya forman parte de la envolvente del mismo, respetando la historia que tiene el local, haciendo alusión a lo rústico, a ese Wabi Sabi que hemos descrito. Por otra parte, tenemos ese toque moderno, pulido, funcional y flexible, que aporta soluciones con prototipos universales.

La flexibilidad es una de las características clave a tener en cuenta en nuestra reforma.



De Simon Watson, ineffableone.com



De Esenia Rodionova

Nuestra propuesta se centra en la utilización de unos biombos con rejillas de madera, que recubrirán algunas paredes de la envolvente interior. Servirán tanto para separar espacios, buscando crear lugares más íntimos, así como también para abrirlos, construyendo espacios diáfanos y polivalentes.

El hecho de recubrir las paredes nos permitirá albergar exposiciones en diversos salones sin necesidad de perforar las paredes, en el caso de que se trate de fotografías o cuadros. Además, ante un cambio de estética o de tipología de exposición, nuestro espacio será totalmente moldeable a las necesidades requeridas por el artista.

1.6 Y QUE LA MAGIA SURJA

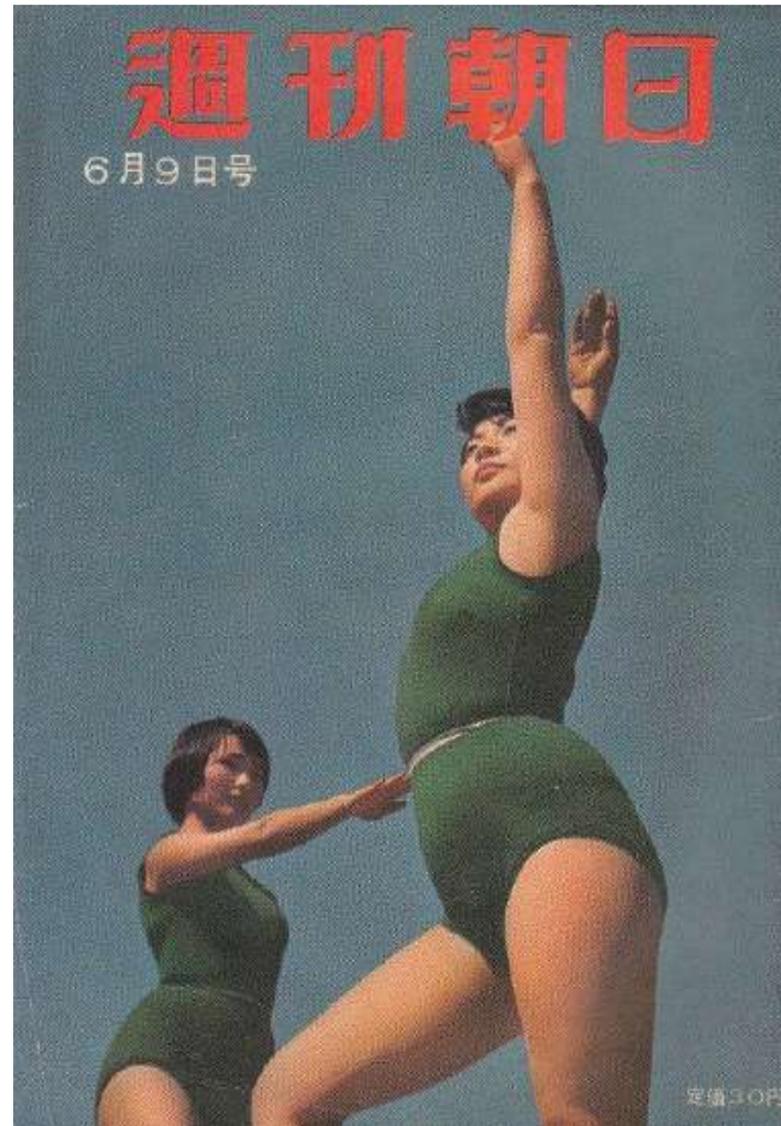
Pretendemos recrear en el Palacio de Santa Bárbara el mismo ambiente que se creaba en los clubes de lectura. Buscamos que sea un lugar al que la gente vaya a pasar su tiempo libre porque disfrutan y porque les enriquece intelectualmente.

De este modo, se convierte en el marco perfecto para escuchar una charla, ver una película clásica de moda, leer un libro... Mientras que, al mismo tiempo, cualquiera puede organizar una reunión con un artesano al que quiera contratar para un servicio concreto que necesite. Buscamos que surjan conexiones, que se produzcan climas, que la gente se conozca y se cree una red de diseñadores y artistas que encuentran en el edificio de la calle Hortaleza el lugar perfecto para crear relaciones, encontrar contactos pertinentes y, además, enriquecerse culturalmente.

Nuestra labor se centra en una atención personalizada consistente en poner en contacto al que busca un servicio concreto con el que lo ofrece. Dicho de otro modo, buscamos que se produzca un intercambio de intereses con éxito por ambas partes, por la de los buscadores y por la de los buscados.

Queremos que surja la magia, poner facilidades en la creación y dar rienda suelta a las posibles sinergias que puedan nacer entre creadores. Que se inspiren, se ayuden y se cree una comunidad en la que se ponga de manifiesto el poder del arte, ya que es omnipresente: está en nuestra ciudad, en nuestras casas, en nuestras almas; todos somos sensible al arte, a lo bello.

Durante toda la historia, se ha demostrado que el ser humano ha sentido la necesidad de ahondar en lo más profundo de su ser mediante una manifestación artística. Donde hay vida, hay arte, y viceversa. El arte nos hace vibrar en nuestras frecuencias más altas. Por ello, nuestro espacio va a invitar a que todo esto surja.



Loving Sabotage.tumblr.com



1.7 EL CONTENIDO Y EL CONTENEDOR

En cuanto al espacio físico, queremos centrarnos no solo en el contenedor sino en el contenido, manteniendo la sobriedad en los acabados y en la envolvente del espacio, apostando por centrarnos mucho más en lo que hay dentro del Palacio de Santa Bárbara, trabajando desde el mobiliario hasta el último detalle de cubertería.

Flamingo by Magic Motion/ Double Trouble by Glas

2. INVESTIGACIÓN

2 INVESTIGACION

2.1 BENCHMARK

Si nos centramos en Madrid y en las búsquedas orgánicas de Google, vemos que uno de los pocos sitios que nos aparece relacionado con el arte es la sociedad WE COLLECT, que tiene que ver con la promoción de artistas, pero no pone en valor un espacio físico ni busca que se produzcan intercambios de servicios artísticos como los que proponemos en Design Link. A continuación, vamos a analizar este y otros enclaves que son competencia e inspiración tanto nacional como internacionalmente.

1. España

a. WE COLLECT

Se trata de un servicio de asesoría de arte completo que cubre todo tipo de necesidades que puede necesitar el coleccionista, desde el sencillo asesoramiento hasta aspectos ligados con la conservación y restauración, legalidad y fiscalidad... Está enfocado a todo tipo de coleccionistas, desde los que tienen cierta trayectoria hasta alguien que quiere empezar. Destaca por ofrecer un servicio único en España.

Además, hay un club vinculado, “que organiza eventos, imparte cursos e informa de la actualidad artística a todos sus integrantes”.

b. CLUB MATADOR

Se trata de un proyecto existente gracias a sus socios, apasionados de la cultura, que gira en torno a la revista Matador, y cuyo espacio físico funciona como punto de encuentro “donde profesionales de distintas edades, procedencias, formación y culturas disfrutan de un espacio extraordinario”.

c. DIMAD

Entidad sin ánimo de lucro cuyo objetivo es “convertirse en un instrumento estratégico de referencia para la promoción, proyección y divulgación de la cultura del diseño que debe tener al conjunto de la sociedad como destinatario final”. Funciona de intermediario entre instituciones y reivindica la ciudad de Madrid como epicentro cultural.

d. ACME (Asociación Creadores de Moda de España)

Asociación sin ánimo de lucro, que nace con el objetivo de “defender los intereses de las firmas españolas de moda de autor, ofreciendo herramientas para aumentar su competitividad. En este momento está integrada por 74 marcas de moda.

2. Internacionales

a. WORK CLUB GLOBAL

Proyecto formado por una comunidad de profesionales de la industria, las artes, los deportes, la política y la academia, que “carga al espacio con una energía que nos ayuda a encontrar emoción en la incertidumbre del mañana”. La boyante lista y el movimiento de personas en el espacio en que se encuentra llevan a “repensar nuestras formas convencionales de trabajo y liderar el camino hacia el futuro”.

b. THE QUORUM

Este espacio físico se sostiene por un club de integrantes privados. “The Quorum ofrece a los miembros un ambiente de trabajo social y creativo energizante con una hospitalidad inigualable”. Esta atmósfera sosegada y creativa, a su vez, se alcanza con una experiencia culinaria que la acompaña.

c. THE GROUCHO

Club localizado en Londres impulsado por miembros privados relacionados con el mundo del arte y medios de comunicación reconocidos internacionalmente. The Groucho Club persigue la creación de “restaurantes y bares, alquiler de salas de fiestas y eventos famosos, habitaciones (infames), servicios exclusivos para miembros y muchas otras cosas interesantes por descubrir.

d. CORE

Espacio con vida por la experiencia culinaria que allí tiene lugar, pero cuyo marco recae “en la arquitectura experiencial, la gestión de la fluidez y la conservación de las condiciones para el descubrimiento y la transformación”. Este contexto hace que “visionarios globales que son culturalmente curiosos y apasionadamente comprometidos con el mundo” se sientan atraídos por este proyecto que combina arte y alta cocina. En cuanto a los integrantes, cabe recalcar que los miembros no se definen por su formación profesional sino porque hay una historia potente detrás de su recorrido profesional y personal.

e. THE ARTS CLUBS OF CHICAGO

La misión de este foro persigue ofrecer varias exhibiciones públicas anuales, una colección permanente ambiciosa y amplia, y un plan calendarizado con programación accesible a quien así lo desee.

Nació en 1916 con la pretensión de “fomentar estándares más altos de arte, mantener galerías para ese propósito y promover el conocimiento mutuo de los amantes del arte y los trabajadores del arte”. Los medios para conseguirlo durante estos años han sido conferencias, charlas en galerías, presentaciones de películas...



De Alexandra Ethell, megdexchange.com

L
D E S I G N
N
K

2.2 CONCLUSIONES

Tras este diagnóstico, llegamos a la conclusión de que existen clubes relacionados con el campo artístico en España y, también en otros países, cuyo objetivo es crear conexiones entre personas con intereses compartidos, pero pocos de ellos funcionan como intermediarios y facilitadores de intercambios entre artistas y artesanos. DIMAD sí que persigue ese objetivo de convertirse en puente, pero desde un punto de vista más ejecutivo, y en nuestro caso también estamos trabajando el componente experiencial e inspiracional que apreciamos en proyectos como The Quorum.

Algunos crean sociedades de arquitectos como el Core, otros simplemente son clubes que juntan a personas de distintas profesiones, pero que tienen la necesidad de acudir a un lugar para descansar, trabajar o relacionarse.

Nuestro espacio también ofrece esta posibilidad de ocio y de creación de una sociedad con los mismos intereses, pero la propuesta única de valor y la principal es que Design Link nace para crear una experiencia entorno al encuentro entre artistas y artesanos para el desarrollo de proyectos. Esta experiencia en la que hacemos hincapié tiene que ver tanto como con los encuentros que se van a producir en nuestro espacio gastro, así como en las charlas, proyecciones, cursos etc



De Mark Jason Gallery, Kings Road 10



De Louise Lawton, York Square, Kings Road

2.3 ENTREVISTAS

La primera entrevista que realizamos fue a unas compañeras de trabajo. Se trata de un grupo de ocho personas, todas ellas relacionadas con el mundo del arte. Tres estudian la carrera de Bellas Artes, otras tres están terminando Diseño de Moda y las dos restantes cursan el Doble Grado de Diseño de Producto y Diseño Gráfico. Cada una se dedica a un campo concreto, pero todas están vinculadas con el arte. Con ellas, tuve muchísimo tiempo para aclarar mis dudas acerca de hacia dónde era conveniente encaminar el proyecto. Fueron entrevistas muy espontáneas y cargadas de naturalidad, muy cercanas a la conversación, por lo que pude repreguntarles y ahondar en asuntos imprevistos que no preveía cuando confeccioné el cuestionario.

Algunas de las preguntas que les formulé fueron las siguientes:

- ¿Cómo buscas a los profesionales que necesitas para tus proyectos profesionales?
- ¿Con qué dificultad te has encontrado en esa búsqueda?
- ¿Consideras que sería útil contar con un espacio físico al que poder recurrir para localizar a esas personas?

En cuanto a sus respuestas y opiniones, obtuve consideraciones muy distintas, que vamos a abarcar a continuación.

Cristina Brull, una de las entrevistadas, decidió escribir un libro inspirado en la cultura japonesa tras una experiencia personal allí, que le hizo sentir que tenía que contar al mundo todo lo aprendido. No solo escribió y explicó, por ejemplo, en qué consiste la ceremonia japonesa del té, sino que aportó un trozo del tipo de tejido que usan para los paños de casa, insertó documentos gráficos de las teteras que usan... Para convertir su libro en un pequeño baúl de recuerdos y documentación, requirió de una enmarcación y un tipo de papel muy concreto. Acudió a diversas copisterías, pero todas le ofrecían lo mismo. Al principio, reconoció que fue un problema no encontrar aquello que necesitaba porque le urgía al tratarse de un trabajo universitario. Finalmente se lo tomó como un reto personal y resultó que un amigo del novio de su madre conocía a un artesano que imprimía sobre todo tipo de tejidos. Asistió a un almacén, compró el papel específico que quería para su libro y lo llevó a imprimir al local de este conocido.

Pese a dar con la satisfacción de su necesidad, el proceso fue arduo. De haber existido nuestro espacio Design Link en ese momento, habría resultado mucho más sencillo.

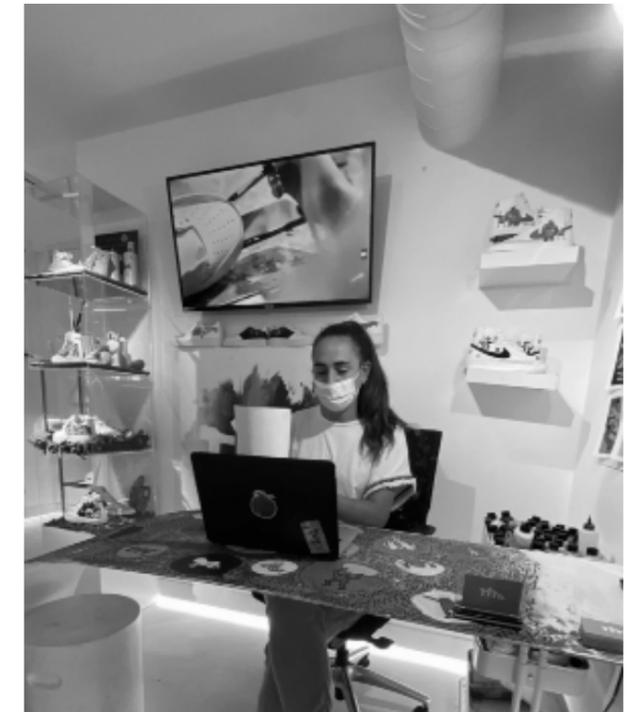
Otra de las entrevistadas, María Lladró, estudió el módulo superior en Vestuario y Puesta en Escena y se topó con una situación parecida. Buscaba una costurera para confeccionar unas piezas de vestuario del siglo XVIII. Pese a que en la propia escuela había costureras para ayudar a todos los estudiantes a hacer realidad sus diseños, María buscó telas antiguas y quería que se llevara a cabo un modo de coser muy concreto sobre ellas, ya que reconocía que una persona que entiende, aprecia muchísimo el trabajo que se realiza sobre un tejido concreto, el despunte. Por este motivo, contactó una amiga de su madre que regenta una tienda de ropa, por lo que conocía a profesionales del sector y le facilitó varios contactos para que ella decidiera cuál le encajaba mejor.

Cuando le conté el proyecto Design Link, reconoció que sería mucho más sencillo y eficiente en tiempos acudir a nuestro espacio para encontrar exactamente al profesional que necesita sin ningún quebradero de cabeza como el que tuvo llamando y comparando servicios.

CHRISTINA BRULL



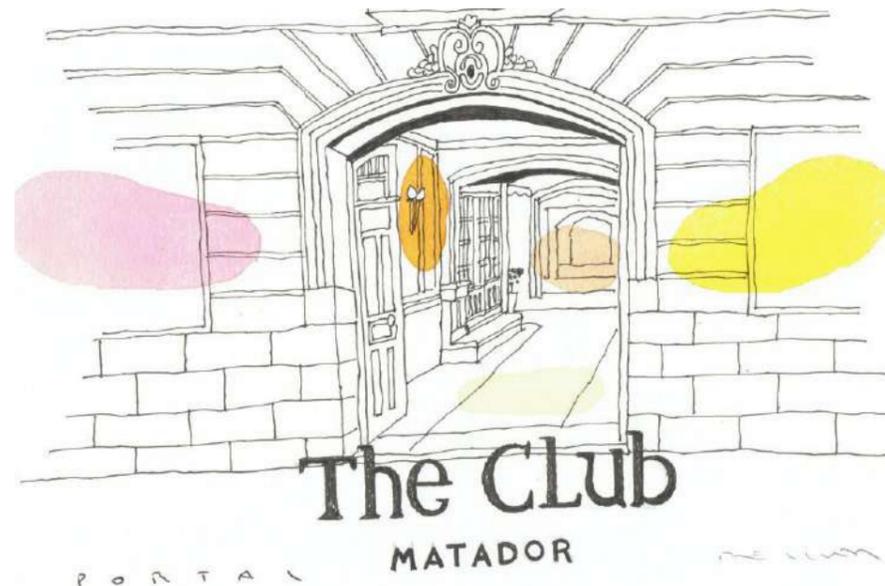
MARÍA LLADRÓ



Por otro lado, entrevisté a un diseñador de moda, Berto Murias, al que la idea le pareció poco necesaria: “gente hay en todos lados, simplemente hay que saber buscar”. Sin embargo, reconoció que acudiría a nuestro espacio a tomar un tentempié a mediodía o a disfrutar de unas copas por la noche con sus amigos o conocidos, ya que reconoció que el entorno distendido y con un mundo compartido propiciaría que se crearan relaciones.

Fue interesante e inspirador acudir al Club Matador, situado en la calle Jorge Juan. A este local acuden personas con cierto poder adquisitivo interesadas en el mundo del arte en general. Entre los eventos culturales, destacan los conciertos de ópera, charlas de arte, cenas de degustación de chefs asentados en el panorama nacional e internacional, presentaciones de libros... De este modo, se incentiva la creación de nuevos contactos; puede surgir una colaboración profesional o una amistad. Nuestro espacio busca convertirse en un lugar en que pase todo esto, pero de un modo mucho más asequible y accesible, ya que solo se puede entrar a formar parte del Club Matador si se paga una cuota anual y cada persona solo puedo invitar a otras tres personas.

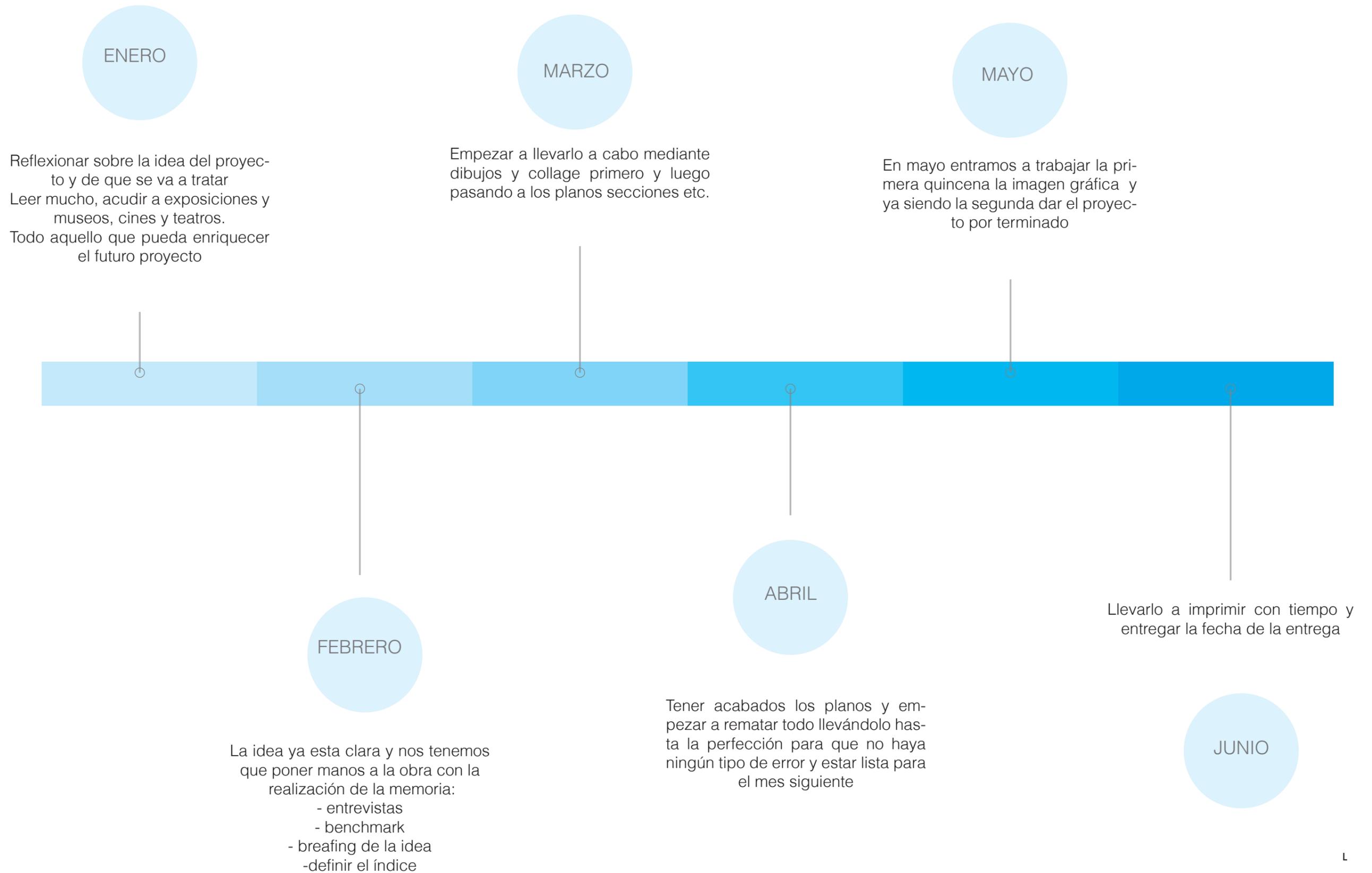
Por último, les pregunté a mi familia y, aunque no pertenecen al mundo del arte, considerarían Design Link como una alternativa al plan de domingo de dar un paseo por Casa de Campo y que se les antojaba original y enriquecedora.



<https://www.lagastronomia.com/club-matador-members-only/>

3. METODOLOGÍA

CALENDARIO



4. VIABILIDAD

4.1 ANÁLISIS DAFO

DEBILIDADES

- Somos una entidad cultural con un objetivo completamente nuevo, por lo que no sabemos cómo va a reaccionar el público
- No sabemos si las personas interesadas en encontrar fácilmente a quien buscan, están dispuestas a pagar una cuota anual

- Facilitamos que se encuentren profesionales relacionados con el mundo del arte, por lo que generamos trabajo
- Establecemos conexiones cualitativas: somos el nexo perfecto entre dos profesionales que se están buscando
- Ayudamos a los jóvenes, que carecen de contactos por su poco tiempo en el mundo profesional
- Fomentamos la difusión cultural
- Proponemos ocio e incentivamos que se creen y se fortalezcan las relaciones sociales

FORTALEZAS

AMENAZAS

- Tras el coronavirus, hay parte de la población que evita los lugares públicos y cerrados
- Si no existe algo similar es porque quizá no sea absolutamente necesario
- Las profesionales culturales son complicadas en el plano financiero e invertir en arte y cultura es un riesgo añadido si lo comparamos con cualquier profesión de otro campo
- Los ingresos no sean suficientes como para cubrir todos los gastos
- Las redes sociales facilitan que los profesionales culturales se conozcan

- No tenemos competencia directa porque nadie se dedica a lo mismo que nosotros
- Convertirnos no solo en referentes de lo nuestro, ya que seremos los únicos, sino en referentes en el campo cultural
- Podemos crecer y llegar al mercado internacional
- Que otras entidades, tanto nacionales como internacionales, quieran colaborar con nosotros

OPORTUNIDADES

4.2 BUSINESS MODEL CANVAS

PARTNERS CLAVE

Aquellas profesionales que quieran estar en nuestra base de datos, deberán pagar una cuota anual. Además, marcas de vino o cerveza que quiera colaborar con nosotros, gente del mundo de los libros, cine, música, o a aquellas personas que quieran dar charlas, hacer exposiciones o conciertos.

ACTIVIDADES CLAVE

Encuentros entre profesionales para fomentar las relaciones profesionales y que acaben convirtiéndose en transacciones. De un modo más indirecto, servirán para alcanzar el mismo objetivo las charlas, exposiciones, proyecciones de películas, conciertos... que tendrán lugar en el Palacio de Santa Bárbara constantemente.

PROPUESTA DE VALOR

Es un espacio físico y digital donde los creadores y los productores se unen para crear proyectos juntos de una forma mágica.

Esta propuesta de valor se ve reforzada por todas las actividades formativas y de ocio que también se llevarán a cabo en el edificio.

RECURSOS CLAVE

Humanos (artistas, público, cocineros, camareros...), financieros (cuotas anuales de los profesionales, consumidores del bar, socios de los clubes específicos que se crearán...) e intelectuales (artistas).

SEGMENTO DE CLIENTES

Más que segmentarlo por grupos de edad, nuestros clientes potenciales son aquellos que se dedican al mundo cultural o que tienen relación e interés en él. Los jóvenes se sentirán más atraídos por nuestra propuesta, pero los mayores de 50 años también encontrarán en el Palacio de Santa Bárbara un espacio físico en el que ser atendidos presencialmente, esquivando la abrumadora digitalización que avanza a toda prisa desde el último año.

RELACIÓN CON LOS CLIENTES

La relación que se va a establecer con el cliente será de cercanía porque consideramos que es el modo perfecto para entender lo que está buscando, así como también es la manera en que se sienta cómodo con nuestro servicio que le ofrecemos como intermediario.

CANALES

Los canales serían nuestra web propia, nuestras redes sociales en las que actualizaremos constantemente la información sobre las actividades que se están desarrollando en cada momento y, por supuesto, el boca a boca.

FLUJOS DE INGRESOS

Los financiaremos a través de

- la cuota anual que paguen los profesionales por pertenecer a nuestra base de datos y obtener clientes y proyectos gracias a nuestra gestión.
- el 5 % de los proyectos que se han llevado a cabo gracias a Design Link.
- alquilar del espacio para venetos de las grandes empresas.
- las pequeñas tarifas que paguen los artistas por exponer en nuestro espacio.
- por último, a través de todas las consumiciones del bar, abierto desde primera hora de la mañana hasta la última de la noche.

ESTRUCTURA DE COSTES

- mensualidad del alquiler del edificio.
- mantenimiento del personal de servicio.
- la reforma del edificio.
- honorarios del diseñador.

L
D E S I G N
N
K

4.3 CUSTOMER JOURNEY MAP

ARTISTA

ANTES

DURANTE

DESPUÉS

ACCIONES DEL USUARIO

acude al espacio

pide información

recogemos la información que nos da, es decir la necesidad que tiene y estamos en el proceso de búsqueda, en el caso de no tenerlo en el momento

mientras el cliente puede acudir a la charla, ver exposición o tomarse un café o una copa

encontramos la persona a la que busca y le avisamos en el momento o contactamos después con el cliente

les ponemos en contacto para que charlen en nuestro espacio

PUNTOS DE CONTACTO

contactos

internet

Palacio de Santa Bárbara en el punto de información

por teléfono o por internet

a través de las redes sociales

a través de los contactos que se han ido creando en el nuestro espacio

¿QUÉ ESTÁ PASANDO?

llega al espacio

pasa directamente a la charla

o a una exposición o proyección de una película

se toma la merienda, o comida

nos pide información necesaria

disfruta del tardeo con sus amigos

¿QUÉ ESTÁ SINTIENDO?

le gusta el lugar al que acude

le gusta el hecho de que hay una sala en la que se puede quedar a estudiar o trabajar con sus amigos

además luego han quedado para ver la película que proyectan luego

uno de ellos tiene un encuentro con el artesano que buscaba

se reúnen en un espacio más cerrado para hablar y se siente satisfecha porque ha dado con la persona adecuada

se sienten contentos porque todos han cubierto sus necesidades

ARTESANO

ANTES

DURANTE

DESPUÉS

ACCIONES DEL USUARIO

acude al espacio

pregunta si tiene clientes

miramos en nuestra base de datos y le informamos de los posibles clientes

en el caso de tener le damos una respuesta afirmativa y concretamos el día de encuentro entre ambos

se encuentran el artista y el artesano

y llegan a un acuerdo

PUNTOS DE CONTACTO

contactos

internet

Palacio de Santa Bárbara en el punto de información

por teléfono o por internet

a través de las redes sociales

a través de los contactos que se han ido creando en el nuestro espacio

¿QUÉ ESTA PASANDO?

llega al espacio

hace la presentación de su nueva colección de joyas

se hace un pequeño cóctel después en el cual conoce a otros diseñadores que quizá quieren colaborar con él

se le informa que el cliente que le estaba buscando (artista) ya le está esperando

tienen una pequeña reunión

el artesano ha encontrado un cliente y el artista ha cubierto su necesidad

¿QUÉ ESTA SINTIENDO?

le gusta el lugar al que acude

esta entusiasmado de hacer una presentación de su nueva colección

ve la reacción de la gente ante sus nuevas joyas y se siente orgulloso porque han tenido éxito

además una pequeña empresa de ropa que acaba de nacer quiere colaborar con él para crear productos juntos

ha conseguido un cliente nuevo y no le puede ir mejor hoy

se ha tomado un cóctel con sus compañeros y amigos y se siente de maravilla

4.4 RESUMEN DEL PRESUPUESTO POR PARTIDAS

1. MOBILIARIO	498.220 EUR
2. ILUMINACIÓN	80.685,96 EUR
3. ALFOMBRAS	6.490 EUR
4. MENAJE	9.673,78 EUR
5. PINTURA	18.630 EUR
6. CARPINTERÍA / EBANISTERÍA	51.081 EUR
7. ACUCHILLADO/ BARNIZADO	44.471,67 EUR
8. COCINA	70.369.66 EUR

TOTAL: 779.622,07 EUR

5. DOCUMENTACIÓN GRÁFICA

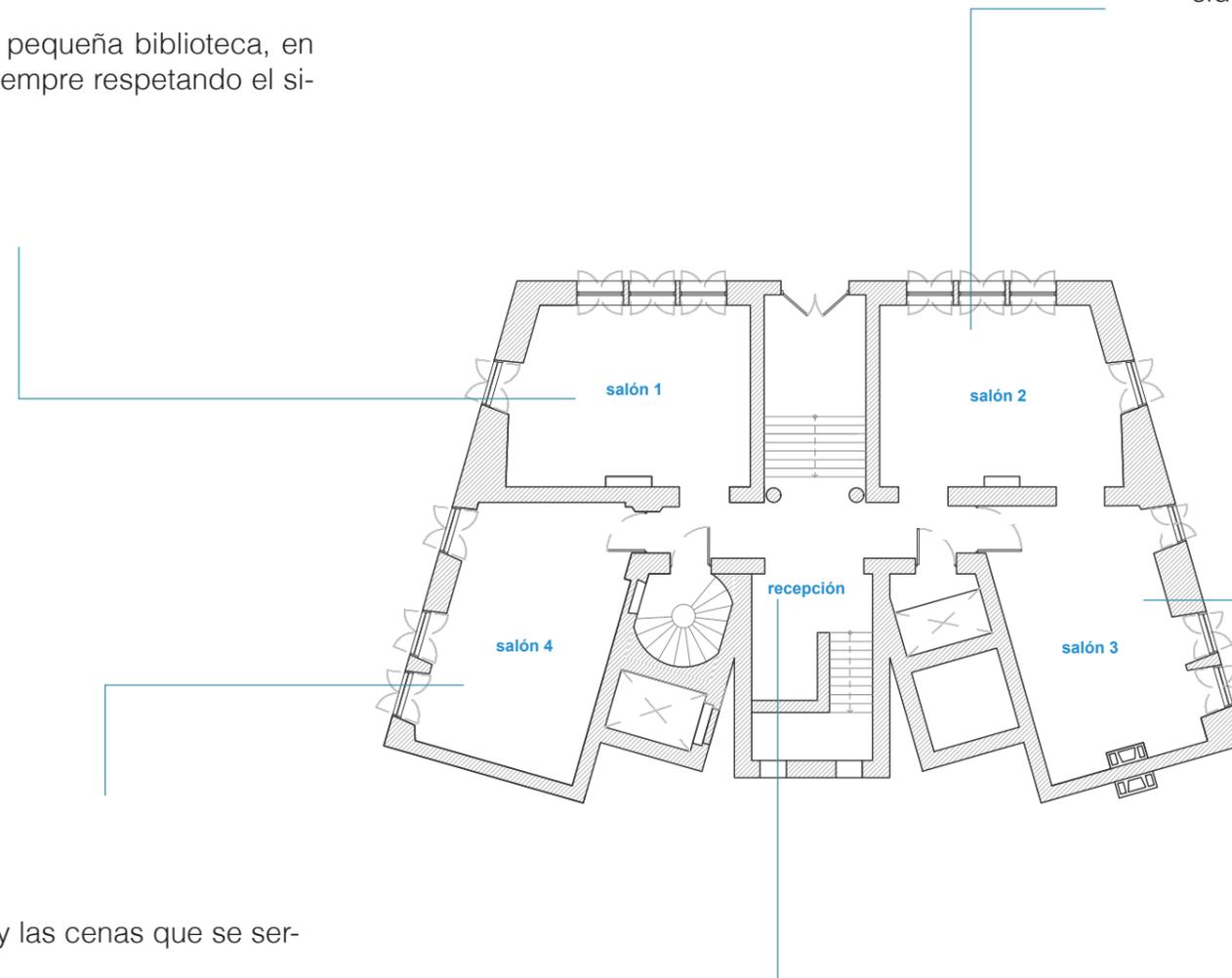
PROGRAMA DE NECESIDADES

Sala de lectura

será una sala que dispondrá de una pequeña biblioteca, en la que se podrá estudiar, escribir... siempre respetando el silencio.

Sala de espera

lugar al que serán conducidos los clientes después de haber sido atendidos en la recepción.



Sala del café

conectada con la sala de espera, invita a disfrutar de la espera. Además, adquiere la funcionalidad de disfrutar de un tentempié en cualquier momento del día: desde un desayuno hasta una cena.

Sala de la cocina

se utilizará para preparar las comidas y las cenas que se servirán en la sala del café.

Recepción

espacio de entrada y atención al cliente

Superficie útil

Recepción	12 m ²
Salón 1: Sala de lectura	35 m ²
Salón 2: Sala de espera	35 m ²
Salón 3: Sala del café	41 m ²
Salón 4: Cocina	41 m ²

Superficie útil

Uso del espacio

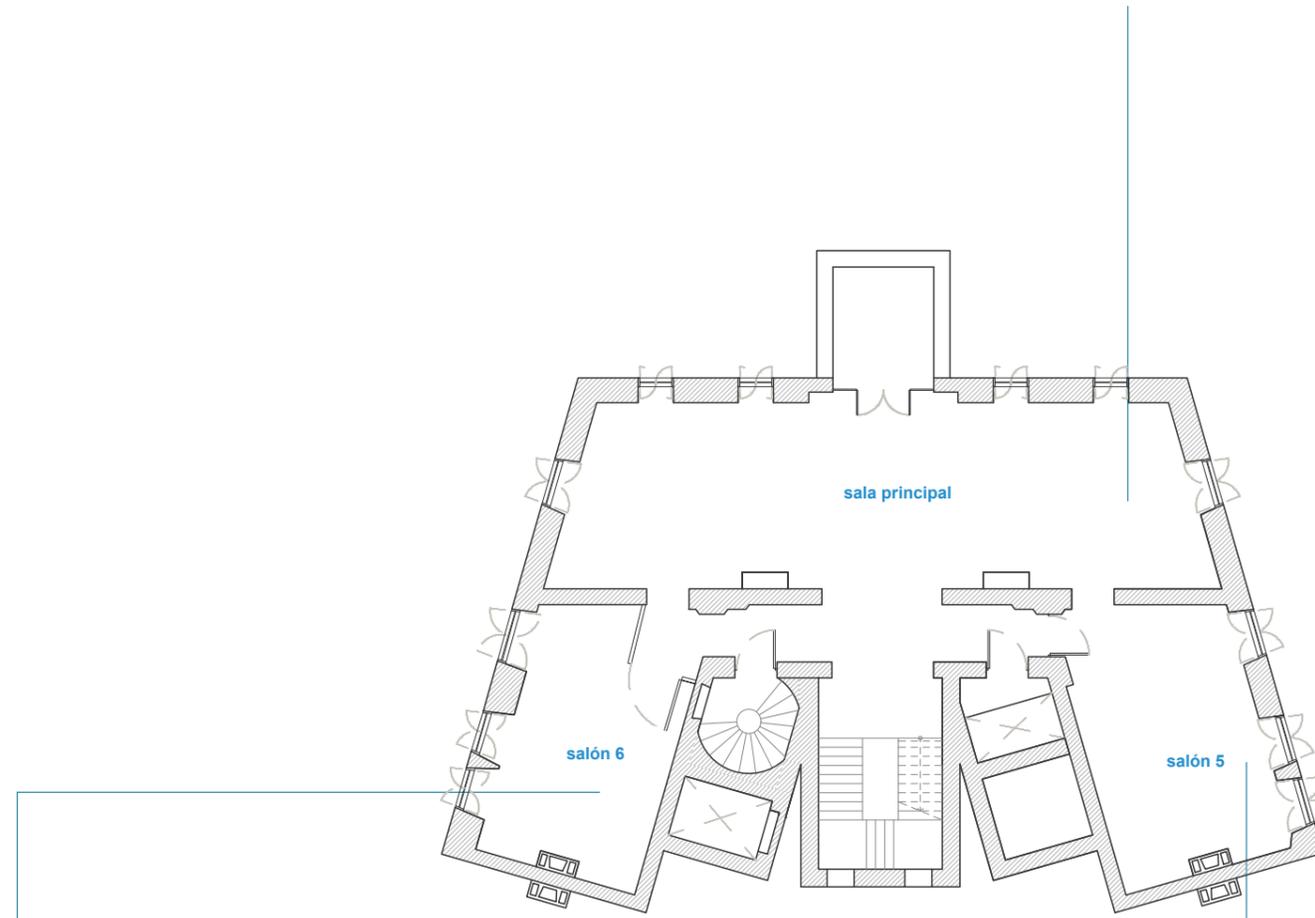
Salón 5: Sala polivalente
Salón 6: Sala de reunión
Salón 7: Sala de proyección

Superficie útil

85 m²
41 m²
41 m²

Sala polivalente

espacio flexible y adaptable a cualquier actividad. Se llevarán a cabo conciertos, reuniones, charlas, exposiciones, presentaciones etc.



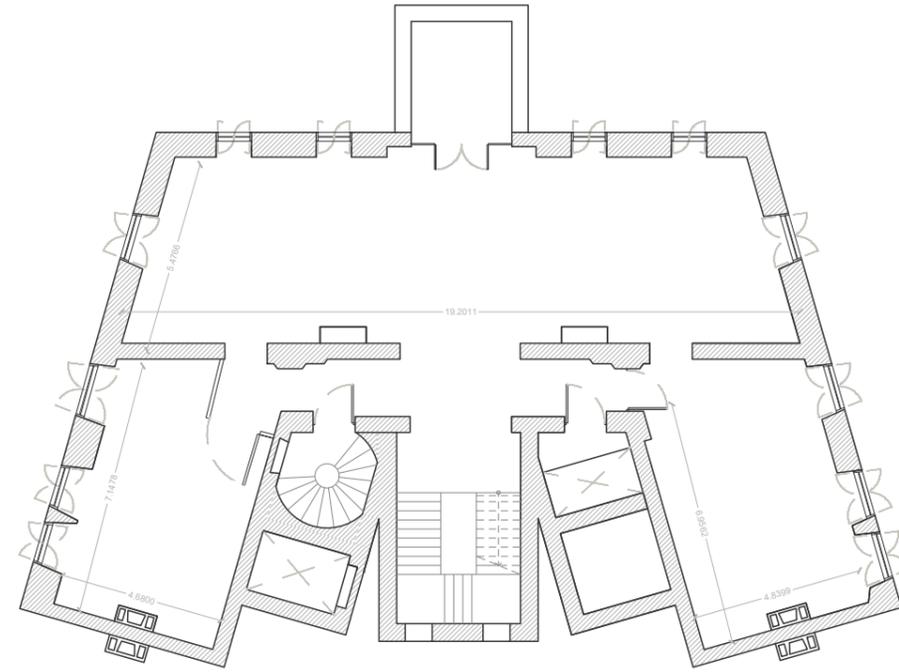
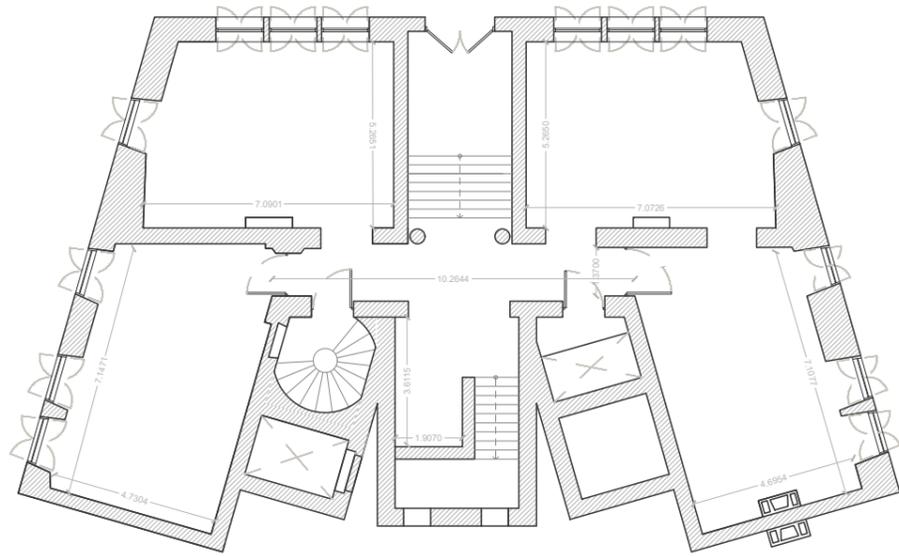
Sala de proyección

habitación en la que se proyectan productos audiovisuales de todo tipo y, en las horas en las que no hay películas, funciona como sala en la que conversar en un ambiente tranquilo e íntimo.

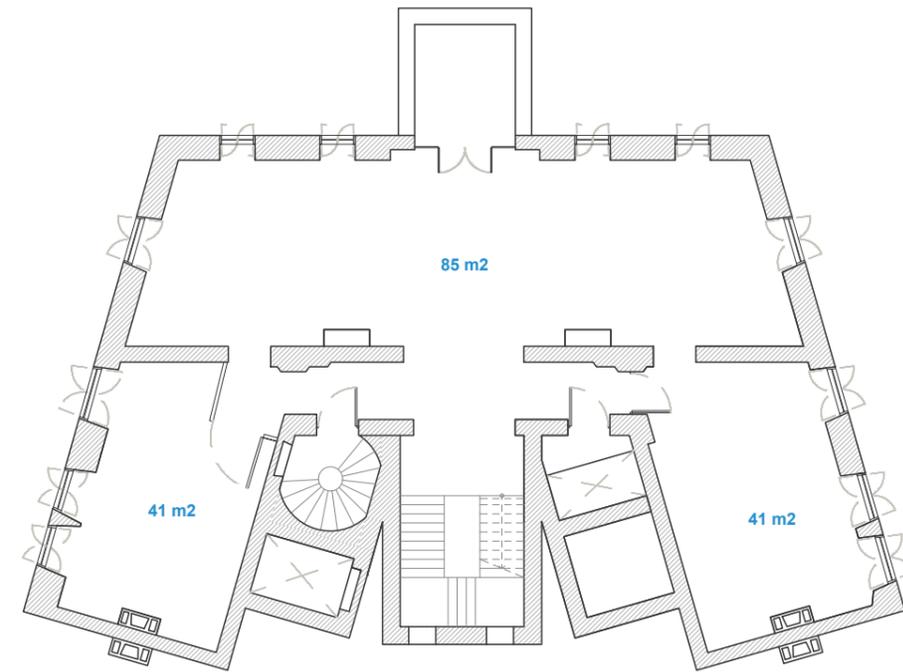
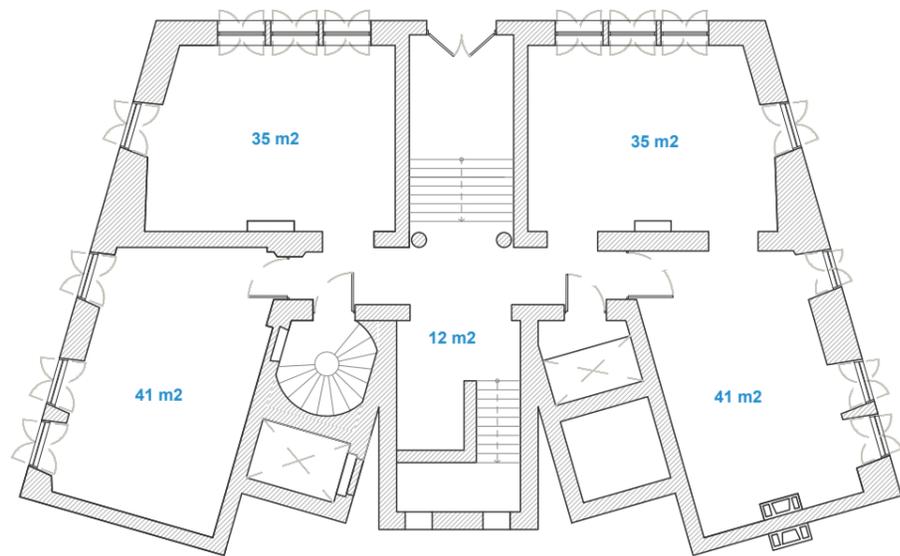
Sala de reunión

habitación que acogerá reuniones de todo tipo, a puerta cerrada e incluso pequeños grupos de trabajo podrán citarse en el mismo espacio.

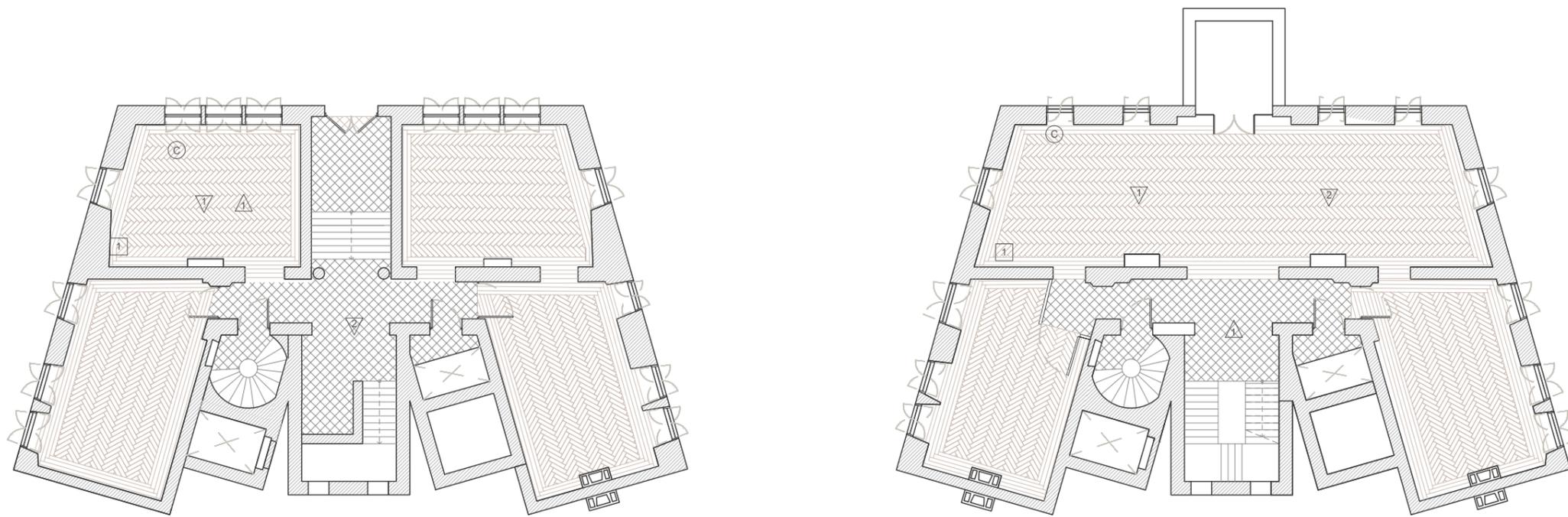
PLANOS ACOTADOS



SUPERFICIES



ESTADO ACTUAL: MATERIALES



- ▽ Madera de barniz mate de 650x 150
- ▽ Mármol Carrara con tratamiento antideslizante de 25 x 25
- △ Yeso pintado de blanco
- Yeso pintado de blanco
- Carpintería de vidrio doble (6 + 12 + 6)

¿CÓMO FUNCIONA EL ESPACIO?

El palacio cuenta con una distribución dividida en dos plantas. El acceso se realiza tanto por la calle Hortaleza como por la calle San Mateo, encontrando un patio exterior tiene el uso de contract propuesto. La entrada al edificio se realiza por una puerta que se encuentra resguardada por un pequeño soportal, generado por el balcón de la planta primera. En la entrada del edificio está el hall, una pequeña recepción en la que se recibe a los visitantes y se les pregunta qué les ha traído hasta el Palacio de Santa Bárbara.

El recorrido por Design Link continúa bien en la sala de espera, bien en la cafetería. Ambas habitaciones están conectadas, por lo que la persona que visite el Palacio de Santa Bárbara podrá decidir esperar a que su necesidad sea resuelta en cualquiera de las dos habitaciones. Además, cabe comentar que serán salas complementarias, ya que si el visitante desea tomarse un bocadillo en la sala de espera, podrá hacerlo.

En la misma planta baja, encontramos la sala de lectura, con su pequeña pero ambiciosa biblioteca, con tomos y ejemplares únicos, y, en frente de la misma, tenemos otras dos salas: la cocina y el espacio de almacenamiento.

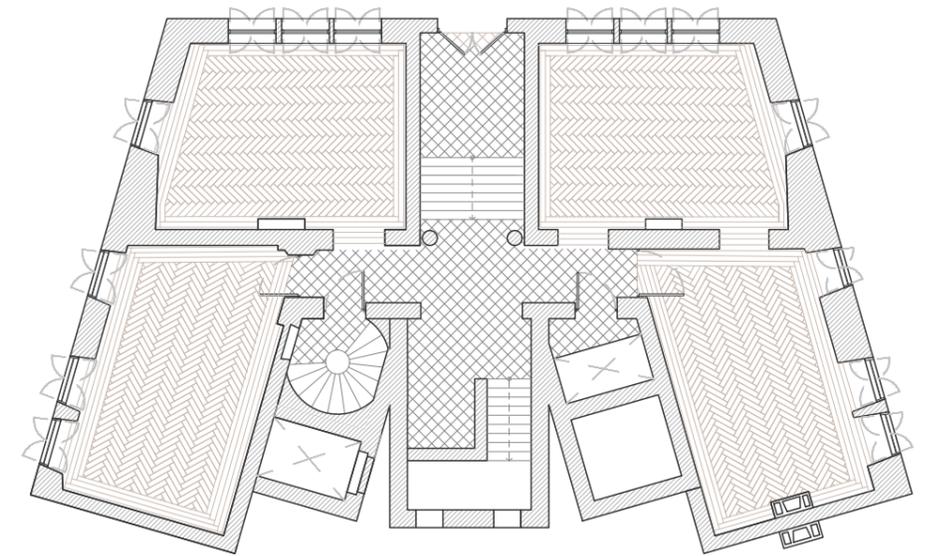
Si subimos las escaleras, iluminadas por luz exterior que se cuelga a través de un lucernario, nos topamos con tres espacios bien definidos. La principal es la habitación a la que hemos denominado sala polivalente: una superficie totalmente flexible y adaptable a las necesidades del artista. Estas diferentes versiones serán posibles gracias a los biombos, que distribuirán la habitación según sea conveniente y demandado por el artista en concreto. Por ejemplo, puede ser un espacio diáfano y homogéneo o puede estar subdividido en siete secciones si se trata de una exposición fotográfica en relación con los siete pecados capitales.

La segunda habitación que encontramos en el primer piso es la sala de reunión. De nuevo, es preciso recalcar que se trata de otro espacio flexible: está pensada tanto para que pueda tener lugar una única reunión privada integrada por muchas personas, como para que se reúnan diversas personas a tratar asuntos distintos. La flexibilidad nos las da el mobiliario: se trata de mesas que pueden formar una grande, mientras que, al mismo tiempo, pueden separarse y convertirse en diferentes soportes para reuniones distintas.

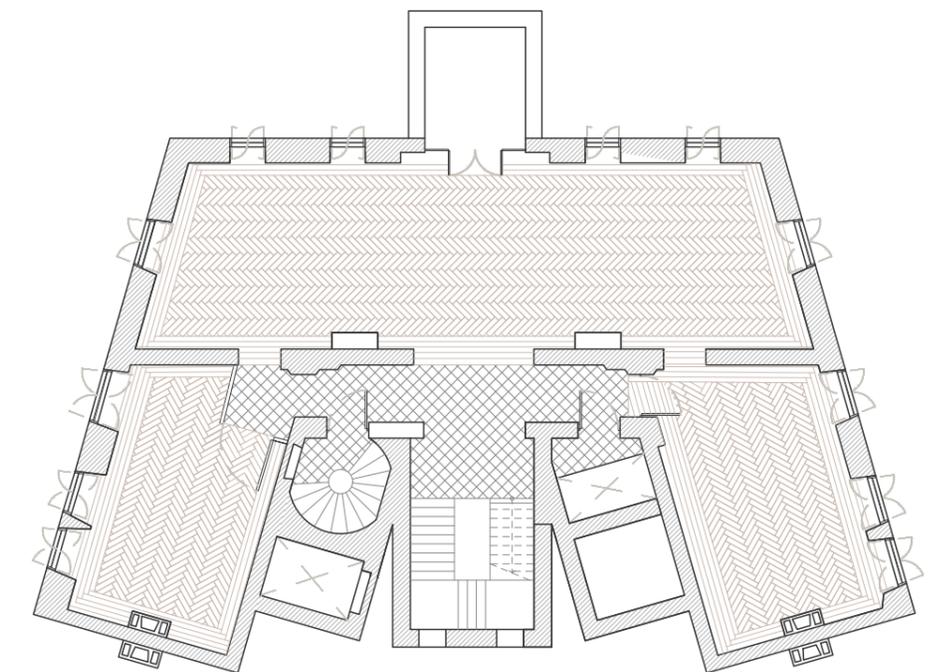
El tema de la flexibilidad va muy ligado al servicio que ofrecemos: nos adaptamos, escuchamos y tratamos de empatizar lo máximo posible con cada persona que acude a Design Link para que la experiencia sea especial para todos, gracias a nuestro servicio personalizado.

Por último, tenemos la sala de proyecciones que se crea con el objetivo primero de visionar películas, pero que, en el horario en que no se proyecta ninguna, es una zona chill out: la sala se convierte en un bálsamo al ajetreo de la capital madrileña, en el que cualquiera se puede relajar, charlar con un amigo...

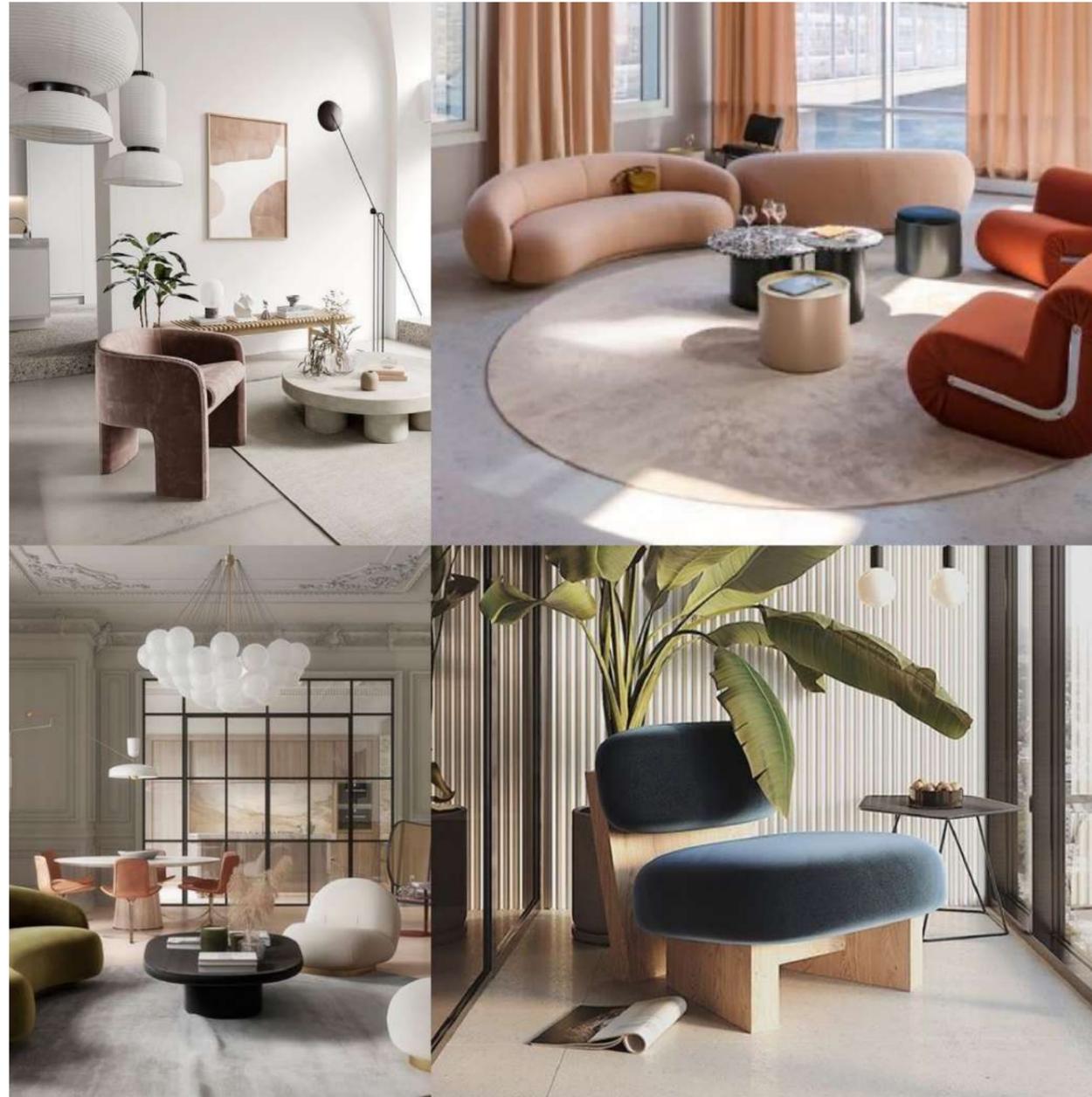
PLANTA BAJA



PLANTA PRIMERA



MOODBOARD PLANTA BAJA



Rich Colour Designs, trenddesignbook.com

L
D E S I G N
N
K

PLANTA BAJA

Vamos a concretar el mobiliario con el que contaremos en cada habitáculo, así como su distribución en el espacio.

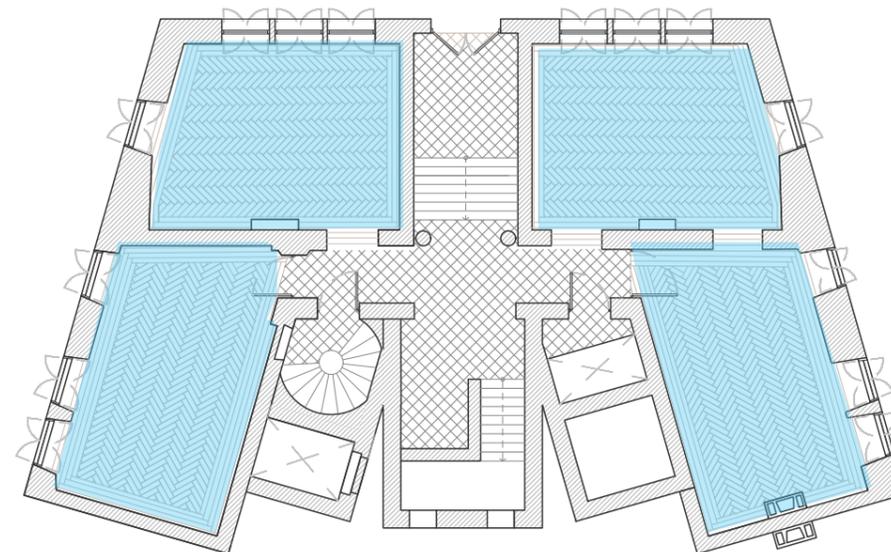
En la recepción encontraremos una mesa, en la que siempre habrá un recepcionista al otro lado, que se encargará de atender la necesidad o el interés del visitante. A mano izquierda, en el salón 1 o sala de lectura, se colocarán estanterías cubriendo las paredes, enmarcando, de este modo, esta habitación.

Desde la recepción, si entramos a la habitación que se encuentra a la derecha, accederemos a la sala de espera, que cuenta con una barra en la que el público podrá sentarse a disfrutar de un refrigerio. A su vez, esta habitación conecta con el salón 3, espacio en el que se sirven las comidas. Cabe concretar en este punto que se trata de un espacio abierto a quien lo desee, es decir, no es exclusivo para socios o profesionales que paguen una cuota anual por pertenecer a la base de datos de Design Link, sino que está abierto a todo el público. En cuanto al mobiliario, lo ocuparán mesas de distintos tamaños y alturas.

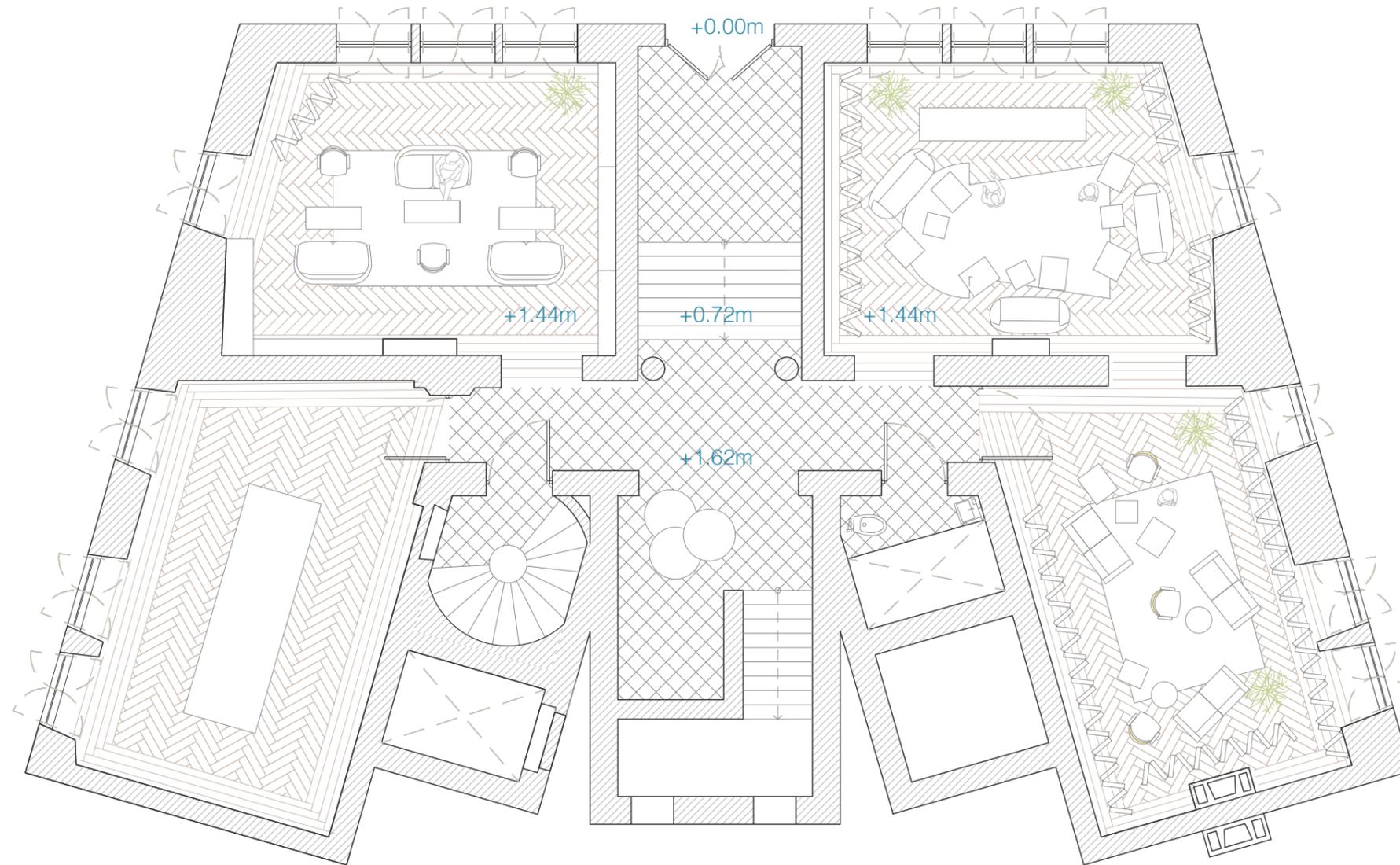
Por último, para la cocina contaremos con el mobiliario característico: lavavajillas, horno, extractor, fogones, fregadero, cajoneras, neveras, congelador etc.



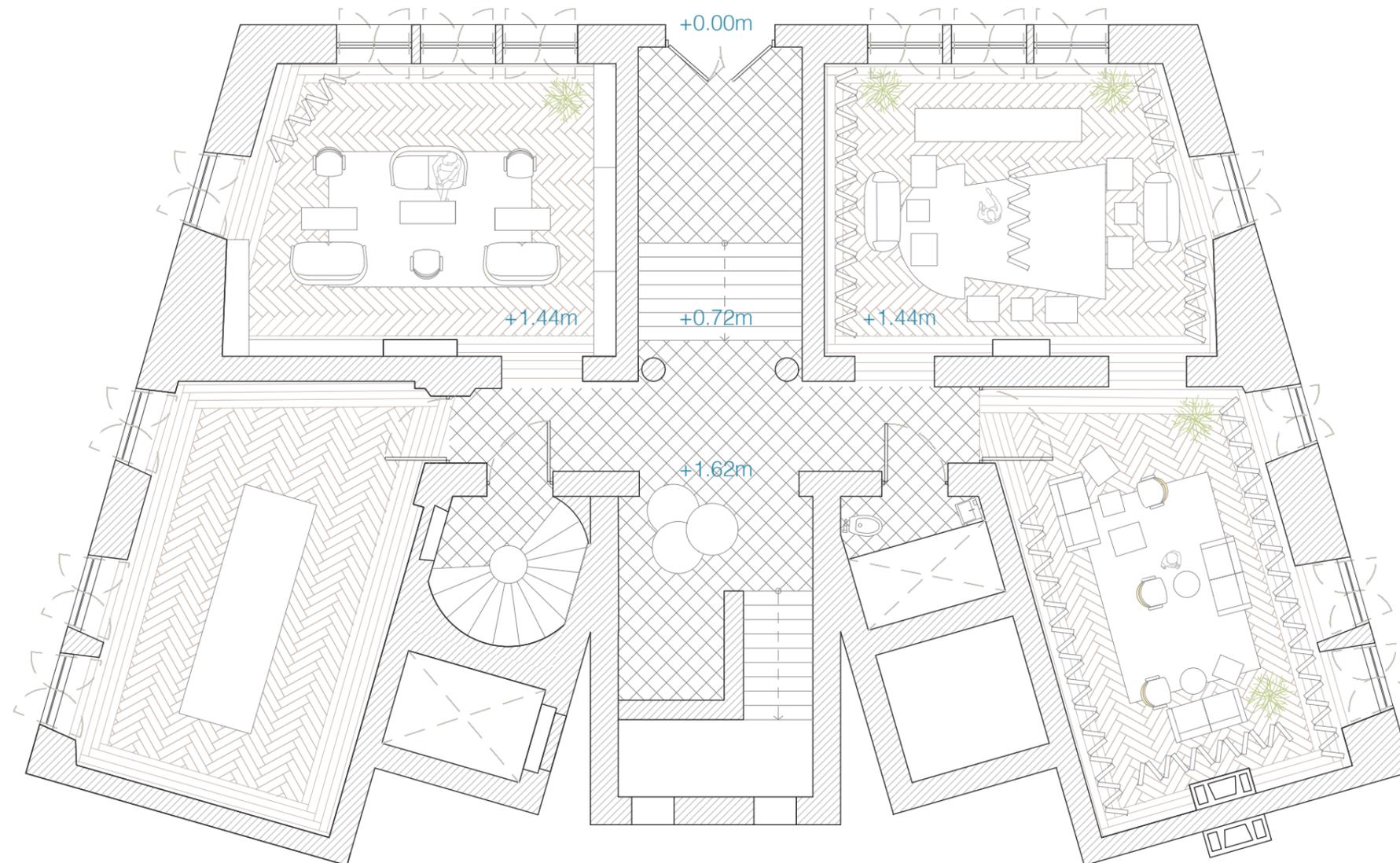
Belén Imaz, revistaad.es



PLANTA BAJA
PROPUESTA 01



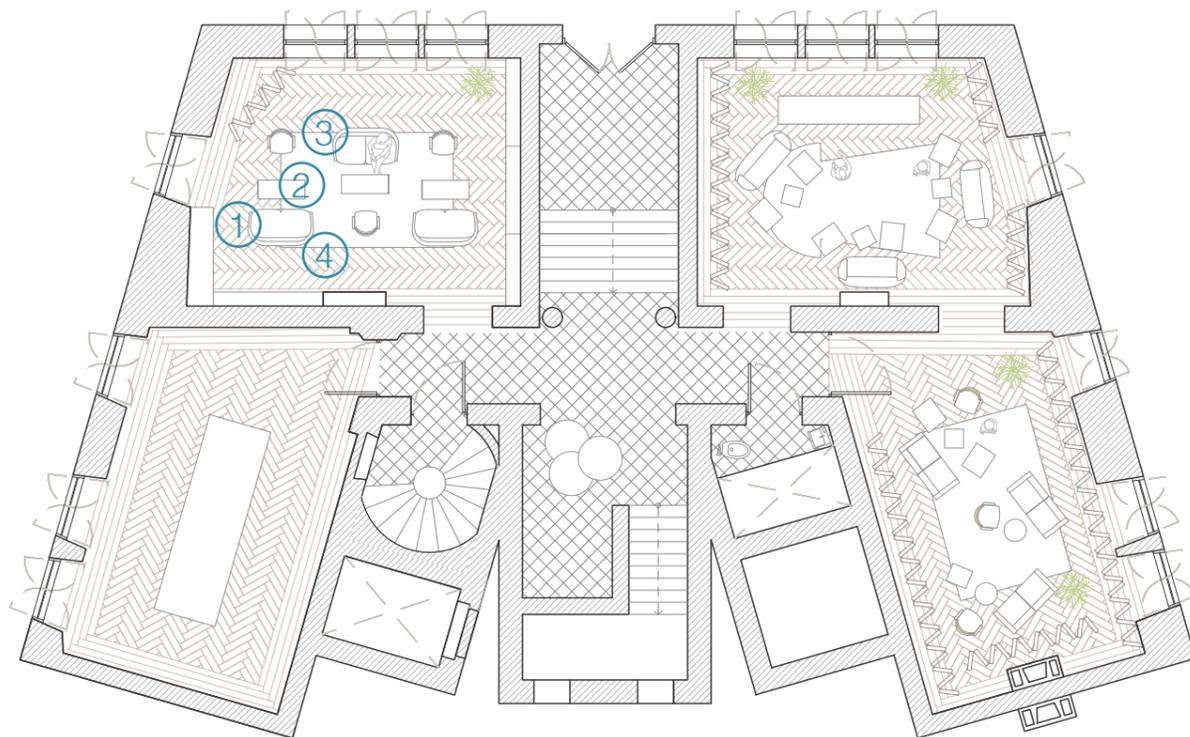
PROPUESTA 02



PLANTA BAJA DISTRIBUCIÓN DEL MOBILIARIO

SALA DE LECTURA

La distribución de la sala de lectura cuenta con un conjunto de sillas y sofás, acompañados de mesa teniendo la posibilidad de alterar la disposición.



①



Sofá

Modelo: Sofá ARC
Marca: Bourgeois Boheme Atelier
Material: erciopelo y latón
Dimensiones: 41,3 x 91, 44 x 81,28 cm
Unidades: 3

②



Mesa

Modelo: Mesa Cap Martin Sunset
Marca: Cappellini
Material: madera maciza con base cerámica
Dimensiones: 100 x 40 x 36 cm
Unidades: 3

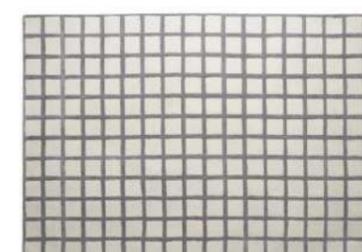
③



Sillón

Modelo: Sillón Martha
Marca: Arcos
Material: apiceria de cuero y marco de madera
Dimensiones: a medida
Unidades: 3

④

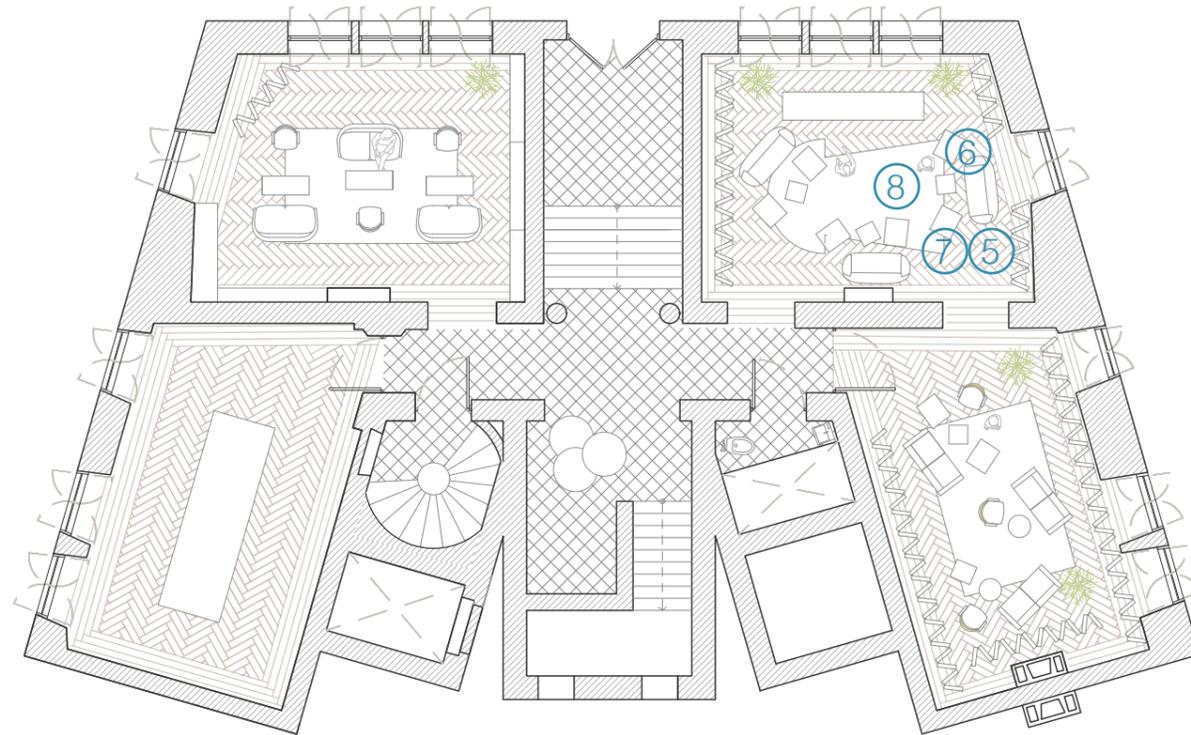


Alfombra

Modelo: Maschi
Marca: An Aesthetic Pursuit
Material: hilos de lana y viscosa teñidos a mano y con mechones en un forro tejido de algodón 100%
Dimensiones: 3.6 x 3,2 m
Unidades: 1

SALA DE ESPERA

En esta sala, la distribución tendrá en cuenta el mobiliario: distintos sofás y unos pubs para que la espera sea agradable y cómoda.



5



Sofá

Modelo: Sofá contemporáneo MEGA
Marca: M40 EQUIPAMIENTO SL
Material: de tejido
Dimensiones: medida
Unidades: 3

6



Puf

Modelo: POUF
Marca: Lema Madrid by Banni
Material: tapicerías de telas
Dimensiones: medida
Unidades: 9

7



Mesa

Modelo: mesa An Aesthetic Pursuit
Marca: An Aesthetic Pursuit
Material: acero con recubrimiento en polvo que se adapta
Dimensiones: 81 x 81 x 46
Unidades: 3

8

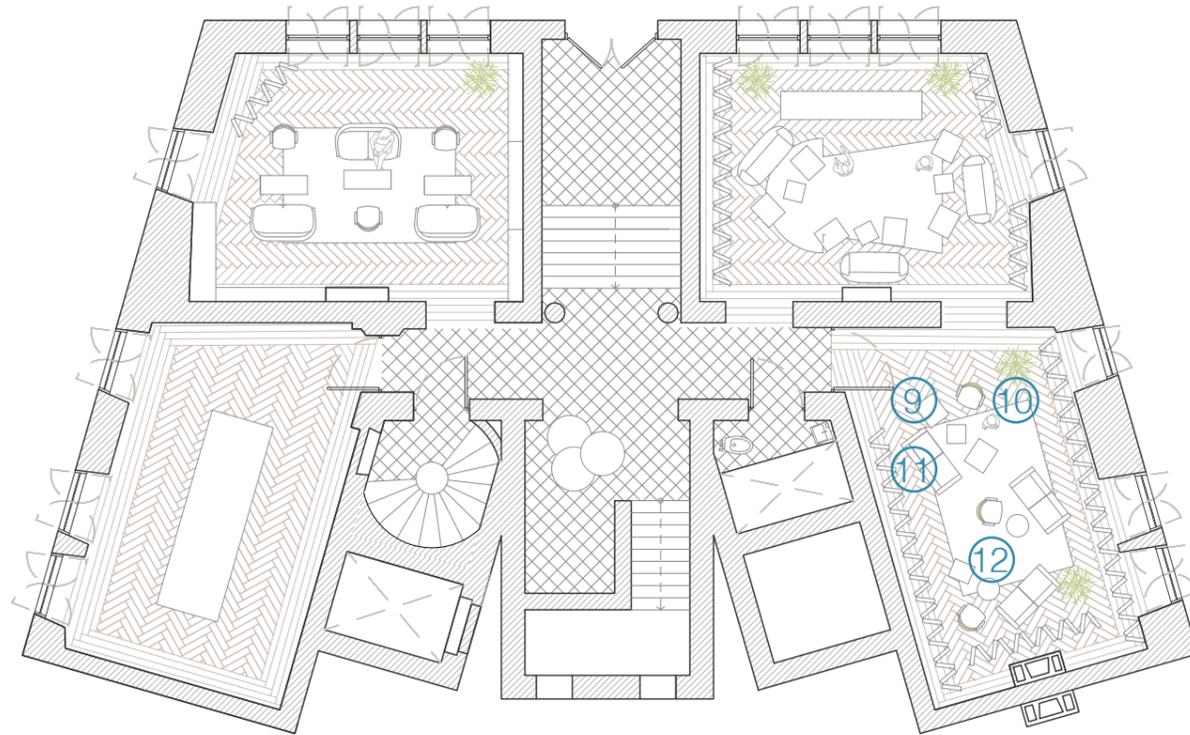


Alfombra

Modelo: Clave 1
Marca: An Aesthetic Pursuit
Material: hilos de lana y viscosa teñidos a mano y con mechones en un forro tejido de algodón 100%
Dimensiones: 3.6 x 3,2 m
Unidades: 1

SALA DEI CAFÉ

En esta sala, el mobiliario va a estar constituido por sofás y pubs para la que la espera sea lo más agradable y cómoda posible.



9



Puf

Modelo: POUF
Marca: Lema Madrid by Banni
Material: tapicerías de telas
Dimensiones: a medida
Unidades: 9

10



Sillon Martha

Marca: Arcos
Material: tapicería de cuero y marco de madera
Dimensiones: a medida
Unidades: 6

11



Sofá

Modelo: Mario Bellini 'Camaleonda'
Marca: Mario Bellini
Material: cuero coñac original, años 70
Dimensiones: 68 x 192 x 96 cm
Unidades: 6

12



Alfombra

Model: Casa de campo
Marca: An Aesthetic Pursuit
Material: hilos de lana y viscosa teñidos a mano y con mechones en un forro tejido de algodón 100%
Dimensiones: 3.6 x 3,2 m
Unidades: 1

MENAJE



Taza de porcelana

Modelo: High Five
Marca: Etsy
Material: porcelana
Unidades: 10



Vajillas

Modelo: Vajilla cuadrada
Marca: Zara Home
Material: porcelana
Unidades: 10



Jarron

Modelo: Jarron vidrio facetado
Marca: Zara Home
Material: vidrio
Unidades: 15



Taza de porcelana

Modelo: Taza borde relieve
Marca: Zara Home
Material: porcelana
Unidades: 10



Vajillas

Modelo: Vajilla gres
Marca: Zara Home
Material: gres
Unidades: 10



Cubertería

Modelo: Set cubertería
Marca: Zara Home
Material: acero inoxidable
Unidades: 50



Taza

Modelo: Taza Gres Filo
Marca: Zara Home
Material: gres
Unidades: 10



Vajillas

Modelo: Vajilla cuadrada
Marca: Zara Home
Material: porcelana
Unidades: 10



Taza

Modelo: Taza porcelana
Marca: AtelierLLARTisanat
Material: porcelana
Unidades: 10

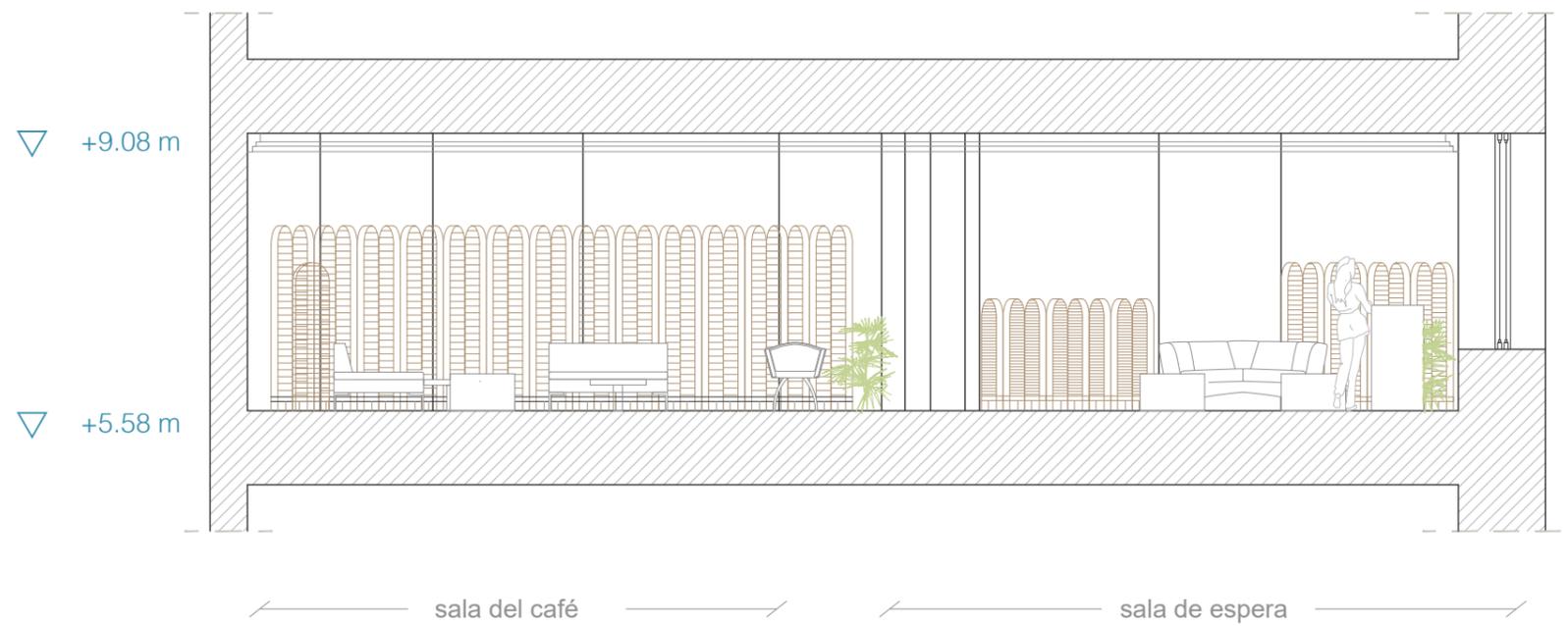


Vaso

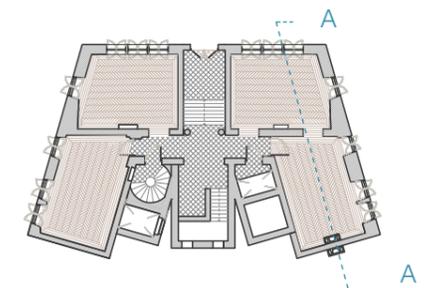
Modelo: Vaso vidrio líneas
Marca: Zara Home
Material: vidrio
Unidades: 30

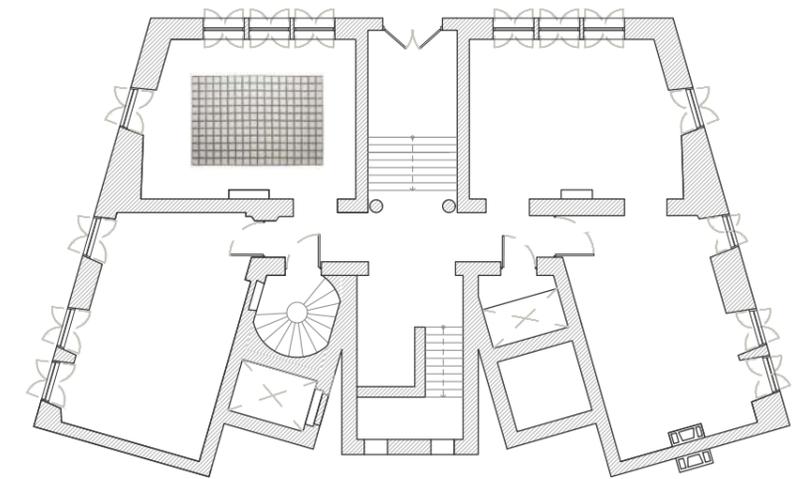
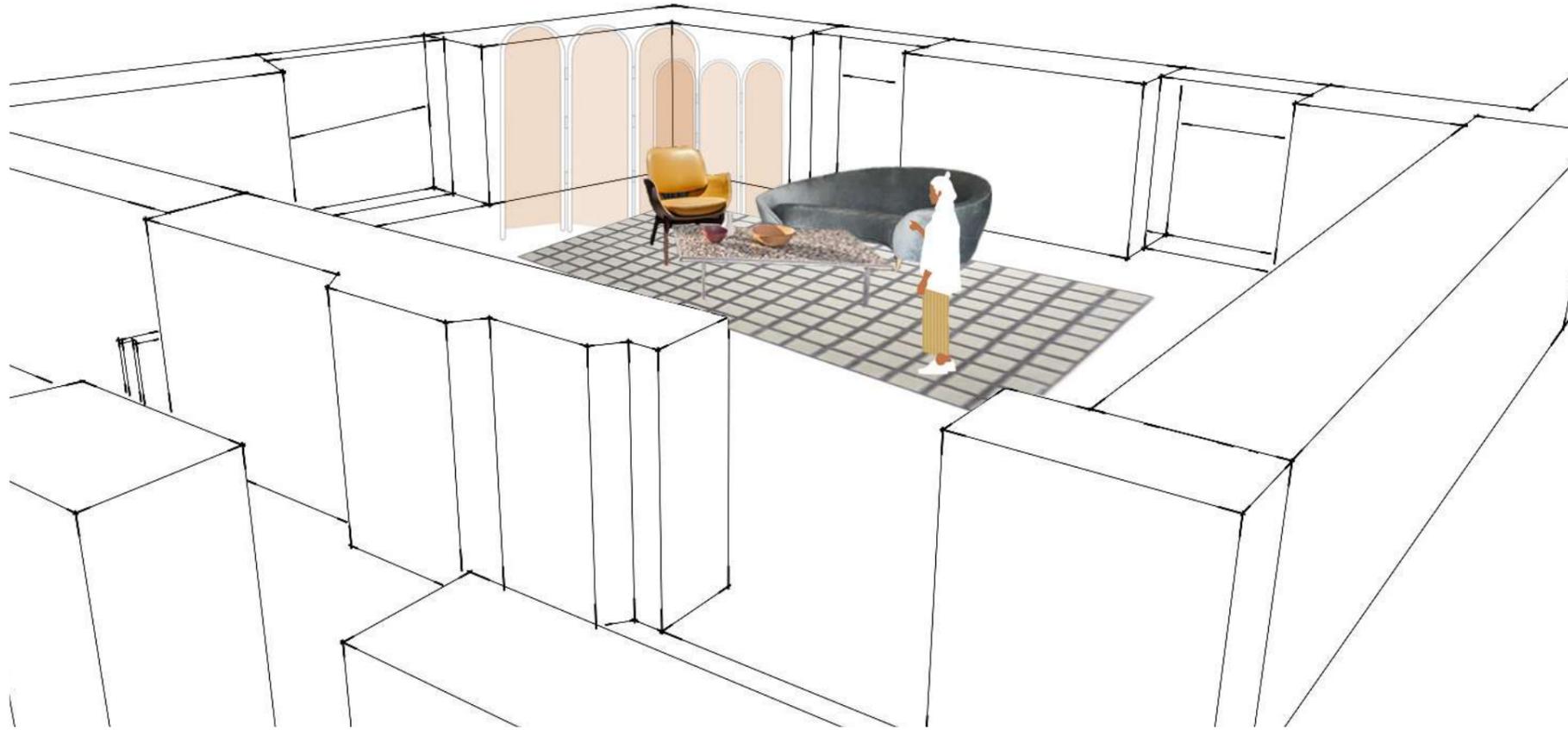
PLANTA BAJA SECCIÓN

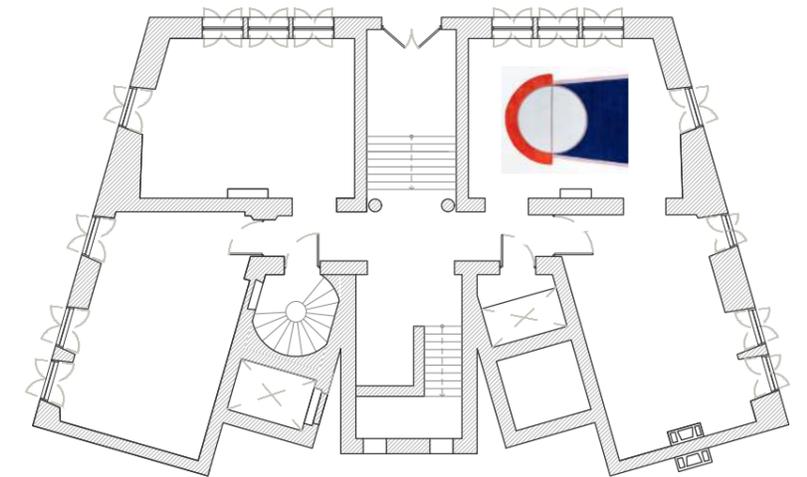
SECCIÓN A

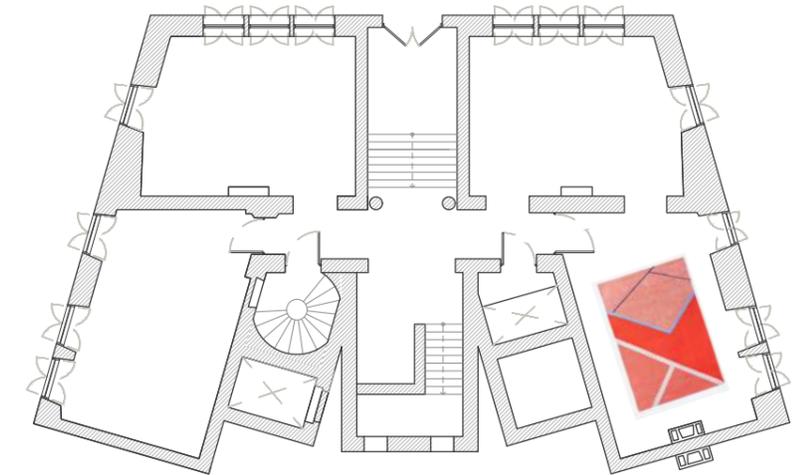
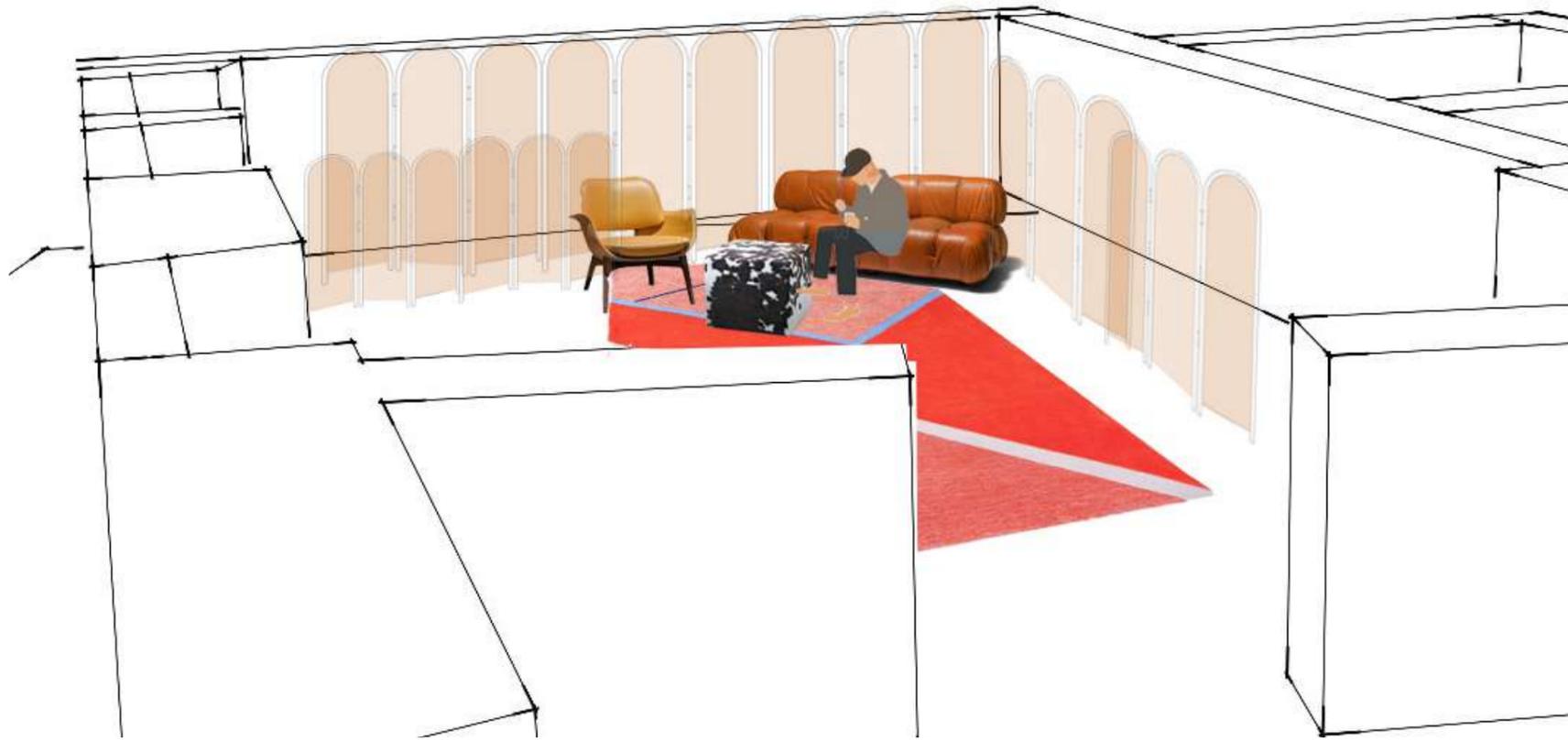


SECCIÓN A









MOODBOARD PLANTA PRIMERA



Malabar, malabar.com.pt

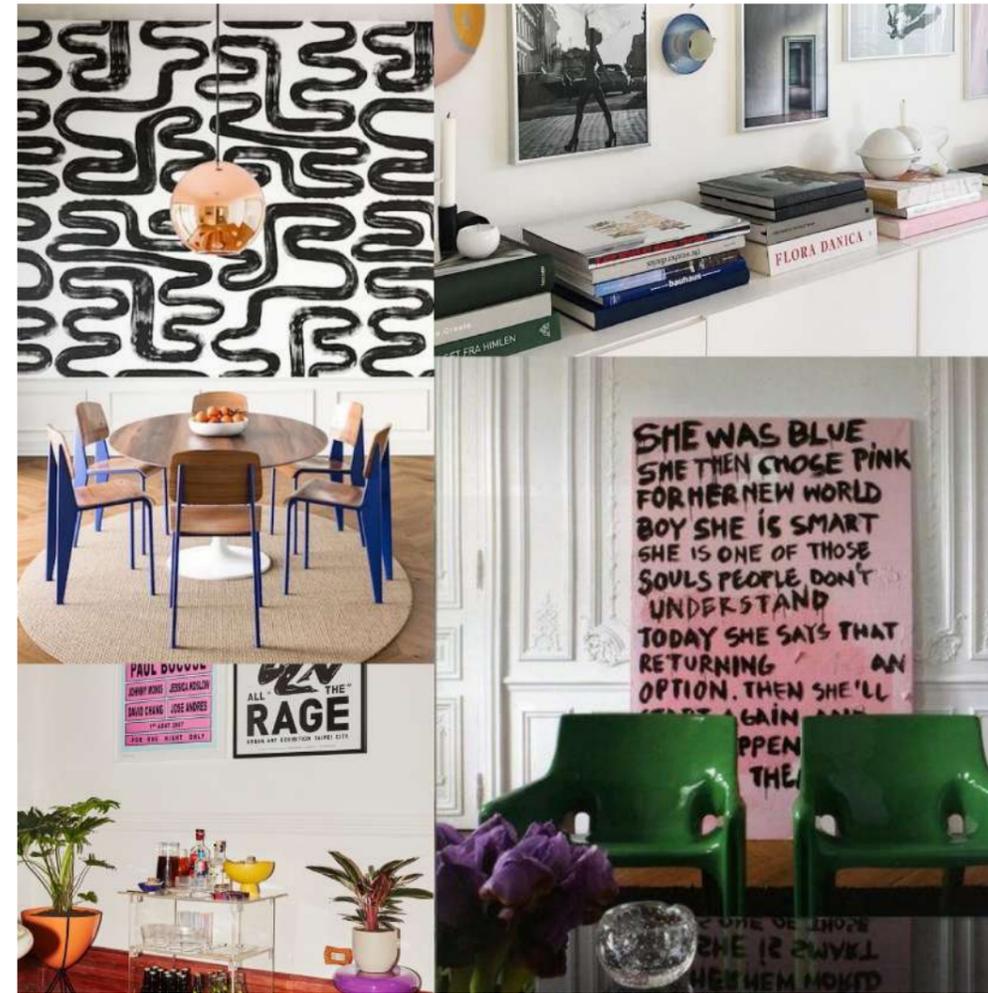
PLANTA PRIMERA

La sala polivalente se ubica en la planta primera del edificio. Es un espacio marcado por su flexibilidad; se trata de una sala poliédrica gracias a los biombos, capaces de distribuir el espacio de esta habitación para cada situación concreta.

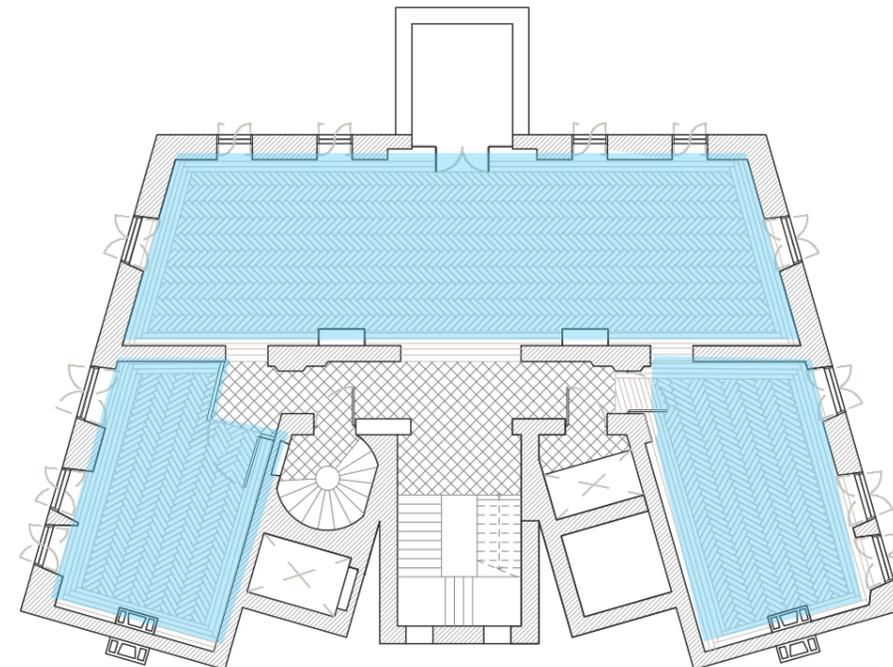
Además, se distribuirán biombos que bordearán la sala con un doble objetivo: por un lado, proteger la envolvente interior del edificio y, por otro, buscarán ofrecer total flexibilidad para colocar cuadros, carteles, etc., sin dañar lo existente. En esta apuesta por respetar lo histórico del edificio, se colocarán celosías que protegerán y permitirán que se siga disfrutando de lo que le es propio al Palacio de Santa Bárbara.

La sala de cine será un espacio en el que las proyecciones se disfrutarán en contrapicado. El suelo estará recubierto por alfombras y, en lugar de butacas, habrá tumbonas y almohadas que conferirán al visitante una experiencia más cómoda y relajada que la que nos puede ofrecer una sala de cine corriente. Asimismo, contaremos con unas mesas de café para que sea posible tomar anotaciones en una reunión más informal o creativa que las que tienen lugar en la sala de lectura.

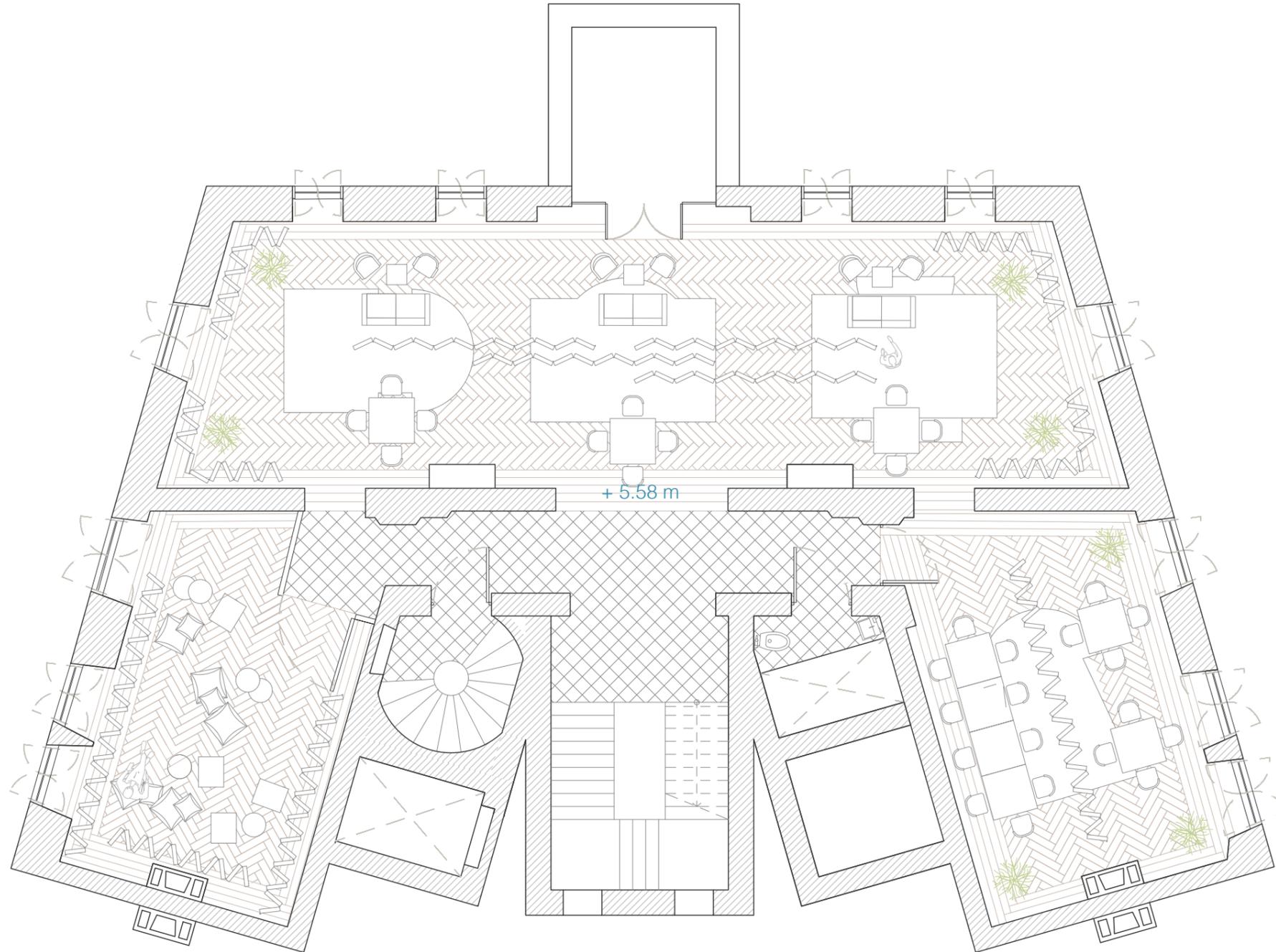
Por supuesto, contaremos con un proyector y una pantalla prototípica de cualquier cine.



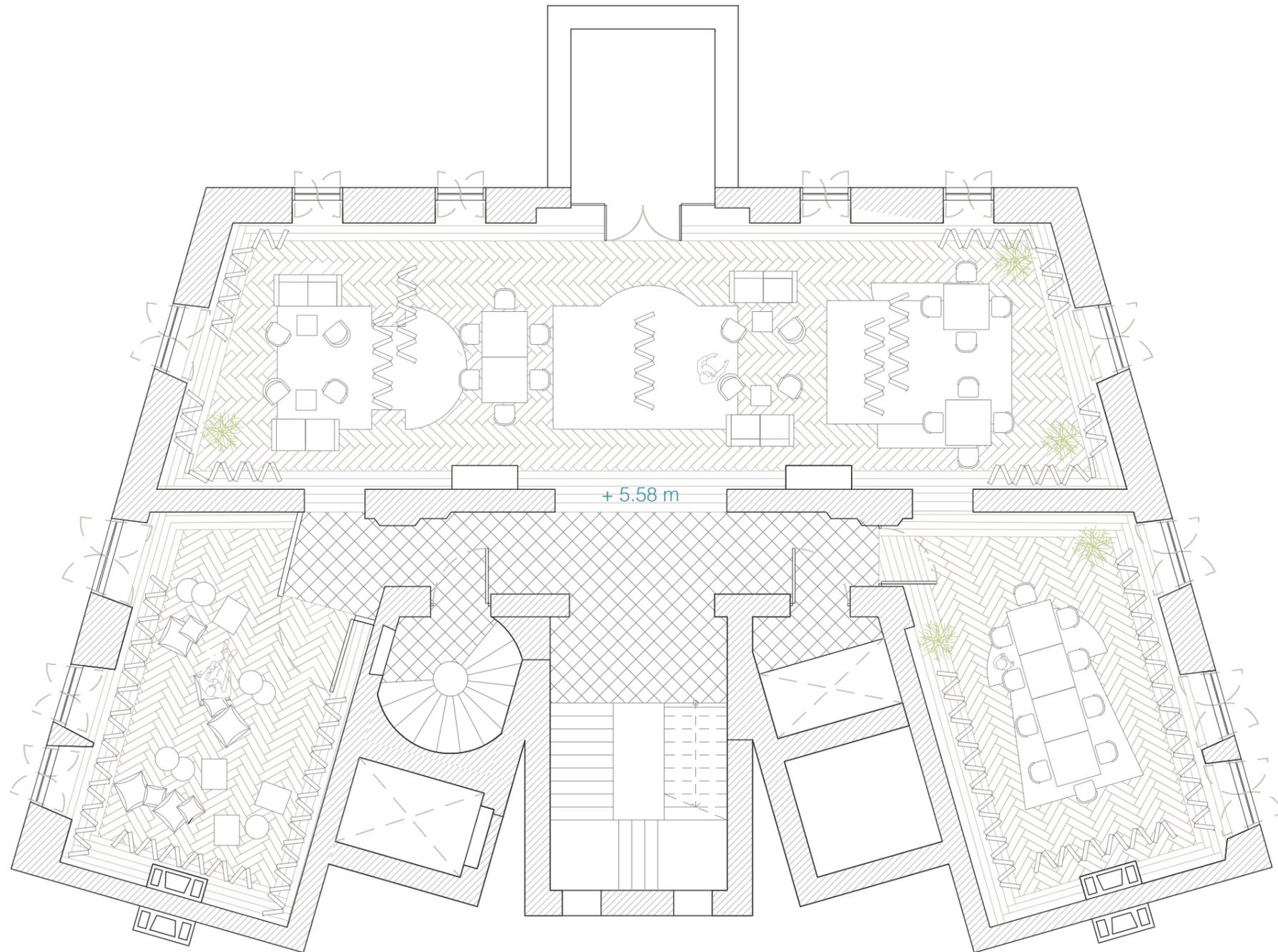
Artículo de The English Room, theenglishroom.biz



PLANTA PRIMERA
PROPUESTA 01



PROPUESTA 02

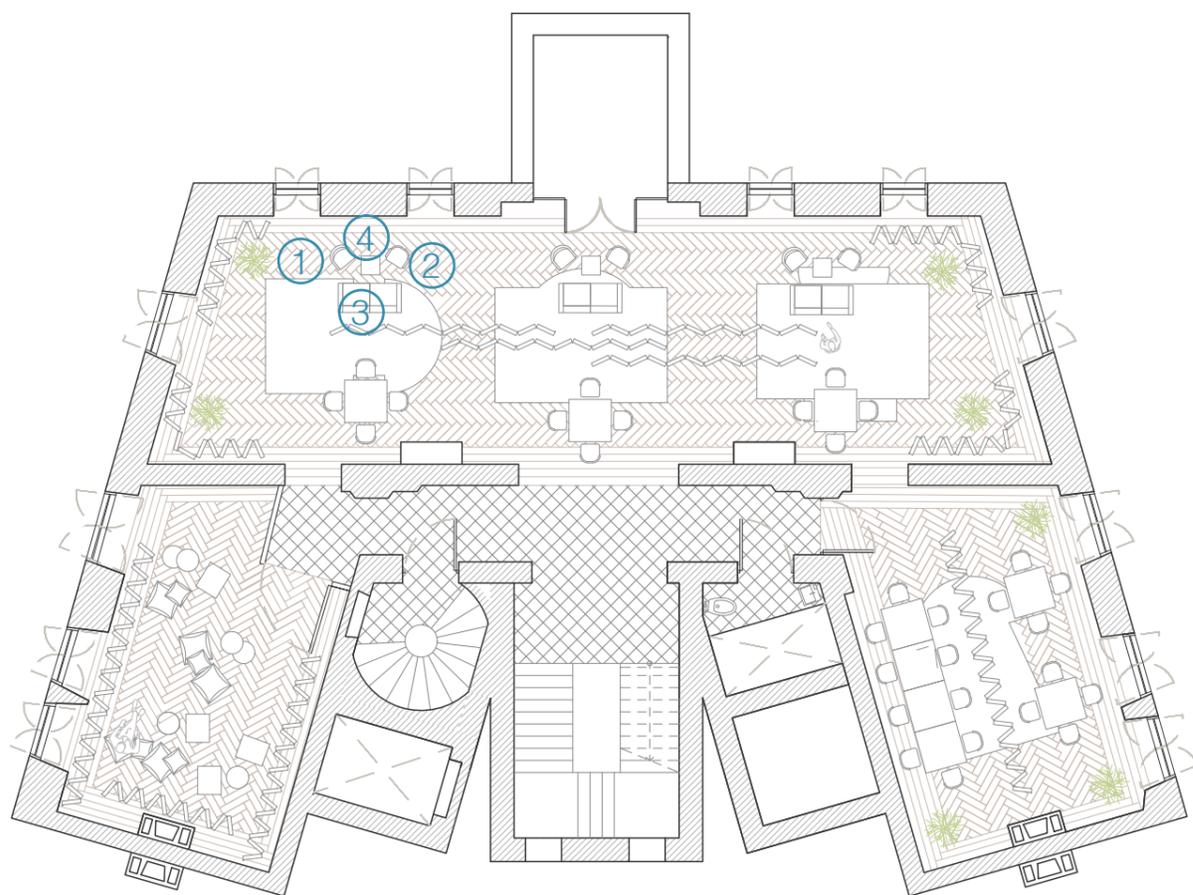


PLANTA PRIMERA DISTRIBUCIÓN DEL MOBILIARIO

SALA POLIVALENTE

En nuestro salón estrella, por su adaptabilidad y flexibilidad, habrá mobiliario muy diverso. Queremos que sea sinónimo de una sinergia entre historia y vanguardia, de los que hemos sido hasta el momento, por lo que queremos que eso también se refleje en el mobiliario, que queremos que presente diversidad. De este modo, habrá sillones, sofás y sillas combinados con mesas de diferentes alturas y formas diversas.

El mobiliario nos dará ese juego que estamos buscando, ofreciéndonos múltiples posibilidades y convirtiendo a la sala en el tetris deseado.



①



Sillón
Modelo: Sillón Pierre Paulin
Marca: Pierre Paulin
Materiales Acero, Espuma, Terciopelo de algodón
Dimensiones: 78,74 x 66,04 x 76,2 cm;
Unidades: 3

②



Sillón
Modelo: Sillón contemporáneo ARCOS
Marca: Arper
Material : tapicería de tejido
Dimensiones: 76 x 69 x 76 cm
Unidades: 3

③



Sofá
Modelo: Mario Bellini 'Camaleonda'
Marca: Mario Bellini
Material: cuero coñac original, años 70
Dimensiones: 68 x 192 x 96 cm
Unidades: 3

④



Mesa
Modelo: mesa An Aesthetic Pursuit
Marca: An Aesthetic Pursuit
Material: acero con recubrimiento en polvo
Dimensiones: 81 x 81 x 46
Unidades: 3

5



Silla

Modelo: Dan
Marca: Zanotta
Material: acero, de piel de vaca
Dimensiones: a medida
Unidades: 20

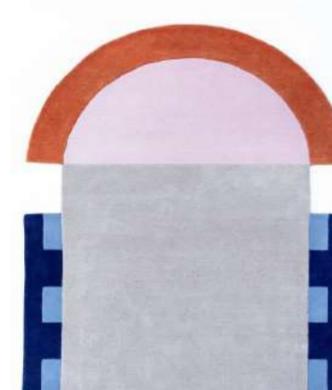
6



Mesa

Modelo: Pop Quaderna
Marca: Zanotta
Material: laminado, de plástico
Dimensiones: 90 x 126 x 75 cm
Unidades: 9

7



Alfombra

Modelo: Clave abstracta
Marca: An Aesthetic Pursuit
Material: hilos de lana y viscosa teñidos a mano y con mechones en un forro tejido de algodón 100%
Dimensiones: 3.6 x 3,2 m
Unidades: 1

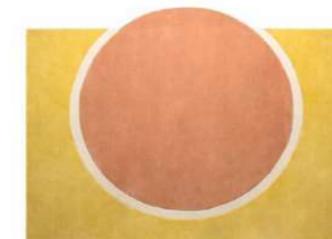
8



Alfombra

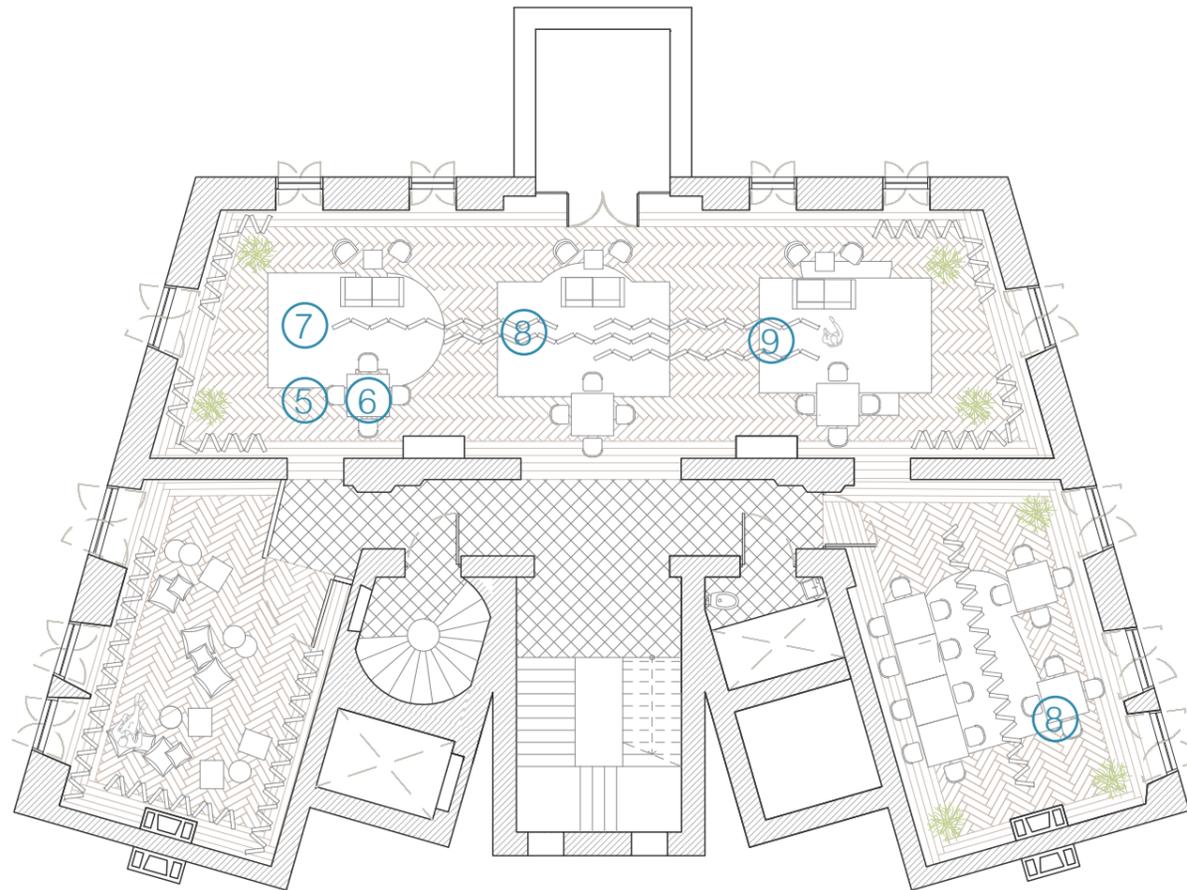
Modelo: Media cancha
Marca: An Aesthetic Pursuit
Material: hilos de lana y viscosa teñidos a mano y con mechones en un forro tejido de algodón 100%
Dimensiones: 3.6 x 3,2 m
Unidades: 1

9



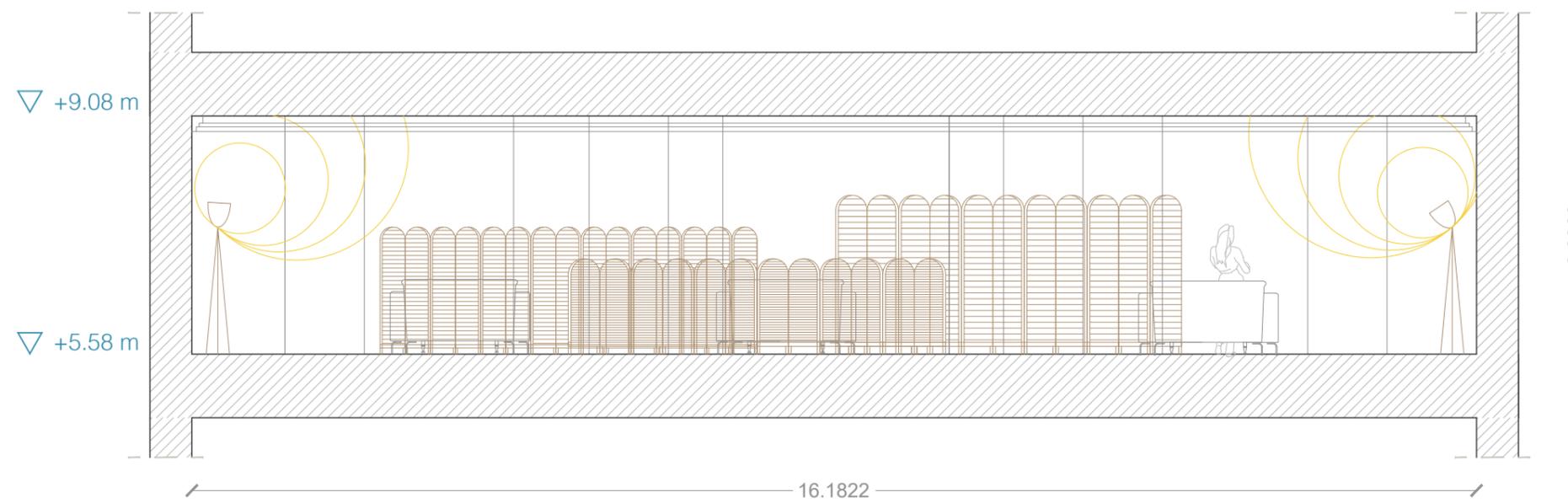
Alfombra

Modelo: Puesta del sol
Marca: An Aesthetic Pursuit
Material: hilos de lana y viscosa teñidos a mano y con mechones en un forro tejido de algodón 100%
Dimensiones: 3.6 x 3,2 m
Unidades: 1

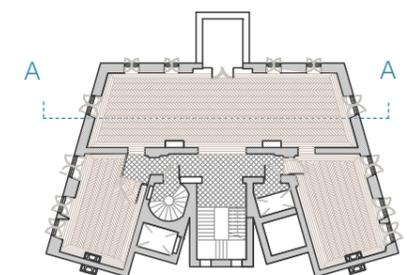


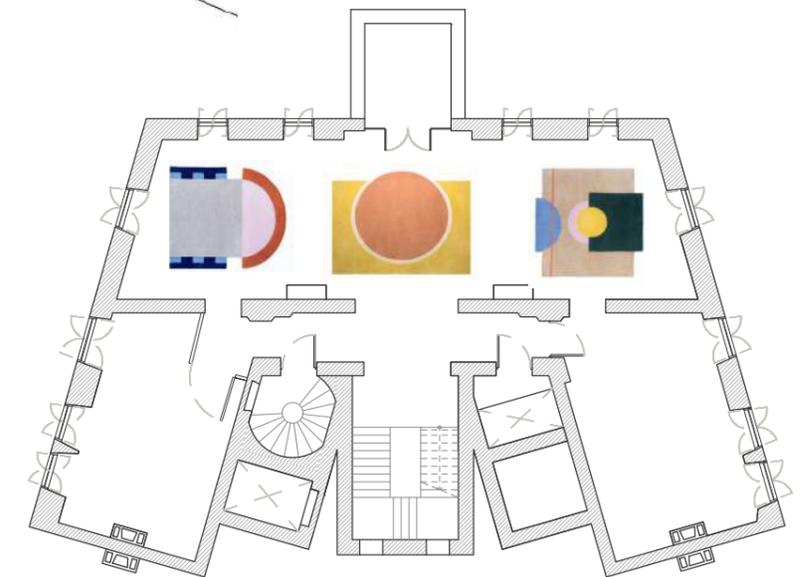
PLANTA PRIMERA SECCIÓN

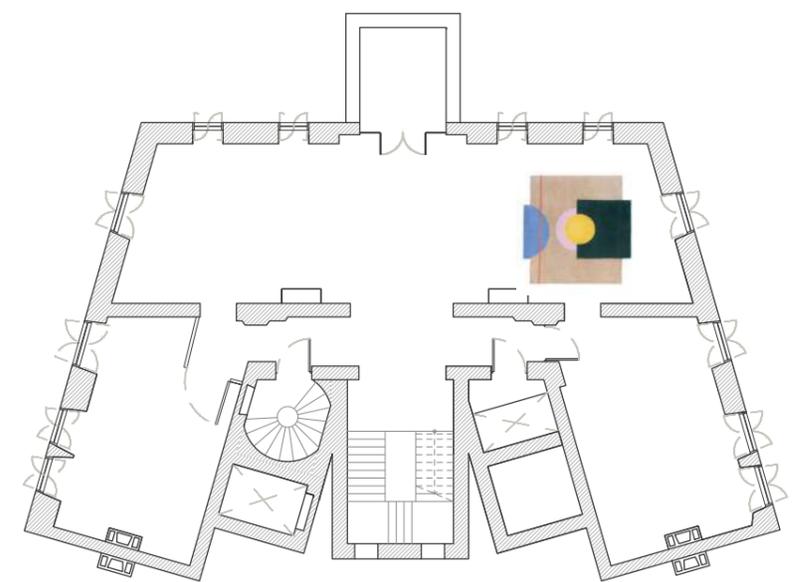
SECCIÓN A



SECCIÓN A



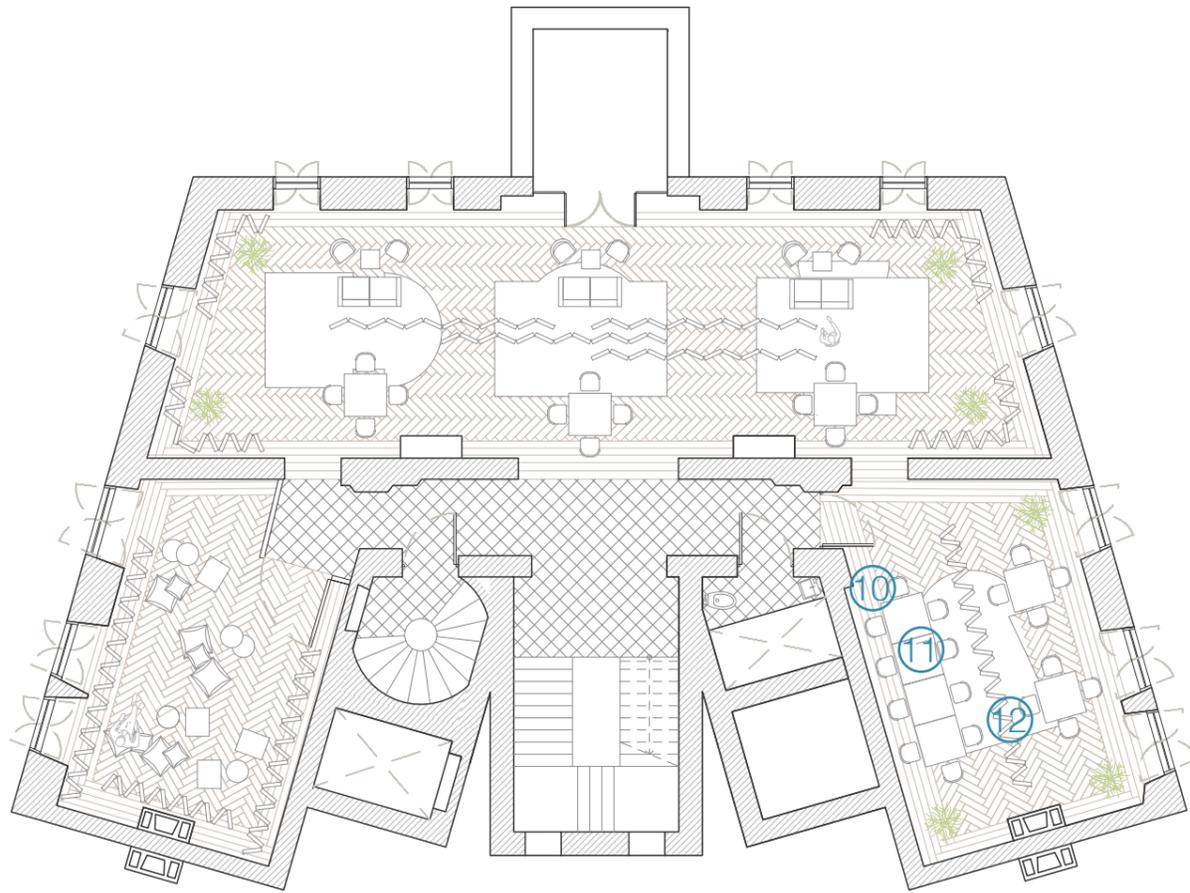




SALA DE REUNIÓN

Esta habitación nos sugiere dos distribuciones distintas:

- Un conjunto de mesas agrupadas que dan la apariencia de una mesa única. Esta disposición será la idónea para reuniones grupales y con un amplio número de integrantes.
- Las mesas pequeñas, dispuestas de forma separada, para que tengan lugar distintas reuniones en el mismo espacio



10



Silla

Modelo: Dan
Marca: Zanotta
Material: acero, de piel de vaca
Dimensiones: a medida
Unidades: 12

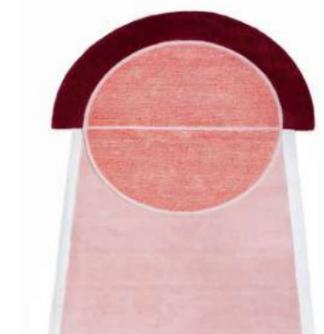
11



Mesa

Modelo: Pop Quaderna
Marca: Zanotta
Material: laminado, de plástico
Dimensiones: 90 x 126 x 75 cm
Unidades: 3

12



Clave 2

Modelo: Clave 2
Marca: An Aesthetic Pursuit
Material: hilos de lana y viscosa teñidos a mano y con mechones en un forro tejido de algodón 100%
Dimensiones: 3,6 x 3,2 m
Unidades: 1

SALA DE PROYECCIÓN

Lo que predomina en esa sala es una moqueta verde que recubre todo el suelo de la sala. El mobiliario está constituido por tumbonas y almohadas, que se pueden combinar con mesas bajas redondas. Es una sala flexible, ya que su mobiliario puede adquirir tantas disposiciones como los usuarios consideren conveniente. Por ejemplo, pueden sentarse en hamacas unos amigos para compartir anécdotas, mientras que dos compañeros de trabajo pueden sentarse sobre almohadas en el suelo y apoyarse en una mesa de café para pensar en nuevos proyectos para su empresa.

13



Sillon bajo

Modelo: OWL
 Marca: Kendo
 Material: madera contrachapada, espuma, tela.
 Dimensiones: 110 x 60 x 112 cm
 Unidades: 3

14



Mesa

Modelo: Mesa Charlotte Perriand
 Marca: Cassina
 Material: madera alacada
 Dimensiones: 126 x 30 cm
 Unidades: 2

15



Tumbona

Modelo: Corduroy Floor Pillow
 Marca: Corduroy
 Material: algodón con relleno de poliéster
 Dimensiones: 47 x 47 x 11,5 cm
 Unidades: 7

16



Almohadas

Modelo: Reema Back Cushion
 Marca: Corduroy
 Material: algodón con relleno de poliéster
 Dimensiones: 38 x 96 x 11,5 cm
 Unidades: 17

17



Almohada

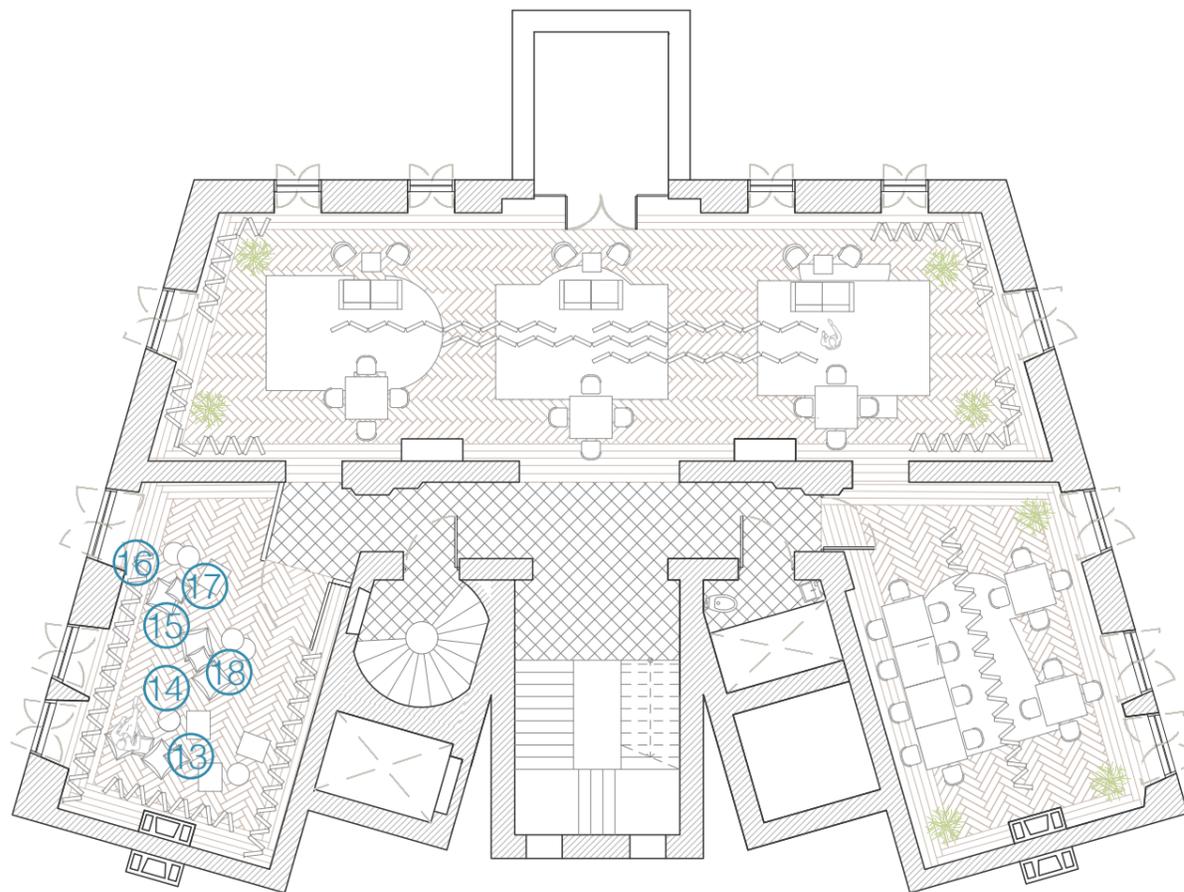
Modelo: One-Of-A-Kind Kantha Throw Pillow
 Marca: Urban Renewal
 Material: algodón con relleno de poliéster
 Dimensiones: 46 x 46 cm
 Unidades: 17

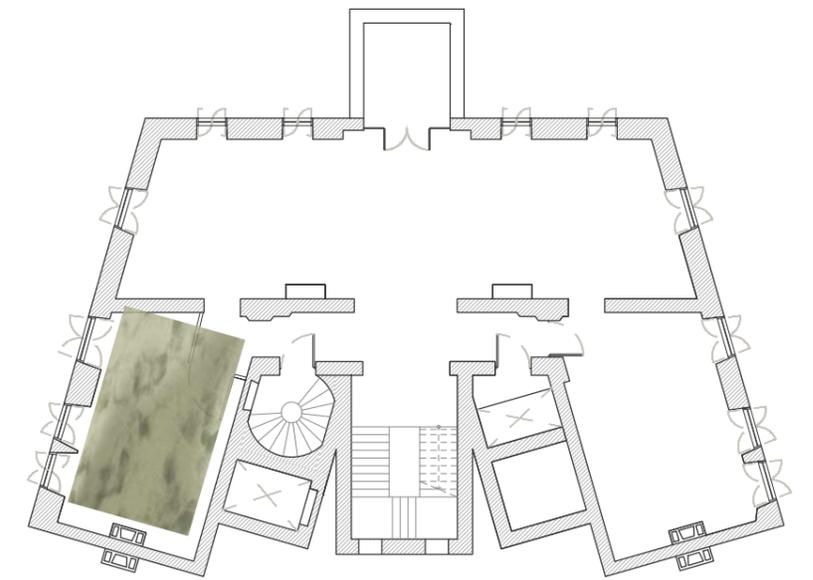
18



Moqueta

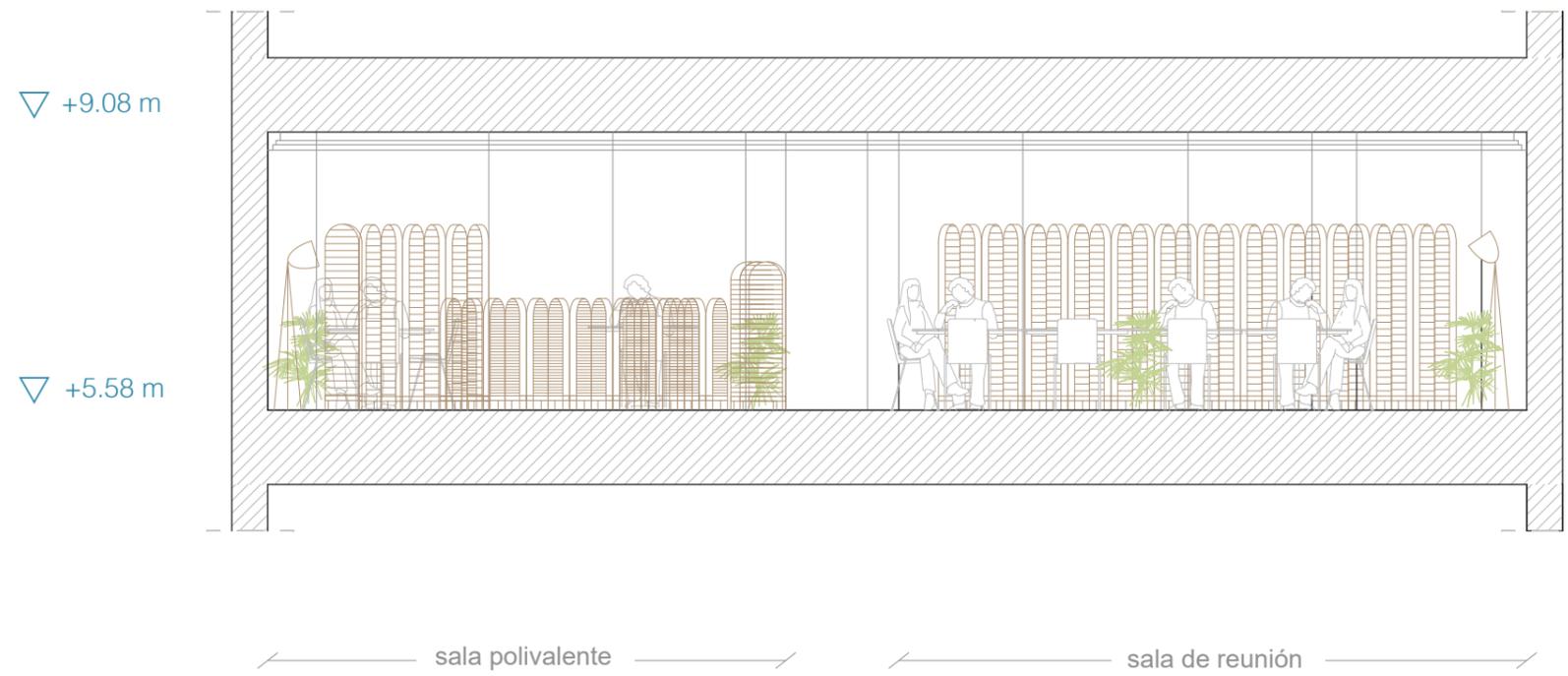
Modelo: Magnifik
 Una moqueta hecha a medida de la sala recubriendo todo el perímetro de la sala de cine



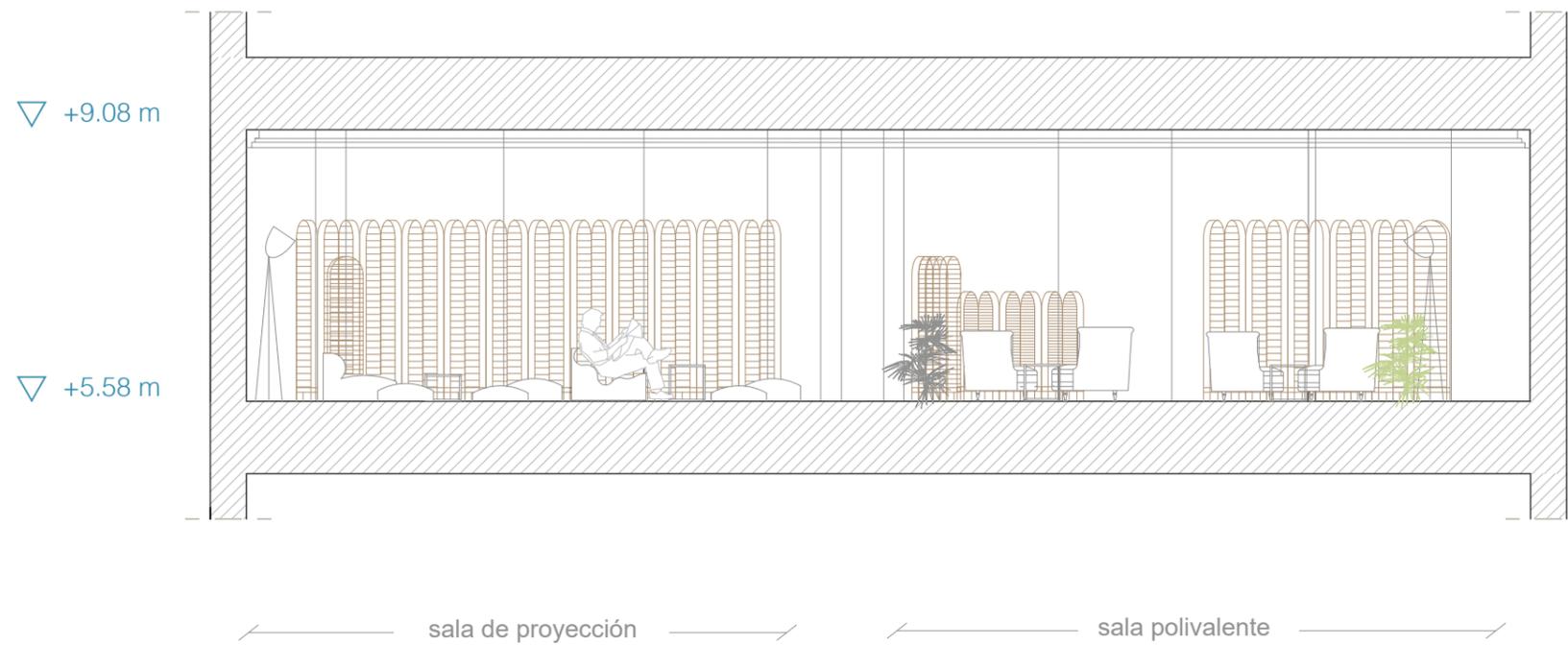


PLANTA PRIMERA SECCIÓN

SECCIÓN A

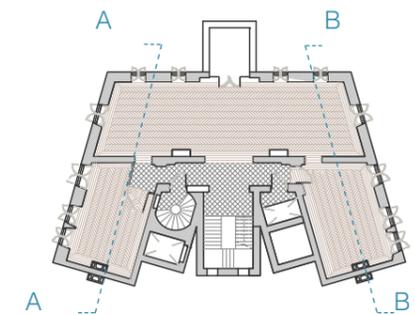


SECCIÓN B



SECCIÓN A

SECCIÓN B



LOS BIOMBOS

Jugaremos con las densidades y con las formas de las separaciones de las celosías de madera de abedúl que componen los biombos. Al superponerlos vemos como se crean diferentes atmósferas y como las separaciones entre las celosías permiten controlar en qué medida se muestra lo que se encuentra detrás de ellas. En el caso de que no se necesiten, presentan como ventaja su almacenamiento ya que ocupan un espacio muy reducido y, por tanto, muy eficaz en su depósito.

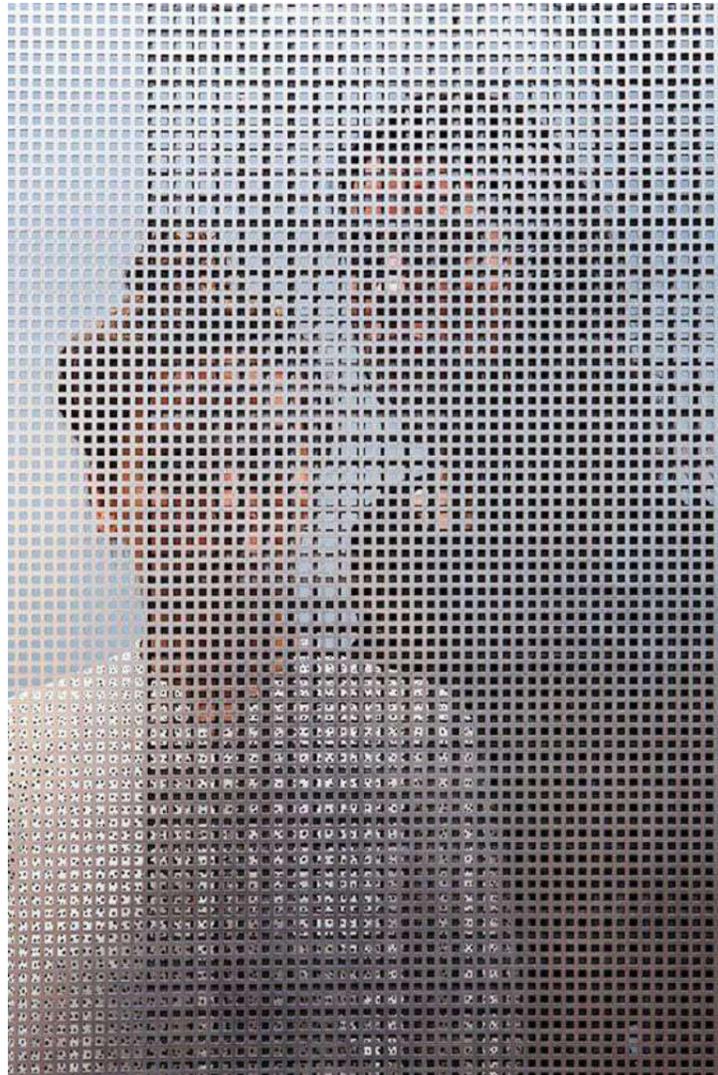
Además, nuestro trabajo se centra en dos planos principales: uno vertical y otro horizontal.

- El vertical: muy neutro, retroiluminado, con luz suave creando una atmósfera tranquila e inspiracional.

- El horizontal: lleno de color, alfombras y mobiliario colorido y llamativo.

Las disposiciones de los biombos juegan un papel muy importante y, dependiendo de las necesidades de cada momento, se colocan de una forma u otra totalmente distinta.

Esta disposición crea un espacio vibrante en el que se pueden combinar biombos más altos con otros más bajos, creando así una superposición de alturas.



De Dutch Invertuals, studio Raw Color

DISPOSICIÓN DE LOS BIOMBOS

1

Las disposiciones de los biombos juegan un papel muy importante. Dependiendo de las necesidades de cada momento se colocan de una forma u otra totalmente distinta.

EJEMPLO 01: EXPOSICIÓN + CHARLA

11:00

Hora de coworking
Espacio abierto donde se acude a trabajar o ver las obras expuestas, colgadas en los biombos.

14:00

Hora de la comida
Se puede subir la comida arriba y seguir trabajando.

17:00

Charla de Jaime Hayón
Se giran los biombos y se crea una zona más privada para los asistentes a la charla, mientras que la otra parte de la sala se sigue usando para el trabajo.

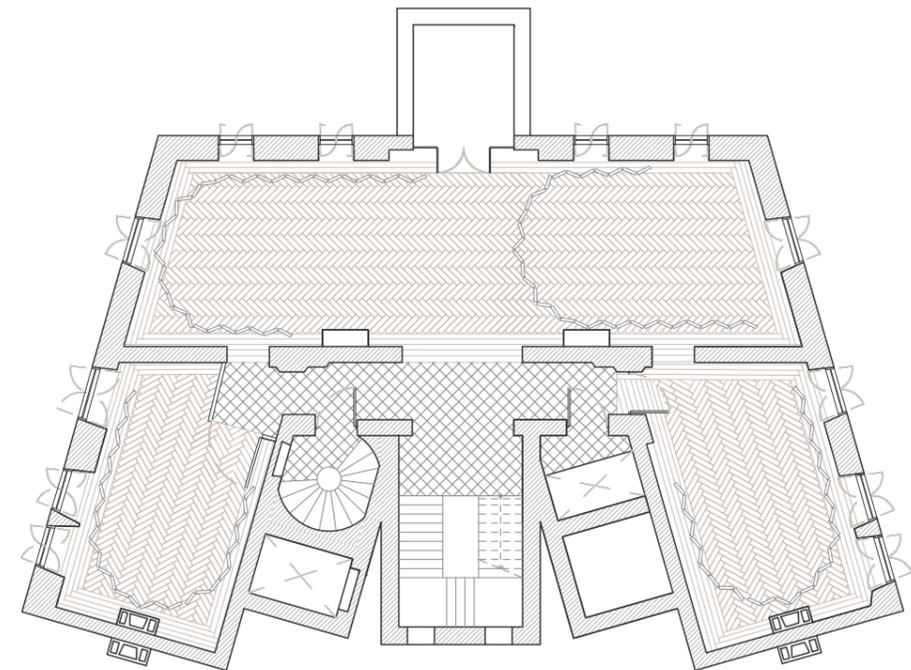
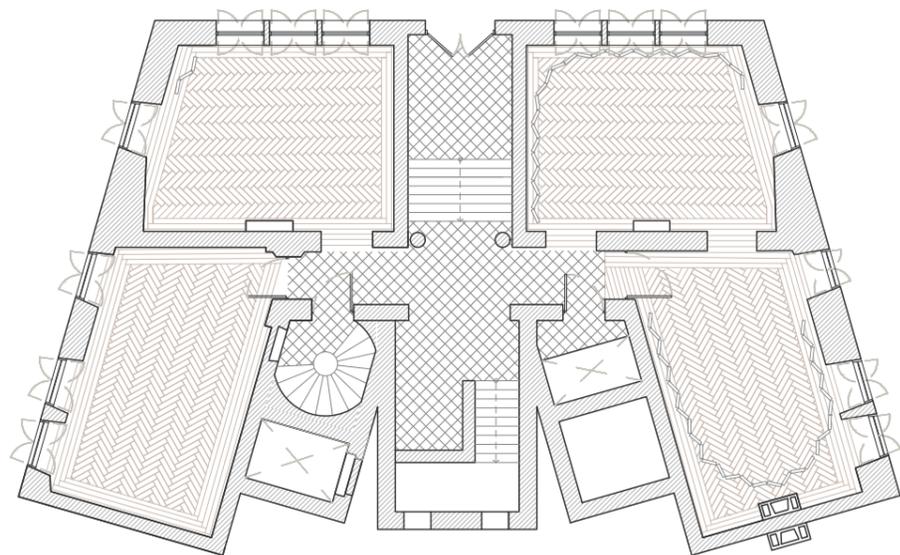
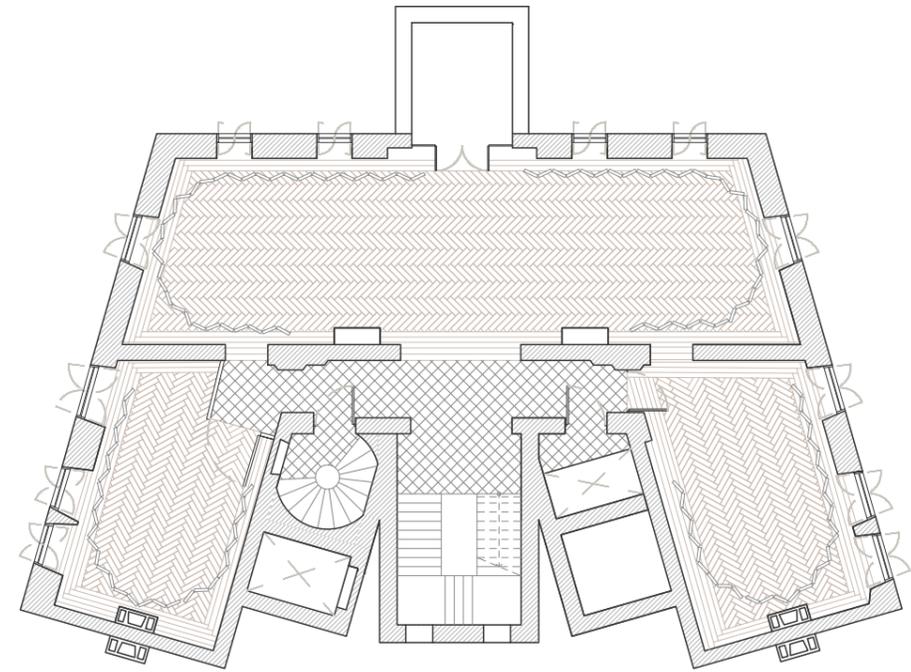
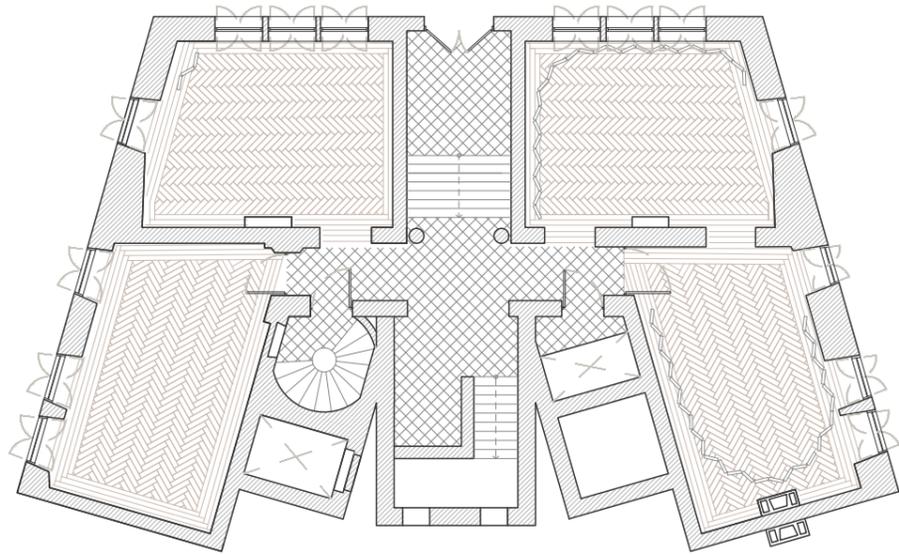
20:00

Se vuelve a la primera disposición y seguimos teniendo un espacio abierto.

A las primeras horas de la mañana, la luz, que entra por las ventanas se filtra por los biombos, creando una atmósfera cálida y agradable.

Al atardecer se necesita luz artificial, por lo que los puntos de luz se colocan detrás de los biombos de manera, que esta se cuele por los huecos de las barras creando ambiente sugerente y tranquilo.

L
D E S I G N
N
K



DISPOSICIÓN DE LOS BIOMBOS

2

Esta disposición crea un espacio vibrante donde combinamos los biombos más altos y otros más bajitos creando una superposición de alturas determina en que medida se puede ver lo que hay detrás de los biombos superpuestos.

EJEMPLO 02: RESENTACIÓN DE UNA COLECCIÓN + TARDEO

11:00

Hora de coworking
Espacio fragmentado en tres zonas permitiendo hacer pequeñas reuniones informales o simplemente trabajar con un grupo de personas

16:00

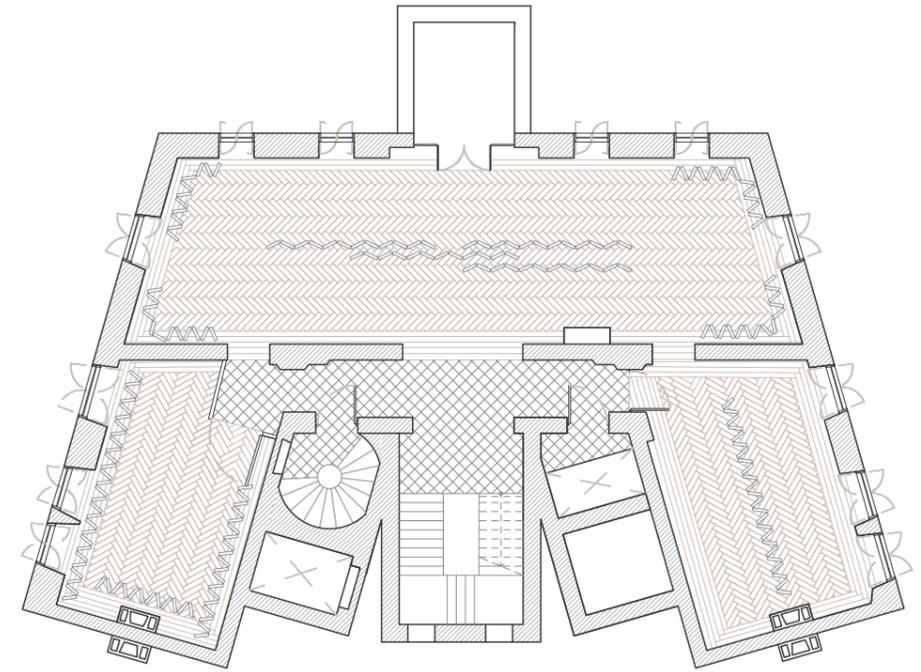
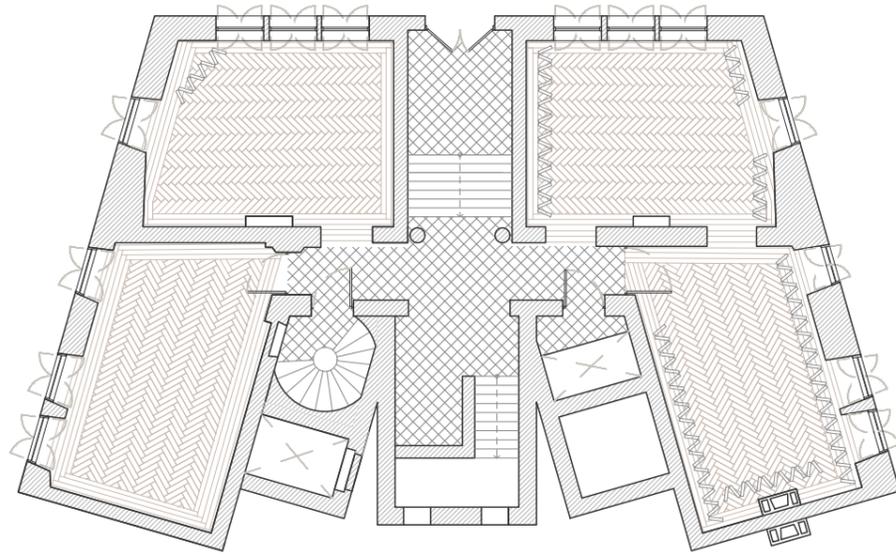
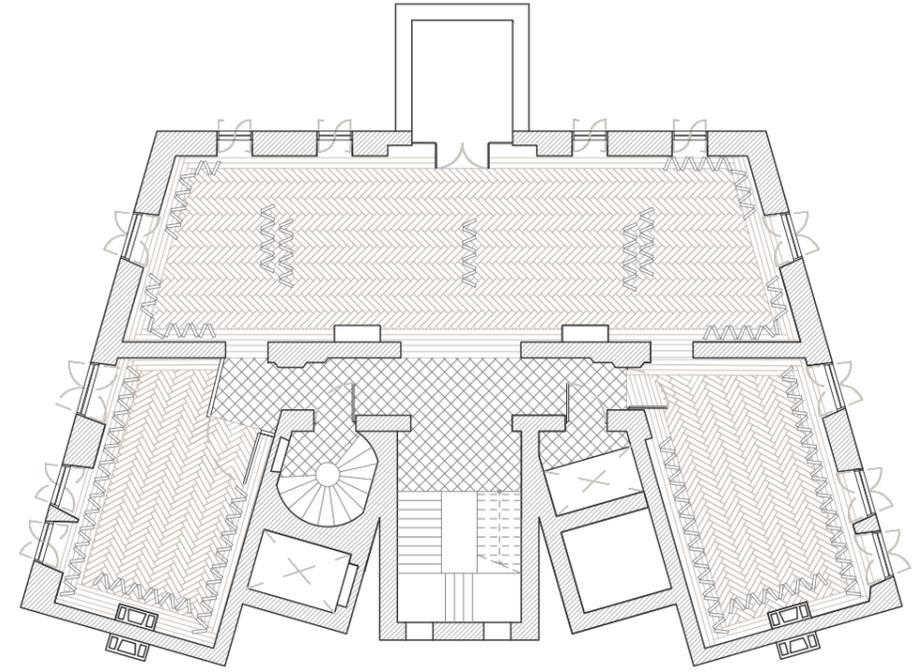
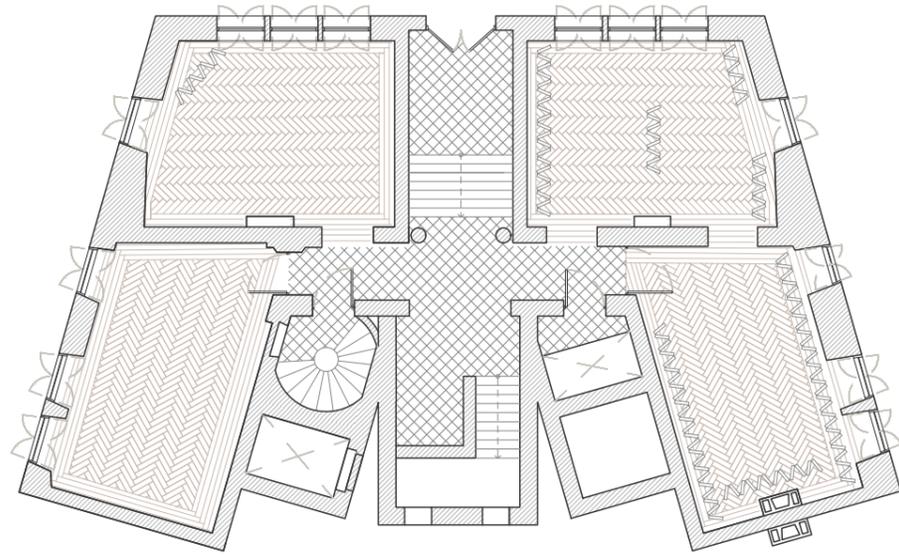
Se organiza un taller de bordados de la marca "Sophie and Lucie" que sacan su nueva colección de prendas personalizadas.

20:00

Hora social
Se giran los biombos de forma horizontal creando un tránsito circular. Es la hora del tardeo, de tomarse una copa con amigos.

A través de los biombos centrales tenemos dos espacios divididos que nos sugieren cosas que pasan a través de ellos.

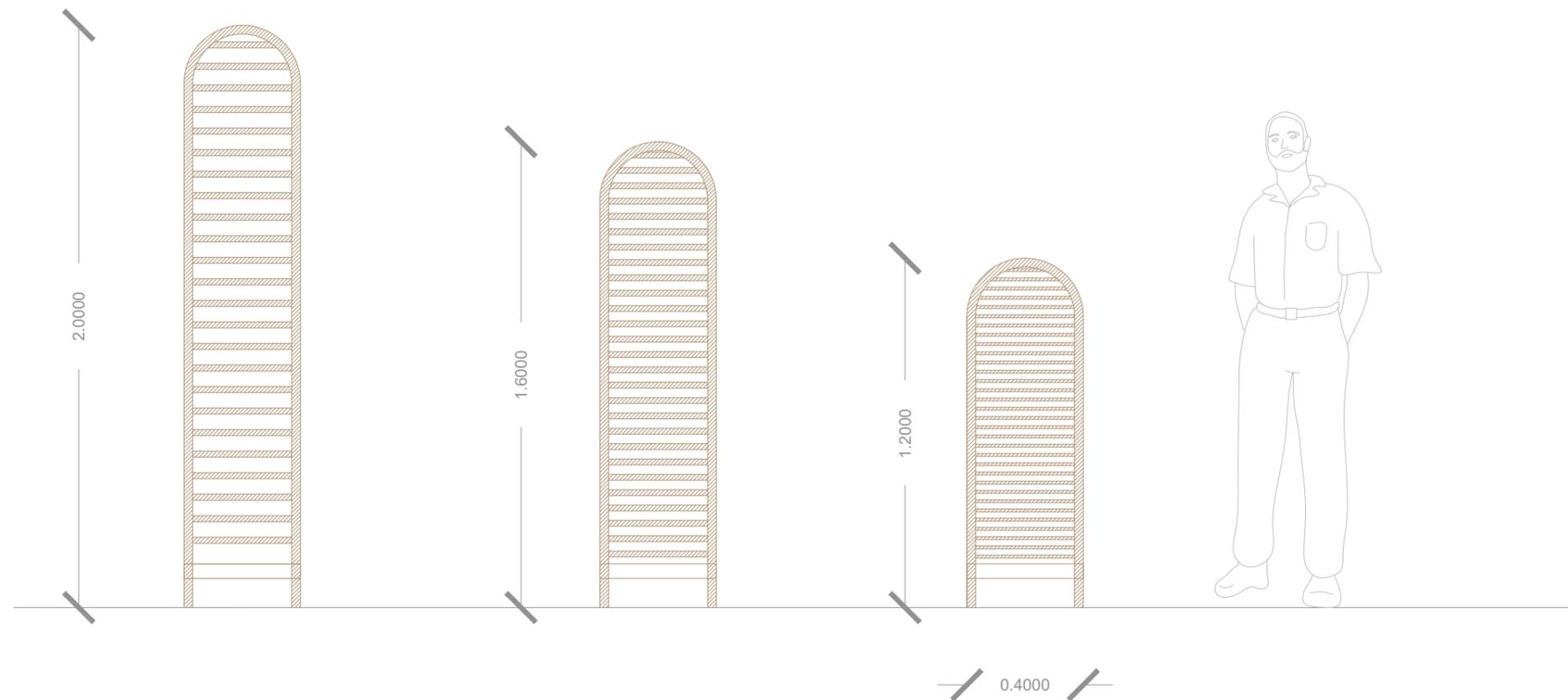
L
D E S I G N
N
K



TIPO DE BIOMBO

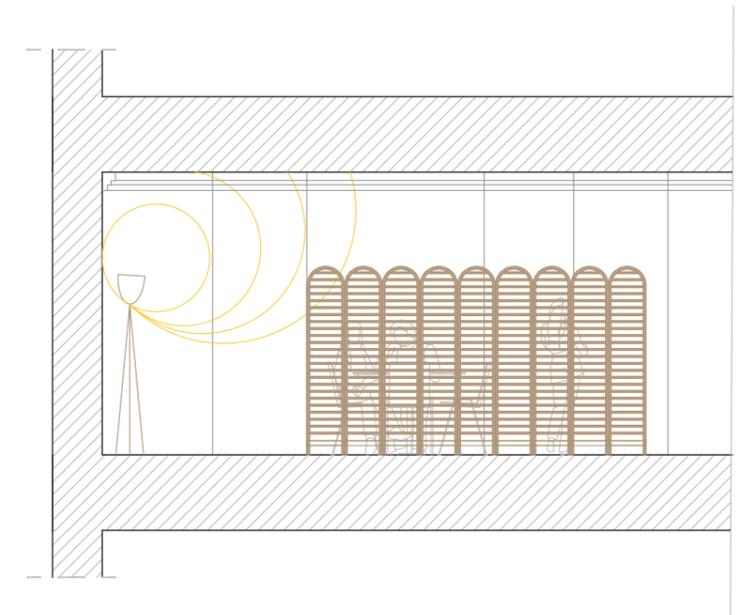
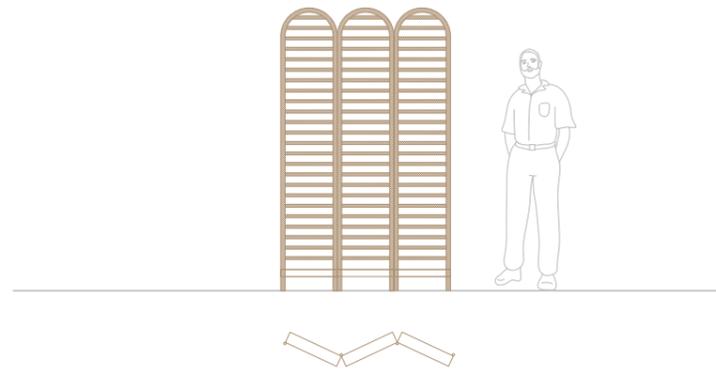
Existen tres tipos de biombos: presentan alturas determinadas y la separación que existe entre las celosías es distinta en cada uno de ellos.

El material elegido es la madera de abedul de color neutro.



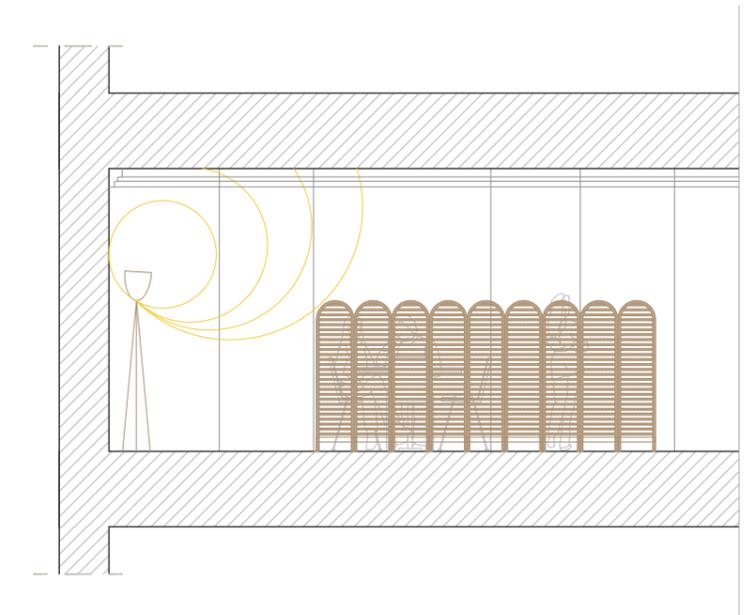
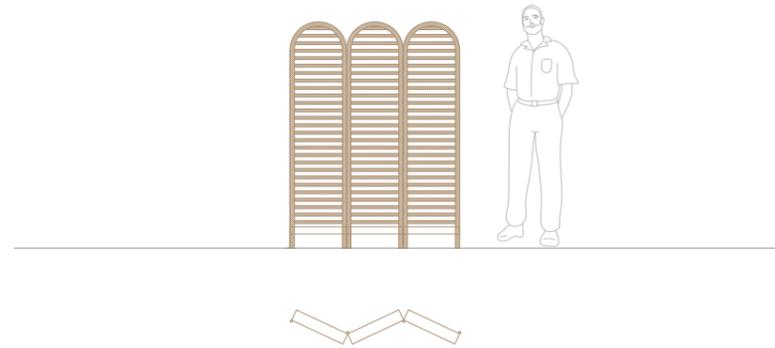
TIPO A

La separación entre la celosía de madera es de 7 cm.



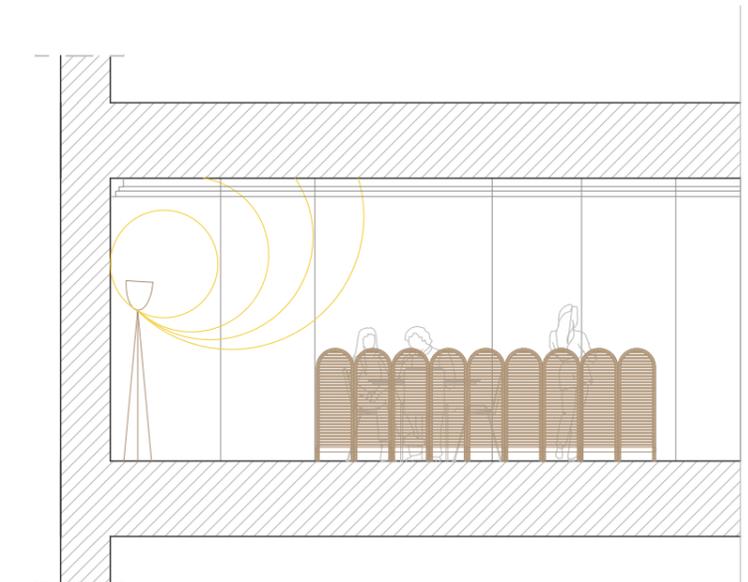
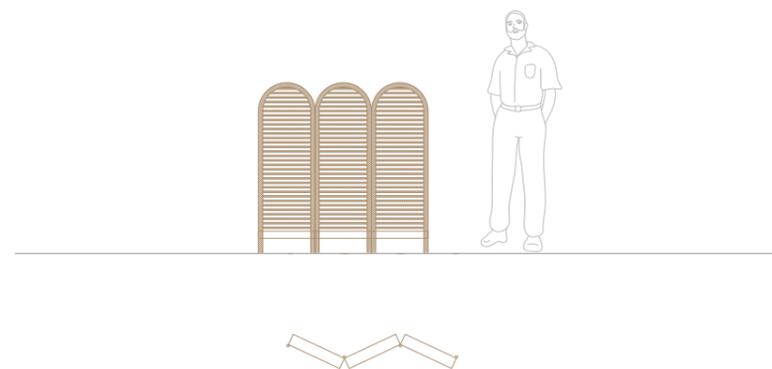
TIPO B

La separación entre la celosía de madera es de 5 cm.



TIPO C

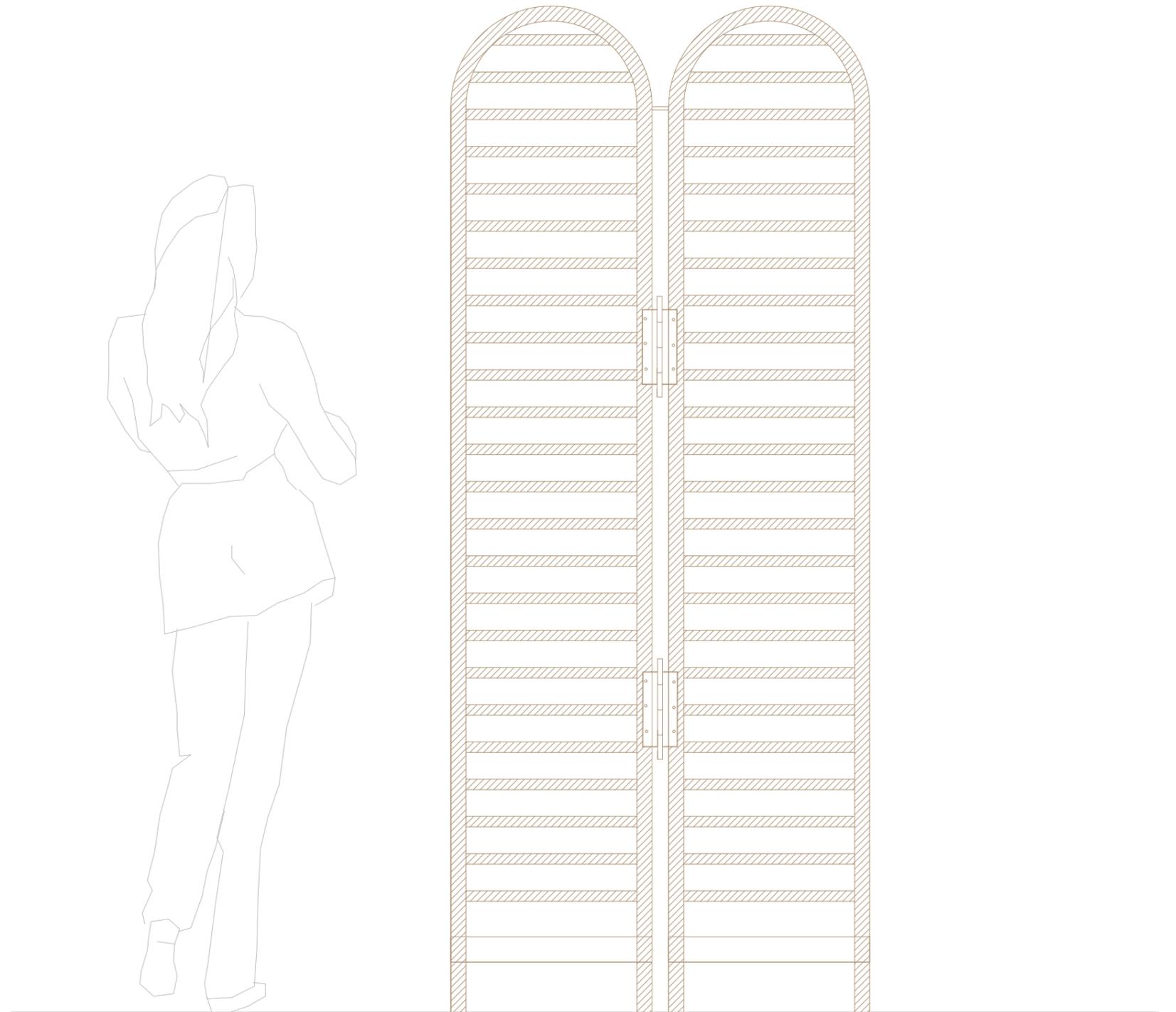
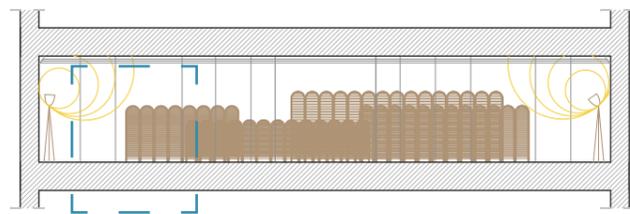
La separación entre la celosía de madera es de 3 cm.



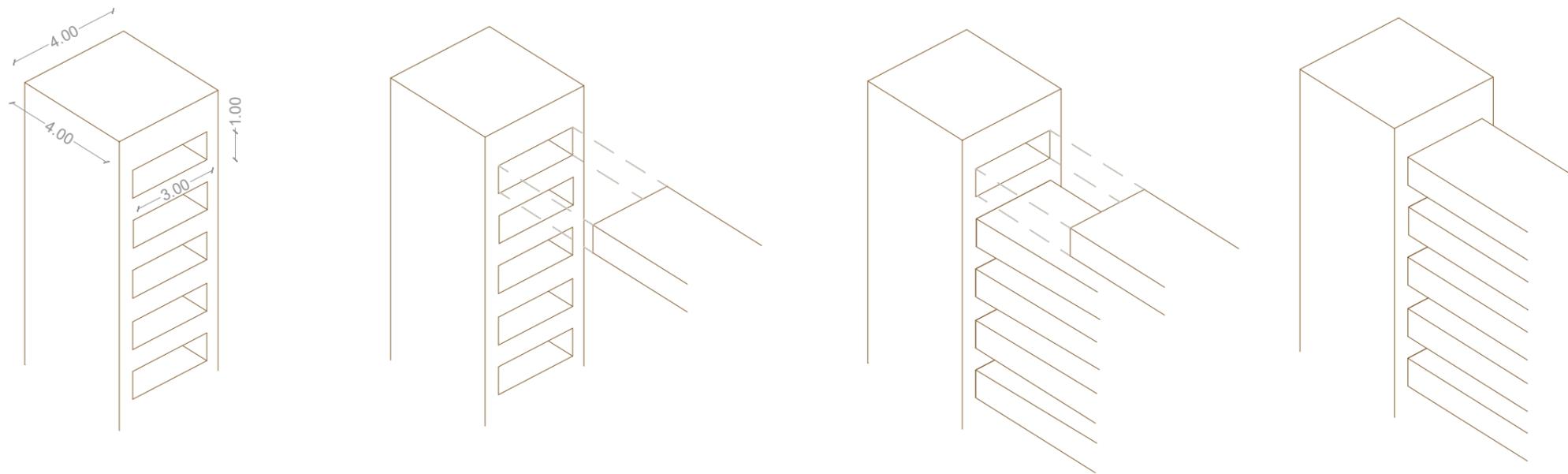
DETALLE DEL BIOMBO

Cada pieza está sujeta mediante una bisagra que permite una apertura libre
El mismo sistema permite un almacenaje que juega a nuestro favor ocupando un espacio muy reducido y por tanto muy eficaz.

DETALLE 1

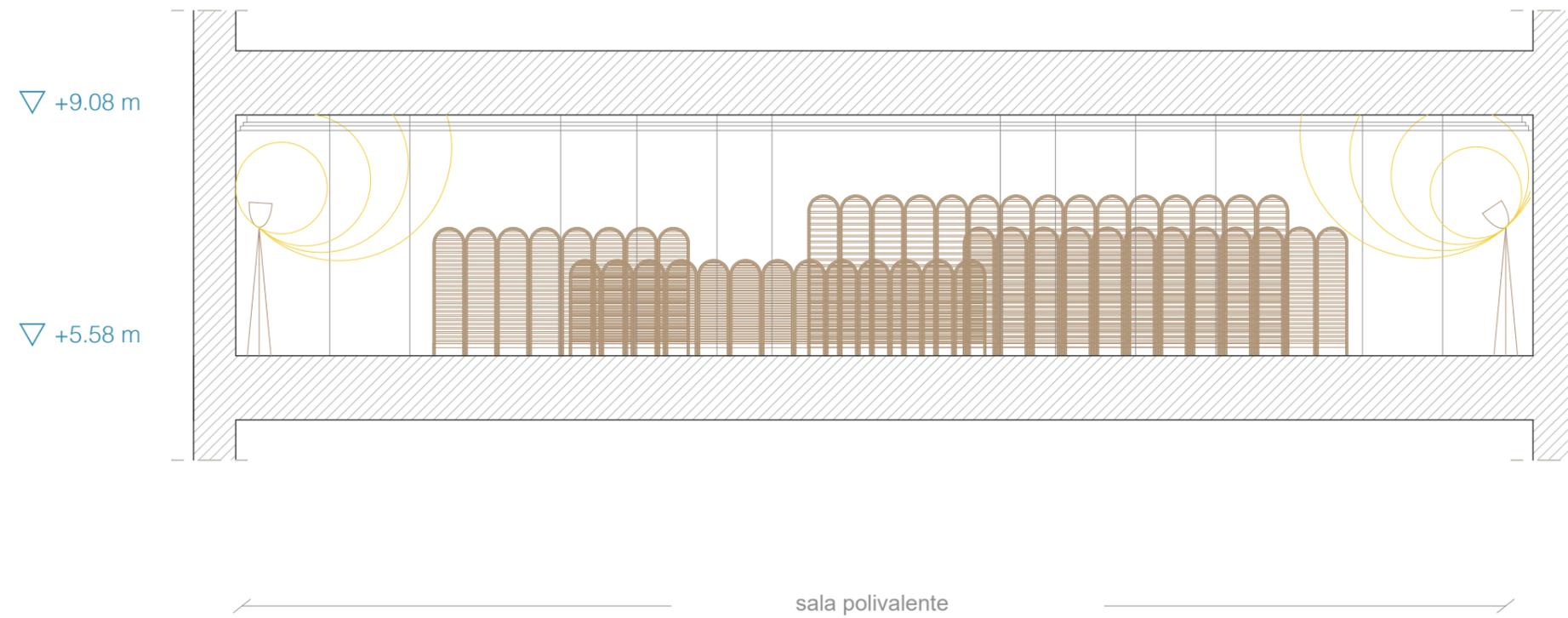


Cada barra va encajada en la pieza vertical de biombo de manera que no hace falta ningún tipo de tuercas por lo que el montaje resulta muy fácil y eficiente.

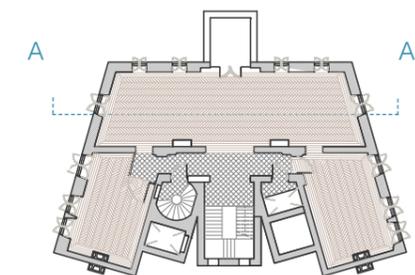


PLANTA PRIMERA SECCIÓN

VISTA EN SECCIÓN



SECCIÓN A

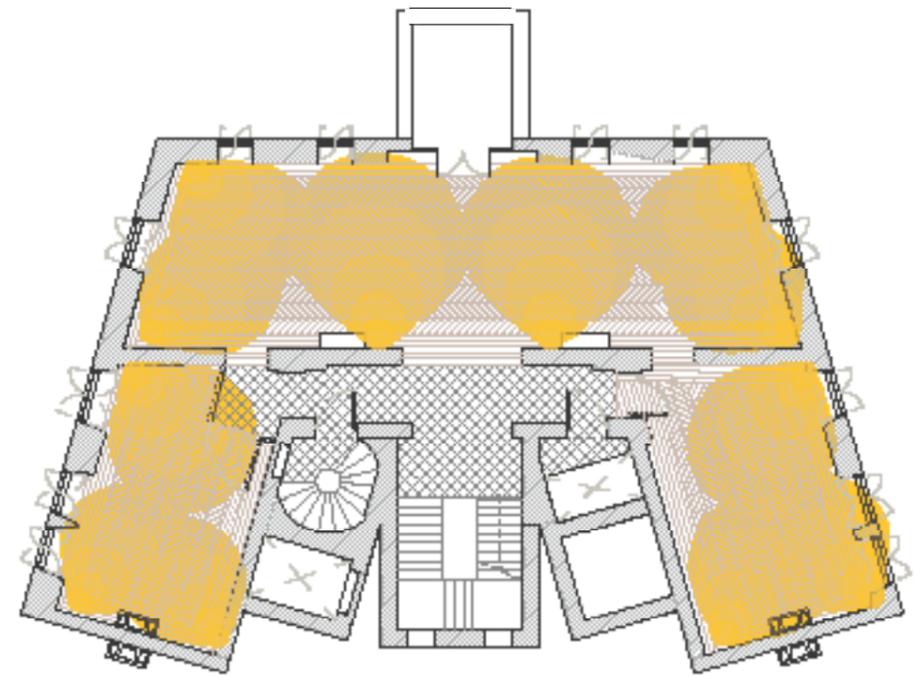
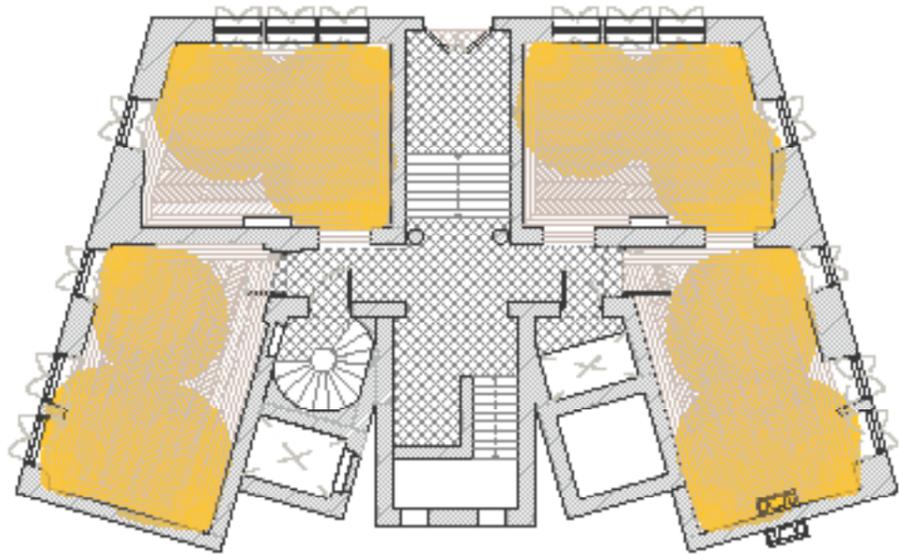


ILUMINACIÓN

PRINCIPAL

La luz principal del edificio, la aportan lámparas de pie colocadas en las esquinas estratégicamente ubicadas para que el espacio quede iluminado de la forma más correcta.



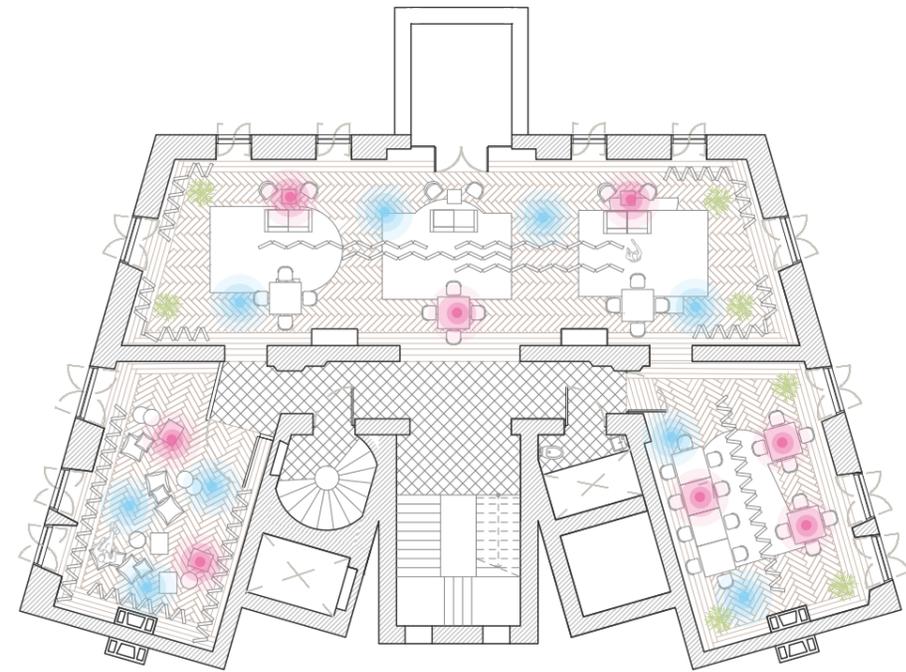
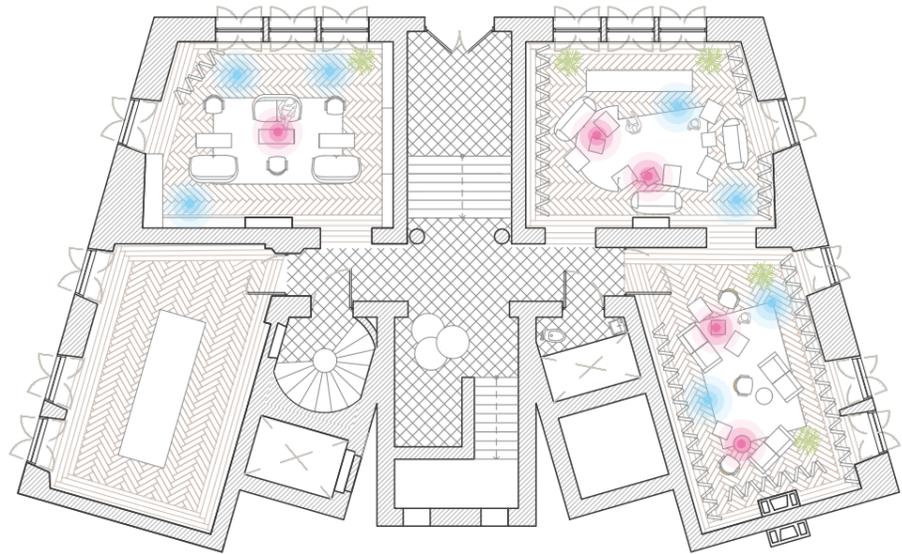


Lámpara
 Modelo: Faro Next
 Marca: Pelluco
 Tipo: de pie
 Material: de acero
 Unidades: 24

ILUMINACIÓN

SECUNDARIA

En cuanto a la luz secundaria, la implantamos a través de unas lámparas de mesa y otras que se colocaran en el suelo con la posibilidad de cambiarla conforme la necesidad lo exija.



Lámpara

Modelo: Lámpara de mesa Cap
Marca: Alboroque Decoracion
Estilo: contemporáneo
Tipo: de mesa
Material: de acero
Unidades: 13



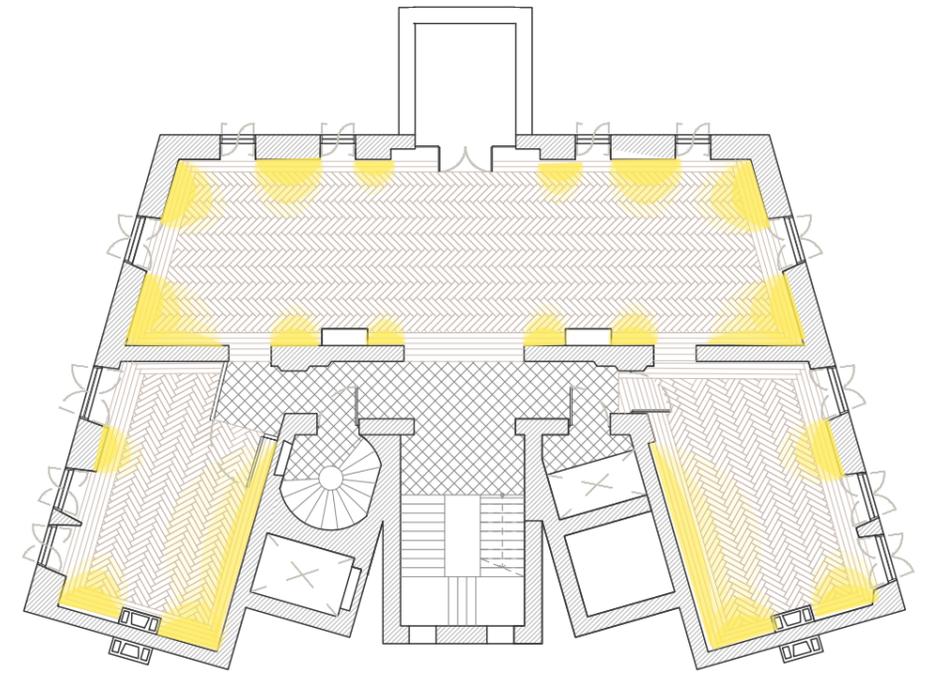
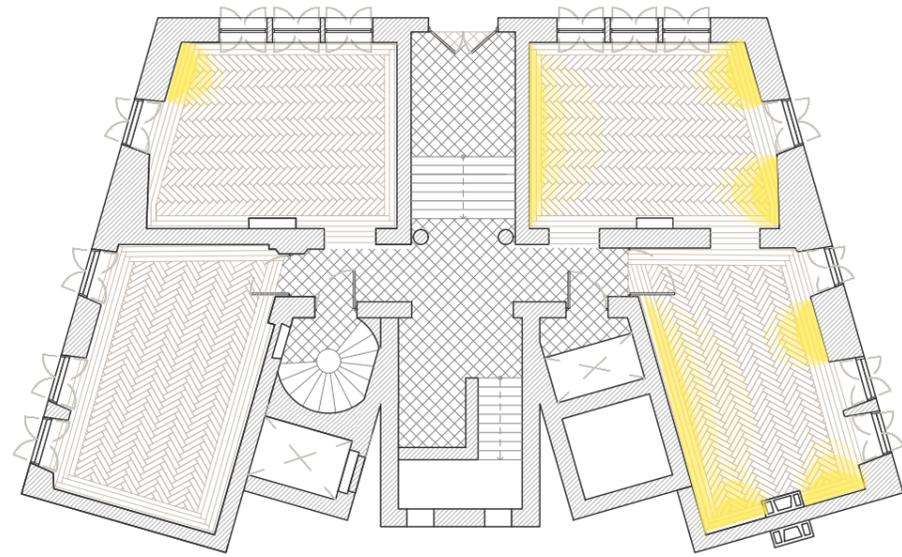
Lámpara

Modelo: Lampara de pie Tristar
Marca: Royal Botavia
Tipo: de pie
Material: de vidrio y de teca
Unidades: 16

ILUMINACIÓN

LUZ AMBIENTE

La luz ambiental sería a través de unas tiras de LED en el suelo creando una luz de ambiente que permanecerá encendida de forma constante en las horas sin luz solar



Luz ambiental de LED

Marca: Luminaria empotrable de
suelo LIGHTALK
Tipo: ambiental
Dimensiones 200 m

6.2 IDENTIDAD VISUAL

En este caso, la sopa de letras es un patrón idóneo, ya que unas letras dependen de las otras, para crear una palabra que adquiere significado y sentido por su unión. Se trata de una metáfora de las conexiones entre los artistas y artesanos que se generan gracias a la existencia de nuestro espacio, el nexo que les propone jugar. Juntas, estas letras, -como los profesionales culturales que visitan nuestro espacio- adquieren otra dimensión -comparten intereses y satisfacen necesidades

PROCESO

P	U	F	L	H	T	P	U	F	L	H	T
D	E	S	I	G	N	D	E	S	I	G	N
M	F	B	N	J	S	M	F	B	N	J	S
U	L	I	K	R	D	U	L	I	K	R	D

L
D E S I G N
N
K

P U F L H T P U F L H T
D E S I G N D E S I G N
M F B N J S M F B N J S
U L I K R D U L I K R D

L
D E S I G N
N
K

Propuesta seleccionada:

P U F L H T
D E S I G N
M F B N J S
U L I K R D

L
D E S I G N
N
K

5.3 FLEXIBILIDAD DE LA MARCA

Esta variación de la marca la utilizaremos para todo tipo de merchandasing, siendo un logo más visual y fácil de recordar.

D E S I G N
L
N
K

D E S I G N
L
N
K

D E S I G N
L
N
K

CON UN LEMA:

Es importante la implantación de un lema para apoyar lo que queremos transmitir con el logo. El lema explica de forma más explícita la intención del proyecto y del por qué de esta identidad visual.

QUE LA MAGIA SURJA

D E S I G N
L
N
K

6. BIBLIOGRAFÍA

- Citas ordenadas por orden de aparición

historia.nationalgeographic.com.es. 2012. La pasión por la lectura en el siglo XVII. [online] Disponible en: <https://historia.nationalgeographic.com.es/a/pasion-por-lectura-siglo-xviii_6292/5#slide-4> [Consultado el 4 de mayo de 2021].

Villapalos, V., 2017. En el siglo XVIII, la lectura en voz alta era el entretenimiento de las familias - Victor Villapalos Web Site. [online]. Disponible en: <<https://www.victorvillapalos.es/2017/09/25/la-lectura-en-voz-alta-era-en-el-siglo-xviii-el-entretenimiento-de-las-familias/>> [Consultado el 5 de mayo de 2021].

Moreno, P., 2020. El fenómeno del 'recommerce' o por qué las firmas deciden vender ropa usada en sus tiendas 'online'. [online] Vogue España. Disponible en: <<https://www.vogue.es/moda/articulos/recommerce-reventa-ropa-usada-segunda-mano-firmas-moda-modelo-negocio-sostenibilidad>> [Consultado el 6 de mayo de 2021].

Talleraarquitectos.com.mx. 2020. El wabi sabi de los espacios. [online] Disponible en: <<https://www.talleraarquitectos.com.mx/post/arquitectura-y-dise%C3%B1o-c%C3%B3mo-trabajan-juntos>> [Consultado el 1 de mayo 2021].

Crispi, A., 2016. [online] Historiadeldisseny.org. Disponible en: <<http://www.historiadeldisseny.org/wp-content/uploads/Albert-Crispi-La-modernidad-de-la-arquitectura-para-la-industria-durante-la-posguerra.pdf>> [Consultado el 10 de mayo de 2021].

WE COLLECT. n.d. Exposiciones Madrid | WE COLLECT Galería de arte. [online] Disponible en: <<https://wecollect.club/exposiciones-madrid/page/2/>> [Consultado el 7 de mayo de 2021].

Club Matador. n.d. Página de Inicio | Club Matador. [online] Disponible en: <<https://clubmatador.com/>> [Consultado el 7 de mayo de 2021].

Asociación Creadores de Moda de España | ACME. n.d. Home | Asociación Creadores de Moda de España | ACME. [online] Disponible en: <<https://creadores.org/>> [Consultado el 6 de mayo de 2021].

Dimad.org. n.d. Qué es DIMAD – di_mad. [online] Disponible en: <<https://dimad.org/asociacion/que-es-dimad/>> [Consultado el 8 de mayo de 2021].

Work Club. n.d. Our Story | Work Club. [online] Disponible en: <<https://workclubglobal.com/who-we-are/>> [Consultado el 6 de mayo de 2021].

The Quorum. n.d. About - The Quorum. [online] Disponible en: <<https://thequorum.club/about/>> [Consultado el 9 de mayo de 2021].

Thegrouchoclub.com. n.d. The Groucho Club. [online] Disponible en: <<https://www.thegrouchoclub.com/>> [Consultado el 7 de mayo de 2021].

Thecoreclub.com. n.d. Ethos – The Core Club. [online] Disponible en: <<https://thecoreclub.com/milano/milano/ethos>> [Consultado el 5 de mayo de 2021].

Artsclubchicago.org. n.d. The Arts Club of Chicago » Our Mission. [online] Disponible en: <<https://www.artsclubchicago.org/about/our-mission/>> [Consultado el 6 de mayo de 2021].