



Ministerio de Comercio, Industria y Turismo  
**artesanías de colombia s.a.**

## **Manual de Tendencias de diseño 2005-2006 Documento de trabajo.**

**D.I. Ángela Carrillo G.**  
**Asesora de la Unidad de Diseño de Artesanías de Colombia.**

**Bogotá D.C. 2005**



## Introducción

El objetivo del recorrido por las diferentes tendencias, es que sirva de orientación de los conceptos que se están manejando en el mercado internacional. Lo anterior se traduce en la venta de productos que comuniquen naturalidad, tranquilidad y autenticidad.

Nuestros productos, reflejan la espontaneidad de los materiales, la destreza artesanal y una inagotable fuente de inspiración con los recursos naturales y culturales.

Pero lo más importante, es que los conceptos de las tendencias internacionales, se enmarquen dentro nuestro legado artesanal y cultural, para que los productos artesanales reflejen una identidad, **“LA IDENTIDAD COLOMBIANA”**.

Estos productos elogian la historia, la cultura, la naturaleza y se mezclan para transformarse en piezas vibrantes y creativas, que comunican el pasado, presente y futuro de los artesanos.



## 1. Antecedentes

El presente documento recoge la estructura y contenidos de los documentos que sobre el tema ha elaborado la Unidad de Diseño de Bogotá, desde 1998, desarrollados por diferentes Asesores, con la Dirección de Lyda del Carmen Díaz, así como los desarrollados por el Consultor Filipino Percy Jutare Arañador.

### Objetivo Generales:

Asesorar y Adelantar el “Seminario en Tendencia de Diseño y Líneas de Productos”, en el marco del Proyecto “Fortalecimiento del sector artesanal en la localidad de Puente Aranda, mediante capacitación y asistencia técnica orientada a lograr mayor productividad y competitividad en el mercado” según Convenio No. 08 de 2005.

### Objetivos Específicos:

Conceptualización y elaboración de la presentación de Tendencias para el desarrollo de productos orientados a los oficios artesanales y de arte manual, que involucren un nivel Objetual.

Ampliar la visión de los artesanos y productores de arte manual, de una manera sintetizada con los nuevos criterios formales, técnicos y conceptuales de las Tendencias del 2006, para que involucren en sus procesos productivos los conceptos que demandan las Tendencias actuales.

### Metodología

Se presentó un audiovisual para el “Seminario en Tendencia de Diseño y Líneas de Productos” bajo un formato de Power Point. , se expuso el siguiente contenido:

1. Que son las Tendencias.
2. Para que sirven las Tendencias
3. Teoría del Color.
4. Tendencias 2006 –2007 en Mobiliario, objetos artesanales y de arte manual, elaborado y presentado por la Diseñadora Industrial Ángela Carrillo.
5. Tendencias 2006 –2007 en Moda y accesorios, elaborado y presentado por la Diseñadora Textil Ángela Galindo.
6. Tendencias 2006 –2007 en Joyería y Bisutería, elaborado y presentado por el Diseñador Industrial Eduardo Gómez.

### Ejecución:

El día 27 y 28 de Abril del 2006, se presentó a un grupo de 45 personas, beneficiarias del Proyecto de la localidad de Puente Aranda, en las Instalaciones de la Alcaldía, el “**Seminario en Tendencia de Diseño y Líneas de Productos**”, el cual tuvo una duración de 8 horas en su totalidad.



# Tendencias 2006 – 2007.

## Diapositiva 1:

Presentación Institucional.

## Diapositiva 2:

Las tendencias no se deben entender como un simple fenómeno circunstancial o trivial, ya que son el reflejo del pensamiento del hombre en un espacio y un tiempo específico. Estas ya no son un manejo especializado del marketing, que segmentaba a los consumidores por edad, sexo o ingreso económico.

Las tendencias se generan a partir de la investigación y análisis del **Comportamiento Humano**; que comprenden variables que se estudian desde un aspecto sociológico, psicológico, económico y político. El nuevo criterio de clasificación de los consumidores es por el **estilo de vida**, el cual es un reflejo del comportamiento, ideología y estética que maneja cada grupo dentro de la sociedad.

Todo lo anterior se consolida en las **Mega tendencias**, que son las que direccionan el mercado para producir respuestas más acertadas, para unos consumidores cada vez más **complejos y heterogéneos**.

## Diapositiva 3:

### 2. Mega tendencias:

Son las tendencias gobernantes que sintetizan los valores, actitudes y conductas del consumidor contemporáneo, las cuales tratan de mezclar todas las variables posibles, para cubrir un gran número de consumidores, dando productos cada vez más personalizados, sin olvidar que las tendencias nacen **del** consumidor y son **para** el consumidor.

Las mega tendencias se estudian bajo dos aspectos:

#### A. Aspectos Cuantitativos:

- **Datos Históricos:** las innovaciones tecnológicas, como la llegada del hombre a la luna, generó la comunicación satelital y las transmisiones en directo, lo que creó mayor interactividad para el hombre moderno.
- **Datos Económicos:** la gran depresión de los años 30 en EUA e Inglaterra, originó la industrialización en Latinoamérica, ya que se crearon políticas de sustitución de las importaciones.
- **Datos demográficos:** la disminución de los hombres, durante la Segunda Guerra Mundial, aumentó la mano de obra femenina.

#### B. Aspectos Cualitativos:

- **Aspectos Sociales:** Actitudes y Creencias



- **Aspectos Políticos:** el derecho al voto de la mujer en los años sesenta, incentivo la liberación femenina, que expreso su individualidad y libertad, con un simple ejemplo como la minifalda.

**Estas son las Diez Mega tendencias:**

**Complejidad de Envejecer:**

Expone las etapas de la vida (niñez, adolescencia, adultez, y adulto mayor) las cuales se manifiestan de manera diferente al concepto preconcebido de la edad cronológica.

Los niños piensan de una manera más madura, al ser estimulados con juegos que desarrollan su parte emocional e intelectual. Los adolescentes cada vez tienen más responsabilidades y comportamientos de personas adultas; y los adultos mayores piensan y viven como personas más dinámicas, disfrutando su vida como en una segunda juventud. El aumento de esta población, la capacidad económica y el tiempo disponible, fueron una de las causas para que la publicidad esté dirigiendo sus productos hacia el adulto mayor.

Las imágenes utilizadas en las campañas publicitarias son de personas activas, y en contacto con las nuevas tecnologías.

Un ejemplo es esta imagen:

Imagen 1: *Gafas y Manos Libres integrados/ EUA / 2005*. Este objeto es de tecnología de punta, el cual integra dos funciones dentro de un mismo objeto (Gadget), dirigido al sector del adulto mayor.

**a. Complejidad de Genero:**

Estos nuevos conceptos se están manejando actualmente:

*El Metrosexual*, es la exteriorización de la vanidad de los hombres, sin desvirtuar su masculinidad. Particularidad que ha sido aprovechada para ofrecer productos orientados para el cuidado personal del hombre.

Imagen2: Ejemplo de la vanidad actual del hombre.

El *hiper-genero*, que es cuando se exponen imágenes de mujeres y hombres con rasgos sobredimensionados. Con bustos muy grandes, en el caso de las mujeres y cuerpos de fisicoculturistas, en el caso de los hombres, ejemplo: las imágenes de las campañas publicitarias y los personajes de los video juegos.

**b. Complejidad del Hogar**

Actualmente la importancia de la familia, crea nuevos servicios y productos complementarios para incentivar la unión familiar, ejemplo: Mc Donalds con su símbolo (el payaso), productos (la cajita feliz) y el parque de recreación en los restaurantes, estimula que los niños compartan mas tiempo con sus padres. Otro punto son los estilos de vida simplificados: es la tendencia a la construcción de apartamentos de estilo Lofts, para adultos jóvenes.

Así mismo el hogar es el más predominante dentro de estas Megas tendencias; por convertirse en el *refugio* de la sociedad, la cual busca la seguridad y calidez en productos que incentiven su permanencia en casa. Por ejemplo la cobija eléctrica:

Imagen 3: *Cobija Eléctrica / EUA / 2005*. Materializa la permanencia y la calidez de estar en el hogar; esta maneja materiales y sistemas digitales de alta tecnología, que conservan la temperatura y dan confort. Este producto resuelve la necesidad de protección hacia los inviernos más largos y con temperaturas más bajas.



Este es un ejemplo de la Tendencia del Hogar, en la cual se están retomando objetos cotidianos con una nueva mirada, en la cual el diseño y ergonomía, le dan una nueva perspectiva.

Imagen 4: *Plato para comida de perro / Acero inoxidable y Plástico / EUA /2005*

Este objeto es el resultado de la innovación en el uso de los plásticos y nuevos sistemas de moldeo en la producción.

Y por último las personas independientes que trabajan en sus hogares, ejemplo: los negocios virtuales y pequeñas empresas. Generan un híbrido de espacios (biblioteca-oficina, comedor-espacio de trabajo y cocina- espacio de producción).

#### **c. Complejidad de Ingreso Económico:**

Entre más alto es el ingreso de un sector determinado, la tendencia es la proyección y consumo de productos de “anti -lujo”, que demuestren estatus y poder económico. Un claro ejemplo en nuestro contexto son los narcotraficantes, con una estética muy particular y extravagante. Entre más bajo es el ingreso de un sector determinado, la tendencia es a un “lujo de presupuesto”, o productos de imitación de grandes marcas.

#### **d. Complejidad de Convivencia:**

El rápido ritmo de la sociedad actual, ha llevado a que las interacciones sociales se disminuyan de manera notable. Es por eso que se han creado más espacios públicos, como son los cafés de paso, para cubrir estos pequeños encuentros dentro de un día laboral.

El estrés y la actividad laboral han fragmentado las ocasiones de comer en el hogar, las cuales son rituales y espacios de comunicación dentro de la familia. Es por este motivo que se han creado productos y accesorios para la mesa que estimulan y magnifican estos momentos en casa, ejemplo: los candelabros, los servilleteros, los frutereros y los platos.

#### **e. Complejidad de la Salud**

La obsesión con el envejecimiento y la obesidad, han desarrollado toda una industria en torno a este tema, con servicios y productos que cumplen con sus expectativas de salud, belleza y vanidad; tales como: los gimnasios, spas, la medicina estética, nuevas dietas y los avances tecnológicos en la medicina que han aumentado la longevidad del hombre.

Imagen 5: Ejemplo de los productos de gimnasia pasiva.

#### **f. Complejidad Sensorial**

Es la búsqueda de sensaciones físicas y experiencias renovadoras, que contrasten con la monotonía del diario vivir. Estas nuevas experiencias demandan deportes extremos y restaurantes gourmet (concebidos para cenar por fuera del hogar con platos exóticos).

Así mismo la autenticidad de los usuarios se ve reflejada en la compra de productos que expresan cierto conocimiento en un tema o cierta cultura especializada, con productos como: vinos, cigarrillos y comida gourmet.

La conciencia de los valores ambientales se hace presente con la demanda de productos naturales, orgánicos, no transgénicos y el turismo ecológico.

Imagen No 6: *Tapete de Lana Virgen / Colombia*. Tendencia a lo sensorial, con productos naturales con texturas suaves y cálidas.



Por último la Combinación de variables como: Lo Sensorial + la Salud, dan como resultado las terapias alternativas. Ejemplo: la aromaterapia, aplicado en productos como las velas.

Imagen No 7: *Velas con aromas/ Colombia*. Tendencia a lo sensorial, con productos naturales con aromas. Así mismo las velas retoman su importancia dentro de la decoración, porque crean ambientes con atmósferas más cálidas.

Lo Sensorial y la Convivencia, dan como resultado productos que fomentan la preparación de alimentos en casa, de manera muy natural y sofisticada, como juegos con todo lo necesario para preparar sushi en casa.

#### **g. Complejidad de Individualismo:**

Es la expresión de la identidad por medio de los objetos, estimulando el reconocimiento del ser único. La aplicación de este concepto se manifiesta en el vestuario, accesorios y la joyería.

Otra aplicación de este concepto es la exclusividad de vivir, particularidad que tiene el sector del adulto joven soltero, el cual al tener pocas responsabilidades económicas, gastan su dinero en productos y servicios con un alto valor de estatus y exclusividad.

La combinación de las variables de individualismo y convivencia, dan como resultado otra característica de los solteros, es que al no tener un lugar propio, el cambiar de espacio se vuelve una constante; esto generó objetos móviles como: mobiliario con ruedas, estructuras plegables para bibliotecas y objetos portátiles. Ejemplo:

Imagen 8: Escritorio móvil en madera

#### **h. Complejidad de Estilo de Vida:**

La constante interacción del hombre moderno con diferentes contextos como el trabajo, el hogar y espacios de recreación, generan diferentes ritmos y responsabilidades; mientras que en el trabajo la interacción suele ser más dinámica y comprometida, en el hogar es más pausada y sin mayores complicaciones.

Lo anterior trae como consecuencia una proyección e identificación personal en cada contexto, en el trabajo la proyección es una imagen sólida, en oposición de la imagen más relajada que se quiere vivenciar en el hogar.

#### **i. Complejidad de Conectividad:**

Es la manera como nos relacionamos e interactuamos con el entorno y la sociedad. Un claro ejemplo de la tendencia de la socialización moderna es el Internet, generando una nueva era de las interrelaciones humanas.

Imagen 9: Mouse /2005: es el recurso material con que se están realizando las relaciones virtuales, donde todo se convirtió en un “doble click”

Imagen 10: La Computadora es la vía, por donde se están realizando estas interacciones virtuales.

La conectividad también se manifiesta con el nivel de información que el usuario tenga sobre los nuevos productos y lo que está de moda como por ejemplo agendas digitales, computadores, etc.

*Combinación de variables:* Conectividad y hogar, da como resultado el desarrollo de producto de entretenimiento en el hogar (Home Theater, DVD, etc.)



Diapositiva 4:

### **3. Nichos de Mercado.**

Para tener un óptimo resultado para aplicar los conceptos de las Mega tendencias y materialización de estas Tendencias, se debe establecer desde un comienzo el mercado que estamos ubicados, y ver si este es el adecuado comercialmente para nuestro producto.

Por que en algunas ocasiones tenemos una concepción errada sobre los nichos de mercado.

Por lo cual se debe tener claridad entre los términos segmentos de mercado y nichos de mercado:

#### **Segmentos de Mercado:**

Es un grupo de individuos que comparten características muy homogéneas y distintivas, los cuales necesitan o desean productos o servicios con similares características, las cuales los hacen ser reconocidos de otros grupo de individuos.

Ejemplo: Grupo de personas que festejan una ocasión especial, con una comida en su hogar, otro segmento festejara en un restaurante.

#### **El nicho de mercado:**

Es un fraccionamiento del segmento del mercado, donde se establecen diferenciaciones mas marcadas sobre las expectativas, deseos y necesidades de un grupo determinado, cuando adquiere un producto.

Para adquirir el producto o servicio que cumpla con sus expectativas, tiene que tener la capacidad económica, que le permite incurrir en los gastos necesarios para obtener el satisfactor de su necesidad o deseo.

Ejemplo: Siguiendo el ejemplo anterior tenemos un grupo de personas, que dentro del segmento de mercado de comer en casa que prefieren un menú gourmet, internacional y un menú típico.

Esto lo podríamos traducir que al grupo de compradores de la comida típica, buscara vajillas cerámicas de Carmen de Viboral o de la Chamba y las personas que prefieren la comida gourmet, buscaran una vajilla en porcelana con un alto contenido de diseño contemporáneo.

Según lo anterior podemos diferenciar 5 nichos de mercado :

- a. Nicho de Mercado Estilo Exigente (Alto)
- b. Nicho de Mercado Estilo Depurado (Medio Alto)
- c. Nicho de Mercado Estilo Direccionado (Medio)
- d. Nicho de Mercado Estilo Simplificado (Medio Bajo)
- e. Nicho de Mercado Estilo Condicionado. (Bajo.)

#### **a. Nicho de Mercado Estilo Exigente.**

La característica de este mercado es que busca productos finos, que demuestren un cierto prestigio social y económico, con un alto nivel de exclusividad. Observándose que el nivel estético y la calidad debe ser notable en el producto.

Es por este motivo que este grupo de personas busca un alto valor percibido y paga por tener estos productos exclusivos.





La temática por la cual se inclina este grupo de compradores, son por productos que se relacionen con temas artísticos o de historia, demostrando su nivel cultural con temas especializados.

Los productos se posicionan en espacios o contextos mas especializados y exclusivos como Tiendas – Museos, Galerías, Boutiques, ubicándose en escenarios como Hoteles, resorts y galerías.

Uno de los rasgos característicos para que los proveedores tengan en cuenta, son que los productos por manejar la exclusividad, tienen una rotación muy baja y demandan un nivel de producción bajo, con producciones limitadas o restringidas. Las ordenes de pedido para los proveedores pueden ser mas flexibles, con un tiempo de entrega de 3 meses, ya que los clientes no tienen una necesidad latente y muchas veces el comprador puede demandar características especiales dentro del producto ( modificación de color o ampliar la línea de producto de un diseño).

#### **b. Nicho de Mercado Estilo Depurado**

Este tipo de mercado demanda productos de calidad, con un alto valor agregado, que los diferencien dentro todo el mercado, es en este aspecto donde el diseño y la funcionalidad tienen mayor relevancia en el momento de decisión de compra, para este tipo de usuarios.

Estos productos se posicionan en espacio o contextos como tiendas privadas, tiendas por departamentos, tiendas de diseño y ventas por catalogo, ubicados en escenarios estratégicos como espacios y centro comerciales de moda.

Las condiciones que los proveedores deben manejar en este tipo de nichos, son las rotaciones de productos son media a baja, con unos niveles de producción de 12 a 24 piezas hasta 200 piezas por pedido y con un tiempo de entrega de 30 a 60 días como máximo.

#### **c. Nicho de Mercado Estilo Direccionado**

Este es un mercado muy competitivo, el cual exige estar actualizado constantemente con las Tendencias, y las demandas de los clientes actuales, porque se planifican los pedidos con una antelación de 6 a 3 meses.

Los productos tiene una particularidad de manejar producciones enfocadas hacia las estaciones ( primavera, verano,, otoño y invierno), como también para las fechas especiales como Saint Valentin, Thanks Given y Navidad.

Los productos se posicionan en lugares como almacenes de cadena pequeños, almacenes especializados ( Tiendas de Artesanías o Tiendas Étnicas) y ventas por catalogo, lo cual hace que la rotación de producto sea muy alta, manejando unos niveles de producción de 200 a 300 piezas, con un tiempo de entrega de máximo 60 días.

#### **d. Nicho de Mercado Estilo Simplificado**

Es uno de los mercados que actualmente tiene una competencia muy fuerte con productos elaborados en China, India, Indonesia, Filipinas y México. Lo cual nos lleva a pensar que la competencia esta dada por el precio y para que los productos sean competitivos a ese nivel la calidad es muy baja; determinando que la vida útil del producto es de 3 meses, lo cual en el mercado Estado Unidense o Europeo no tiene gran trascendencia, por lo que su poder adquisitivo le permite suplir un producto cada vez que cambia una estación.

Los espacios en donde se encuentran este tipo de productos son los hipermercados que se caracterizan por productos muy económicos (Alkosto), almacenes de cadena ubicados por todo el país o multinacionales.



Por lo anterior los volúmenes de producción son de una gran magnitud y el tiempo de entrega de las ordenes son poco flexibles.

Estos productos se caracterizan por temáticas de moda ( el dibujo animado de moda) y los temas populares, para abarcar gran parte de la población.

#### **e. Nicho de Mercado Estilo Condicionado.**

Una característica marcada de este nicho de mercado, es la elaboración de productos masivos, compitiendo en base al precio. Al ser tan competitivos, no hay una diferencia marcada frente a su competencia y la calidad no es una de sus virtudes.

Las temáticas de moda son las mas frecuentes dentro de los productos que se posicionan en este nicho de mercado.

La ubicación de este tipo de productos son los hipermercados, almacenes populares y distribuidores de almacenes nacionales, donde se exige niveles de producción desmesurados (containers), y el tiempo de entrega es muy limitado.

**Diapositiva 5:**

## **Tendencias 2006**

**Imagen 1:**

*Sillas de exterior apilables / Fibra Sintética / Studio 11 / EUA*

Esta es una imagen que nos sirve como metáfora para visualizar el concepto predominante durante las tendencias que vamos a ver a continuación.

Las tendencias vivenciadas en el 2005, se basaron en productos que fortalecieran la seguridad del ser humano frente a la inseguridad que enfrentaba, con los sucesos del 11 de Septiembre, los productos se caracterizaron por encapsular al hombre en su hogar, en una especie de capullo. Estos capullos en la tendencia para el año 2006-2007, se fragmentan, y se liberan; para explorar el exterior vivenciando la naturaleza, el aire libre.

**Diapositiva 6:**

### **4. Tendencia Toque de la Naturaleza**

**Imagen 1:**

*Naturaleza silvestre .*

Esta tendencia habla de la memoria y la nostalgia de las formas naturales, de la poesía interna de los materiales, los cuales nos pueden contar historias por si solos.

Es como encapsular un fragmento de tiempo y espacio en un objeto, el cual nos puede deleitar con un discurso muy personal y particular.

**Diapositiva 7:**

Tendencia Toque de la Naturaleza

#### **Concepto General -**

Es pensar en el paseo que realizamos en el pasado, en el cual recolectamos pequeños suveniers que nos brinda la naturaleza en el camino; y luego que pasa el tiempo estos pequeños fragmentos nos recuadran las vivencias de este encuentro.

Es por lo anterior, que las reminiscencias de la naturaleza, la emoción con la interacción de la naturaleza, se hacen presente dentro del objeto, generando una sensación de



tranquilidad y bienestar. La poesía de coleccionar variedad de hojas, piedras, fósiles, también son un recurso importante de evocación de la memoria de lo natural.

### **Características.**

La combinación de esta paleta de color dan una sensación de amplitud, ya que refractan la luz. Generando un ambiente relajante, con una elegancia informal.

### **Imagen 1:**

Imagen flor

### **Imagen 2:**

Ambientación sala / UK / 2006.

Este es un ejemplo como interactúa la paleta de color planteada dentro de esta tendencia, donde se combinan los colores pasteles con tonos tierra, así mismo también se distingue se generan acentos con texturas muy notorias como la generada por el tapete.

### **Imagen 3:**

Carta de Color del sistema Pantone (Tendencia Toque de la Naturaleza)

- 565 U
- 7492 U
- 263 U
- 406 U
- 362 U
- 1215 U
- Blanco
- 440 U

### **Diapositiva 8:**

Tendencia Toque de la Naturaleza

### **Tipo de Usuario**

Se puede establecer que el tipo de usuario de esta tendencia, son personas que adoran descansar y relajarse al aire libre. Personas que exploran sus sentidos con los elementos de primera mano (la naturaleza), y son sensibles a las formas puras de la naturaleza.

### **Tipo de Ambientes**

Casas o apartamentos tradicionales son los espacios mas propicios para desarrollar esta tendencia.

### **Contextos mas aplicables.**

Accesorios de decoración, Mesa y Cocina, Mobiliario, e Iluminación.

### **Imagen 1:**

*Ambiente sala / Furniture Trends Forecast - P.J. Arañador*

La combinación de la paleta de colores cálidos la podemos lograr cuando interactúan estos tonos dentro una serie de cojines, dentro de un espacio de sala, para generar una armonía.

### **Imagen 2:**

*Silla y mesa / Madera / Francia / 2006.*

Podemos constatar que las formas de diseños modernistas en el mobiliario, en esta tendencia se transforman en formas simples llenas de movimiento, por la generación de planos con curvaturas, pliegues, donde no hay la presencia de ángulos rectos.

### **Diapositiva 9:**

Tendencia Toque de la Naturaleza



### **Materiales**

Son materiales naturales, materiales toscos, combinados con materiales lujosos y elegantes. Donde también se puede ver la particularidad de un material, por la presencia de vetas, nudos, y pequeñas imperfecciones generadas por los insectos.

### **Aplicaciones**

Es el contraste de texturas o acabados ( delicado y áspero) dentro de cada objeto.

### **Formas**

Son formas nostálgicas, elegantes, así mismo con formas rusticas, donde se exalta el material por medio de los acabados y el diseño.

### **Imagen 1:**

*Ambiente sala / UK / 2006.*

### **Imagen 2:**

*Contenedor / Madera / Furniture Trends Forecast - P.J. Arañador.*

Este es un claro ejemplo como a través de la técnica depurada de la talla, se logra capturar la esencia del material, exaltando los nudos, siguiendo una asimetría se logra comunicar la condición primitiva del material.

### **Diapositiva 10:**

Tendencia Toque de la Naturaleza

### **Decoración**

El concepto de coleccionar memorias, se hace visible con la impresión de textos poéticos. También la colección de elementos naturales es importante, aplicando muchas texturas e impresión de hojas e insectos.

### **Colores**

Colores naturales armonizados con colores suaves y románticos.

### **Imagen 1:**

*Ambiente alcoba / UK / 2006.*

### **Imagen 2:**

*Plato cerámico / UK / 2006.*

Este es un planteamiento como se puede aplicar la decoración de textos poéticos dentro de un objeto, donde de la caligrafía a mano le da un toque muy natural al texto.

### **Imagen 3:**

*Tarjetearía en papel / UK / 2006.*

En estas tarjetas lo importante es la estampación y la aplicación de texturas de elementos naturales como hojas, con pequeños toque de pintura hecha mano.

### **Diapositiva 11:**

Tendencia Toque de la Naturaleza

### **Imagen 1:**

*Diseño Interior, Jardín / EUA / 2006.*

Esta imagen nos demuestra como los espacios se plantean grandes, pero llenos de la interacción con la naturaleza.

### **Imagen 2:**

*Diseño Interior, Comedor / EUA / 2006.*

Pequeños toques de elementos silvestres como ramales secos, contrastan la simpleza de las formas modernas con acabados impecables.

### **Imagen 3:**

*Diseño Interior, Hall / EUA / 2006.*

### **Imagen 4:**

*Diseño Interior, Alcoba principal / EUA / 2006.*



Este espacio nos plantea la incorporación del exterior dentro de la habitación, por medio de los ventanales grandes, donde el verde de la naturaleza casi entra a hacer parte de la composición cromática de la alcoba.

### **Diapositiva 12:**

Tendencia Toque de la Naturaleza

#### **Imagen 1:**

*Ambiente sala / Furniture Trends Forecast - P.J. Arañador.*

Los tonos cálidos del mobiliario enfatizan la calidez de la luz solar, donde hay un pequeño contraste con los muebles en fibras naturales con volúmenes muy curvados.

#### **Imagen 2:**

*Asiento Madera: Furniture Trends Forecast - P.J. Arañador.*

El detalle del nudo en el apoyo brazos, por medio de una impecable técnica de talla, le da el valor agregado y valor al objeto. Observando que la talla dentro de un objeto, se puede hacer como nivel de detalle, sin necesidad de saturar el producto.

### **Diapositiva 13:**

Tendencia Toque de la Naturaleza

#### **Imagen 1:**

*Cama doble/ Madera(Roble) / Italia / 2006.*

La tendencia para esta temporada en el mobiliario de alcoba, es la combinación de la madera con textiles muy suaves como son las telas gamuzadas, además que esta combinación le aportan la posibilidad de infinitud de contrastes cromáticos.

#### **Imagen 2:**

*Cama sencilla / Madera (Cedro) / Italia / 2006.*

#### **Imagen 3:**

*Detalle cama sencilla / Madera (Cedro) / Italia / 2006.*

Los ensambles macho-hembra en esta propuesta de cama sencilla se hacen visibles, y son el atributo de este diseño.

### **Diapositiva 14:**

Tendencia Toque de la Naturaleza

#### **Imagen 1:**

*Ambientación sala / EUA / 2006.*

La paleta propuesta para esta tendencia se desarrolla, como la combinación de tonos que hacen referencia directa con la naturaleza, como es el verde y el café. También podemos apreciar que dentro los accesorios de decoración, los elementos silvestres, se hacen muy vigentes para generar espacios naturales y acogedores.

#### **Imagen 2:**

*Silla / Fibra Natural / Furniture Trends Forecast - P.J. Arañador*

El empleo de fibras naturales un poco toscas dentro de este mueble, se embellece con el empleo de la técnica impecable de tejido plano, que exalta la composición geométrica que genera la trama y la urdimbre del tejido.

### **Diapositiva 15:**

Tendencia Toque de la Naturaleza

#### **Imagen 1:**

*Puf doble / Fibra de Palma / Europa / 2006.*

Esta es una propuesta proyecta un lenguaje contemporáneo dentro de las técnicas artesanales tradicionales de teneduría plana con fibra de palma.

**Imagen 2:**

*Asiento metal / Furniture Trends Forecast - P.J. Arañador,*

**Imagen 3:**

*Diván / Madera / EUA / 2006.*

El ambiente generado por este proyecto, aplica la intención de la interacción de tonos pasteles con tonos tierra, a partir de la fusión de los textiles, los tejidos naturales y la madera.

**Diapositiva 16:**

Tendencia Toque de la Naturaleza

**Imagen 1:**

*Ambientación comedor / Madera y Cuero / EUA / 2006.*

Este ambiente se caracteriza por un planteamiento monocromático, con la gama de tonos cálidos.

**Imagen 2:**

*Comedor extensible / Madera y Cuero / EUA / 2006.*

Este es un detalle de la versatilidad de este comedor, donde se imprime la Mega Tendencia de Individualismo. La posibilidad de extensión de esta mesa de comedor, le da posibilidad que interactúen varias personas cuando se extiende, donde el contraste de la madera y el vidrio le da también una variación estética de su estado inicial.

Este diseño es perfecto para aplicarse en espacios pequeños.

**Imagen 3:**

*Accesorios para la decoración / Estampación vegetal / EUA / 2006.*

Este es un ejemplo con se puede aplicar la estampación vegetal, con una monocromía. Donde es importante destacar, tan solo un detalle de una hoja o una flor. Esta estampación que se puede realizar por screen o stencil sobre un sustrato de papel o tela.

**Diapositiva 17:**

Tendencia Toque de la Naturaleza

**Imagen 1:**

*Ambientación sala /UK / 2006.*

**Imagen 2:**

*Banco para exteriores / Madera / Armado / UK / 2006.*

Este es objeto que propone una nueva configuración formal del banco, explorando las posibilidades del armado por medio de los ensambles que se interrelacionan. A nivel de acabados se expone el color natural de la madera, con textura lisa.

**Diapositiva 18:**

Tendencia Toque de la Naturaleza

Las lámparas expuestas a continuación tienen un alto nivel de exploración por medio de la transformación de la materia prima, donde realizan la mezcla de papel, fragmentos de fibras vegetales, arcilla y porcelana. El cual tiene como característica la transparencia, que cuando interactúa con la luz evidencia los fragmentos de fibras vegetales. Aspecto por el cual alternado las fibras vegetales con diferentes pigmentos, consiguen diversificar el producto, en varias opciones estéticas para el usuario.

**Imagen 1:**

*Lámparas / Porcelana / (Liz Emtage) UK / 2006.*

**Imagen 2:**

*Lámparas / Porcelana / (Liz Emtage) UK / 2006.*

**Imagen 3:**



*Lámparas / Porcelana / (Liz Emtage) UK / 2006*

**Diapositiva 19:**

Tendencia Toque de la Naturaleza

Dentro de la cerámica casi no se ha explorado la línea de iluminación, estas dos lámparas exploran la iluminación con un fin decorativo, donde no existe la proyección de la luz, es a través del juego de diferentes densidades dentro del material que logran jugar con la transparencia.

Estas formas denotan cierta referencia a piedras o fósiles, temas que son característicos de esta Tendencia.

**Imagen 1:**

*Lámpara / Cerámica / UK / 2006.*

**Imagen 2:**

*Lámpara / Cerámica / (Amy Cooper) UK / 2006.*

**Diapositiva 20:**

Tendencia Toque de la Naturaleza

**Imagen 1:**

*Ambientación sala / UK / 2006.*

**Imagen 2:**

*Lámpara de piso capullos de seda / UK / 2006.*

Estas lámparas exploran la implementación de materiales que se consideran como desechos dentro el proceso de producción de seda natural, como son los capullos.

Los capullos se emplean como un recurso para generar textura condensada sobre un plano.

**Imagen 3:**

*Lámpara de techo capullos de seda/ UK / 2006.*

Esta es una variante de la lámpara anterior, la cual explora la explosión de la textura, generando una diversificación dentro de una misma línea.

**Diapositiva 21:**

Tendencia Toque de la Naturaleza

El pergamino empleado como difusor de luz de la lámpara esta elaborado a partir de la pulpa de la piña, durante el proceso de elaboración del pergamino se insertan hilos vegetales.

La variación de las formas generadas por los hilos, muestra como se puede variar un producto con el mismo recurso -Colección-.

Este producto propone el empleo y transformación de diferentes materias primas, creando dentro del producto un valor agregado, que esta dentro de las Mega Tendencias de Complejidad Sensorial.

**Imagen 1:**

*Lámparas de mesa / Fibra de Piña / ( Furniture Trends Forecast FINAL - P.J). Filipinas / 2004*

**Diapositiva 22:**

Tendencia Toque de la Naturaleza

**Imagen 1:**

*Ambientación sala / EUA / 2006.*

**Imagen 2:**

*Lámpara de pared / Metal y vidrio / 2006.*





### **Imagen 3:**

*Lámpara de mesa / Conchas / EUA / 2006.*

Dentro de esta tendencia se habla de la importancia de coleccionar objetos naturales que nos evocara un momento en particular, este diseño propone construir un objeto con esa colección, donde la configuración se establece en cascada vertical, en que la transparencia del material crea un difusor de luz.

Esto es claro ejemplo como se pueden generar objetos sin mucha complejidad técnica, pero si con mucha creatividad y belleza.

### **Diapositiva 23:**

Tendencia Toque de la Naturaleza

Estos objetos son los mas claros exponentes del concepto de esta tendencia, donde se exalta las cualidades del material, conservando un aspecto rústico pero que a su vez evidencia la maestría del artesano.

### **Imagen 1:**

*Frutero / Madera (Manzano) con corteza / (Colin Delory) Canadá / 2006.*

Mediante la talla de la madera con formas armónicas se logra transmitir la sensación de naturalidad. del material, la intención del artesano fue realzar las vetas y la corteza la incorporo dentro del objeto. Este tipo de búsquedas son las que van generando una identidad: **como artesano.**

### **Imagen 2:**

*Frutero / Madera (Manzano) con corteza / (Colin Delory) Canadá / 2006.*

### **Imagen 3:**

*Vasija / Madera (Nogal) / (Anthony Bryant) UK / 2005.*

Este es otro claro ejemplo como se debe analizar las cualidades de la materia prima antes de trabajar, donde las imperfecciones naturales de la madera no se oculta ni se desechan, al contrario ese es el punto de partida. Por medio del torneado de la madera de forma ascendente, se logra enfatizar aun mas la particularidad de esta madera.

### **Diapositiva 24:**

Tendencia Toque de la Naturaleza

Acá vemos la diferencia de tres tipos de ensaladeras, una busca resaltar las vetas de la madera y la otra incorpora otro material refinado (como la plata) como contraste, este último incorpora un valor agregado al producto, posicionando en un nicho de mercado más alto que el primero.

### **Imagen 1:**

*Ensaladera / Madera (Nogal) y plata / UK / 2006.*

Ensaladera con incrustaciones concéntrica de plata.

### **Imagen 2:**

*Ensaladera / Madera / (Fritz Spokas) EUA / 2006.*

### **Imagen 3:**

*Ensaladera / Madera / 2006.*

### **Imagen 4:**

*Servilleteros / Madera (Nogal) y plata / UK / 2006.*

Servilletero que sigue el concepto formal de la ensaladera de madera y plata, no siempre se tiene que direccionar una línea con la repetición de los aspectos formales, sino que se puede partir del concepto de diseño para plantear nuevos productos de la colección.

### **Diapositiva 25:**

Tendencia Toque de la Naturaleza



**Imagen 1:**

*Bandejas / Madera / (Howard Todd) EUA / 2005*

Esta bandejas fueron elaboradas con la combinación de diferentes maderas con incrustaciones de motivos naturales: como las gaviotas y ballenas, plasmando el habitat del artesano, Alaska. Es por este tipo de detalles que los productos se hacen reconocibles dentro del mercado, por lo que tienen IDENTIDAD DE UNA CULTURA..

**Imagen 2:**

*Caja / Madera (Manzano) / (Robert Sakauye) EUA / 2005*

**Imagen 3:**

*Bandejas / Madera / (Howard Todd) EUA / 2005*

**Imagen 4:**

*Bandejas / Madera / (Howard Todd) EUA / 2005*

Los elementos ha destacar en este producto, es como manejaron los ensambles y terminaciones de la caja, estos elementos que casi siempre se ocultan y son tan técnicos, los convirtieron en un detalle estético y característico de la caja.

**Diapositiva 26:**

Tendencia Toque de la Naturaleza

**Imagen 1:**

*Bandeja con vajilla cerámica / UK / 2006.*

Este es un planteamiento de todo un sistema Objetual, que integra todos los elementos que componen un desayuno, donde se es necesario la integración de tipo especial de vajilla para esta propuesta.

Esto genera un nuevo producto que rompiendo el paradigma de la bandeja rectangular plana.

**Imagen 2:**

*Platos cerámicos / EUA / 206.*

Estos platos reflejan la tendencia, con la estampación de motivos vegetales.

**Diapositiva 27:**

Tendencia Toque de la Naturaleza

El florero fue elaborado en torno de levante, el cual tiene como toque final la huella del ceramista, quien intervino en el material, hizo una sustracción y flexión del material con lo cual creo una pieza única, y un toque de identidad y autenticidad

**Imagen 1:**

*Florero / Cerámica / (Michele Hannan) UK.*

**Diapositiva 28:**

Tendencia Toque de la Naturaleza

**Imagen 1:**

*Juego para te / Plata y madera / UK / 2006.*

Este juego de te repujado y cincelado sugiere formas ovales no tan voluminosas; donde los agarres son en madera, generando contraste de los dos materiales. Así mismo la combinación con madera, da un poco de calidez al diseño.

**Imagen 2:**

*Sal Pimentero / Plata / UK / 2006.*

Estos sal pimenteros en plata repujada y cincelada rompen con la tradicional forma de saleros y pimenteros cilíndricos.

Se sugiere la diferenciación de la sal, de la pimienta por la ubicación de los orificios de salida.



### **Diapositiva 29:**

Tendencia Toque de la Naturaleza

Mobiliario elaborado en tejido plano en fibra de rattan, donde se proponen formas voluminosas y compactas.

#### **Imagen 1:**

Mobiliario y accesorios / Rattan/ Furniture Trends Forecast - P.J. Arañador

#### **Imagen 2:**

Mobiliario y accesorios / Rattan/ Furniture Trends Forecast - P.J. Arañador

### **Diapositiva 30:**

Tendencia Toque de la Naturaleza

#### **Imagen 1:**

*Ambientación comedor auxiliar / Europa / 2006.*

Este es un ambiente que nos recuerda las casas de campo, donde es muy usual el empleo de objetos rústicos.

#### **Imagen 2:**

*Accesorios para el hogar / Madera y fibras naturales/ Furniture Trends Forecast - P.J. Arañador*

#### **Imagen 3:**

*Frutero / Madera Laminada ( maple) / Furniture Trends Forecast - P.J. Arañador*

Este es un diseño que presenta el concepto que los materiales conserven el aspecto rustico, con un alto nivel de diseño.

### **Diapositiva 31:**

Tendencia Toque de la Naturaleza

Estos objetos decorativos en vidrio fueron elaborados por la técnica de casteado en cera perdida y desarrollan una temática naturalista.

#### **Imagen 1:**

*Accesorios para decoración en forma de Fruta/ Vidrio / (Melvin Aderson ) UK/ 2006.*

#### **Imagen 2:**

*Accesorios para decoración en forma de Flor / Vidrio / ( Angela Jarman) UK / 2006.*

### **Diapositiva 32:**

Tendencia Toque de la Naturaleza

Estos objetos plasman las texturas existentes en la naturaleza, donde la asimetría o irregularidad se hace presente. Igualmente es importante señalar los aportes en cuanto a las base de sustentación de los contenedores, donde se explora mas allá de planos horizontales.

#### **Imagen 1:**

Contenedor con plato / Cerámica / (Elena Blunsum) UK / 2005

Aunque son objetos decorativos casi escultóricos, exploran la combinación de texturas por medio de diferentes técnicas como el Raku.

#### **Imagen 2:**

Frutero/ Cerámica / UK / 2005

#### **Imagen 3:**

Escultura con base / Cerámica / (David Robets) UK / 2004

### **Diapositiva 33:**



## **5. Tendencia Radiante**

Esta tendencia se caracteriza por lo suntuoso, a partir de la incorporación de detalles en los acabados, con el brillo de las piedras preciosas y naturales como las perlas; siendo esto lo más importante en los objetos.

### **Imagen 1:**

*Imagen Perlas grises*

### **Diapositiva 34:**

Tendencia Radiante.

#### **Concepto General**

Son los pequeños detalles de distinción que enmarcan estos objetos como: elegantes, muy femeninos y románticos. Es una belleza suntuosa, manejada con mucho cuidado, para no caer en un exceso.

#### **Características.**

Lo importante son los detalles de los acabados para originar objetos sofisticados, siendo estos detalles el valor agregado del objeto.

#### **Tipo de Usuario**

que aprecian los lujos simples, sin mucha ostentación. Lo cual posiciona este tipo de usuario dentro de un nicho de mercado medio alto.

### **Imagen 1:**

Objetos cerámicos / Europa / 2006.

### **Imagen 2:**

*Cojines en Cheline, bordados con perlas sintéticas y cintas de seda / EUA / 2005*

Elementos más suntuosos como las perlas se están agregando dentro de los acabados, ya que estas le añaden brillo y textura al producto. También crean una sensación sonora, provocada por la interacción de las perlas entre si.

Actualmente los cojines se emplean para generar un acento dentro de un espacio interior, siendo más decorativos que funcionales.

### **Imagen 3:**

Carta de Color del sistema Pantone (Tendencia Radiante)

- 5517 U
- 7521 U
- 686 U
- 8062 U
- 205 U
- 871 U
- 877 U
- 663 U

### **Diapositiva 35:**

Tendencia Radiante.

#### **Tipo de Ambientes**

Casa o apartamentos tradicionales son ambientes más propicios para desarrollar esta tendencia.

#### **Contextos más aplicables.**

Accesorios de decoración y línea de Mesa.

#### **Materiales**

Materiales lisos, suaves y lujosos. Tienen un aspecto de metal y madre perla (tornasolados). Así mismo como el cristal y satín.



**Imagen 1:**

*Copas con acabados en cristales / Europa / 2006.*

**Imagen 2:**

*Velas con acabados satinados y en la base con terminaciones en pedrería/ EUA.*

La elegancia que reflejan estas velas, es derivada de la utilización de piedras y cintas con colores metalizados como violetas, fucsia, verdes y el dorado.

**Diapositiva 36:**

Tendencia Radiante.

**Formas**

Las formas deben de ser suaves al tacto, ángulos redondeados. Formas de joyería y piedras preciosas o cristales son importantes complementos para esta tendencia.

**Decoración**

La decoración se basa en la elegancia y sutileza, sin saturación. Se puede adicionar un poco de brillo a través de piedras, cristales, espejos y perlas o con acabados satinados, nacarados, metalizados.

**Colores**

Pasteles suaves con un brillo metalizado. El rosado vivo se puede aplicar para la temporada del Día de la Madre.

**Imagen 1:**

*Ambientación alcoba / UK / 2006.*

Vemos la aplicación de lencería en satín como aplicación de los acabados brillantes dentro de un espacio interior, donde se crea un ambiente romántico y femenino.

**Imagen 2:**

*Contenedor con acabados en espejo / Europa / 2006.*

Esta es otra posibilidad de acabados que puede aplicar dentro de esta tendencia, un mosaico de espejos dentro un jarrón cerámico.

**Diapositiva 37:**

Tendencia Radiante.

**Imagen 1:**

*Portavelas / Metal Niquelado y apliques en cristal / UK / 2006.*

Este Portavelas esta elaborado con metal niquelado, en forma de hojas tridimensionales, con pequeños detalles de incrustaciones de cristales.

**Imagen 2:**

*Joyero/ Madera y incrustaciones de cristales / UK / 2006.*

Este joyero pudo ser un diseño tradicional en madera, pero los detalles de las incrustaciones en cristales de da un toque mas sofisticado. Es importante no saturar los objetos con estas incrustaciones por varios motivos: incrementan el costo del producto, la mano de obra, y saturan visualmente el objeto.

**Diapositiva 38:**

Tendencia Radiante.

**Imagen 1:**

*Accesorio para decoración / Metal y espejos.*

Esta es otra propuesta de las posibilidades con los materiales y acabados planteados en esta Tendencia, metal y espejos.

**Diapositiva 39:**

Tendencia Radiante.

**Imagen 1:**



Ponchera / Plata / UK / 2005.

Esta ponchera fue elaborada en la técnica de torno, con la base y la manija curvadas, con acabados en contraste (brillo y acabado nacarado).

**Diapositiva 40:**

## **6. Tendencia Emoción y Luz.**

Esta tendencia nos muestra la alegría y espontaneidad que puede generar las emociones intensas. Influenciados por la energía y dinamismo de los colores ácidos y saturados.

**Imagen 1:**

Asiento: playero/ Aluminio y Poliuretano flexible / Alemania / 2006.

**Diapositiva 41:**

Tendencia Emoción & Luz.

### **Concepto General**

Es el recuerdo de la inocencia e ingenuidad, donde esos momentos se recuerdan con mucha dulzura, es como la sorpresa de un regalo dado. La vida puede ser descomplicada y dinámica, llena de sucesos positivos.

La sensación de diversión nunca de agotarse en la vida, es un poco el mensaje que quiere transmitir esta tendencia.

### **Características.**

Es el juego de los cítricos aplicados a ambientes audaces y osados. Es un look audaz por la forma de aplicar el color.

### **Tipo de Usuario**

El tipo de usuario que representa esta tendencia, son personas positivas, dinámicas y extrovertidas, que no le temen a los riesgos.

### **Tipo de Ambientes**

Espacios amplios con un estilo vanguardista, son los ambientes mas propicios para desarrollar esta tendencia.

**Imagen 1:**

*Contenedor En Vidrio / Europa / 2006.*

**Imagen 2:**

*Ambientación Hall / EUA / 2006.*

La combinación de una paleta variada, donde interactúan varios elementos en un mismo espacio, para generar un espacio dinámico.

**Diapositiva 42:**

Tendencia Emoción & Luz.

### **Contextos mas aplicables.**

Accesorios de decoración y sector infantil.

### **Materiales**

Toda clase de materiales familiares, usados de una manera creativa y hasta algunas veces de manera ingenua. Como mimbre de plástico o patchwork.

### **Aplicaciones**

Texturas translucidas que permitan la difusión de la luz o acabados brillantes, ya que la paleta de color propuesta es de tonos saturados.

**Imagen 1:**

*Florero / Cerámico / (Tosh Design) EUA / 2005.*



## **Imagen 2:**

*Imagen Policromía*

## **Imagen 3:**

*Ambientación sala / EUA / 2005.*

El patchwork es una técnica de aplicación de diferentes fragmentos de telas de texturas y estampados principalmente para al lencería, esta es una tradición que tiene un origen desde la Segunda Guerra Mundial en los Estados Unidos, como consecuencia de la decadencia económica de la post-guerra.

Vemos que la aplicación del patchwork no solo se realiza en la lencería, sino también a nivel de tapices.

## **Diapositiva 43:**

Tendencia Emoción & Luz.

### **Formas**

Formas agradables e inesperadas, como por ejemplo figuras de animales con poses divertidas o la exageración de una de sus cualidades físicas (orejas largas, brazos largos, etc). Hay veces la creatividad se expone en el uso inesperado de los materiales en los diseños.

### **Decoración**

Mezcla alegre colores que hacen juego con patrones divertidos e ingenuos.

### **Colores**

Colores vivos, saturados y dulces usados de una manera divertida.

## **Imagen 1:**

*Muñeco / Patchwork / Europa / 2006.*

Este es un ejemplo para las personas que elaboran arte manual , donde si es posible salirse de los patrones preestablecidos y crear nuevos personajes caracterizados, para generar una diferenciación dentro de los productos existentes en el mercado.

## **Imagen 2:**

Carta de Color del sistema Pantone (Tendencia Emoción y Luz)

- 1788 U
- 225 U
- 1215 U
- 2635 U
- 382 U
- 283 U
- 101 U
- Blanco

## **Diapositiva 44:**

Tendencia Emoción & Luz.

## **Imagen 1:**

*Pufs / Fibras de polímeros poli carbonados / EUA / 2006.*

Este es un desarrollo tecnológico de la materia prima utilizada tradicionalmente en la cestería, por fibras poli carbonadas con mayor resistencia. Por la características de esta materia prima permite que la pigmentación de la fibra, quede en tonos mas saturados y parejos.

## **Diapositiva 45:**

Tendencia Emoción & Luz.

**Imagen 1:**

*Puf / Madera y fibra natural / EUA / 2006.*

Diseño contemporáneo de volúmenes truncados, donde se mezclan la madera y el tejido en la técnica de rollo con fibras naturales teñidas con colores de la paleta de la Tendencia.

**Imagen 2:**

*Ambientación comedor / UK / 2006.*

**Imagen 3:**

*Ambientación entrada escaleras / UK / 2006.*

Los tonos utilizados dentro de las paredes son tonos fuertes pero siguen la teoría del equilibrio, donde el color acento (amarillo y naranja) no tiene gran extensión dentro de la composición y el color dominante tiene mayor extensión (verde y fucsia).

**Diapositiva 46:**

Tendencia Emoción & Luz.

El lavaplatos es la tendencia para este año en el contexto de cocina, ya que este se va a convertir en el punto focal, desplazando la estufa. La propuesta es convertir el lavaplatos en el centro de convergencia para las reuniones.

**Imagen 1:**

*Lavaplatos / Acero inoxidable / Italia.*

La forma está dada para que adquiera otras funciones, como espacio para barra de ensaladas, hielera, etc.

**Imagen 2:**

*Tina y lavamanos / Acero inoxidable / Italia*

**Imagen 3:**

*Dispensador jabón para platos / Cerámico / Italia*

Integración en un objeto de dos elementos necesarios para la acción de lavar los platos.

**Diapositiva 47:**

Tendencia Emoción & Luz.

**Imagen 1:**

*Tazas / Cerámicas esmaltada / (Michael Leacy Leftbank) Irlanda .*

Interesante desarrollo, en el cual contempla una manera diferente de apilamiento secuencial, con una dirección circular.

El apilamiento es creado con pequeños cortes en los cantos y protuberancias en el exterior de un lateral, para cumplir las funciones de macho y hembra.

**Diapositiva 48:**

Tendencia Emoción & Luz.

**Imagen 1:**

*Vasos plásticos / Europa / 2006.*

**Imagen 2:**

*Jarras / Plásticas / Furniture Trends Forecast - P.J. Arañador*

Dentro de la tendencia planteaba la posibilidad de exagerar los rasgos de algo, este es un claro ejemplo, como se exageraron de manera estilizada los rasgos del pico y la manija de la jarra.

**Imagen 3:**

*Frutero / Plástico / ( Tom Dixon) EUA.*

**Diapositiva 49:**



Tendencia Emoción & Luz.

Estos objetos exploran la parte lúdica y divertida de los objetos, exagerando los gestos de los personajes, rompiendo la rutina de los objetos cotidianos. Tendencia que se hace referencia dentro de la Mega tendencia (Complejidad del Hogar).

**Imagen 1:**

*Cepillo para baño pinocho / Polímero / Europa*

**Imagen 2:**

*Mata moscas/ Polímero / Europa*

**Diapositiva 50:**

Tendencia Emoción & Luz.

Mobiliario infantil elaborado en madera con acabados saturados en policromías.

**Imagen 1:**

*Ambientación cuarto niño / Madera*

**Imagen 2:**

*Mobiliario infantil / Madera / Europa*

**Imagen 3:**

*Triciclo / Madera / Armado / EUA*

Es un objeto que rescata la tradición de los juguetes elaborados en madera, con técnicas de torno y armado, pero con acabados con tonos saturados, siendo versiones mas contemporáneas a las tradicionales.

**Diapositiva 51:**

Tendencia Emoción & Luz.

Estos contenedores exploran dentro de las fibras sintéticas, nuevas texturas por medio de las técnicas de cestería. A su vez se presentan en tonos fuertes y dinámicos que se acoplen a los usuarios de esta Tendencia .

**Imagen 1:**

*Contenedores / Fibra sintética / Europa*

**Diapositiva 52:**

Tendencia Emoción & Luz.

**Imagen 1:**

*Lámpara / Papel / EUA.*

Esta es una exploración de la técnica de grafilado dentro de los objetos elaborados en papel, donde se originan formas simples por medio de los pliegues del papel.

**Imagen 2:**

*Ambientación espacio interior / UK / 2006.*

**Diapositiva 53:**

Tendencia Emoción & Luz.

Estos objetos de uso domestico, rompen con la cotidianidad y el aburrimiento generado por la rutina. La industria ha creado esta clase de productos como estrategia para incentivar la compra de objetos de la línea de Cocina.

**Imagen 1:**

*Teteras / Metal esmaltado / Europa.*

**Imagen 2:**

*Cucharas para helado / Polímetros / Europa.*

**Imagen 3:**

*Porta kit de cuchillos / Polímetros / Europa.*





#### **Diapositiva 54:**

Tendencia Emoción & Luz.

##### **Imagen 1:**

*Accesorio para la decoración / Vidrio / UK.*

Este objeto sugiere la libertad de la técnica artesanal de la fundición en vidrio, donde se puede observar el realismo y la gestualidad de su composición.

##### **Imagen 2:**

*Jarrón / Vidrio / (Hokanson) Holanda.*

Este jarrón elabora con la técnica de fundición explora la combinación de diferentes clases de vidrio, generando una sensación de pachtwork con mucho movimiento.

#### **Diapositiva 55:**

Tendencia Emoción & Luz.

##### **Imagen 1:**

*Porta notas / Metal Niquelado / (Anna Buechin ) Canadá .*

Este porta notas cumple con la parte funcional, pero a su vez explora su capacidad decorativa, a partir de una configuración en base al doblado y temple del material.

##### **Imagen 2:**

*Espejos / Polímeros termo formados / Europa.*

Estos objetos exploran la capacidad itinerante por medio de los magnéticos, siendo otra respuesta de la Mega Tendencia de Individualismo.

#### **Diapositiva 56:**

## **7. Tendencia Naturaleza XL**

Esta tendencia explora la naturaleza desde otra dimensión, su composición interna, donde las estructuras naturales son la inspiración. Basándose en la investigación, con fundamentos en la Biónica, Teoría Fractal (teoría del crecimiento de la naturaleza), o de la simple observación. Al contrario de la Tendencia de Toque de la Naturaleza, esta se configura a partir del concepto, y no tanto de la parte formal o simbólica.

##### **Imagen 1:**

*Frutero / Resina Poliéster / Arik Levy / 2006*

Son objetos elaborados mediante la tecnología de punta (corte láser), logrando generar productos con estructuras orgánicas complejas.

##### **Imagen 2:**

*Textura en caucho / (Lauren Moriarty) UK / 2006.*

Es una textura en caucho elaborada con tecnología de punta, de corte láser.

#### **Diapositiva 57:**

Tendencia Naturaleza XL

### **Concepto General**

No hay un límite dentro lo interior y lo exterior, experiencias irresistibles, lo salvaje combinado con mucho diseño, se amplía el concepto y la dimensión de los elementos naturales. Donde las estructuras son visibles y son parte del concepto estético del objeto.



### **Características.**

Combinar materiales con un look elemental, con tendencia cálida (madera, gamuza, madera, rafia) con materiales con tendencia fría (piedra mármol, vidrio, cerámica), esta dinámica genera un ambiente acogedor.

### **Imagen 1:**

*Imagen flor*

Las estructuras naturales tienen una complejidad asombrosa, las cuales con una simple exploración e investigación de sus tejidos, la configuración de sus componentes y estructuración de las partes que la integran, logramos divisar el concepto que las rige; es este principio en el que se basa esta Tendencia.

### **Imagen 2:**

*Imagen contenedor en madera / Europa /2006.*

Las formas irregulares o orgánicas se hacen presente dentro de esta tendencia.

### **Imagen 3:**

Carta de Color del sistema Pantone (Tendencia Naturaleza XL)

- 381 U
- 398 U
- 363 U
- Negro
- 1615 U
- Gris Cálido 3

### **Diapositiva 58:**

Tendencia Naturaleza XL.

### **Tipo de Usuario**

El tipo de usuario que representa esta tendencia, son personas que adoran lo sutil de lo natural, y se fascinan con los detalles. Pero a su vez son curiosas y buscan elementos que retroalimenten su búsqueda.

### **Tipo de Ambientes**

Espacios amplios con un estilo Urbano muy Contemporáneo.

### **Contextos mas aplicables.**

Accesorios de decoración, Mesa y Cocina, Mobiliario, e Iluminación

### **Materiales**

Materiales con colores naturales, crudos, como las piedras, el cemento, vidrio rugoso o texturizado, trabajos en mimbre.

### **Imagen 1:**

*Lámpara / Madera y Poliestireno / EUA.*

La base de sustentación se extiende hasta conformar la estructura donde se incorpora el difusor de luz, siendo la estructura parte funcional y estética del objeto.

### **Diapositiva 59:**

Tendencia Naturaleza XL.

### **Formas**

Formas grandes, alargadas extraídas de la naturaleza. Es casi explorar la naturaleza con microscopio.

### **Aplicación**

Replicas de las estructuras existentes en la naturaleza, sorprendentes formas Bio-geométricas, que muchas veces son magnificadas.



## **Colores**

Los colores crudos de los materiales son combinados con colores artificiales como el verde y el negro.

### **Imagen 1:**

Imagen helecho

### **Imagen 2:**

*Sofa / Furniture Trends Forecast Final - P.J. Arañador*

La naturaleza es una fuente interminable de inspiración y generadora de nuevas formas, depende de un investigación exhaustiva, la cual no puede generar esta clase de respuestas. Este es un ejemplo donde se ve reflejado la influencia de las formas vegetales.

## **Diapositiva 60:**

Tendencia Naturaleza XL.

### **Imagen 1:**

*Mobiliario exterior / (Jonas Wannfors) Suecia / 2006.*

Este mueble es una configuración de planos seriados verticales, que varían dentro de la secuencia horizontal, con cortes ascendentes y descendentes, forman un volumen con mucho movimiento y armonía. La configuración se establece por la conexión de todos los planos por medio de un eje central

## **Diapositiva 61:**

Tendencia Naturaleza XL.

Dentro de estas imágenes podemos evidenciar las variaciones existentes dentro de un mismo concepto de diseño ( la referencia formal de las Hojas en movimiento), lo cual enriquece las propuestas de una colección

### **Imagen 1:**

*Bocetos mobiliario / P.J Arañador / Filipinas / 2005*

Acá podemos observar que la referencia directa de este objeto es una hoja con movimiento. Logrando ampliar la trama y urdimbre del tejido con fibras naturales y presentar este objeto como una estructura dinámica.

### **Imagen 2:**

*Asiento en fibra natural / Fibra Vegetal / Asia.*

A diferencia del mueble anterior, este se presenta con un tejido plano mas compacto, y su configuración se presenta de forma vertical, un poco mas estática.

### **Imagen 3:**

*Bocetos mobiliario / P.J Arañador / Filipinas / 2005.*

Este boceto nos presenta otra versión mas compacta del primer boceto, donde se varia el tejido plano y configuración es vertical

## **Diapositiva 62:**

Tendencia Naturaleza XL.

Este mobiliario se muestra con una estructura que se despliega hacia el exterior, haciendo referencia a una flor, cuando florece. La trama del tejido plano se establece de forma abierta, dejando que la transparencia sea una de sus cualidades.

### **Imagen 1:**

Bocetos Silla

Este tipo de tejidos tiene que ser reforzados con un estructura central en metal, ya que debe resistir a esfuerzos de resistencia, compactación y flexión del material.

### **Imagen 2:**



Bocetos mesa central

**Diapositiva 63:**

Tendencia Naturaleza XL.

Esta silla es una versión contemporánea, de las mecedoras de elaboración tradicional (la típica mecedora de las poblaciones de tierra caliente). Evidenciándose que los objetos tradicionales si pueden evolucionar en el tiempo.

**Imagen 1:**

*Silla con estructura metálica y tejido en hilos de polímeros*

**Diapositiva 64:**

Tendencia Naturaleza XL.

**Imagen 1:**

*Jarrones, Materas, y cojines / - P.J. Arañador – Filipinas / 2005*

El empleo de fibras naturales para dar acabados texturizados a objetos como estos (Jarras, materas, cubiertos), se hacen muy recurrentes dentro de las tendencias para este año.

Las tendencias de este año para los cojines son las texturas obtenidas con bordados, la combinación de fibras, la pedrería, y contraste de tejidos.

**Imagen 2:**

*Silla en tejido vegetal de hoja de Palma / - P.J. Arañador – Filipinas / 2005.*

Silla tejida en tejido plano con un lenguaje formal muy contemporáneo, a partir de formas orgánicas y con volumen.

**Diapositiva 65:**

Tendencia Naturaleza XL.

**Imagen 1:**

*Silla y apoya pies tejidos en hoja de Palma / - P.J. Arañador – Filipinas / 2005*

El mobiliario este año tiene una altura muy baja, para que el usuario pueda asumir posturas más relajadas.

Este ejemplo exhibe un manejo formal muy fluido, gracias a la estructura metálica.

**Imagen 2:**

*Sofá de estructura metálica / - P.J. Arañador – Filipinas / 2005*

La estructura del mueble es parte del concepto y de la estética de este sofá. Las estructuras abiertas, hacen referencia a los nidos de las aves. Así mismo la altura baja se expone en este sofá, como parte de la tendencia en el mobiliario contemporáneo.

**Diapositiva 66:**

Tendencia Naturaleza XL.

**Imagen 1:**

*Sofá estructural en fibra vegetal / - P.J. Arañador – Filipinas / 2005*

La escala de los muebles, como tendencia, es una escala más grande, donde el usuario queda rodeado dentro de la magnitud del mueble. Es una referencia metafórica de un abrazo, que connota la protección y el abrigo en un objeto.

**Diapositiva 67:**

Tendencia Naturaleza XL.

Este tipo de objetos un poco mas conservadores y tradicionales emplean el concepto de transparencia dentro del tejido plano, con fibra de rattan.

**Imagen 1:**



*Asiento / Rattan / Asia.*

**Imagen 2:**

*Baul / Rattan / Asia.*

**Diapositiva 68:**

Tendencia Naturaleza XL.

**Imagen 1:**

*Bocetos silla / P.J. Arañador – Filipinas / 2005*

Esta es una propuesta que presenta una esterilla de bambú con tejido plano, que se pliega en su interior. Diseño muy simple a nivel técnico y de producción.

**Imagen 2:**

*Bocetos silla abierta horizontal. / P.J. Arañador – Filipinas / 2005*

Esta propuesta se basa en una estructura muy simple de la guadua, donde sus componentes se integran por medio de ensamblajes, dentro de los segmentos verticales y amarres. La altura también se plantea baja, siguiendo la tendencia para este año.

**Diapositiva 69:**

Tendencia Naturaleza XL.

**Imagen 1:**

*Silla / Madera, Lino y Algodón / EUA*

Dentro de la tendencia para este año a nivel de acabados en madera, se presenta un acabado de café oscuro saturado.

**Imagen 2:**

*Lámpara de piso / Esterilla y pergamino / EUA / 2006.*

La estructura de esterilla en técnica de rollo con trama abierta, conforma un volumen con un acento en su parte central.

**Diapositiva 70:**

Tendencia Naturaleza XL.

**Imagen 1:**

*Biblioteca itinerante: Metla cromado / (UB Studio) Turquía / 2006.*

La propuesta de esta biblioteca itinerante, plantea un sistema muy sencillo de montaje y desmontaje de toda la estructura. Tomaron el concepto del armario como analogía del funcionamiento de este sistema estructural, y la sujeción de los libros se realiza por medio de conceptos de compresión y tensión dentro de cada modulo.

Este tipo de propuestas cumplen con las exigencias de la vida moderna bajo la Mega Tendencia de Individualidad y conectividad y evidencian como los espacios cada día son más virtuales y dinámicos.

**Diapositiva 71:**

Tendencia Naturaleza XL.

**Imagen 1:**

*Lámpara fibra natural / UK.*

Este tipo de proyectos de influencia primitivista, se basan en los tejidos de los nidos de las aves, magnificando esta estructura natural con el mismo entramado, el cual es un poco más complejo de reproducir, pero vale la pena por su belleza donde el caos se hace presente.

**Imagen 2:**

*Lámpara de pared / Cerámica con patina / EUA.*



Lo importante de reseñar de esta lámpara es como juegan con la difusión de la luz en la parte posterior del cilindro cerámico.

**Imagen 3:**

*imagen vegetal: www.corunum.com*

**Diapositiva 72:**

Tendencia Naturaleza XL.

Esta lámparas exploran la capacidad de transparencia de un tejido plano mas denso, en donde la luz difuminada, realza el color de las fibras naturales del tejido.

Así mismo demuestra como dentro de una línea de producto ( Línea de Iluminación) se pueden hacer variaciones ( en forma y ubicación) para ampliar la gama formal dentro de una colección.

**Imagen 1:**

*Lámparas de piso / fibras naturales / EUA*

**Imagen 2:**

*Lámparas de techo / fibras naturales / EUA*

**Diapositiva 73:**

Tendencia Naturaleza XL.

Este tipo de lámparas manifiesta, que dentro de la naturaleza las estructuras no son estáticas, sino que tienen ordenamiento dinámico, porque al fin al cabo son organismos vivientes.

Estas dos propuestas esbozan el mismo concepto estructural, con variaciones formales.

**Imagen 1:**

*Lámpara de piso / Madera Laminada / EUA.*

**Imagen 2:**

*Lámpara de escritorio / Madera Laminada / EUA.*

**Diapositiva 74:**

Tendencia Naturaleza XL.

**Imagen 1:**

*Cuchara autoportante/ Madera / EUA.*

Este es un ejemplo como podemos generar un valor agregado a un producto tan simple como una cuchara, por medio de diferentes dimensiones (dimensión estética, sintáctica y pragmática), esta cuchara explora la dimensión pragmática ( la relación del objeto en el uso con el usuario).

Y podemos decir que nada esta dicho en el mundo de los objetos, las posibilidades aun son infinitas, hasta en objetos tan simples como estos

**Imagen 2:**

*Cucharas curvadas/ Maderas Maple, Walnut, Purplrhea / EUA.*

**Diapositiva 75:**

Tendencia Naturaleza XL.

**Imagen 1:**

*Porta vinos: / Madera / (Bryan Boyle) EUA*

Estructuras un poco mas compactas pero registran un cierto dinamismo.

**Imagen 2:**

*Cucharas / Madera pirograbada / EUA.*

**Diapositiva 76:**

Tendencia Naturaleza XL.



Este mobiliario se caracteriza por la conformación en tejido plano con estructura abierta o trama abierta, donde se ve un concepto de cintas fluidas , con movimiento. Las estructuras se complementan con contornos o ejes metálicos que aseguran la estabilidad de los objetos.

**Imagen 1:**

*Mobiliario y cestería en fibras naturales: Furniture Trends Forecast - P.J. Arañador*

**Diapositiva 77:**

Tendencia Naturaleza XL.

Es importante pensar en nuevas propuestas, para ser mas competitivos en el mercado, este es un ejemplo como se puede romper con el paradigma y crear un nuevo concepto de frutero.

La impronta del objeto, fue quien genero la función y genero una textura.

**Imagen 1:**

*Frutero / Cerámico / ( Tosh Design) UK / 2005.*

**Diapositiva 78:**

Tendencia Naturaleza XL.

**Imagen 1:**

*Frutero / Acero inoxidable / Alessi / Italia*

Esta estructura abierta presenta el concepto de desorden, el cual es un poco mas complejo, ya que la estructura depende de cada elemento para mantener su equilibrio, entendiéndose como en la naturaleza la sinergia es muy importante para su funcionamiento.

**Imagen 2:**

*Frutero en metal cromado / -Mark Naden – EUA*

Presenta una seriación y rotación de módulos, para la construcción de volúmenes de estructuras abiertas. Construcciones, en que el concepto del vacío se hace evidente.

**Diapositiva 79:**

Tendencia Naturaleza XL.

Estos ejemplos nos demuestran como podemos trasladar un concepto de un material a otro sin perder la esencia. En este caso observamos el concepto de crecimiento Fractal (el mismo principio de bifurcación se repite en cada modulo, generando un crecimiento progresivo)en los tres objetos.

**Imagen 1:**

*Frutero / Cerámico / ( Make Inc) EUA*

Variante del concepto Fractal, en un material cerámico.

**Imagen 2:**

*Frutero / Acero inoxidable / (Emma Silvestris) Alessi / Italia*

Propuesta con acabados en espejo.

**Imagen 3:**

*Frutero / Acero inoxidable / (Emma Silvestris) Alessi / Italia*

Variación de color del frutero, mediante un proceso de pintura electroestática.

**Diapositiva 80:**

Tendencia Naturaleza XL.

Estos son diseños que proponen procesos de producción muy sencillos.

**Imagen 1:**

*Porta CDS: / Madera Contra enchapada / (Eric Pfeiffer) EUA*





El proceso técnico de este objeto se basa en termo formar las laminas de maderas, por medio de moldes y contra moldes

**Imagen 2:**

*Porta CDS: / Madera Contra enchapada / (Eric Pfeiffer) EUA*

El proceso técnico de este objeto se basa en el calado.

**Imagen 3:**

*Revistero / Aluminio con acabado mate/ ( William Harvey) Canada /*

El proceso técnico de este objeto se basa en el corte y doblado, para generar los soportes del revistero.

**Diapositiva 81:**

Tendencia Naturaleza XL.

**Imagen 1:**

*Jarrón tejido a mano en fibra natural / Asia*

Una tendencia, es la elaboración de jarrones en escalas grandes, que cumplen una función más ornamental, estos jarrones dentro de un contexto sala o comedor son el punto focal (centro de atención) del espacio.

**Imagen 2:**

*Ambientación del contexto sala tendencia Naturaleza XL / EUA.*

Es la ambientación de un contexto de sala, donde prevalecen los tonos tierra armonizados con tonos arena.

**Diapositiva 82:**

Tendencia Naturaleza XL.

Estas son propuestas que se establecen dentro un campo decorativo y convirtiéndose en casi esculturas, donde la destreza técnica de talla es impecable, demostrando la maestría del artesano. Tienen como fuente de inspiración las curvas y formas de la naturaleza.

**Imagen 1:**

*Asiento madera: Furniture Trends Forecast - P.J. Arañador,*

Técnica de elaboración talla de la madera.

**Imagen 2:**

*Florero / madera / ( Vaughan)*

Técnica de elaboración torno y talla de la madera.

**Imagen 3:**

*Accesorio Decoración / Madera (Mahogany) / (Ben Carpenter) EUA*

Técnica de elaboración talla de la madera.

**Diapositiva 83:**

Tendencia Naturaleza XL.

Esta es una artista Danesa, quien se caracteriza por trabajar estructuras extraídas de la naturaleza, objetos con carácter escultórico , pero lo importante es el aporte a nivel de investigación de las estructuras naturales.

**Imagen 1:**

*Cerámica estructuras vegetales / Arcilla / (Barbro Aberg) Dinamarca*

**Imagen 2:**

*Cerámica estructuras vegetales / Arcilla / (Barbro Aberg) Dinamarca*

Estructura en forma de caracol.

**Imagen 3:**

*Taller de la artista Barbro Aberg*

Proceso de elaboración de las estructuras, modela manualmente las estructuras.





#### **Diapositiva 84:**

Tendencia Naturaleza XL.

Estas son las aplicaciones de esas estructuras naturales dentro de objetos funcionales.

#### **Imagen 1:**

*Frutero / Cerámica estructuras vegetales / Arcilla / (Barbro Aberg) Dinamarca*

#### **Imagen 2:**

*Frutero Cerámica estructuras vegetales / Arcilla / (Barbro Aberg) Dinamarca*

#### **Imagen 3:**

*Contenedor / Porcelana / (Nicole Lister) Australia*

#### **Diapositiva 85:**

Tendencia Naturaleza XL.

Vemos que las estructuras naturales, ya no son una réplica, sino que han sido intervenidas para adaptarse dentro de objetos funcionales.

#### **Imagen 1:**

*Florero / Cerámica estructuras vegetales / Arcilla / (Barbro Aberg) Dinamarca*

#### **Imagen 2:**

*Florero / Cerámica estructuras vegetales / Arcilla / (Barbro Aberg) Dinamarca*

#### **Diapositiva 86**

Tendencia Naturaleza XL.

Este florero con carácter escultórico, indaga en la combinación de técnicas cerámicas con el Raku, dentro de su configuración amorfa.

#### **Imagen 1:**

*Florero / Cerámica con Raku / (Helen Rondell) UK*

#### **Diapositiva 87:**

Tendencia Naturaleza XL.

Estos jarrones representan la evolución de la tradición artesanal de la cerámica peruana, sin desvirtuar su IDENTIDAD CULTURAL, donde los elementos gráficos característicos de la cultura se imprimen en los objetos en altos relieves bruñidos y bajos relieves con texturas.

#### **Imagen 1:**

*Jarrones / Cerámicos / Perú.*

#### **Diapositiva 88:**

Tendencia Naturaleza XL.

Los juguetes de tradición como el trompo, incorpora varias maderas para que contrasten y se estiliza formalmente.

#### **Imagen 1:**

*Trompos / Madera torneada / EUA*

#### **Diapositiva 89:**

## **8. Tendencia Poesía Blanca**

Esta tendencia nos invita a vivir el blanco en toda su extensión y dimensión, donde se debe establecer la claridad que no es una tendencia que se enfoque al minimalismo,



siendo este un movimiento que se origino en los Estados Unidos en la década de los años 60 y 70, y se caracteriza por la reducción de los elementos a la esencia, siendo abstracto, objetivo y anónimo, exento de decoración superficial y gestos expresivos.

Esta tendencia es la contraposición del minimalismo, donde la exploración del blanco se establece sobre toda su gama, aplicando muchas texturas sobre las superficies.

**Imagen 1:**

*Imagen taza porcelana / Europa / 2006.*

**Diapositiva 90:**

Tendencia Poesía Blanca.

**Concepto General**

Es soñador, poético, romántico, tranquilo, armonía decorativa o es una colección personal.

**Características.**

Se armonizan blancos cremosos y tonos caramelo, generando un ambiente cálido, suave y romántico.

**Tipo de Usuario**

El tipo de usuario que representa esta tendencia, son personas tradicionales que prefieren la tranquilidad, delicadeza, romanticismo y distinción.

**Tipo de Ambientes**

Espacios tradicionales, modernos y minimalistas son los mas propicios para aplicar esta tendencia.

**Imagen 1:**

*Jarrones / Porcelana / Europa / 2006*

Vemos como las texturas se exponen sobre toda la superficie de cualquier material, donde la textura puede saturar todo el objeto.

**Imagen 2:**

Carta de Color del sistema Pantone (Tendencia Poesía Blanca)

- Blanco
- 434 U
- 5305 U
- 877 U
- 550 U
- 5015 U
- 615 U

**Diapositiva 91:**

Tendencia Poesía Blanca.

**Contextos mas aplicables.**

Mesa y Cocina y Accesorios para la decoración.

**Materiales**

Cerámica, vidrio, fieltro, papel y metales preciosos estampados.

**Aplicaciones**

Apariencia de materiales textiles de estilo romántico ( encajes, bordados), abundantes efectos decorativos sobre el material.

**Imagen 1:**

*Taza / Porcelana translucida / (Tim Gee) UK*

**Imagen 2:**

*Vasos / Cristal / Europa*



### **Diapositiva 92:**

Tendencia Poesía Blanca.

#### **Formas**

Se añaden efectos tridimensionales a formas simples, o la seriación de formas que se pueden desplegar.

#### **Decoración**

Altos y bajos relieves, para generar un efecto tridimensional. Estructuras abiertas, en forma de red. Tallados sobre el material.

#### **Colores**

Fondos en varios tonos de blanco y plata donde se conjugan con tonos pasteles añejos. No se contrasta, se realiza una combinación y uso del color muy discreta.

#### **Imagen 1:**

*Lámpara de piso / Madera y Papel / EUA.*

### **Diapositiva 93:**

Tendencia Poesía Blanca.

Este es un ejemplo como se puede transpolar un concepto desde un objeto de índole escultórico, hacia objetos funcionales, teniendo un campo de inspiración en objetos artísticos.

#### **Imagen 1:**

*Escultura / Dominic Bromley, / UK*

#### **Imagen 2:**

*Dip / Cerámica Esmaltada / UK*

#### **Imagen 3:**

*Mesa de centro / Fibra de vidrio y vidrio / Suiza*

### **Diapositiva 94:**

Tendencia Poesía Blanca.

Estos son ejemplos de las posibilidades de generar texturas o decorar los objetos bajo las determinantes de esta tendencia.

#### **Imagen 1:**

*Plato decorativo / Porcelana Glaseada / (Constantin Boym) EUA.*

Elaborado con altos y bajos relieves con motivos geométricos.

#### **Imagen 2:**

*Jarra / Cerámica Glaseada / (Jack Doherty) UK / 2005.*

Decoración elaborada con grabado.

#### **Imagen 3:**

*Floreros / Cerámicas texturadas / Europa.*

Texturas inspiradas por la naturaleza, elaboradas en barbotinas.

### **Diapositiva 95:**

Tendencia Poesía Blanca.

Estas lámparas en papel con estructuras metálicas, son dos ejemplos de la variación de un diseño, proponiendo la contraposición del referente, si el referente tiene formas cóncavas, la contrapropuesta tendrá formas convexas.

#### **Imagen 1:**

*Lámparas / Papel Laminado y estructura metálica / EUA.*

#### **Imagen 2:**

*Lámparas / Papel y estructura metálica / EUA.*

#### **Imagen 3:**



*Lámpara corazón / Papel laminado y madera / (Stephen White) EUA.*

**Diapositiva 96:**

Tendencia Poesía Blanca.

Estas lámparas plantean los difusores de luz, con calados.

**Imagen 1:**

*Lámparas de pared / Cerámica / EUA*

**Imagen 2:**

*Lámparas de pared / Cerámica / EUA,*

**Imagen 3:**

*Lámparas de pared / Cerámica / EUA*

**Imagen 4:**

*Lámpara de techo / Cerámica Glaseada / ( Geraldine Mc Gloin) UK*

**Diapositiva 97:**

Tendencia Poesía Blanca.

**Imagen 1:**

*Lámparas de pared / Papel / EUA.*

Esta lámpara se basa en la técnica de origami, con pliegues simples que genera un cono.

**Imagen 2:**

*Lámpara de piso / Polietileno y Metal / EUA.*

**Diapositiva 98:**

Tendencia Poesía Blanca.

**Imagen 1:**

*Ambientación sala / Tela gamuza y Aluminio / (Pascal Mourgue) Italia / 2006.*

La tendencia dentro del mobiliario, es la configuración abierta de los sofás, donde los apoyos brazos se despliegan hacia fuera.

**Imagen 2:**

*Lámpara / Acero inoxidable y Vidrio esmerilado / Italia.*

**Diapositiva 99:**

Tendencia Poesía Blanca.

**Imagen 1:**

*Lámparas de pared / Acero inoxidable y vidrio esmerilado / EUA*

Lámparas en acero inoxidable en varilla curvadas y lamina perforada, con mezcla de vidrio esmerilado para generar una monocromía.

**Imagen 2:**

*Ambientación sala / UK*

**Imagen 3:**

*Lámparas de pared / Acero inoxidable / EUA.*

**Diapositiva 100:**

Tendencia Poesía Blanca.

Estos objetos están pensados bajo la Mega tendencia de complejidad de convivencia, donde se revalúan los objetos cotidianos, aportando nuevas experiencias al acto de comer.

**Imagen 1:**

*Porta huevo cerámico / Alemania / 2005*



Es una base con dos depresiones, donde se ubican los dos elementos necesarios para complementar el acto de comer huevo.

Este demuestran su función, de soportar el huevo y la cuchara, independientemente sobre el mismo objeto y expresa claramente de que clase de huevo se esta planteando, un huevo cocido.

**Imagen 2:**

*Plato y taza de Porcelana / Alemania / 2005*

Es un plato asimétrico, que manifiesta el complemento de una bebida caliente, con un alimento sólido, siendo muy consecuente con la manera cotidiana como los usuarios interactúan con los objetos, simplificando en un solo plato dos funciones.

**Imagen 3:**

*Pocillo y taza de porcelana blanca / (Alessi) Italia / 2005*

Es la integración formal de dos elementos, dando la apariencia que fuera un solo objeto, teniendo en cuenta que la innovación tiene que ser muy razonable con lo practico que pueda resultar para el usuario.

**Diapositiva 101:**

Tendencia Poesía Blanca.

Integración de dos elementos en un solo, complementándose entre sí. Es la respuesta para productos del hogar más funcionales y eficientes.

La producción de estos objetos es en Encolado, a través de la reproducción por moldes.

**Imagen 1:**

*Aceitera y Vinagrera en cerámica blanca / Europa / 2004*

**Diapositiva 102:**

Tendencia Poesía Blanca.

Esta fue una convocatoria para diseñar juegos para tomar café, de una compañía Italiana, (Alessi), reconocidos arquitectos, para los cuales propusieron nuevas aplicaciones, rompiendo los esquemas tradicionales de las tazas de café (arquetipos).

Son formas fluidas, a partir de planos verticales, cambiando la manera de asir o agarrar la taza y así mismo la actitud va ser diferente, que con una taza tradicional.

**Imagen 1:**

*Taza de café con plato en porcelana blanca y negra / ( Alessi) Italia / 2005*

**Diapositiva 103:**

Tendencia Poesía Blanca.

**Imagen 1:**

*Juego de plato y sopera en Porcelana / Dinamarca / 2005*

Tienen una influencia de la cerámica tradicional china, empleada en la sopera. Tiene un giro muy contemporáneo, sin que se pierda la tradición de una cultura.

**Imagen 2:**

*Plato y cubiertos –tenedor y cuchillo - cerámicos blancos / Dinamarca / 2005.*

Los cubiertos de porcelana rompen con el esquema tradicional: el tenedor es grande y tiene 3 dientes. El cuchillo es también grande y no es plano, tiene una pequeña concavidad para envolver las pastas.

**Imagen 3:**

*Plato y salseras en porcelana blanca - Dinamarca -2005*

Este juego se basa en la tendencia de comida gourmet, en la que se complementan las comidas, con salsas y alimentos adicionales en el mismo plato. Esta propuesta le brinda al usuario la posibilidad de personalizar su comida, generando nuevas experiencias.



Por medio de las escalas de los platos, sé esta generando jerarquías y un énfasis en el plato principal; los elementos complementarios giran alrededor de este.  
El color blanco resalta los colores de los alimentos y la decoración que estos generan.

**Diapositiva 104:**

Tendencia Poesía Blanca.

**Imagen 1:**

*Pocillos / Cerámica / (Greg Ball) Italia*

**Imagen 2:**

*Portavelas / Cerámica / (Greg Ball) Italia*

**Imagen 3:**

*Portanotas / Cerámica / (Greg Ball) Italia*

**Imagen 4:**

*Pocillos / Cerámica / (Marie Hermann) Dinamarca / 2005.*

Son pocillos cerámicos esmaltados, donde las formas complementarias, ubican a estos objetos dentro de una misma actividad.

**Diapositiva 105:**

## **9. Tendencia Oro & Brillo.**

Esta tendencia se caracteriza por ser ostentosa, sin temor de demostrarlo por medio de los colores metalizados. Características que ubican esta tendencia dentro de nicho de mercado alto.

**Imagen 1:**

*Imagen collar en oro / Alemania / 2005*

**Diapositiva 106:**

Tendencia Oro & Brillo.

**Concepto General**

Es demostrar la exclusividad, la riqueza y la ostentación con diseños lujosos.

**Características.**

Es un estilo que combina formas sensuales con un rico color metalizado o ahumado. Encontrando modernas interpretaciones de las culturas y movimientos artísticos.

**Tipo de Usuario**

El tipo de usuario que representa esta tendencia, son personas que el lujo, es un estilo de vida y les gusta ser reconocidos por este motivo.

**Imagen 1:**

*Imagen frutero dorado*

**Imagen 2:**

*Accesorios para decoración navidad / Vidrio esmerilado / Europa / 2006.*

**Imagen 3:**

Carta de Color del sistema Pantone (Tendencia Oro & Brillo)

- 877 U (Plata)
- 871 U (Oro)
- 876 U (Oro)
- 7533 U
- 138 U



- Negro
- Blanco

### **Diapositiva 107:**

Tendencia Oro & Brillo.

#### **Tipo de Ambientes**

Apartamentos, casas amplias y majestuosas son los espacios mas apropiados para aplicar esta tendencia.

#### **Contextos mas aplicables.**

Accesorios para la decoración, Mobiliario y Iluminación.

#### **Materiales**

Materiales lujosos con acabados de brillo y de colores de los metales como el: oro, bronce, cobre y plata.

#### **Aplicaciones**

Los bajos relieves sutiles, mosaicos discretos estampados de rayas y cuadros.

#### **Imagen 1:**

*Jarrones cerámicos, vidrio y metal / Europa.*

#### **Imagen 2:**

*Cojín en tela: [www.monsoon.co.uk](http://www.monsoon.co.uk)*

### **Diapositiva 108:**

Tendencia Oro & Brillo.

#### **Formas**

El brillo es la esencia, por ende los acabados en lacas y acabados espejo tienen importancia.

#### **Decoración**

El lustre de las piezas es lo que sobresale sobre el diseño, dejando en un segundo plano la aplicación de estampados o decoraciones.

#### **Colores**

Preciosos colores metálicos o un acabado metálico. El blanco y el negro se pueden usar para añadir contraste y enfatizar el diseño.

#### **Imagen 1:**

*Contenedor / Madera pirograbada / (Pam Reilly) EUA*

Este puede ser un ejemplo de las aplicaciones que se pueden realizar en esta tendencia, por medio del pirograbado, se establece un alto contraste.

### **Diapositiva 109:**

Tendencia Oro & Brillo.

#### **Imagen 1:**

*Mobiliario alcoba principal / Madera (Roble) / Italia*

Esta tendencia muestra los acabados de la madera con tonos saturados oscuros como el café o el negro, y los accesorios utilizados dentro de estos ambientes siguen la gama del café con visos satinados.

#### **Imagen 2:**

*Mobiliario alcoba principal / Madera (Roble color natural) / Italia*

### **Diapositiva 110:**

Tendencia Oro & Brillo.

#### **Imagen 1:**

*Mobiliario alcoba principal / (Ennio Arosio) España*



El mobiliario también se plantea dentro de esta tendencia en aluminio matizado. La lencería se proponen combinaciones de negro con tonos metalizados como el oro.

#### **Diapositiva 111:**

Tendencia Oro & Brillo.

Acá observamos como el negro se establece como tono base de combinaciones en alto contraste con tonos cálidos.

##### **Imagen 1:**

*Mobiliario comedor / Madera y cuero / EUA.*

##### **Imagen 2:**

*Mobiliario sala / Gamuza y acero inoxidable / Italia*

#### **Diapositiva 112:**

Tendencia Oro & Brillo.

La tendencia habla de nuevas interpretaciones de culturas, estas son versiones con influencia oriental

##### **Imagen 1:**

*Escultura / Talla de piedra / EUA*

##### **Imagen 2:**

*Escritorio /Madera y fibra Seagrass / EUA*

#### **Diapositiva 113:**

Tendencia Oro & Brillo.

Estas lámparas reflejan fielmente la intención de esta tendencia, reflejar una elegancia muy sofisticada, con la combinación de texturas y la interacción de la paleta de color. Donde el dorado sobresale dentro de la composición por su intensidad y brillo.

##### **Imagen 1:**

*Lámpara / Mosaico en vidrio / (Alfieri Birello) / Italia.*

##### **Imagen 2:**

*Lámpara / Metal Cromada dorado / (Marco Pagnoncelli) Italia.*

#### **Diapositiva 114:**

Tendencia Oro & Brillo.

Los acabados son impecables, a si no sean lacados, el brillo lo incorpora el material alterno, como la plata.

##### **Imagen 1:**

*Ensaladera / Madera tallada y plata repujada / UK*

##### **Imagen 2:**

*Ensaladera / Madera tallada y plata en armado / UK*

##### **Imagen 3:**

*Servilletero / Electro plata / UK*

#### **Diapositiva 115:**

Tendencia Oro & Brillo.

##### **Imagen 1:**

*Portavasos / Madera / UK.*

Estos Portavasos tienen una influencia reto de Art – Deco, pintados con motivos geométricos en dorados.

##### **Imagen 2:**

*Bandeja / Madera y oro / ( Ryoza Kawagita) Japón / 2001.*





Este trabajo demuestra unos acabados impecables, donde el brillo y color de la madera preciosa resalta con la incrustación de un hilo circular de oro, en la parte central de la bandeja. Es un trabajo con mucha sutileza, característico de los artesanos japoneses.

**Diapositiva 116:**

Tendencia Oro & Brillo.

**Imagen 1:**

*Bandeja / Madera (Maple Birdeyes Y Cocobolo) / David & Kesler / EUA*

Línea de productos que se basaron en las características formales de los palitos chinos, para plantear la bandeja con las mismas características.

**Imagen 2:**

*Palitos chinos / Madera y plata / UK*

La interpretación de las culturas también se ve en objetos orientales, como los palitos chinos, con materiales mas lujosos ( la madera y la plata).

**Diapositiva 117:**

Tendencia Oro & Brillo.

Estos productos decorativos elaborados con madera ensambladas y luego talladas, reflejan las posibilidades de jugar con los diferentes tipos de madera y componer motivos geométricos con mucho diseño.

**Imagen 1:**

*Plato con ensamble en dos maderas (Maple Y Mahogany ) / Mike Shiwing EUA.*

**Imagen 2:**

*Plato con ensamble en dos maderas: (Maple Y Mahogany ) / Mike Shiwing EUA*

**Diapositiva 118:**

Tendencia Oro & Brillo.

Este juego de jarrones de cerámica con acabados cobrizos, son objetos tradicionales peruanos que evolucionaron formalmente con formas ovales, para obtener un lenguaje contemporáneo que no desvirtúa su IDENTIDAD.

**Imagen 1:**

*Juego de jarrones / Cerámica bruñida / Perú*

**Diapositiva 119:**

Tendencia Oro & Brillo.

Estos son otro ejemplos de la cerámica peruana contemporánea, donde hay que destacar el nivel de acabados (brillo, textura y pintura )

**Imagen 1:**

*Juego de jarrones / Cerámica bruñida / Perú*

**Imagen 2:**

*Juego de jarrones / Cerámica bruñida / Perú*

**Diapositiva 120:**

Tendencia Oro & Brillo.

**Imagen 1:**

*Florero / Plata Torneada / UK*

**Imagen 2:**

*Contenedores / Plata con revestimiento dorado / UK.*

Este producto elaborado en torno y cincelado, con revestimiento interno con dorado, crea un contraste entre los tonos fríos y cálidos de los metales.

**Imagen 3:**



*Contenedores / Plata con revestimiento dorado / UK.*

**Imagen 4:**

*Florero / Plata Cincelada / UK*

**Diapositiva 121:**

Tendencia Oro & Brillo.

Dentro de la industria del regalo existen actualmente tres tendencias dominantes:

**a. Los regalos enfocados para el hogar.**

Los consumidores pasan más tiempo en el hogar, con sus amigos y familia, por este factor hay más productos que respondan a esta necesidad.

**b. Productos enfocados para un mercado de coleccionistas.**

Es un sector de mercado con personas de 45 a 64 años, donde ciertos objetos incitan una conexión muy fuerte con el pasado para cada persona.

**c. Productos cross mercadeo**

Son los productos promocionales que enfatizan la marca, más no el producto de venta, teniendo el ejemplo de todos los souvenirs, regalos y accesorios de: Hard Rock Café, Planet Hollywood

**d. Regalos corporativos.**

Los regalos corporativos se pueden plantear bajo esta tendencia, ya que las compañías siempre buscan productos que reflejen en cierto estatus e imagen. Y los productos en metales como plata, y acero inoxidable son los más cotizados.

**Imagen 1:**

*Llavero cuero y acero inoxidable / UK.*

**Imagen 2:**

*Yoyo en Electro-plata (recubrimiento en plata) / UK*

Este tipo de productos plantean juguetes para adultos, enfocados en disminuir el estrés .

**Imagen 3:**

*Reloj en plata y cuero / UK*

**Imagen 4:**

*Pisa billetes acero inoxidable y cuero / UK*

**Diapositiva 122:**

Tendencia Oro & Brillo.

**Imagen 1:**

*Trompo / Madera Ébano esmaltado dorado / Robert Sakauye / EUA.*

Este diseño se enfoca hacia un mercado adulto, que disfruta en coleccionar este tipo de objetos que recapitulan su infancia de una manera más glamorosa. El planteamiento estético, propone un manejo gráfico variable y con gran identidad, abstracciones muy parecidas a los sellos pre-colombinos.

**Diapositiva 123:**

## **10. Tendencia Diseño Textil.**

Esta tendencia se caracteriza por capturar el paso del tiempo e involucrarlo con el presente, es una tendencia eclíptica, donde se mezcla el tiempo (pasado y presente), texturas muy recurrentes del pasado con la tecnología actual, la mezcla de tonos y estampados principio de siglo. Se siente una referencia de las artes decorativas de



principio de siglo, donde la inspiración hacia referencia a lo medieval con formas heráldicas y flores de lis, expuestas en diseños planos, bidimensionales, formalizados en abstracciones y contornos orgánicos, con una fuerte tradición vernácula.

**Imagen 1:**

*Diseño textil: [www.marimekko.com](http://www.marimekko.com)*

**Diapositiva 124:**

Tendencia Diseño Textil.

**Concepto General**

Es inspirado en la tapicería de principio de siglo. Es un estampado decorativo con un estilo elegante y lujoso.

**Características.**

Es un estilo bohemio, que se origino en las pasarelas para retomarse en el Diseño Interior. El mobiliario se visualiza oscuro con apariencia “*vintage*”, contrastado con lo dramático del color y patrones de los tapizados lujosos.

**Imagen 1:**

*Ambientación hall comercial / Interior Design Feb 2006 /EUA*

Este es el hall de entrada de un Banco de San Francisco, con un concepto de decoración de vanguardia, el “*vintage*” (recapitular objetos y motivos del pasado de una manera contemporánea). El panel de entrada es el punto focal de todo el espacio y esta elaborado en seda estampada con paneles acústicos, este contiene una pantalla plana donde se proyectan video de escenas y espacios residenciales de vanguardia de San Francisco. Creando de esta manera una sinergia entre el pasado y la tecnología de vanguardia.

**Imagen 2:**

Carta de Color del sistema Pantone (Tendencia Diseño de Vestuario)

- 3262 U
- 241 U
- 656 U
- 7448 U
- 877 U
- 632 U
- 612 U
- 7519 U

**Diapositiva 125:**

Tendencia Diseño Textil.

**Tipo de Usuario**

El tipo de usuario que representa esta tendencia, son personas eclécticas, que les gusta combinar varios estilos en un espacio. Son conservadores arriesgados, con un gusto extremo por la historia y criterio exquisito.

**Tipo de Ambientes**

Casa de época, apartamentos y casas majestuosas.

**Contextos mas aplicables.**

Mobiliario y Diseño Interior.

**Materiales**

Los materiales son lujosos, son brillantes, con mucha textura. Materiales con efectos metálicos, satines, sedas, brocados, cristal, perlas, y cuencas.

**Imagen 1:**



### *Detalles arquitectónicos / Interior Design Feb*

Estos son algunos detalles que enfatizan el concepto “*vintage*”, asientos estilo Luis XVI, retapizados en lino y pintados. Detalles de cornisas en yeso neo-clásicas.

Un concepto claro de esta tendencia, es que no existe un tiempo y espacio determinado por los objetos, se pueden combinar dos movimientos clásicos, con objetos vanguardistas dentro de un mismo ambiente.

#### **Imagen 2:**

*Ambientación hall comercial 2006,*

#### **Diapositiva 126:**

Tendencia Diseño Textil.

#### **Aplicaciones**

Bordados elaborados, lujosos, con lentejuelas y otros materiales que imprimen brillo al material. Tienen inspiración en los textiles de principio de siglo (Art and Crafts, y años veinte).

Decoraciones con formas románticas, de formas repetidas haciendo una evocación a las flores de los ramilletes, flor de lis, formas heráldicas.

#### **Formas**

Decoraciones con formas románticas, de formas repetidas haciendo una evocación a las flores de los ramilletes, flor de lis, formas heráldicas.

#### **Colores**

Una elegante y rica paleta de colores, interactuando de manera armónica con los colores brillantes, y con los oscuros y fríos.

#### **Imagen 1:**

*Cojines en seda / Turquía*

Es importante ver como se retoman estampaciones clásicas, y se resalta por el contraste con tonos fuertes (café y turquesa, fucsia y naranja, camel y palo de rosa).

#### **Diapositiva 127:**

Tendencia Diseño Textil.

#### **Imagen 1:**

*Silla café / Europa / 2006.*

Se retoman la flor de lis en las estampaciones, en contraste de tonos que evocan la vegetación (café y verde oliva)

#### **Imagen 2:**

*Ambientación sala / UK / 2006.*

#### **Imagen 3:**

*Ambientación diván/ UK / 2006.*

#### **Imagen 4:**

*Cojines / EUA / 2006.*

Esta propuesta retoman los motivos heráldicos, en forma de apliques dentro de una retícula.

#### **Diapositiva 128:**

Tendencia Diseño Textil.

#### **Imagen 1:**

*Mobiliario sala, punto de venta Paul Smith, / EUA.*

Este mobiliario hace parte del concepto de las tiendas de Paul Smith (Diseñador de Modas Ingles), en los Estados Unidos.



Este diseño de mobiliario retoma un lenguaje del pasado y lo traduce al presente por medio del color y texturas, en este caso es un mobiliario Luis XV retapizado con texturas sicodélicas en alto contraste.

**Imagen 2:**

*Lámpara en vidrio esmerilado con estampación / EUA / 2006.*

**Diapositiva 129:**

Tendencia Diseño Textil.

**Imagen 1:**

*Ambientación casilleros de seguridad / Interior Design Feb 2006.*

Este es uno de los espacios del Banco de San Francisco que vimos anteriormente, estos son unos casilleros de seguridad, donde se propuso resignificar el espacio, en un comedor contemporáneo contrastado con objetos clásicos, como el candelabro en cristal de Bacarat.

**Diapositiva 130:**

Tendencia Diseño Textil.

Dentro de estas imágenes podemos ver como se puede aplicar esta tendencia dentro de cualquier material. La estampación floral de motivos clásicos dentro de cuero, papel, tela o cerámica.

**Imagen 1:**

*Ambientación con jarrones cerámicos / UK*

**Imagen 2:**

*Porta revistas / Europa / 2006.*

**Imagen 3:**

*Caja en cuero estampado / UK*

**Diapositiva 131:**

## **11. Tendencia Navidad Contraste.**

La tendencia para esta navidad se platean bajo un lenguaje contemporáneo basado en la gama del rojo hasta llegar al rosa y fucsia contrastados con el blanco y negro. Es una propuesta romántica, utilizando colores fuertes y vivos, que recuerden la alegría de la navidad.

**Imagen 1:**

*Tazas cerámicas esmaltadas, acromáticas. / Europa / 2006.*

**Diapositiva 132:**

Tendencia Navidad Contraste.

**Concepto General**

Colorido, infinidad de contrastes, fresco, alegre, decorativo, sin complicaciones.

**Características**

Cerámica con diseño florales simplificados, donde no hay una saturación gráfica

**Tipo de Usuario**

El tipo de usuario que representa esta tendencia, son personas románticas que adoran los elementos tradicionales.

**Imagen 1:**

*Ambientación árbol de navidad / Europa / 2006.*



## **Imagen 2:**

Carta de Color del sistema Pantone (Tendencia Navidad Contraste)

- 7415 U
- 239 U
- 185 U
- 200 U
- Blanco
- Negro
- 8001 U (Zinc)

## **Diapositiva 133:**

Tendencia Navidad Contraste.

### **Contextos mas aplicables.**

Mesa y Cocina. Accesorios para la decoración.

### **Aplicaciones**

Materiales revestidos o materiales lacados tiene su primera aplicación en esta escena para navidad. Talla en el material, con estilo de encajes, macramé, etc.

### **Formas**

Formas recortadas con diseños abstractos. Las formas tradicionales son sencillas y usadas sin sobrecargar.

## **Imagen 1:**

*Portavelas en vidrio rojo . / Europa / 2006.*

## **Imagen 2:**

*Jarrones monocromáticos florales . / Europa / 2006.*

## **Diapositiva 134:**

Tendencia Navidad Contraste.

### **Decoración**

Diseños bicolor, diseños mil flores, dibujos de figuras o contornos trazadas (muchas veces negros). Pueden ser diseños aleatorios o siguiendo un ritmo establecido.

### **Colores**

Los colores básicos de navidad son el rojo y el blanco, armonizados con toques de la gama del rosa, el negro y el plata. Esta variación añade un toque nuevo de frescura y modernidad, a la tradicional combinación de verde, rojo y blanco.

## **Imagen 1:**

*Papas Noel / EUA*

## **Imagen 2:**

*Sofa: Furniture Trends Forecast - P.J. Arañador*

## **Diapositiva 135:**

Tendencia Navidad Contraste.

## **Imagen 1:**

*Vajilla cerámica floral roja / EUA / 2006.*

Vemos como en la línea de Mesa, dentro de sus componentes existe una variación dentro de la pintura con motivos florales, se mantiene el concepto, pero se explora las diferentes posibilidades o vistas del mismo motivo, haciendo la línea mas dinámica.

## **Diapositiva 136:**

Tendencia Navidad Contraste.

## **Imagen 1:**



*Plato cerámico floral rojo/ EUA / 2006.*

Este diseño se ve reflejado el concepto de abstracción floral sin saturar el objeto, dentro de la paleta de la tendencia (rojo, rosa y fucsia contrastados con negro).

**Diapositiva 137:**

Tendencia Navidad Contraste.

**Imagen 1:**

*Solitario metálico / Europa / 2005.*

Esta es una propuesta de contornos florales aplicados en alambre, floreros contemporáneos que alternan las flores reales con las flores en alambre.

**Imagen 2:**

*Mesa y asiento: Complementi & Mobili, Tapete: Almacén Zaruk, Lámpara: Anticuario Novecento, Textil Africano: Almacén El Table,*

**Imagen 3:**

*Plato y florero cerámico esmaltado / Camila Villegas. (Colombia) .*

Esta es una abstracción mas trabajada de una temática floral local, la propuesta de color se compone en una monocromía.

**Diapositiva 138:**

Tendencia Navidad Contraste.

**Imagen 1:**

*Contenedor papel maché rojo/ UK / 2005*

Este diseño propone una evolución de la técnica del papel mache, al construir este contenedor por la seriación radial con los filamentos de papel mache.

**Imagen 2:**

*Mug cerámico / EUA.*

Formas orgánicas acromáticas, con referencia animal.

**Imagen 3:**

*Florero cerámico / UK*

Formas geométricas acromáticas, dentro de una composición asimétrica.

**Diapositiva 139:**

Tendencia Navidad Contraste.

Este es un ejemplo de un desarrollo contemporáneo de sal pimentero cerámico a partir de un objeto tradicional de una cultura ( Jarrones tradicionales Peruanos).

**Imagen 1:**

*Jarrones cerámicos monocromáticos Peruanos*

**Imagen 2:**

*Salpimenteros / Cerámica esmaltada / 2005.*

**Diapositiva 140:**

Tendencia Navidad Contraste.

**Imagen 1:**

*Papa Noel ruso / Europa / 2006.*

Este es un interesante ejemplo como se puede apropiar un símbolo tan universal, como lo es el Papa Noel, por medio de la simbología, iconografía y costumbres de una cultura, en este caso apropiaron el símbolo dentro de las costumbres ortodoxas rusas.

**Imagen 2:**

*Velas / EUA*

**Imagen 3:**



*Adornos navideños / EUA.*

**Diapositiva 141:**

Tendencia Navidad Contraste.

Estas propuestas incorporan la técnica de croché para elaborar adornos navideños, donde utilizaron hilos de algodón delgados para poder definir los detalles dentro de un formato pequeño, y como parte del proceso se utilizaron fijadores para conservar los volúmenes.

**Imagen 1:**

*Muñecos de nieve. / Hilo de algodón / Croché / EUA*

**Imagen 2:**

*Bola Navideñas / Hilo de algodón / Croché / EUA*

**Imagen 3:**

*Estrella de Navidad. / Hilo de algodón / Croché / EUA*

**Diapositiva 142:**

**12. Conclusión**

Estamos en una nueva exploración de la naturaleza, a una nueva integración de esta experiencia dentro de nuestra cotidianidad, y una herramienta para realizarlo es por medio de los objetos que realizamos, que involucren los cinco sentidos.

**Diapositiva 143:**

**13. Reflexión Final.**

Arriesguémonos a explorar través de los materiales, las técnicas y las funciones, nuevas sensaciones y emociones, que integren nuevas concepciones dentro de la artesanía.

**14. Bibliografía.**

- Diseño Historia en Imágenes, Hermann Blume, Gran Bretaña, ed. Macdonald & Co. Londres 1986
- Del Diccionario de Marketing, de Cultural S.A.
- Fundamentos de Marketing, de Philip Kotler y Gary Armstrong, 6ta Edición
- Fundamentos de Marketing, de Stanton, Etzel y Walker, 13va Edición





## 15. Créditos

Artesanías de Colombia S.A. desea establecer todos los créditos de las imágenes expuestas durante esta exposición:

### **Presentación Tendencias Objetos 2006:**

Diapositiva 3: Gafas: Lunar Design / EUA, Plato para mascotas: Design Edge / EUA, Cobija: Altitude / EUA. Diapositiva 4: Cuadro Nichos de Mercado. Diapositiva 5: Sillas: Studio 11 (Interior Design / Febrero 2006) Diapositiva 6: Imagen naturaleza: [www.corunum.com](http://www.corunum.com) Diapositiva 7: Imagen flor: [www.efsa.com](http://www.efsa.com), decoración interior: [www.dulux.co.uk](http://www.dulux.co.uk), paleta de color: [www.efsa.com](http://www.efsa.com) Diapositiva 8: Ambiente sala: Furniture Trends Forecast - P.J. Arañador imagen 2 sala: Connoisseur Neutrals, Interior Design Febrero 2006 Diapositiva 9: Ambiente sala: [www.dulux.co.uk](http://www.dulux.co.uk), contenedor madera: Furniture Trends Forecast - P.J. Arañador Diapositiva 10: Ambiente alcoba: [www.dulux.co.uk](http://www.dulux.co.uk) , plato cerámico: [www.contemporarypottery.co.uk](http://www.contemporarypottery.co.uk), tarjeta: Mark Hil - [www.flowgallery.co.uk](http://www.flowgallery.co.uk) Diapositiva 11: Diseño Interior: Interior Design Febrero 2006. Diapositiva 12: Ambiente sala: Furniture Trends Forecast - P.J. Arañador Asiento madera: Furniture Trends Forecast - P.J. Arañador. Diapositiva 13: Ambientación Alcoba: [www.spacy.com](http://www.spacy.com) Cama en madera: [www.spacy.com](http://www.spacy.com). Diapositiva 14: Ambientación sala : [www.westelm.com](http://www.westelm.com) , Asiento en fibras naturales: Furniture Trends Forecast - P.J. Arañador. Diapositiva 15: Imagen asiento fibra: [www.efsa.com](http://www.efsa.com). Imagen asiento metal: Furniture Trends Forecast - P.J. Arañador, asiento Madera: [www.westel.com](http://www.westel.com). Diapositiva 16: Ambientación comedor: [www.spacify.com](http://www.spacify.com) . Diapositiva 17: ambientación sala: [www.dulux.co.uk](http://www.dulux.co.uk), Banco para exteriores en madera: [www.trannonfurniture.btinternet.co.uk](http://www.trannonfurniture.btinternet.co.uk). Diapositiva 18: Lámparas en porcelana: [www.lizemtageceramics.com.uk](http://www.lizemtageceramics.com.uk). Diapositiva 19: Lámpara en cerámica 1: [www.cheshire.mmu.ac.uk](http://www.cheshire.mmu.ac.uk) , Lámpara en cerámica 2: Amy Cooper - [www.amycooperceramics.co.uk](http://www.amycooperceramics.co.uk). Diapositiva 20: Ambientación sala: [www.uktvstyle.co.uk](http://www.uktvstyle.co.uk), lámpara capullos de seda: [www.lifeshopcollection.com](http://www.lifeshopcollection.com). Diapositiva 21: Lámparas fibra de piña: Furniture Trends Forecast - P.J. Arañador. Diapositiva 22: Ambientación sala: M & L DESIGNS Lámpara en metal y vidrio: [www.lightology.com](http://www.lightology.com) Lámpara en conchas: [www.westelm.com](http://www.westelm.com). Diapositiva 23: Frutero en madera con corteza : [www.globalartisanshowcase.com](http://www.globalartisanshowcase.com) Vasija en madera: [www.flowgallery.co.uk](http://www.flowgallery.co.uk). Diapositiva 24: Recipiente en madera y plata con cubiertos en plata: [www.silversmiths.co.uk](http://www.silversmiths.co.uk) Ensaladaderas en madera: [www.heartwoodsaluda.com](http://www.heartwoodsaluda.com) Servilleteros en madera y plata: [www.silversmiths.co.uk](http://www.silversmiths.co.uk). Diapositiva 25: Bandejas en madera: [www.nwfinewoodworking.com](http://www.nwfinewoodworking.com) Caja en madera: [www.nwfinewoodworking.com](http://www.nwfinewoodworking.com). Diapositiva 26: Bandeja con vajilla cerámica: [www.cheshire.mmu.ac.uk](http://www.cheshire.mmu.ac.uk), platos cerámicos estampación vegetal: [www.crate&barrel.com](http://www.crate&barrel.com) Diapositiva 27: Florero Cerámico: Michele Hannan. Diapositiva 28: Juego para te: [www.silversmiths.co.uk](http://www.silversmiths.co.uk) Sal Pimentero: [www.silversmiths.co.uk](http://www.silversmiths.co.uk) . Diapositiva 29: Mobiliario y accesorios en rattan: Furniture Trends Forecast - P.J. Arañador. Diapositiva 30: Ambientación comedor auxiliar: [www.efsa.com](http://www.efsa.com) Accesorios en madera y fibras naturales: Furniture Trends Forecast - P.J. Arañador Frutero en maple: Furniture Trends Forecast - P.J. Arañador. Diapositiva 31: Accesorios para decoración en vidrio Fruta : [www.braggiotti.com](http://www.braggiotti.com) Flor en vidrio: [www.angelajarman.com](http://www.angelajarman.com). Diapositiva 32: Contenedor con plato :



[www.craftcentreleeds.co.uk](http://www.craftcentreleeds.co.uk) Frutero: [www.bdporcelain.co.uk](http://www.bdporcelain.co.uk) Escultura cerámica con base: [www.davidrobets-ceramics.com](http://www.davidrobets-ceramics.com). Diapositiva 33: Imagen Perlas: [www.perlas.com](http://www.perlas.com). Diapositiva 34: Objetos cerámicos: [www.efsa.com](http://www.efsa.com). Diapositiva 35: Copas con acabados en cristales: [www.efsa.com](http://www.efsa.com) Velas: Diapositiva 36: Ambientación alcoba: [www.uktvstyle.co.uk](http://www.uktvstyle.co.uk) Contenedor con acabados en espejo: [www.efsa.com](http://www.efsa.com). Diapositiva 37: Portavelas en metal: [www.debehams.com](http://www.debehams.com) Joyero en madera: [www.monsoon.co.uk](http://www.monsoon.co.uk) . Diapositiva 38: Accesorio para decoración: [www.westelm.com](http://www.westelm.com). Diapositiva 39: Ponchera en plata: [www.silversmiths.co.uk](http://www.silversmiths.co.uk) . Diapositiva 40: Asiento: [www.cosmoworlds.com](http://www.cosmoworlds.com). Diapositiva 41: Contenedor En Vidrio: [www.efsa.com](http://www.efsa.com) Ambientación hall: Interior Design Feb 2006. Diapositiva 42: Florero Cerámico : Tosh Design Imagen Policromía: [www.efsa.com](http://www.efsa.com) Ambientación sala: M & L Designs Inc. Diapositiva 43: Muñeco patchwork: [www.efsa.com](http://www.efsa.com) Paleta de color Pantone: [www.efsa.com](http://www.efsa.com). Diapositiva 44: Mobiliario en fibras sintéticas: [www.spacify.com](http://www.spacify.com). Diapositiva 45: Puf en madera y fibra natural: Interior Design Feb 2006, Ambientación comedor: [www.uktvstyle.co.uk](http://www.uktvstyle.co.uk), Ambientación entrada escaleras: [www.dulux.co.uk](http://www.dulux.co.uk). Diapositiva 46: Lavaplatos en acero inoxidable: [www.trendir.com](http://www.trendir.com), Tina y lavamanos: [www.trendir.com](http://www.trendir.com), Dispensador jabón para platos cerámico: [www.umbra.com](http://www.umbra.com). Diapositiva 47: Contenedores cerámicos: Michael Leacy Leftbank . Diapositiva 48: Vasos plásticos: [www.efsa.com](http://www.efsa.com) Jarras plásticas: Furniture Trends Forecast - P.J. Arañador, Frutero plástico: Tom Dixon . Diapositiva 49: Cepillo para baño: Mata moscas: Diapositiva 50: Ambientación cuarto niño: [www.mibb.it](http://www.mibb.it), Mobiliario infantil: [www.ikea.com](http://www.ikea.com) Diapositiva 51: Contenedores en fibra sintética: [www.ikea.com](http://www.ikea.com) Diapositiva 52: Lámpara en papel: [www.spacify.com](http://www.spacify.com) Ambientación: [www.dulux.co.uk](http://www.dulux.co.uk). Diapositiva 53: Teteras: [www.viceversa.com](http://www.viceversa.com) Cucharas para helado: [www.ikea.com](http://www.ikea.com), Porta kit de cuchillos: [www.viceversa.com](http://www.viceversa.com) Diapositiva 54: Accesorio decoración en vidrio: [www.craftcentreleeds.co.uk](http://www.craftcentreleeds.co.uk), Jarron en vidrio: Hokanson. Diapositiva 55: Portanotas: [www.umbra.com](http://www.umbra.com), Espejos: [www.viceversa.com](http://www.viceversa.com) Diapositiva 56: Frutero: Arik Levy Textura en caucho: [www.craftscouncil.org.uk](http://www.craftscouncil.org.uk). Diapositiva 57: imagen flor: Furniture Trends Forecast - P.J. Arañador, Imagen velas: [www.efsa.com](http://www.efsa.com), paleta de color Pantone: [www.efsa.com](http://www.efsa.com). Diapositiva 58: Lámpara en madera: [www.lampsplus.com](http://www.lampsplus.com). Diapositiva 59: Imagen helecho: [www.corunum.com](http://www.corunum.com), sofa: Furniture Trends Forecast - P.J. Arañador. Diapositiva 60: Mobiliario exterior: Jonas Wannfors - [www.lyx.com](http://www.lyx.com). Diapositiva 61: Bocetos mobiliario: Furniture Trends Forecast - P.J. Arañador, asiento en fibra natural: [www.lightology.com](http://www.lightology.com). Diapositiva 62: Bocetos mobiliario: Furniture Trends Forecast - P.J. Arañador, Diapositiva 63: Asiento fibra sintética: Furniture Trends Forecast - P.J. Arañador. Diapositiva 64: Imágenes: Furniture Trends Forecast - P.J. Arañador. Diapositiva 65: Mobiliario: Furniture Trends Forecast - P.J. Arañador. Diapositiva 66: Sofá fibra natural: Furniture Trends Forecast - P.J. Arañador. Diapositiva 67: Asiento: [www.marksandspencer.com](http://www.marksandspencer.com), baul: [www.marksandspencer.com](http://www.marksandspencer.com) . Diapositiva 68: Bocetos mobiliario en fibra natural: Furniture Trends Forecast - P.J. Arañador. Diapositiva 69: Silla: [www.westelm.com](http://www.westelm.com), lámpara: [www.westelm.com](http://www.westelm.com). Diapositiva 70: Biblioteca itinerante: UB Studio. Diapositiva 71: Lámpara fibra natural: [www.cheshire.mmu.ac.uk](http://www.cheshire.mmu.ac.uk), lámpara cerámica: [www.lightology.com](http://www.lightology.com), imagen vegetal: [www.corunum.com](http://www.corunum.com). Diapositiva 72: Lámparas fibras naturales: [www.lifeshopcollection.com](http://www.lifeshopcollection.com). Diapositiva 73: Lámpara madera: [www.lifeshopcollection.com](http://www.lifeshopcollection.com). Diapositiva 74: Cuchara autoportante: [www.nwfinewoodworking.com](http://www.nwfinewoodworking.com), cucharas curvadas: [www.nwfinewoodworking.com](http://www.nwfinewoodworking.com). Diapositiva 75: Porta vinos: [www.nwfinewoodworking.com](http://www.nwfinewoodworking.com), cucharas: [www.nwfinewoodworking.com](http://www.nwfinewoodworking.com). Diapositiva 76: Mobiliario y cestería en fibras naturales: Furniture Trends Forecast - P.J. Arañador. Diapositiva 77: Frutero cerámico: Tosh Design. Diapositiva 78: Frutero acero inoxidable: Alessi, frutero cromado: Mark Naden .



Diapositiva 79: Frutero cerámico: [www.makeinc.net](http://www.makeinc.net), frutero acero inoxidable: Alessi (Emma Silvestris). Diapositiva 80: Porta cds: Eric Pfeiffer , revistero: William Harvey. Diapositiva 81: Jarrón hoja de palma: [www.novica.com](http://www.novica.com), ambientación sala: National Geographic Home Collection (Palecek). Diapositiva 82: Asiento madera: Furniture Trends Forecast - P.J. Arañador, florero madera: Vaughan, accesorio decoración: [www.nwfinewoodworking.com](http://www.nwfinewoodworking.com). Diapositiva 83: Cerámica estructuras vegetales: [www.barbroaberg.dk](http://www.barbroaberg.dk), taller de la artista Barbro Aberg. Diapositiva 84: Fruteros cerámicos: [www.barbroaberg.dk](http://www.barbroaberg.dk), contenedor cerámico: [www.nicolelister.com](http://www.nicolelister.com). Diapositiva 85: Objetos cerámicos: [www.barbroaberg.dk](http://www.barbroaberg.dk). Diapositiva 86: Florero cerámico con raku: [www.helenrondell.co.uk](http://www.helenrondell.co.uk). Diapositiva 87: Jarrones cerámicos contemporáneos peruanos: [www.diferentapproach.com](http://www.diferentapproach.com). Diapositiva 88: Trompos en madera: [www.nwfinewoodworking.com](http://www.nwfinewoodworking.com). Diapositiva 89: Imagen taza porcelana: [www.efsa.com](http://www.efsa.com). Diapositiva 90: Imágenes jarrones en porcelana: [www.efsa.com](http://www.efsa.com), paleta de color Pantone: [www.efsa.com](http://www.efsa.com). Diapositiva 91: Taza en porcelana: [www.timgeeceramics.co.uk](http://www.timgeeceramics.co.uk), vasos en cristal: [www.ligne-roset-usa.com](http://www.ligne-roset-usa.com). Diapositiva 92: Lámpara de piso: [www.lifeshopcollection.com](http://www.lifeshopcollection.com). Diapositiva 93: Escultura: Dominic Bromley, mesa de centro: [www.spacify.com](http://www.spacify.com), vasija cerámica: [www.scabetti.co.uk](http://www.scabetti.co.uk). Diapositiva 94: Plato decorativo: Constantin Boym, jarra cerámica: Jack Doherty, floreros cerámicos: [www.efsa.com](http://www.efsa.com). Diapositiva 95: Lámparas en papel: [www.lightology.com](http://www.lightology.com), lámpara corazón: Stephen White. Diapositiva 96: Lámparas de pared cerámicas: [www.spacify.com](http://www.spacify.com), lámpara de techo cerámicas: Geraldine Mc Gloin. Diapositiva 97: Lámparas de pared en papel: [www.lightology.com](http://www.lightology.com), lámpara de piso: [www.lifeshopcollection.com](http://www.lifeshopcollection.com). Diapositiva 98: Ambientación sala: [www.ligne-roset-usa.com](http://www.ligne-roset-usa.com), lámpara: [www.lightology.com](http://www.lightology.com). Diapositiva 99: Lámparas de pared acero inoxidable: [www.lightology.com](http://www.lightology.com), ambientación sala: [www.dulux.co.uk](http://www.dulux.co.uk). Diapositiva 100: Porta huevos y Plato organico: Authentics, taza y plato: Alessi Denton-Corker Marshall . Diapositiva 101: Diapositiva 102: Tazas Blanca: Alessi, taza negra: Alessi, Massimilano and Doriana Fuksas / Italia / 2005. Diapositiva 103: Vajilla 2:Robin Plat, vajilla Orgánica: Rosenthal Group, cubiertos cerámicos: Stefan Diez. Diapositiva 104: Objetos cerámicos: [www.mocoloco.com](http://www.mocoloco.com). Diapositiva 105: Imagen collar en oro: [www.niessing.com](http://www.niessing.com). Diapositiva 106: Imagen frutero dorado: [www.efsa.com](http://www.efsa.com), accesorios para decoración navidad: [www.efsa.com](http://www.efsa.com), paleta de color pantonne: [www.efsa.com](http://www.efsa.com). Diapositiva 107: Jarrones cerámicos, vidrio y metal: [www.efsa.com](http://www.efsa.com), cojin en tela: [www.monsoon.co.uk](http://www.monsoon.co.uk). Diapositiva 108: Contenedor en madera pirograbada: [www.nwfinewoodworking.com.da](http://www.nwfinewoodworking.com.da). Diapositiva 109: Mobiliario alcoba principal: [www.spacify.com](http://www.spacify.com). Diapositiva 110: Mobiliario alcoba principal: [www.spacify.com](http://www.spacify.com). Diapositiva 111: Mobiliario comedor: M & L Designs Inc, mobiliario sala: [www.lafurnituremicrofiber2.com](http://www.lafurnituremicrofiber2.com). Diapositiva 112: Escultura en talla madera: [www.target.com](http://www.target.com) escritorio en madera: [www.target.com](http://www.target.com). Diapositiva 113: Lámpara en vidrio: Alfier Birello, lámpara cromada dorada: Marco Pagnoncelli. Diapositiva 114: Ensaladera madera y plata: [www.silversmiths.co.uk](http://www.silversmiths.co.uk), pasabocas y dips en madera y plata: [www.silversmiths.co.uk](http://www.silversmiths.co.uk), servilletero en electro plata: [www.corporate-gifts-co.com](http://www.corporate-gifts-co.com). Diapositiva 115: Portavasos madera: w.marksandspencer, bandeja madera y oro: Ryozo Kawagita 2001, (Fotografía : Hiroshi Ohashi.) Diapositiva 116: Bandeja en madera: [www.nwfinewoodworking.com](http://www.nwfinewoodworking.com), Palitos chinos madera y plata: [www.corporate-gifts-co.com](http://www.corporate-gifts-co.com). Diapositiva 117: Plato con ensamble en dos maderas: Mike Shiwing. Diapositiva 118: Juego de jarrones de cerámica peruana: [www.diferentapproach.com](http://www.diferentapproach.com). Diapositiva 119: Juego de jarrones y vasijas en cerámica peruana: [www.diferentapproach.com](http://www.diferentapproach.com). Diapositiva 120: Floreros y contenedores en platería: [www.silversmiths.co.uk](http://www.silversmiths.co.uk). Diapositiva 121: Imagen grupo de ejecutivos: [www.mymangost.com](http://www.mymangost.com), imagen ejecutivo: [www.mastermas.com](http://www.mastermas.com), productos en acero inoxidable: [www.corporate-gifts-co.com](http://www.corporate-gifts-co.com).



Diapositiva 122: Trompo en madera: Robert Sakauye. Diapositiva 123: Imagen diseño grafico: [www.marimekko.com](http://www.marimekko.com) Diapositiva 124: Ambientación hall comercial: Interior Design Feb 2006, paleta de color Pantone: [www.efsa.com](http://www.efsa.com). Diapositiva 125: Ambientación hall comercial y detalles arquitectónicos: Interior Design Feb 2006. Diapositiva 126: Cojines: [www.monsoon.co.uk](http://www.monsoon.co.uk). Diapositiva 127: Silla café: [www.efsa.com](http://www.efsa.com), ambientación sala: [www.dulux.co.uk](http://www.dulux.co.uk), ambientación diván: [www.dulux.co.uk](http://www.dulux.co.uk) y cojines: [www.westelm.com](http://www.westelm.com). Diapositiva 128: Mobiliario sala punto de venta Paul Smith: Interior Design Feb 2006, lámpara: [www.lightology.com](http://www.lightology.com). Diapositiva 129: Ambientación comedor: Interior Design Feb 2006. Diapositiva 130: Ambientación con jarrones: [www.monsoon.co.uk](http://www.monsoon.co.uk), porta revistas: [www.ikea.com](http://www.ikea.com) caja en cuero: [www.monsoon.co.uk](http://www.monsoon.co.uk). Diapositiva 131: Tazas cerámicas monocromáticas: [www.efsa.com](http://www.efsa.com). Diapositiva 132: Ambientación árbol de navidad: [www.efsa.com](http://www.efsa.com), paleta de color pantonne: [www.efsa.com](http://www.efsa.com). Diapositiva 133: Portavelas en vidrio rojo: [www.efsa.com](http://www.efsa.com), Jarrones monocromáticos florales: [www.efsa.com](http://www.efsa.com). Diapositiva 134: Papas noels: [www.siroidea.com](http://www.siroidea.com), sofa: Furniture Trends Forecast - P.J. Arañador. Diapositiva 135: Vajilla cerámica floral roja: [www.debehams.com](http://www.debehams.com). Diapositiva 136: Plato cerámico floral rojo: [www.debehams.com](http://www.debehams.com). Diapositiva 137: Solitario metalico: [ww.mocoloco.com](http://ww.mocoloco.com), Mesa y asiento: Complementi & Mobili, Tapete: Almacén Zaruk, Lámpara: Anticuario Novecento, Textil Africano: Almacen El Table, plato y florero cerámico: Camila Villegas. Diapositiva 138: Contenedor papel machê rojo: [www.craftcouncil.org](http://www.craftcouncil.org), mug cerámico: [www.debehams.com](http://www.debehams.com) y florero cerámico: [www.geoginadunkley.com](http://www.geoginadunkley.com). Diapositiva 139: Jarrones cerámicos monocromáticos peruanos: [www.diferentapproach.com](http://www.diferentapproach.com), salpimenteros: [www.scabetti.co.uk](http://www.scabetti.co.uk). Diapositiva 140: Papa Noel ruso: [www.losgatoscompany.com](http://www.losgatoscompany.com), velas: [www.expointl.com](http://www.expointl.com), adornos navideños: [www.comaral.com](http://www.comaral.com). Diapositiva 141: Adornos navideños en crochet: [www.expointl.com](http://www.expointl.com), textil navideño: [www.fashionfabricsclub.com](http://www.fashionfabricsclub.com).