

# *Paletas de color* 2022

**Ensamble Artesano**  
Color Design Studio/ Stefanie Suárez

code  
studio

Objetivos del proyecto:

***Incrementar el engagement entre el producto y cliente (CMF)***

***Aumentar el valor intrínseco de cada producto***

***Generar un hilo rector para la colección 2021-2022***

**Ensamble Artesano**  
code  
studio

# Metodología generación de CMF

**01** **Nos anticipamos**  
Investigamos lo que viene

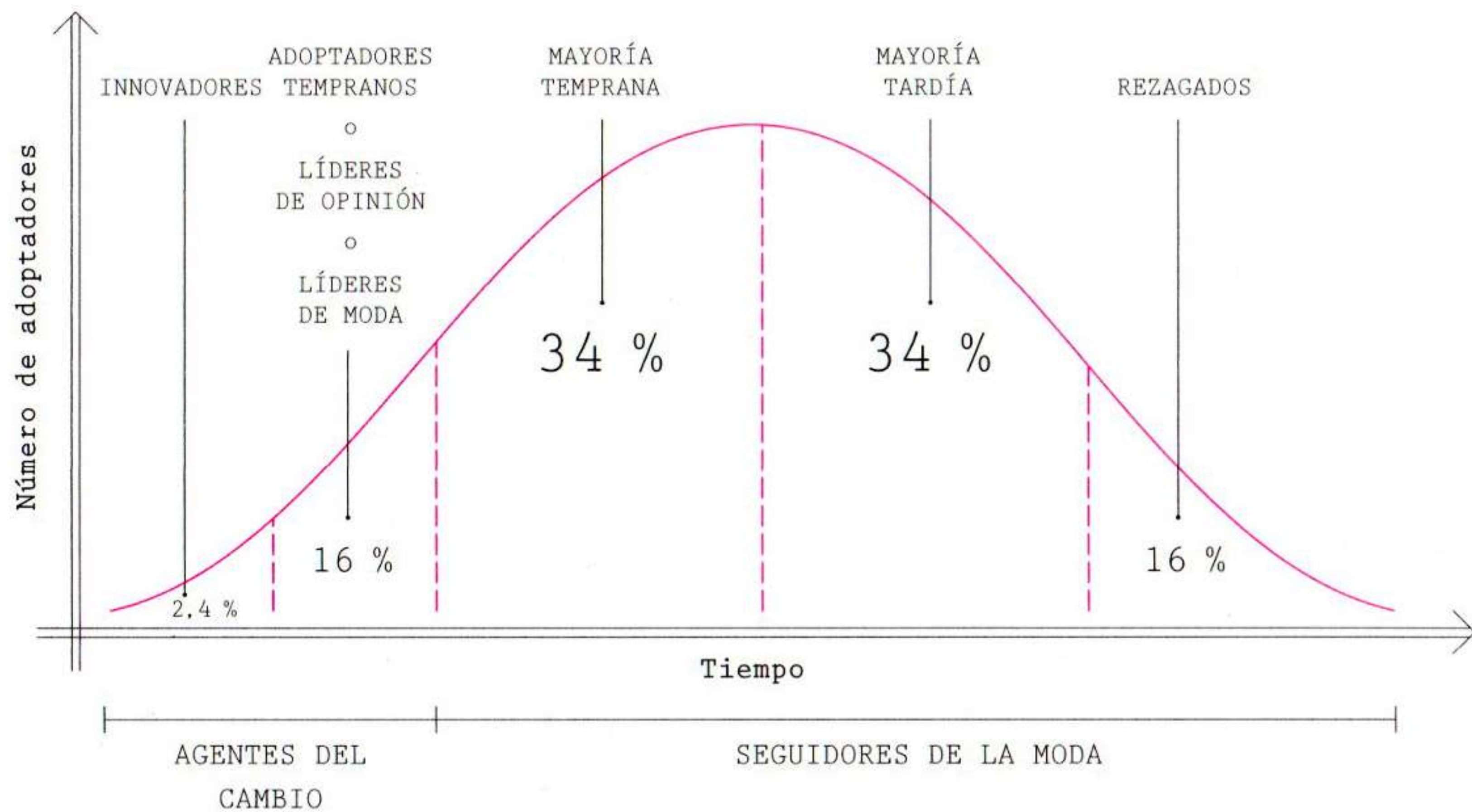
**02/03** **Aprendemos y compartimos lo que percibimos**  
Workshop

**04** **Creamos**  
Paletas e insights

Ensamble Artesano  
code  
studio

01

*¡Nos anticipamos!*



*Investigamos lo que hay...*

C

M

F



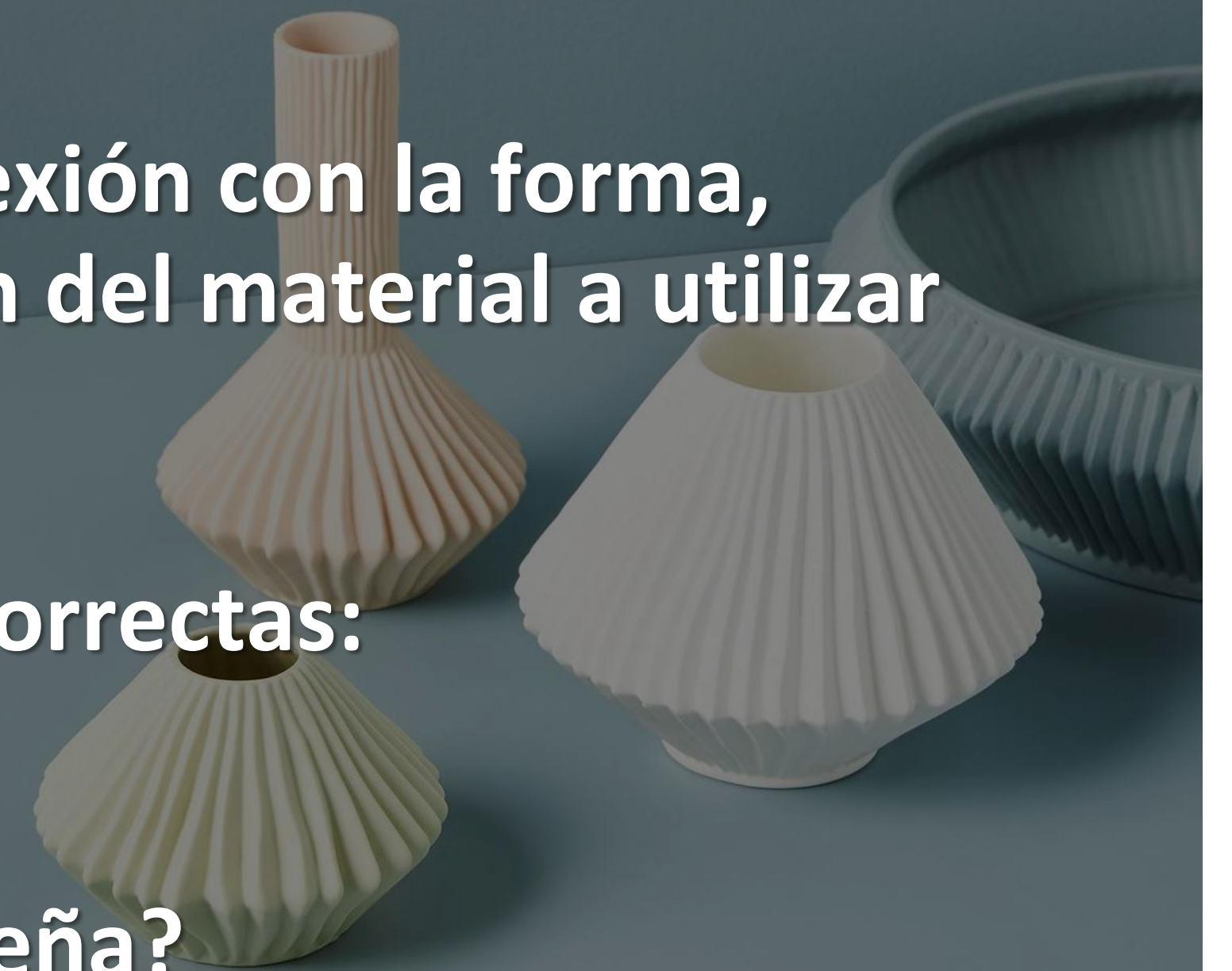


**Porque son conceptos que NO se pueden separar el uno del otro!**

**Comienza con la exploración del material y su conexión con la forma, superficie y color además de la tecnología o innovación del material a utilizar**

**Rompecabezas con distintas soluciones correctas:**

**¿Quién lo diseña? ¿Para quién se diseña?**





# *Macrotendencias* *2022*

# ¿Qué está pasando en el mundo?

## Los consumidores 2022



- Cambio de vida: **el hogar como santuario**
- **Marcas minoristas** proporcionan productos que resuman **comodidad**, se conecten con la naturaleza e inspiren a un **nuevo estilo a través de textiles**
- Se prevé un **crecimiento de 2.8% para el mercado textil** entre el 2021-2026
- Creciente interés en tapicería para renovar muebles existentes con nuevos textiles
- **Preocupación por la higiene** con opciones naturalmente antibacterianas, certificaciones y marketing en etiquetas compuestas son esenciales
- **Muy valorado el trabajo ético** y mostrar **total transparencia** a los clientes
- Los consumidores anhelarán la **liberación a través del escapismo y la exaltación**, y buscarán **diseños y experiencias que lo permitan**





# Baby Boomer

- Entre 60 y 74 años
- Se denominan Baby Boomers ya que con el regreso de los soldados **después de la Segunda Guerra Mundial**, se experimentó **un periodo de crecimiento de la economía y aumento de nacimientos**.
- **Representan el 9.06 % DE LA POBLACIÓN\***
- 2030 en México habrá más adultos mayores que jóvenes menores de 15 y 20 años\*\* o sea 3 de cada 10 personas, 2025 en el mundo el 25% según la ONU
- Tienen familias numerosas y **valoran el tener un trabajo de por vida**

## BUSCAN

- Residencias de descanso y cuidado médico especializado
  - Centros de día y turismo especializado
  - Cuidado médico especializado
  - Deporte y salud= Wellness
- 
- **Alto poder adquisitivo y mucho tiempo libre**
  - Compradores menos frecuentes y gastan un 16% menos
  - **Adoptan la tecnología y redes sociales**
  - Según la Encuesta Nacional de Empleo y Seguridad Social (ENESS): 3 millones de niños se quedan en el hogar y 61% cuidados por un adulto mayor
  - **Generación de comunidad, soporte mutuo e independencia**





# Gen X

- Entre 42 y 55 AÑOS
- IMPORTANCIA DEL BIENESTAR: prioridad saludos física y mental
- Hogares multigeneraciones: BUSCANDO EL BALANCE ENTRE ÁREAS COMUNES Y ESPACIOS PRIVADOS además de espacios flexibles
- 1 de cada 5 hogares conformados por 3 generaciones
- 9.9% de los hogares unipersonales

## **Gastan 3 veces más que la generación anterior en diseño y decoración en el hogar**

- DEMOCRATIZACIÓN DEL DISEÑO DE INTERIORES E INVIERTEN EN SUS HOGARES
- 51% PIENSAN EN INVERTIR EN EL HOGAR ya que es una forma de expresar su individualidad
- COCINAS AMIGABLES: La cocina el centro del hogar
- Recámara-Oficina: HOME OFFICE



# Millennial

- En el 2020, 50% de la FUERZA LABORAL ACTIVA en México
- Generación que refleja el cambio más grande en tecnología de los últimos años, primer generación que creció con computadoras, cable Internet, email, mp3, celulares, etc.
- Están en búsqueda del VALOR DE LOS PRECIOS y favorecen espacios en donde ¡MENOS ES MÁS!
- Pasan MÁS TIEMPO EN SUS HOGARES y necesitan espacios adaptables para: espacios de trabajo, cocina, relajación y entretenimiento
- FAMILIAS PEQUEÑAS con o sin hijos
- Las MASCOTAS Y PLANTAS como hijos
- Jardines y ÁREAS VERDES espacios necesarios
- A pesar de buscar estabilidad, tener una casa propia es una expectativa lejana entonces generación de espacios de CO- VIVIENDA Y MICRO ESPACIOS
- COMPRA DE INMUEBLE entre 35 y 40 años después de haber rentado, NO ES SU PRIMER HOGAR



1946-1964

1965-1978

1979-1994



# Gen Z

- **Nacidos entre 1994 y 2010/2.**

- **INDEPENDIENTES, AUTOCONFIANZA Y AUTONOMÍA** son sus principales características

- **APRENDEN Y DESCUBREN CONOCIMIENTO MEDIANTE LA TECNOLOGÍA** debido a la tecnología con que nacieron: desde temprana edad usan smartphones, nunca han visto la vida sin internet, apps o mensajes de texto

- **Viven bombardeados de información**, pasan varias horas del día en redes sociales y buscando información en internet

- **Las campañas de marketing** que se realizan para esta generación están enfocadas en temas visuales ya que es la forma en la que principalmente absorben la información

- **72% de la educación** que reciben está pensada en emprendedores a futuro, además de que 76% esperan que sus futuras carreras profesionales sean derivadas de sus hobbies

- **Multitareas y poco pacientes**, trabajan en grupo y han revalorizado la actividad empresarial.

- **PERIODOS CORTOS DE ATENCIÓN**, de acuerdo a Visioncritical, su atención debe ser captada en los primeros 8 segundos

- **Preocupados por el medio ambiente**, los productos y campañas eco-friendly así como un estilo de vida sano, mueven a la generación

- **HABILIDADES TECNOLÓGICAS, INVESTIGACIÓN, INNOVACIÓN Y EMPRENDIMIENTO**



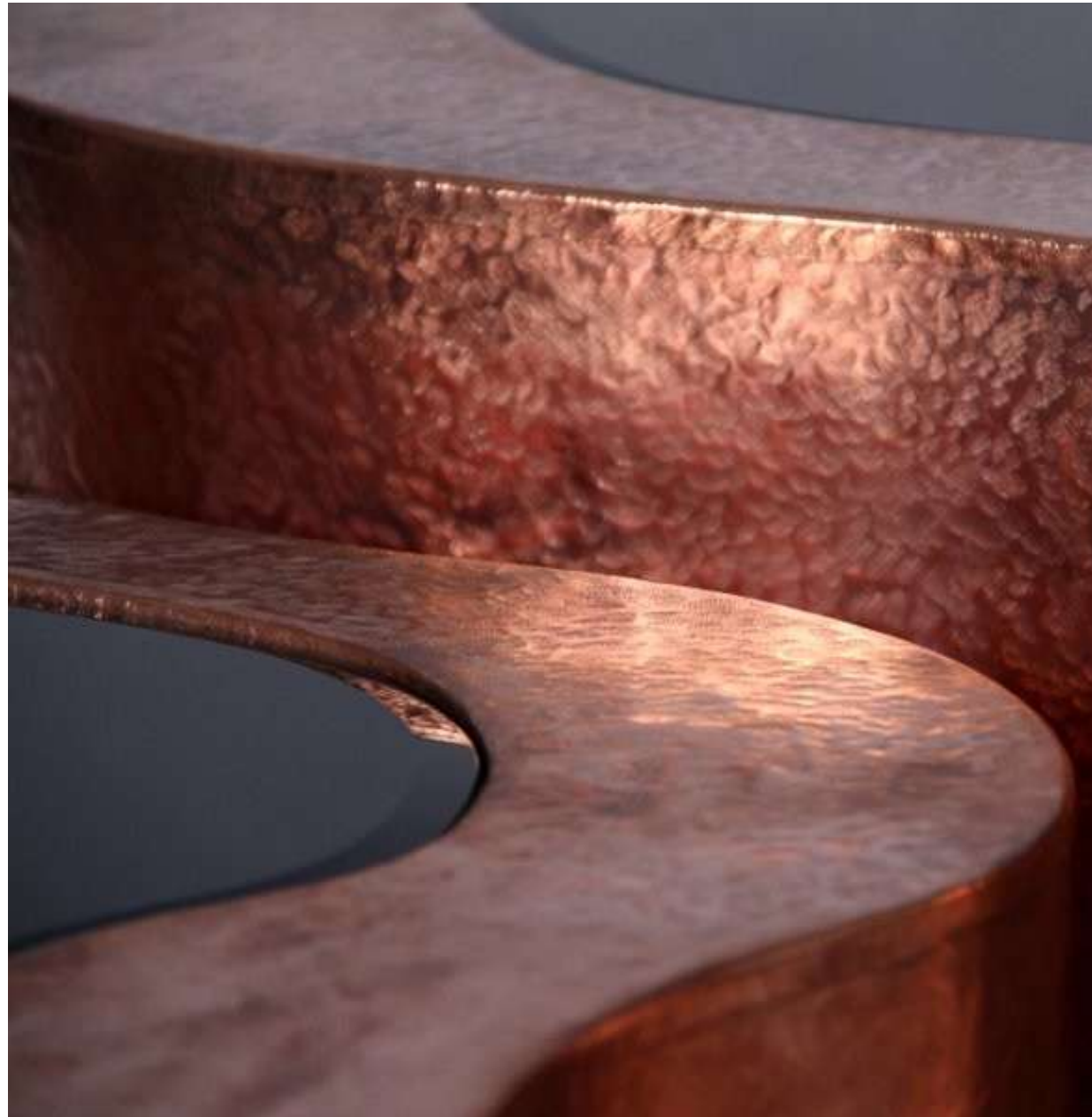
*Macrotendencias:*

*Materiales*  
*2022*



# ¿Qué está pasando en el mundo?

## Materiales 2022



- La industria del diseño restablecerá las **prioridades dirigidas por un propósito a raíz de los desafíos económicos y de salud mundial.**
- Nuestro mayor desafío: **salvaguardar el medio ambiente.**
- La **escasez de recursos** dará lugar a nuevas soluciones de diseño que se centren en **fibras regenerativas, gestión de residuos, sistemas circulares** y cadenas de suministro que sean **éticas y transparentes.**
- Mayor apreciación de las **artesanías hechas localmente** e inclusive **placer desenfrenado de la creatividad** impulsando el movimiento de **hyper-artesanía**
- **Después de Covid 19:** metales como el **cobre y la plata**, que tienen **propiedades sanitarias e higiénicas comprobadas**
- **Digital + temas hogareños** para crear diseños físicos que mejoren el estado de ánimo y puedan transformarse a través de la luz, reflejo o tacto
- **Materias primas y materiales naturales** como **madera, piedra y metal** colocadas en un contexto futurista a través de la artesanía digital



# Materiales 2022

## Cobre curativo

- Hypoalergénico y antimicrobiano
- Calidez visual y táctil
- Martillado, estampado y con distintas formas
- Joyería, vajilla, packaging, interiores



## Piedras minerales

- Conexión con objetos “curativos”
- Calman y cautivan
- Geodas, cuarzo, mármol
- Joyería, accesorios, indumentaria, interiores



## Suavidad reconfortante

- Tactilidad en productos para crear intimidad con el consumidos
- Comodidad visual y física
- Construir suavidad aunque el material sea pesado: cuero, cerámica
- Joyería, accesorios, indumentaria, calzado, interiores





# Materiales 2022

## Plata reconfortante

- Beneficios de bienestar
- Simplicidad
- Plata reciclada, protección electromagnética, beneficios antisépticos y antimicrobianos: aluminio, acero, cromo, cristal
- Joyería, indumentaria, productos, interiores



## Luz filtrada

- Intrigante translucidez para superficies
- Materiales translúcidos como vidrio, resina, acetato, textiles
- Joyería, accesorios, indumentaria, diseño de producto, interiores



## Texturas mate restauradoras

- Restaurar espacios y productos
- Feminidad y minimalismo
- Colores pasteles y composiciones tranquilas en cerámica, madera, textiles, plásticos
- Joyería, accesorios, indumentaria, diseño de productos, interiores





# Materiales 2022

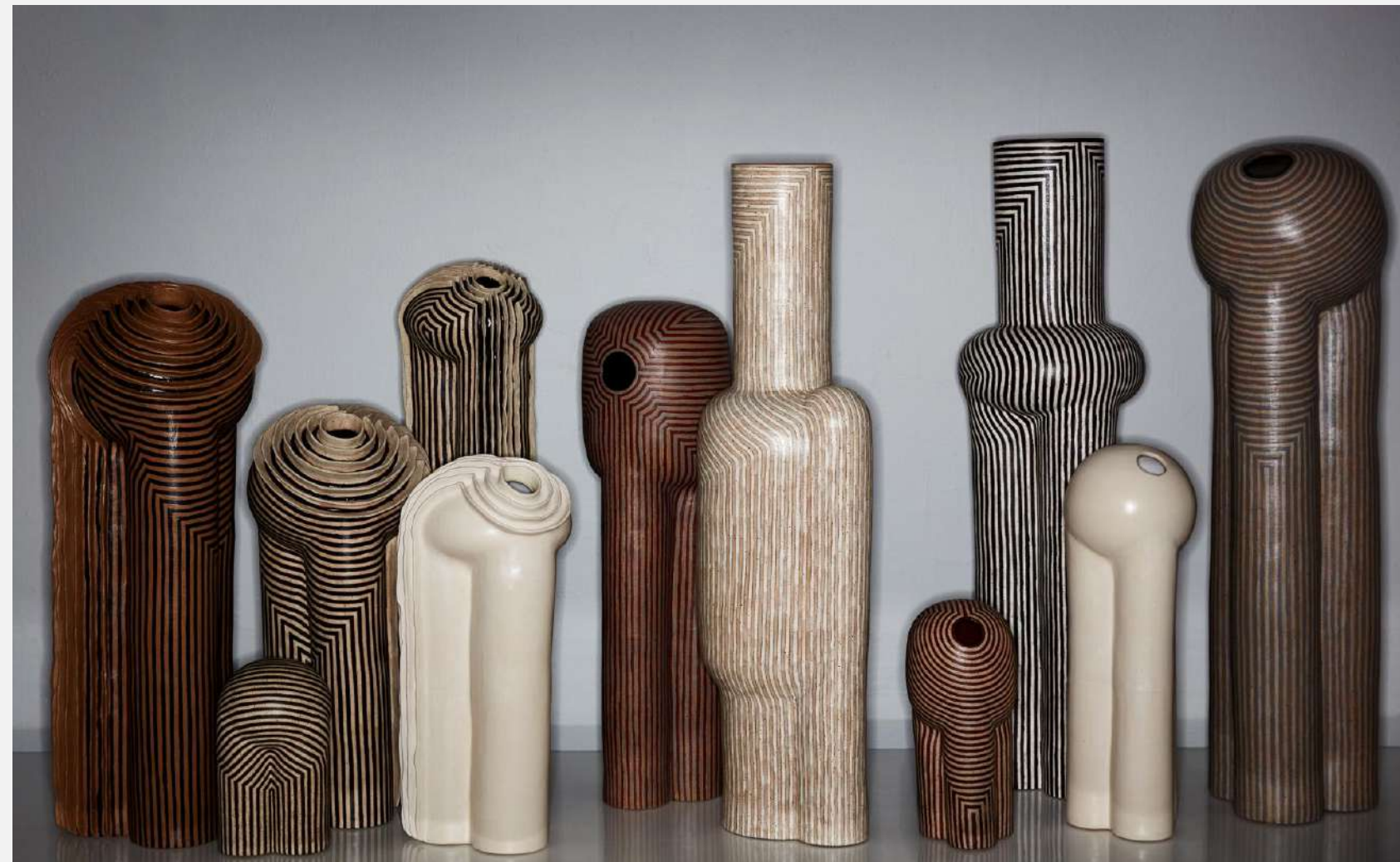
## Construcción natural

- Atractivo artesanal con fibras naturales
- Construcción rítmica: ratán, macramé y cestería
- Tejidos de paja y ratán con patrones combinándolos con textiles, piedras, hilos, vidrio y madera
- Joyería, accesorios, indumentaria, calzado, diseño de producto, interiores



## Opulencia

- Materiales antiguos
- Tallado, herramientas y relieve para esculpir bronce, cuero, cerámica, piedra y madera
- Joyería, accesorios, indumentaria, embalaje, diseño de producto, interiores



## Recursos cosechados

- Materiales recolectados de la agricultura
- Fibras sustentables y pigmentos naturales
- Joyería, accesorios, indumentaria, diseño de productos, interiores





# Materiales 2022

## Madera trabajada

- Honrar el carácter natural de la madera con fabricación local
- Marquetería, carpintería
- Joyería, accesorios, indumentaria, calzado, interiores



## Sedimentos arenosos

- Calidez al tacto y sentido de nostalgia del tiempo y el lugar
- Esmaltes arenosos, texturas, moldear con sedimentos
- Joyería, accesorios, embalajes, interiores



## Origen vegetal

- Ecología aplicada en materiales
- Materiales de desecho reutilizados, convertir un producto en otro (hojas de plátano)
- Joyería, accesorios, indumentaria, calzado, interiores





# Materiales 2022

## Transparencias

- Refrescar la transparencia con colores relajantes
- Texturizar vidrio, resina y acetato o materiales de desecho
- Técnicas: vidrio soplado y superficies onduladas
- Joyería, accesorios, productos



## Super-artesanía

- Celebrado doblemente después de Covid
- Trabajar con comunidades de artesanos
- Atención a las prácticas éticas y materiales de bajo impacto
- Joyería, accesorios, indumentaria, calzado



## Cambios exuberantes

- Tendencias con colores intensos elevarán el producto a nuevas declaraciones de estilo
- Creatividad desenfrenada
- Productos existentes con una nueva vida con texturas personalizadas, complementos o elementos con estilo de alto impacto
- Joyería, accesorios, envases, diseño de producto, interiores





# Textiles

- **Nuevos tejidos:** opciones personalizables para cubrir proyectos pequeños o grandes
- Construcción de **espacios y objetos** que generen **confort**
- **Elementos que suavisen a otros:** cortinas a muros y actúan como separadores temporales
- **Objetos que permiten espacios multiusos** y objetos multitareas para moverse libremente y descansar: pufs
- Trabajar con **agricultores o productores pequeños** en gamas de materiales a base de plantas: demostrar la certificación
- **Algodones ligeros y fibras de bambú** (cojines y mantas)
- **Yute y ropa de cama más pesados** (alfombra y tapizados)





*Macrotendencias:*

*Colores, Materiales y Acabados  
2022*



# ¿Qué está pasando en el mundo?

## Diseño, productos y CMF 2022



- **Esenciales incolores:** fibras vegetales en materiales primas sin tratar
- **Aprecia las texturas crudas** que se suavizarán con el tiempo: apreciación por el paso del tiempo: viva y acogedora
- **Básicos y alegres:** colores brillantes en elementos esenciales del día a día para resaltar interiores
- **Suave bouclé:** genera un espacio acogedor con tejidos y algodones
- **Grano moteado:** hilos multicolores con mezclas recicladas con un aspecto pixeleado de inspiración digital



# ¿Qué está pasando en el mundo?

## Diseño, productos y CMF 2022



- **Tintes decorativos:** técnicas tie-dye y ombré para formar patrones imperfectos
- **Parches:** reutilización de materiales para construcciones collage
- **Intervenciones 3d:** formas suaves y redondas con recortes de aspecto industrial y formas con puntas
- **Boho atrevido:** tendencias maximalista hiper-elaboras y tejidos exuberantes
- **Acabados brillantes:** hilo y terciopelo como acabado de alto brillo para añadir glamour

04

***¡Creamos!***

# *Paletas de color* *2022*

**Ensamble Artesano**  
Color Design Studio/ Stefanie Suárez

code  
studio





# ***BALANCE***

El 2022 será para los consumidores que se adapten.

Adaptación a un mundo más lento e intencional.

Viviremos en una búsqueda constante de sentimientos de alegría a través de la naturaleza, lo hecho a mano y la interacción social.

Será crucial tener un **balance** entre el **positivismo** y la **tranquilidad**



Consciencia

Materiales naturales

Procesos

Hecho a mano

***BALANCE***

Nostalgia

Imperfecto

Pigmentos

Consciencia


Simplicidad

# Paleta 1

## Consciencia

- **Cuándo:** Invierno 21-Primavera 22-Verano 22
- **Materiales:** textiles lino y algodón,
- **Palabras clave:**
  - Tintes hechos a mano y naturales
  - Consumidores conscientes
  - Irregular
  - Valor en la estética imperfecta
  - Desarrollo de técnicas de teñido tanto tradicionales como nuevas
  - Producto elaborado conscientemente
  - Superficie formada orgánicamente
  - Teñido anudado
  - Patrones de marca ombré y únicos
  - Comunique los esfuerzos ecológicos a través del etiquetado
  - Generación de lotes pequeños
  - Haga más con menos
  - Minimalista que prefiere una estética sin complicaciones
  - Reutilice los desechos textiles en cojines o mantas
  - Costuras expuestas
  - Acabados con mechones
  - Diseños más simples

### Puntos de Acción:



Táctil  
Neutros  
Cálidos  
Terrosos  
Invernal fresco  
Transpirable  
Blanquecinos  
Verdes terrosos  
Rubor  
Bloques de color  
Reuso  
Desechos  
Más con menos



# Paleta 1

## Consciencia

- **Cuándo:** Invierno 21-Primavera 22-Verano 22
- **Materiales:** textiles lino y algodón,
- **Palabras clave:**
  - Tintes hechos a mano y naturales
  - Consumidores conscientes
  - Irregular
  - Valor en la estética imperfecta
  - Desarrollo de técnicas de teñido tanto tradicionales como nuevas
  - Producto elaborado conscientemente
  - Superficie formada orgánicamente
  - Teñido anudado
  - Patrones de marca ombré y únicos
  - Comunique los esfuerzos ecológicos a través del etiquetado
  - Generación de lotes pequeños
  - Haga más con menos
  - Minimalista que prefiere una estética sin complicaciones
  - Reutilice los desechos textiles en cojines o mantas
  - Costuras expuestas
  - Acabados con mechones
  - Diseños más simples







# Paleta 1

## Consciencia

			sRGB			CMYK (%)				ColorLife			Hilos Omega				
	Nombre paleta	Número	R	G	B	C	M	Y	K	Sistema	Nombre	Código	Número 1	Nombre 1	Número 2	Nombre 2	
1	Consciencia	1	70	70	85	70.7047	66.8788	47.4463	33.9938	2	Chester	309-06					
2	Consciencia	1	177	160	168	32.4131	35.9244	26.5666	0.07383	2	Adorno	256-03	53	Ciruela			
3	Consciencia	1	193	155	54	25.3754	36.5222	95.3102	2.2317	2	Ginkgo	031-07					
4	Consciencia	1	188	171	159	27.2971	30.1613	34.6556	0.04221	2	Especia	270-03	91	Gris Claro			
5	Consciencia	1	122	124	144	56.195	48.6817	30.7015	4.0979	2	Bandung	308-04					
6	Consciencia	1	153	158	167	43.1191	32.593	27.8665	0.25746	2	Engrapadora	311-03					
7	Consciencia	1	200	120	73	18.2118	59.7533	79.4959	3.30274	2	Kiosco	063-06					
8	Consciencia	1	229	207	233	7.62025	19.237	0	0	2	Canción	141-02	50	Lila Claro			
9	Consciencia	1	164	156	61	38.3197	29.5665	95.0033	4.04396	2	Ambrosia	247-07					



# Paleta 2

## ***Euforia***

- **Cuándo:** Primavera 22–Verano 22
- **Materiales:** algodón,
- **Palabras clave:**
  - Energía para la mente, cuerpo y alma a través del diseño
  - Intervenciones de superficie consideradas y elaboradas
  - Nuevos esquemas de color para permitir que los usuarios mezclen y agreguen a sus artículos para el hogar existentes.
  - Introducir acabados hechos a mano, ya sea para actualizar las gamas existentes o para lanzar una nueva colección
  - Tesoros rediseñados y las referencias del pasado
  - Color puede usarse como una herramienta para energizar lo básico
  - Artesanía supercargada, ricos diseños de herencia y conceptos básicos de colores brillantes
  - Conexión con su usuario a través de la narración de historias sobre el proceso, el creador y el producto final
  - Trabajo en asociación con creativos
  - Turquesa y oro son importantes para las direcciones ornamentadas

### Puntos de Acción:

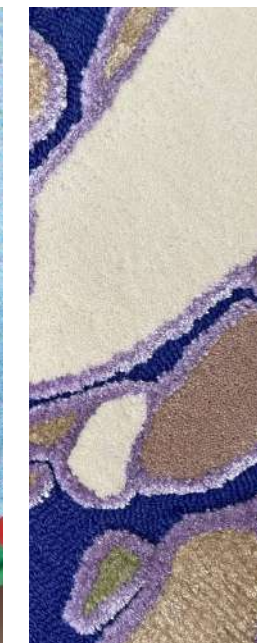
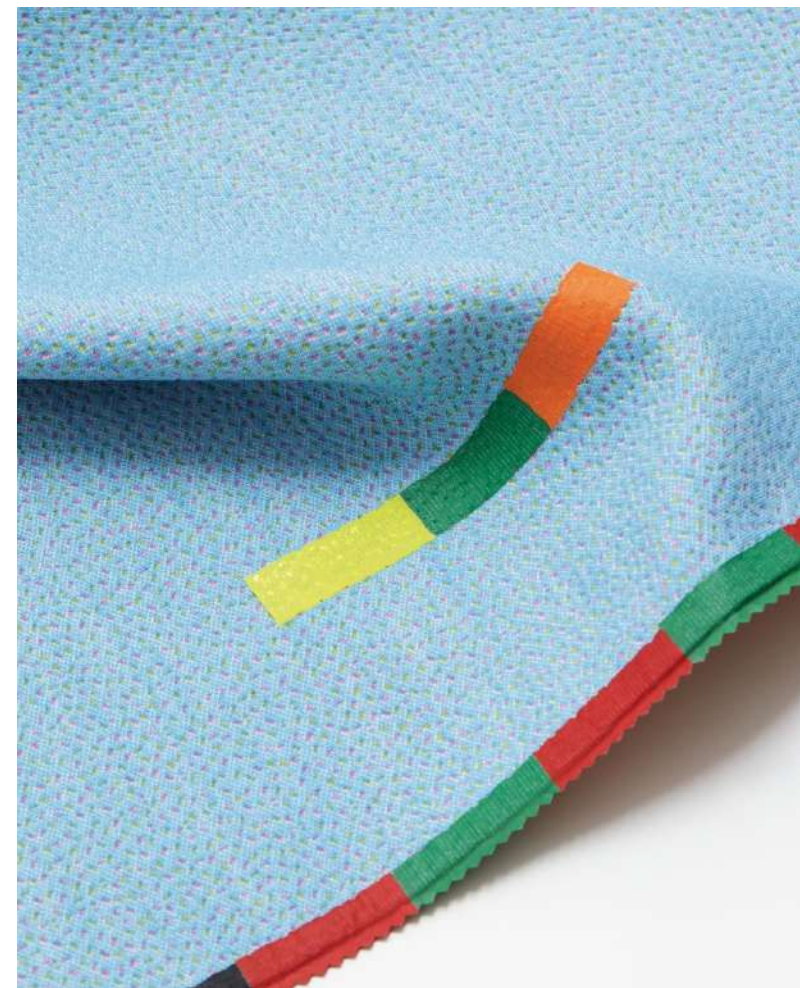


Energía  
Vibrante  
Mente  
Alma  
Supercargada  
Psicodélico  
Positivismo  
Herencia  
Parches  
Brillante  
Creativos  
Herencia  
Metales



## Paleta 2 *Euforia*

- **Cuándo:** Primavera 22-Verano 22
- **Materiales:** algodón, metal oro
- **Palabras clave:**
  - Energía para la mente, cuerpo y alma a través del diseño
  - Intervenciones de superficie consideradas y elaboradas
  - Nuevos esquemas de color para permitir que los usuarios mezclen y agreguen a sus artículos para el hogar existentes.
  - Introducir acabados hechos a mano, ya sea para actualizar las gamas existentes o para lanzar una nueva colección
  - Tesoros rediseñados y las referencias del pasado
  - Color puede usarse como una herramienta para energizar lo básico
  - Artesanía supercargada, ricos diseños de herencia y conceptos básicos de colores brillantes
  - Conexión con su usuario a través de la narración de historias sobre el proceso, el creador y el producto final
  - Trabajo en asociación con creativos
  - Turquesa y oro son importantes para las direcciones ornamentadas







Paleta 2

# Euforia

			sRGB			CMYK (%)				ColorLife			Hilos Omega				
	Nombre paleta	Número	R	G	B	C	M	Y	K	Sistema	Nombre	Código	Número 1	Nombre 1	Número 2	Nombre 2	
10	Euforia	2	235	75	39	1.73116	86.0595	99.4005	0.1363	2	Nectarina	317-02		Naranja Eléctrico			
11	Euforia	2	216	50	50	9.17079	95.3544	90.834	1.10754	2	Crayón	085-07					
12	Euforia	2	255	181	0	0	33.0931	100	0	2	Colmena	037-07					
13	Euforia	2	187	181	166	27.6061	24.0887	33.2162	0	2	Arrocero	276-03					
14	Euforia	2	73	150	170	71.9118	27.5409	27.4712	0.56582	2	Caparra	192-04					
15	Euforia	2	135	101	143	52.6716	67.0109	21.3828	2.34869	2	Tarahumara	140-05	51	Lila medio			
16	Euforia	2	57	63	111	89.1448	83.2431	29.5452	16.0939	2	Magneto	162-07	60	Azul rey fuerte			
17	Euforia	2	101	198	204	56.3576	0.37228	21.6945	0	1	Acuario	02-07	65	Celestre turqueza			
18	Euforia	2	169	63	124	34.853	89.456	23.3033	1.71788	2	Bouquet	129-07	38	Violeta			



# *Paleta 3* ***Vida en el campo***

- **Cuándo:** Otoño 22
- **Materiales:** algodón, tejidos
- **Palabras clave:**
  - Artesanía
  - Vida lenta
  - Flores vintage
  - Motivos florales
  - Colores neutros
  - Construcciones desiguales
  - Armonía de colores cálidos para la novedad
  - Mantas, manteles y servilletas de picnic (servilletas de Raúl de la cerda)
  - Cenar al aire libre
  - Antiguas y apreciadas
  - Crochet, el punto de cruz o el bordado
  - Narrativa de la vida en el campo

Puntos de Acción:



Desigual  
Vintage  
Aire libre  
Antiguo  
Apreciado  
Campo  
Pausa  
Flores  
Desigual  
Cálidos



# Paleta 3

## ***Vida en el campo***

- Cuándo: Otoño 22
- Materiales: algodón, tejidos
- Palabras clave:
  - Artesanía
  - Vida lenta
  - Flores vintage
  - Motivos florales
  - Colores neutros
  - Construcciones desiguales
  - Armonía de colores cálidos para la novedad
  - Mantas, manteles y servilletas de picnic (servilletas de Raúl de la cerda)
  - Cenar al aire libre
  - Antiguas y apreciadas
  - Crochet, el punto de cruz o el bordado
  - Narrativa de la vida en el campo







# Paleta 3

## Vida en el campo

			sRGB			CMYK (%)				ColorLife			Hilos Omega				
	Nombre paleta	Número	R	G	B	C	M	Y	K	Sistema	Nombre	Código	Número 1	Nombre 1	Número 2	Nombre 2	
19	Vida en el campo	3	77	109	108	71.9957	43.4754	52.2295	18.1032	2	Herencia	296-05	89	Verde botella			
20	Vida en el campo	3	239	182	172	4.05624	32.6325	25.2895	0	2	Nana	083-02					
21	Vida en el campo	3	168	74	60	24.1967	80.7076	78.9356	15.0407	2	Techumbre	083-06	36	Ladrillo	25	Mamey	
22	Vida en el campo	3	136	165	183	49.0564	26.4968	20.5191	0	2	Horoscopo	302-03	93	Gris azulado	61	Celeste claro	
23	Vida en el campo	3	221	235	203	13.5167	0.62854	24.205	0	2	Brote	227-02	81	Verde pascua			
24	Vida en el campo	3	113	119	100	55.4513	41.9208	60.8855	15.9289	2	Cabo	287-05	86	Verde gris	87	Verde cemento	
25	Vida en el campo	3	221	191	96	14.602	21.8389	75.8665	0	2	Pampa	027-05	5	Mostaza			
26	Vida en el campo	3	153	152	60	43.0037	29.0305	96.0239	5.10661	2	Verde Botella	243-07	88	Verde Seco			
27	Vida en el campo	3	160	133	95	35.7931	42.817	68.0288	8.68633	2	Galápago	048-05	24	Café Gris			




# Paleta 4

## *Teñido natural*

- **Cuándo:** Invierno 22-Verano 22
- **Materiales:** lana, materiales naturales, palma
- **Palabras clave:**
  - Esenciales incolores: lo natural es imprescindible para textiles del hogar en todos los niveles de mercado
  - Fibras vegetales y sin tratar
  - Suavidad sin teñir: historia clave para S/S 22
  - Color indispensable en los hábitos de compra de los clientes
  - Menos productos químicos en la producción para conservar la auténtica calidad de la fibra
  - Hilos mixtos reciclados con tonos consistentemente diferentes
  - Colección responsable con objetivos de sostenibilidad
  - Fabricante que se especialice en hilos o materiales reciclados (Omega + Caralarga)
  - Reutilización de materiales
  - Tejidos granulados a cojines, tapizados, cortinas y alfombras

### Puntos de Acción:



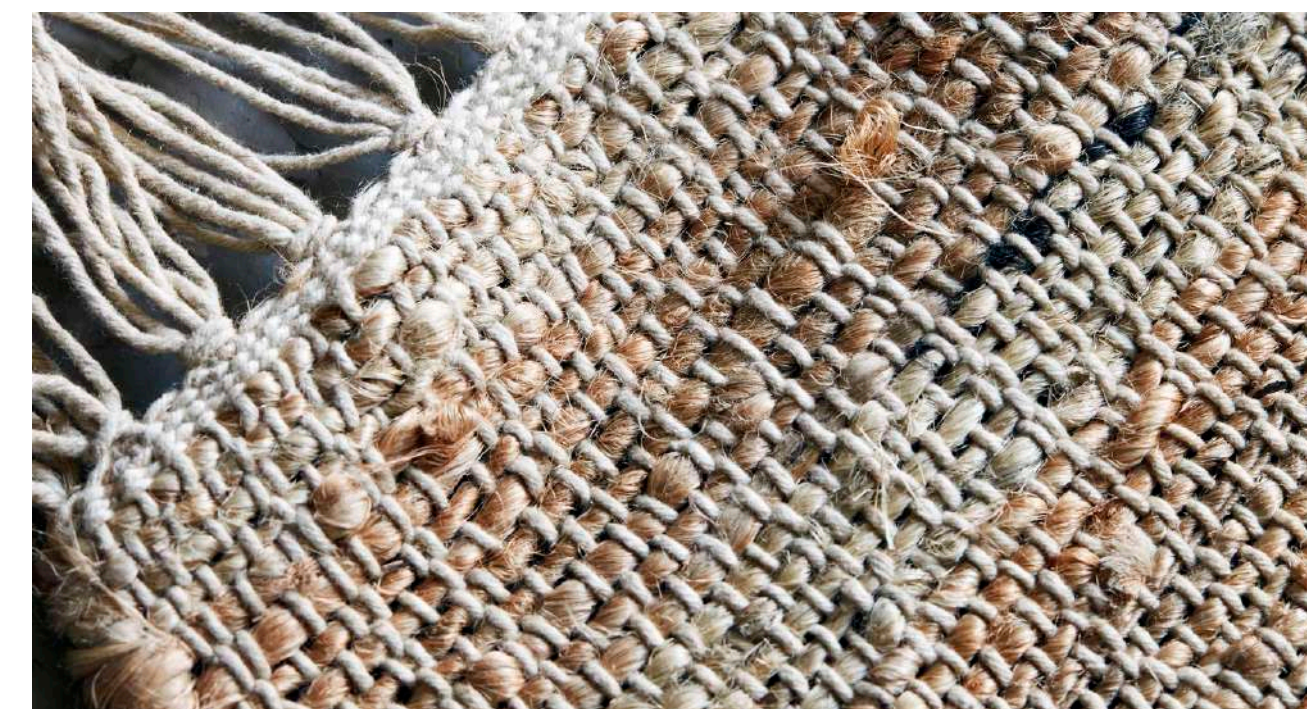
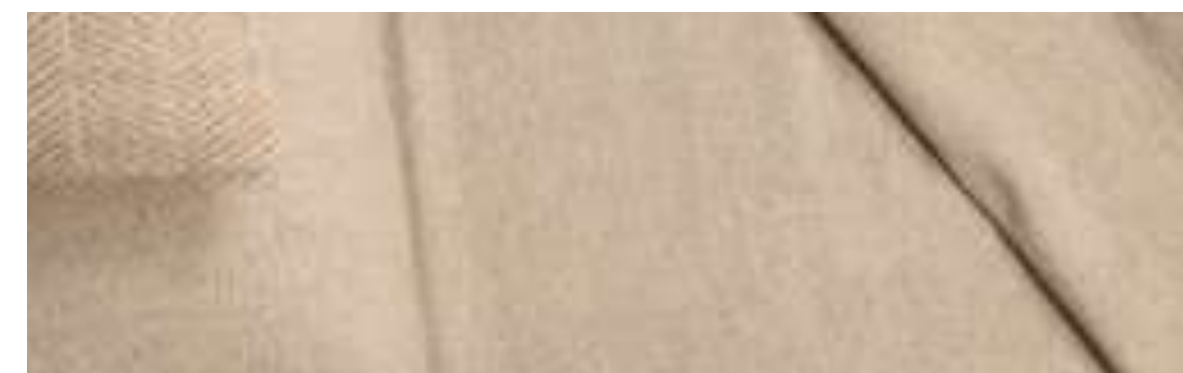
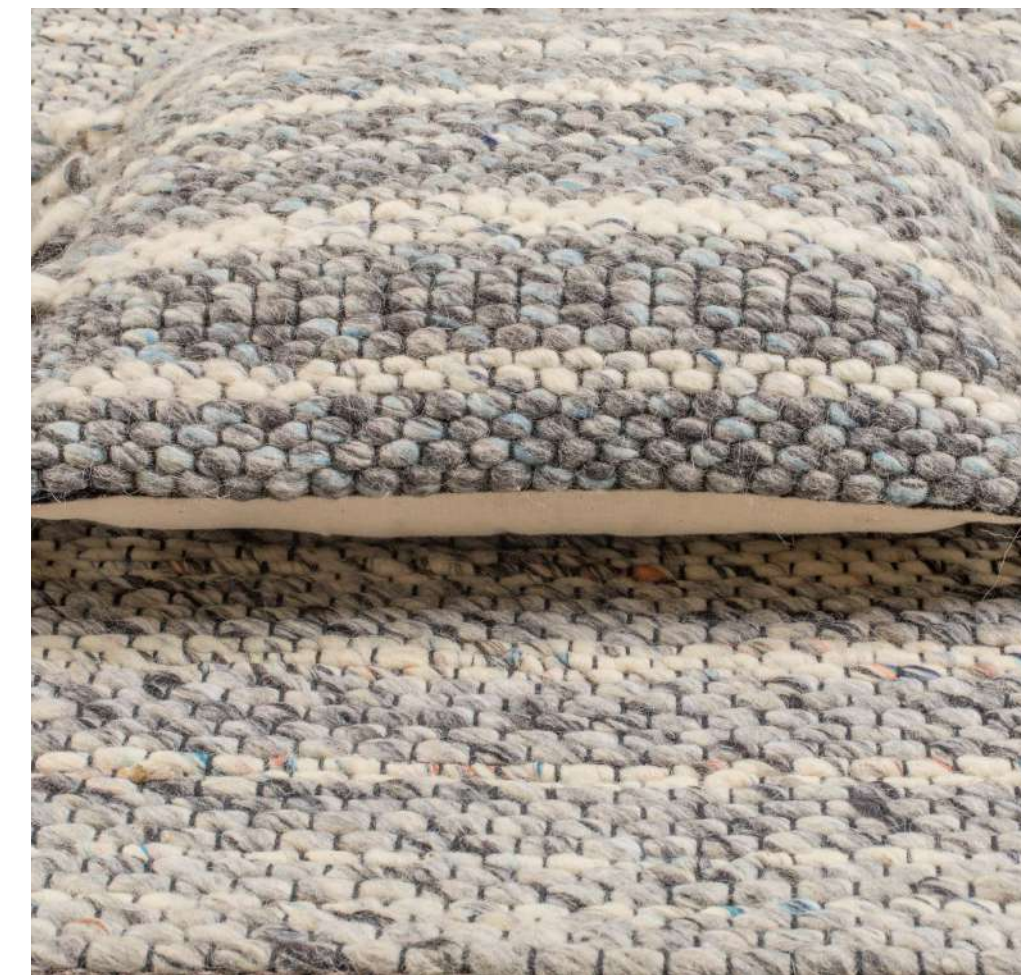
Incolores  
Natural  
Fibras vegetales  
Sin tratar  
Calidad  
Reuso de materiales  
Granulado  
Reciclado



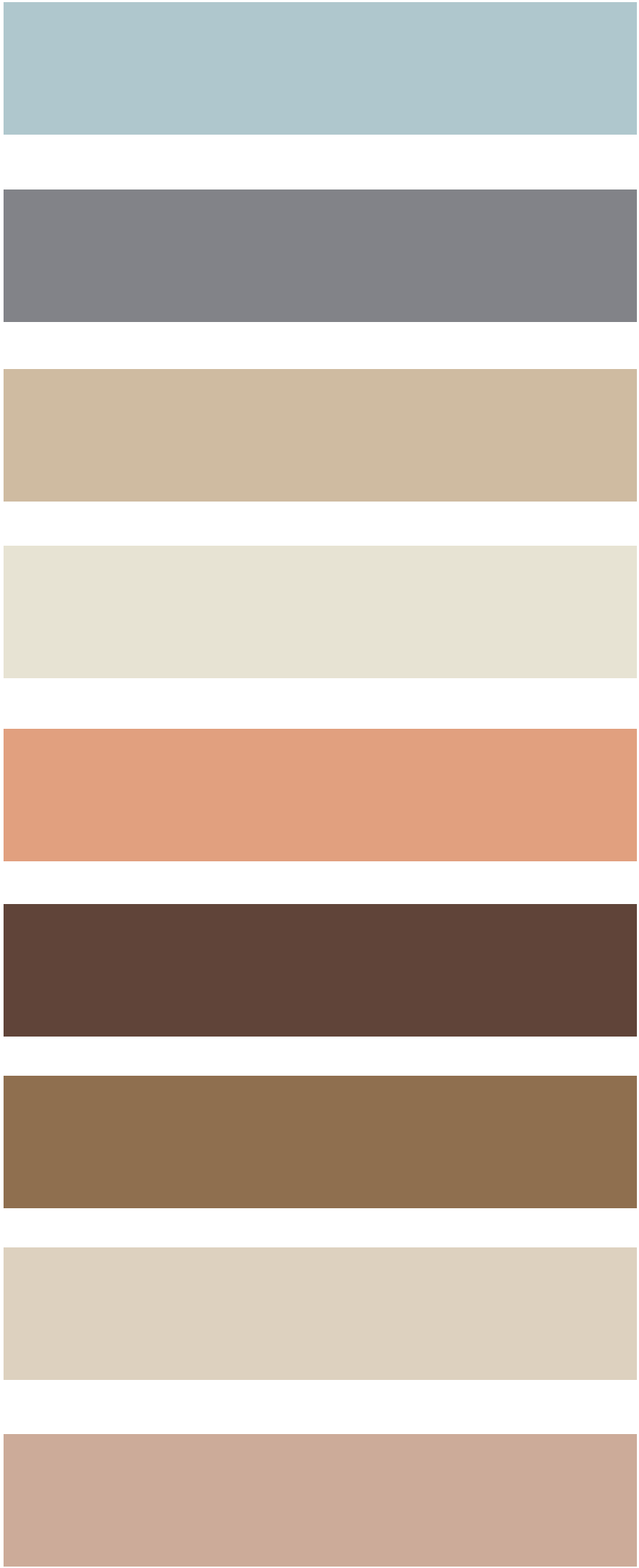
# Paleta 4

## *Teñido natural*

- **Cuándo:** Invierno 22-Verano 22
- **Materiales:** lana, materiales naturales, palma
- **Palabras clave:**
  - Esenciales incolores: lo natural es imprescindible para textiles del hogar en todos los niveles de mercado
  - Fibras vegetales y sin tratar
  - Suavidad sin teñir: historia clave para S/S 22
  - Color indispensable en los hábitos de compra de los clientes
  - Menos productos químicos en la producción para conservar la auténtica calidad de la fibra
  - Hilos mixtos reciclados con tonos consistentemente diferentes
  - Colección responsable con objetivos de sostenibilidad
  - Fabricante que se especialize en hilos o materiales reciclados (Omega + Caralarga)
  - Reutilización de materiales
  - Tejidos granulados a cojines, tapizados, cortinas y alfombras







# Paleta 4

## Teñido natural

			sRGB			CMYK (%)				ColorLife			Hilos Omega				
	Nombre paleta	Número	R	G	B	C	M	Y	K	Sistema	Nombre	Código	Número 1	Nombre 1	Número 2	Nombre 2	
28	Teñido natural	4	175	199	205	31.3641	12.3936	15.6342	0	2	Madrid	297-02	63	Celeste baby			
29	Teñido natural	4	130	131	136	51.4009	42.6042	39.6575	5.47333	2	Cencerro	312-04	94	Gris medio			
30	Teñido natural	4	207	187	161	19.2038	23.7191	36.7417	0	2	Lince	052-03	21	Beige Claro			
31	Teñido natural	4	231	227	211	8.96096	7.18178	16.1025	0	2	Botón	040-01	18	Crudo			
32	Teñido natural	4	225	160	127	10.3202	41.5155	50.0416	0.00625	2	Algeria	071-04					
33	Teñido natural	4	96	68	57	47.5447	64.5916	69.3583	42.8209	2	Cebú	267-07	29	Café chocolate			
34	Teñido natural	4	143	111	79	38.1899	51.8525	72.4559	17.3872	2	Portobello	056-06	23	Tabaco			
35	Teñido natural	4	221	209	191	12.8211	14.5755	23.4552	0	2	Mecate	052-02	90	Perla			
36	Teñido natural	4	204	171	153	20.2335	32.2872	37.6036	0	2	Libro	072-03	22	Beige oscuro			
37	Colores base	*	49	49	49	69.9987	63.9829	61.9944	60.551	2	Obsidiana	317-07	99	Negro			



**BALANCE**



**Ensamble Artesano**

code  
studio





**Ensamble Artesano**  
code  
studio



Siguientes pasos  
2021-2022:

***Aterrizar la colección 2022 en la comunicación, mkt, merchandising, etc.***

***Generar la guía de CMF de Ensamble Artesano basada en colección  
2020 + 2021-2022***

***Forecast de color, materiales y acabados periódicos con diseñadores  
invitados***

***Talleres de teoría y uso de color, materiales y acabados periódicos con  
artesanos y diseñadores***

**Ensamble Artesano**  
code  
studio



***¡Gracias!***

**Ensamble Artesano**

code  
studio