



Centro de Diseño para la Artesanía y PYMES

Subgerencia de Desarrollo

RELATORIA

Taller AID to Artisans

Alianza Aid to Artisans – Artesanias de Colombia

Fecha: 22,23 y 24 de abril de 2003

Participantes:

Por Aid to Artisans:

Mary Whitesides Consultora Internacional Aid to Artisans
Laura Mejía Gerente General Aid to Artisans – Colombia
Patricia Mazuera Coordinadora de Mercadeo Aid to Artisans

Por Artesanías de Colombia:

Marcella Echevarría Asesora de Gerencia
Maria Teresa Marroquín Directora Cooperación Internacional
Patricia Madriñan Diseñadora Oficina de Divulgación
Sandra Strouss Sub-Gerente Comercial
Clarita Arboleda Asistente de la Sub-Gerencia Comercial.
Katuska Sotelo Profesional Sub-Gerencia Comercial
Lyda del Carmen Díaz Coordinadora Centro de Diseño
Elsa Victoria Duarte Diseñadora Asesor Centro de Diseño
Patricia Valenzuela Diseñadora Asesor Centro de Diseño
Lina Calderón Diseñadora Asesor Centro de Diseño
Pedro Perini Diseñador Laboratorio de Pasto
Alejandro Agudelo Diseñador Laboratorio de Armenia
Olga Quintana Diseñadora Proyecto Expoartesanías
Margarita Matiz Diseñadora ganadora 1° versión Internacional del
Concurso de Diseño para la Artesanía de Artesanías de
Colombia.

Programa

Abril 22

- Presentación de los asistentes y sus especialidades.
- Presentación de Mary Whitesides sobre los mercados a los que se están enfocando.
- Perfil de los clientes con que se va a trabajar.
- Ferias organizadas por Artesanías de Colombia a través del año y selección y criterio de productos.
- Visita a los almacenes de Artesanías de Colombia en el centro de la ciudad en Las Aguas y en la Calle 82 para seleccionar productos interesantes para exportar a NYGF (New York Gift Show). Primero preguntando si son producidas en las regiones correctas (Cauca, Nariño, Huila, Tolima, Putumayo, Antioquia, Bolívar, Sucre, Cesar, Magdalena, Guajira, Boyacá, Santander, Meta, Risaralda, Caldas y Quindío). También la importancia de saber los problemas productivos, la capacidad de producción y la disponibilidad de recursos y trabajar en los precios FOB.

Abril 23

- Presentación de la Casa Colombiana 2002 y 2003
- Seleccionar productos de la Casa Colombiana que se puedan manejar en eventos internacionales para el portafolio de productos de Aid to Artisans.

- Evaluación de los productos Preseleccionados. La coordinadora de Mercadeo de Aid to Artisans elaboró una presentación con las imágenes y las observaciones de los productos.

Abril 24

- Charla de “Como Exportar” dictada por Laura Mejía Directora ATA Colombia.
- Evaluación de los productos, ajustes y organización por categorías, ferias y Colecciones.

Desarrollo del trabajo

Aid to Artisans explicó que el objetivo del trabajo conjunto en el 2003 es la participación en las ferias de Sources, The New York Gift Show en Agosto y Febrero.

Por parte de Artesanías de Colombia se manifestó el interés por incursionar en los segmentos de mercado que maneja Aid to Artisans, manteniendo diferenciado el trabajo que hasta el presente ha desarrollado la empresa el cual esta orientado a ciertos nichos de mercado, es decir, no bajando de nivel el producto desarrollado a la fecha, sino segmentado la oferta y los proveedores, y a la vez diseñando específicamente para dicho nicho de mercado.

Perfil de los nichos de mercado en Estados Unidos

El Objetivo de esta charla era conocer los mercados de Estados Unidos con el fin de manejar la misma información y así segmentar nuestros productos para los diferentes mercados.

Existen mercados de todos los niveles, desde muy Altos hasta muy bajos. La apariencia “look” del producto, el precio y la capacidad de producción, son factores que pueden determinar el comprador y el área del país.

Los niveles que se manejan son:

Alto (High)

Es el mercado más alto y es manejado por las Tiendas-Museo, las Galerías, las Boutiques y las tiendas especializadas.

Se caracterizan por trabajar productos con materiales finos y algunos temas artísticos, productos exclusivos, que no se consiguen en todo lado, Estos productos tienen un alto valor percibido y de exclusividad por lo tanto los compradores son pocos.

Este mercado es manejado en escenarios tipo Resort (hoteles) y galerías.

Los niveles de producción exigidos no son tan altos y las ediciones son limitadas.

El tiempo de entrega es mas flexible que en los otros niveles y se manejan tiempos de +/- 3 meses como máximo.

Medio alto (Med-high)

Este nivel es manejado por tiendas privadas (con local propio) y tiendas por departamentos; incluye también las ventas por catalogo.

Se caracterizan por trabajar productos de 12 a 24 Piezas y en algunos casos un máximo de 200 piezas de un producto (manejo de compras por docenas). Como puntos de venta hay pocas tiendas.

Se trabaja mucho los productos únicos con propiedades distintivas, alto valor agregado de diseño y productos más funcionales que artísticos, los cuales son preferidos también por los compradores extranjeros.

Manejan tiempos de entrega de 30 a 60 días máximo, y si el producto tiene éxito se pueden hacer pedidos manejando compras por 12 docenas del mismo. Un ejemplo de este nivel es Pottery Barn, William Sonoma y Tiendas como Bed Bath and Beyond.

Las tiendas de este nivel manejan también el sistema de órdenes mínimas y es el proveedor (en este caso Artesanías de Colombia) quien coloca los requisitos del mínimo volumen a vender.

Medio (Medium)

Manejado por almacenes de cadena pequeños, almacenes especializados donde existen más consumidores (mercados masivos) y por las ventas de Catálogo. En este nivel esta incluido el mercado que manejan las tiendas étnicas “Anthropology” que vende muebles, ropa para el hogar y accesorios, manejan la demanda del mercado de acuerdo a las temporadas (Estaciones).

Manejan volúmenes altos de 200 a 300 piezas con productos de diseño y tiempos de máximo 60 días para la entrega.

Recomendaciones: para acceder a este segmento se recomienda definir que productos se usaran más en las distintas temporadas y analizar claramente los mercados (que piden, en que se especializan, que requerimientos tienen)

Manejan grandes pedidos, existe una alta competencia donde prima más el precio que el diseño. Se exige buena capacidad y buen tiempo de producción.

Son tiendas con varios puntos de venta alrededor de los países, y compran para abastecer todos los puntos de venta. Generan grandes órdenes para abastecer a todas las tiendas del mismo producto.

En este nivel de mercado Medio, si el cliente, o la tienda, quieren exclusividad, el precio es el mismo y se debe hacer una negociación diferente para venderle toda la producción de ese taller. Cuando piden, por ejemplo, cambio de color o un asa de otra manera, etc., se hace un acuerdo de restricciones, se puede acordar la exclusividad en Estados Unidos pero se pierde en los demás países, por ejemplo Francia, y en este caso Artesanías de Colombia debe hacer antes una lista de requerimientos. En este nicho de mercado siempre se va a requerir un número de productos en un tiempo “equis” de entrega.

Ventas por Catálogo

Para la Venta por Catálogo son tiendas o solo catálogos que sacan hasta 5 catálogos al año con tirajes de 15 millones de cada uno.

Recomendacion: Al vender un producto por catalogo se debe tener en cuenta que lo que se muestra en la foto debe ser exacto a lo que se entrega. Por ejemplo, si se vende un producto y este llega distinto al de la foto, es decir de otro color o de otra apariencia se puede perder el cliente y este esta en todo el derecho de pedir el recambio. En este tipo no se pueden entregar cosas diferentes a lo que esta en la foto mientras que lo que se vende en una tienda es más flexible pues el cliente escoge directamente el producto.

Los catálogos se sacan y se manejan cada 3 meses por temporada. Se maneja alto volumen de productos y ya que el mayorista, una vez se entrega el catálogo al consumidor final, debe estar preparado para entregar el producto en muy corto tiempo.

En las ventas por catálogo se maneja la regla que si a los 3 días de salir el catálogo es solicitado, este producto será exitoso y es muy probable que aparezca en el siguiente.

La rotación de productos es altísima pues en los 3 meses que dura debe haber mucho producto para satisfacer los pedidos y a su vez se debe salir de toda la producción al final de los 3 meses. Los almacenes y mayoristas que trabajan con catálogos hacen pedidos con un año de anticipación y mínimo 200 a 300 piezas de cada producto, con tiempos de entrega de máximo 60 días.

En este mercado, una vez se hace la negociación la empresa proveedora (Artesanías de Colombia) debe volver a llamar al cliente para reconfirmar la negociación basados en la lista de requerimientos que previamente hizo (el proveedor). Ya en esta fase de la negociación es el comprador el que hace las exigencias y después de esto es cuando se cierra definitivamente la negociación.

Los requisitos de este tipo de Mercado son tres:

- A. Buen precio
- B. Producción en Masa
- C. Apariencia Masiva (es decir, no debe aparentar exclusividad)

¿Cómo se accede como productor a una Catálogo?

R:/ A través de participar en Ferias Internacionales o inscribiéndose en las páginas WEB. (Se nos entregó una lista de páginas web con listados de este tipo de mercado)

¿Cómo un proveedor puede tener productos en un catálogo de los que maneja este segmento?

R:/ Lo primero que se debe hacer es enviar imágenes o un catálogo con la información básica al encargado de compras, si a este le llama la atención, pide muestras, Para seleccionarlo debe estar seguro del volumen de producción que se ofrece y de los tiempos de entrega que puede manejar, ya que el precio de un catálogo es muy alto y, con el incumplimiento de un proveedor, el comercializador pierde una parte de la alta inversión en dinero que hizo.

Otra forma de evaluar si tenemos la posibilidad de estar en un catálogo es evaluando nuestro producto frente a la apariencia de los productos de la empresa del catálogo (Apariencia Clásica, Apariencia contemporánea, Apariencia más contemporánea, Apariencia Étnica), y considerando si Artesanías de Colombia puede ofrecer productos allí.

Pottery - Estados Unidos, tienen apariencia más contemporánea y con productos para el hogar.

Sundance (www.sundancecatalog.com) tiene un look más rústico, más occidental, más texano, es decir más para el campo.

Toca como proveedor estar pendiente de lo que el consumidor quiere, es decir, de las tendencias del mercado por que durante más o menos 3 años funciona una apariencia y luego cambia.

Si se quiere entrar es igualmente importante tener claridad sobre precios finales, ya que al precio FOB se le puede subir hasta 6 veces más y ese será el precio que se oferte en los catálogos, pero el proveedor (Artesanías de Colombia) solo podría incrementar hasta 3 veces más.

¿Cómo puede estar un proveedor colombiano en un catálogo de Aid to Artisans?

El proveedor puede participar en las feria a través de Aid to Artisans y por lo tanto en el catálogo. La idea en el proyecto de Aid to Artisans para Colombia es seleccionar 20 productos para la Feria de Agosto y otras ferias en las que participa la fundación. No se paga para estar en el catálogo, el comercializador asume los costos. La exigencia para el proveedor es el cumplimiento.

¿De que otra manera se puede acceder a este segmento?

Otra forma es mirando en Internet, oficinas de exportación de cada país, revistas y otros medios vendedores y hacer una selección de estos para enviarles Portafolios con oferta en CD o en Impreso. Si al comercializador le interesa este llama y hace el pedido.

Es igualmente importante tener en cuenta que estas empresas tienen sus propios diseñadores y no les gusta que uno envíe el diseño de uno. Pero se puede negociar rediseñar el producto para que parezca de ellos o desarrollar una colección exclusiva.

También existen catálogos de proveedores para almacenes.

Medio-bajo (Medium-low)

Manejado por Almacenes de Cadena que miden más por precios muy bajos (ejemplo, Hipermercado Alkosto)

Manejan ventas a gran volumen y tiempos de entrega no muy flexibles.

La competencia es India, China, México, Indonesia y Filipinas, quienes actualmente, además de fabricar productos a gran escala, tienen diseño y en ese tema China es la número 1. África no es competencia ni por volumen ni por precio.

Este mercado maneja productos de calidades deficientes que a los 3 meses se pueden desechar. En Estados Unidos la duración de estos productos no es un problema

La Consultora de Aid to Artisans plantea que Artesanías de Colombia se distingue por su diseño y recomienda mantenernos alejados de estos países y de este segmento.

Bajo (Low)

Manejado por almacenes como Walmart, K-Mart y TJMAX. Manejo de productos con alto volumen de producción y bajo precio.

Recomendación para Artesanías: La consultora plantea que con estas bases y el trabajo de la empresa ya toca escoger que tipo de mercado se quiere tener (alto, medio alto o medio), pero es necesario trabajar en su precio, en volumen y en tiempos de entrega.

Fechas especiales en Estados Unidos

En orden de importancia:

1. Navidad
2. San Valentín
3. Pascua

Son mercados muy buenos y se manejan segmentos o rangos medio y medio-bajo. En el segmento alto no se usa este tipo de comercialización.

Para navidad septiembre y octubre son las fechas límite para que una empresa comercializadora entregue los catálogos, por eso ellos quieren que, antes de enviar los catálogos, los productos estén ya en sus bodegas para responder en el mínimo tiempo a los compradores.

Recomendación para Artesanías: Una vez seleccionado el mercado objetivo toca definir las ferias o exposiciones donde queremos estar para mostrar nuestros productos. Para los productos de Artesanías de Colombia se podría estar en los “Gift shows”, no se recomienda estar en Ferias en los espacios de Tienda-museos pues son demasiado exclusivas y son visitados por pocos compradores; se recomienda participar en espacios de diseño.

Ferias

Anotación: La feria de agosto con la que se va a participar en asocio con Aid to Artisans surge para las colecciones otoño - invierno.

Anotación sobre las Ferias de Aid to Artisans: De cada producto que se envíe a una Feria de Aid to Artisans en la empresa Partner (en este caso Artesanías de Colombia) debe quedar un prototipo idéntico, identificado con el mismo código de Aid to Artisans con las mismas características del que se envió, para que luego se puede reproducir exactamente sin ninguna modificación.

Una feria especializada y en la que deberá estar Artesanías de Colombia es la Baltimore. Esta feria maneja un sistema de jurados que selecciona los productos que participarán. Se realiza de febrero a marzo y maneja productos casi únicos con series cortas o bajas. Casa Colombiana es ideal para estar en esta feria por diseño, factura, precio y volumen de producción.

La pregunta es:

¿Solo queremos estar en Baltimore o queremos estar en otras ferias con otros productos? Otras Ferias en las que podemos participar en las de artesanías como la de Boston, La de High Point Show en North Carolina o Sources en New York. (Se nos entregó una base de datos de páginas web de empresas organizadoras de ferias y eventos.)

Venta por Internet

Es mucho más fácil por que el comercializador informa la cantidad existente y al agotarse el producto automáticamente se saca de exhibición. Una vez vuelva a haber existencia se vuelve a colocar en la red.

El proyecto de Aid to Artisans en Colombia.

Es importante no perder de vista que el U.S.Aid financia proyectos que conduzcan a:

- La solución de conflictos
- El fortalecimiento de la democracia
- La erradicación de cultivos ilícitos
- El fortalecimiento del tejido Social de países en desarrollo;

Para Colombia el proyecto se definió en el marco de la erradicación de cultivos ilícitos mediante la generación de alternativas productivas y de ocupación.

Lo que la consultora Mary Whitesides diseñó (ver portafolio de diseños para Colombia) es para mercados medio y medio-bajo y algunos, como la Bolsa de Café como empaque para mercados medio altos.

Caracterización de Línea, Colección y Categoría.

Línea

Lo define el negocio de la empresa. Por ejemplo, la línea de Artesanías de Colombia son los artículos artesanales.

Colección y Sub- Colección

Tiene un tema que la une y puede trabajarse en una Gran Colección con Sub-Colecciones que se distinguen por Material, Color, Técnica, o una pequeña colección que se compone de mínimo 4 productos y algunos accesorios.

A una gran colección además de la sub-colección se le pueden agregar categorías.

Categoría

Los Tapetes de una colección serían una categoría.

Las categorías se pueden vender dentro de la Sub-colección o independientemente.

La consultora recomienda como regla de oro para estar en un mercado alto, ir siempre adelante, nunca copiar y que sean otros los que copian.

“Recomendación para los diseñadores, toca inspirarse todo el día”

Selección de Productos ATA

Criterios:

Productos con Alto Contenido de Diseño
 Productos elaborados en y por las Comunidades radicadas en el proyecto ATA
 Productos con Precios para nichos de mercados medio-alto y medio
 Productos con capacidad de producción
 Productos que por su categoría entren al mercado de Estados Unidos

Colecciones:

Se estructuraron los productos preseleccionados en Colecciones de acuerdo a las temporadas de las Ferias y los mercados que se manejen en dichos eventos.
 Se dividieron las colecciones para las Ferias del Gift Show de New York en su versión de Agosto 2003 y Febrero 2004.

Gift Show NY Agosto 2003

Esta Feria se va a manejar con el criterio de productos para la temporada Otoño – Invierno, manejando dos grupos enmarcados en material y Color.

Entrega de Prototipos para toma de Fotos: 9 de Mayo ATA
 Entrega de Productos de 3 a 4 items de cada uno: 19 de Mayo

Colección para Mesa:

Producto	Material	Colores	Proveniencia	Observaciones	Estado
1 puesto vajilla: Plato Grande, Plato Mediano, Cazuela, Pocillo y plato.	Cerámica Negra de la Chamba	Negro	La Chamba		Para pedir por Comercial
1 puesto vajilla: Plato Grande, Plato Mediano, Cazuela, Pocillo y plato.	Cerámica Terracota de la Chamba	Terracota	La Chamba		Para pedir por Comercial
Accesorios Chamba: Centro de Mesa cuadrado puntas elevadas, Bandeja, Saleros, Salsera, Pasaboquero 4 espacios, Filtro de Agua con Jarra, Tarro Tairona Grande y Pequeño.	Cerámica Negra de la Chamba	Negro	La Chamba	Seleccionar algunos Accesorios que acompañen la Vajilla.	Para pedir por Comercial
Accesorios Chamba: Centro de Mesa cuadrado puntas elevadas, Bandeja, Saleros, Salsera, Pasaboquero 4	Cerámica Terracota de la Chamba	Terracota	La Chamba	Seleccionar algunos Accesorios que acompañen la Vajilla.	Para pedir por Comercial

espacios, Filtro de Agua con Jarra, tarro Tairona grande y pequeño para granos					
Individuales	Caña Flecha	Terracota, Granito Negro y Negro	Resguardo Zenú	Redondo: Rectangular:	Para pedir por Comercial De diseño va a viajar la diseñadora Claudia Garavito el Lunes 28 a la comunidad y puede apoyar la Gestión. Diseño dará las pintas y dimensiones.
Servilleteros	Caña Flecha	Terracota, Granito Negro y Negro	Resguardo Zenú		Para pedir por Comercial Diseño dará las pintas y dimensiones.
Aro Portacazuela	Caña Flecha	Terracota, Granito Negro y Negro	Resguardo Zenú	Adecuar	Se debe dimensionar de acuerdo al estándar de la Cazuela. Diseño dará las pintas y dimensiones.
Portacazuela en Piedra con asas en Madera	Piedra y Madera	Piedra Natural Madera de acuerdo al Color de la Cazuela: Negro Cazuela Negra, Terracota, Cazuela Terracota.			Para pedir por Comercial
Bandeja	Caña Flecha y Madera	Terracota, Granito Negro y Negro	Resguardo Zenú	La misma pinta del individual. En el acabado de la madera usar tintilla que permita ver la veta de esta: dos acabados negro y madera oscura	Para pedir por Comercial Diseño dará las pintas, directrices de acabados a la madera y dimensiones.

				hacia el tono rojizo. (que haga juego con el juego terracota)	
Contenedor tallado en Piña Grande	Madera	Natural	Tolú	Usar Madera que vayan con los tonos de la Colecciones	De diseño va a viajar la diseñadora Elsa Victoria Duarte el martes 29 a la comunidad y puede apoyar la Gestión.
Contenedor tallado en Piña Grande	Madera	Natural	Tolú	Usar Madera que vayan con los tonos de la Colecciones	

Colección Colores Vivos

Producto	Material	Colores	Proveniencia	Observaciones	Estado
Tapetes dos agujas	Fique	Rojo, Azul, verde, Amarillo Naranja y Violeta	Curití	Ya están en Estados Unidos y se van algunos más para la Feria de Sources	OK
Linea de Mesa, Individuales, Fruteros, Portacazuela	Paja blanca	Rojo, Azul, verde, Amarillo Naranja y Violeta	Tibana	Ya están en Estados Unidos y se van algunos más para la Feria de Sources	OK
Persianas	Fique	Rojo, Azul, verde, Amarillo Naranja y Violeta	Curití	Se deben desarrollar a partir de módulos de 30 cm de ancho, manejando juegos por tres con diseño y uniones con botones.	Por desarrollarse.

Colección Accesorios Naturales

Producto	Material	Colores	Proveniencia	Observaciones	Estado
Bandeja con tres contenedores	Iraca	Natural con borde naranja y café	Usiacurí		Para mandar a hacer.
Caja Grande, Mediana y Pequeña	Iraca	Natural con borde naranja y café	Usiacurí		Ya está en Estados Unidos.
Condimentero	Madera, Bambú y Vidrio	Naturales de los Materiales	Centro de Diseño Armenia		Ok

Condimentero Doble	Madera, Bambú y Vidrio	Naturales de los Materiales	Centro de Diseño Armenia		Ok
Portacucharas Doble	Madera	Naturales de los Materiales	Centro de Diseño Armenia		Ok
Tarros en Calceta para Pasta	Madera, Calceta y Cartón	Naturales de los Materiales	Centro de Diseño Armenia		Se debe adaptar a las dimensiones de contenedores para pasta, buscando un tubo de cartón de las dimensiones apropiadas.
Salserita Trebol	Madera, Bambú	Naturales de los Materiales	Centro de Diseño Armenia		Ok
Salero y Pimentero	Bambú y Coco	Natural del Material	Centro de Diseño Armenia		Ok

Gift Show NY Febrero 2004

Esta Feria se va a manejar con el criterio de productos para la temporada Primavera – Verano, manejando dos grupos enmarcados en Material y Color.

Entrega de Prototipos: Septiembre ATA

Colección Colores Vivos

Producto	Material	Colores	Proveniencia	Observaciones	Estado
Tapetes dos agujas	Fique	Rojo, Azul, verde, Amarillo Naranja y Violeta	Curití	Ya están en Estados Unidos y se van algunos más para la Feria de Sources	OK, verificar dimensiones para tapetes de Baño.
Linea de Baño, Base para jabonera, base para vaso, base para candelero.	Paja blanca	Rojo, Azul, verde, Amarillo Naranja y Violeta	Tibana		Para Desarrollar
Linea de Baño, Jabonera, vaso de Agua, Vaso para Cepillos de Dientes, Candelero	Cerámica Negra	Negro	La chamba		Para Desarrollar

Colección Palma Estera

Producto	Material	Colores	Provenien	Observaciones	Estado
----------	----------	---------	-----------	---------------	--------

Tapetes Palma Estera	Palma estera	Manejar tres rangos, 1. Diseño y manejo de color. 2. Diseños simples dos tonos de color, 3. un solo tono.	Chimichagua		Por desarrollar, elaborar carta de color
Módulo Tapetes	Palma estera		Chimichagua	Módulos de 12" X 12" para pegar y armar diseños diferentes	Por desarrollar
Contenedores	Palma estera		Chimichagua		Por desarrollar
Individuales	Palma estera		Chimichagua		Por desarrollar

Colección Madera - Tagua

Producto	Material	Colores	Proveniencia	Observaciones	Estado
Contenedores	Madera y Tagua	Madera Oscura, con contraste Tagua	Chiquinquirá		Por desarrollar
Bandejas	Madera y Tagua	Madera Oscura, con contraste Tagua	Chiquinquirá		Por desarrollar
Fruteros	Madera y Tagua	Madera Oscura, con contraste Tagua	Chiquinquirá		Por desarrollar
Bases	Madera y Tagua	Madera Oscura, con contraste Tagua	Chiquinquirá		Por desarrollar

Colección Carteras

Producto	Material	Colores	Proveniencia	Observaciones	Estado
Cartera Playera, dos Tamaños	Caña flecha	Terracota, Granito negro y Negro	Córdoba		Diseño trabajará en el manejo de las pintas, a partir de los diseños existentes.
Tulas	Caña flecha	Terracota, Granito negro y Negro	Córdoba		
Cartera Rectangular	Caña flecha	Terracota, Granito negro y Negro	Córdoba		
Cartera Playera y Media Copa	Palma Pindo	Rojo- Naranja, Verdes y Uvas	Huila		OK productos enviados a la Feria de Sources
Pava	Palma	Rojo- Naranja,	Huila		OK productos

	Pindo	Verdes y Uvas			enviados a la Feria de Sources
--	-------	---------------	--	--	--------------------------------

Colección Navidad

Producto	Material	Colores	Proveniencia	Observaciones	Estado
Individuales	Fique	Rojo y Verde	Curití		Diseño dará los patrones y dimensiones
Camino de mesa	Fique	Rojo y Verde	Curití		Diseño dará los patrones y dimensiones
Flores decorativas	Pauche	Rojo y Verde	Santander	Inspirado en la Flor de la Poncetia	Diseño dará los patrones y dimensiones
Servilleteros	Pauche	Rojo y Verde	Santander	Inspirado en la Flor de la Poncetia	Diseño dará los patrones y dimensiones

Colección Naturales

Producto	Material	Colores	Proveniencia	Observaciones	Estado
Cajas 3 tamaños	Cartón y Amero	Naturales del Amero	Somondoco	Se recomienda ponerle una Flor en la tapa	Falta ponerle la Flor
Caja con servilleteros	Cartón y Amero	Naturales del Amero	Somondoco	Se recomienda ponerle una Flor	Se trabajará en el desarrollo adaptando propuestas ya implementadas.
Cien Pies	Bambú y semillas	Natural y Colores	Ibagué		Ok
Sonajero	Bambú y semillas	Natural y Colores	Ibagué		Ok
Velas	Parafina	Naturales y colores Acento			Por desarrollar
Candeleros y Candelabros					Por desarrollar

Colección Tamo

Producto	Material	Colores	Proveniencia	Observaciones	Estado
Contenedor Grande	Madera y Tamo de Trigo	Madera en tonos Oscuros, tamo natural	Pasto		Ok
Objetos Pequeños	Madera y Tamo de Trigo	Madera en tonos Oscuros, tamo natural	Pasto	Se deben seleccionar productos de imágenes enviadas del Laboratorio de Pasto.	Ok

Colección Café



Producto	Material	Colores	Provenienci a	Observaciones	Estado
Vajilla 4 puestos: Jarra, 4 pocillos y 4 platos	Cerámica y Tagua	Natural	Ráquira y Chiquinquirá	Se implementará un desarrollo de Bogotá	
Accesorios Vajilla: Azucarera, Cremera	Cerámica y Tagua	Natural	Ráquira y Chiquinquirá	Se implementará un desarrollo de Bogotá	
Bandeja en tejido Tafetán	Madera	Naturales	Chiquinquirá		Ok

Otros Productos por desarrollarse:

Se plantearon algunos productos en los que se puede trabajar para las ferias del próximo año:

Colección Guacamayas y Maderas: Línea de mesa

Colección Jaboneras: A partir de los desarrollos existentes, Jaboneras Coco-bambú, jaboneras piedra, base para incienso.

Troncos con asa metálica: Laboratorio de Pasto