



**UNIVERSIDAD DE OTAVALO**

**Diseño Gráfico**

**“Diseño de un catálogo fotográfico sobre la indumentaria  
indígena femenina otavaleña”**

**Alba Tambaco, Sandra Beatriz**

**AUTORA**

**Herrera Armas, Santiago Galo, Lic.**

**TUTOR**

Proyecto de grado presentada como requisito  
para la obtención del título de Ingeniera en Diseño Gráfico

Otavalo, febrero de 2015



UNIVERSIDAD DE OTAVALO  
CARRERA DE DISEÑO GRÁFICO  
APROBACIÓN DE TRABAJO FINAL DE GRADO

Otavaló, 5 de marzo 2015.

Se aprueba el empastado de los tres ejemplares más el Cd correspondiente al trabajo de grado con el tema:

**Diseño de un catálogo fotográfico sobre la indumentaria indígena femenina otavaleña.**

Correspondiente al estudiante:

Nombre: Alba Tambaco, Sandra Beatriz.

C.I.: 1004186944

Para constancia firman los integrantes del tribunal evaluador:

Presidente de Tribunal de Grado

Nombre: Artieda Ayala, Víctor Hugo, Lic.

C.I.: 100310439-3

Tutor del trabajo de Grado

Nombre: Herrera Armas, Santiago Galo, Lic.

C.I.: 1003494554

Evaluador del trabajo de Grado

Nombre: Solarte Asmaza, Wilber Hernán, Mag.

C.I.: 1085265207

Evaluador del trabajo de Grado

Nombre: Rueda Ubidia, Jorge Eloy. Dr.

C.I.: 1001355082

## **DEDICATORIA**

La realización de este trabajo de investigación está dedicado a Dios y a mis padres. A Dios porque ha estado conmigo en todo momento, cuidándome y dándome fortaleza para continuar; a mis padres, quienes a lo largo de mi vida han velado por mi bienestar y educación, siendo mi apoyo en todo momento y a mis hermanos, por quienes lucho para ser cada día una mejor persona.

## **AGRADECIMIENTO**

Expreso un profundo agradecimiento a todas aquellas personas que de alguna forma son parte de la culminación de este trabajo, porque con su ayuda apoyo y comprensión me alentaron a lograr esta realidad.

De manera especial mi agradecimiento va dirigido especialmente a mis padres, que me apoyaron arduamente; sin ellos, no habría podido conseguir mis metas.

© DERECHOS DE AUTOR

Yo, Sandra Beatriz Alba Tambaco, portadora de la cédula de identidad N° 1004186944, declaro bajo juramento que el trabajo aquí descrito es de mi autoría; que no ha sido previamente presentada para ningún grado o calificación profesional; y, que he consultado las referencias bibliográficas que se incluyen en este documento.

Por medio del presente documento certifico que he leído lo establecido por la Ley de Propiedad Intelectual por el Reglamento y por la normativa Institucional vigente de la Universidad de Otavalo y estoy de acuerdo con su contenido, por lo que los derechos de propiedad intelectual del presente trabajo de investigación quedan sujetos a lo dispuesto en los mismos.

Asimismo, autorizo a la Universidad de Otavalo para que realice la digitalización y publicación de este trabajo de investigación en el repositorio virtual, de conformidad a lo dispuesto en el Art. 144 de la Ley Orgánica de Educación Superior.

Firma:



Nombre: Sandra Beatriz Alba Tambaco

C. I.:1004186944

Fecha: 5 de marzo del 2015

## **ÍNDICE GENERAL**

<b>Contenidos</b>	<b>Pág.</b>
<b>PORTADA</b>	I
<b>AUTORÍA</b>	II
<b>DEDICATORIA</b>	III
<b>AGRADECIMIENTO</b>	IV
<b>RESUMEN EJECUTIVO</b>	V
<b>EXECUTIVE SUMMARY</b>	VI
<b>ÍNDICE</b>	VII
<b>Índice general</b>	VII
<b>Índice de tablas</b>	X
<b>Índice de gráficos</b>	XI
<b>INTRODUCCIÓN</b>	<b>1</b>
<b>CAPÍTULO I : MARCO TEÓRICO-REFERENCIAL DE LA INVESTIGACIÓN</b>	<b>8</b>
1.1.2.-La Indumentaria	8
1.1.3.-Indumentaria indígena otavaleña	10
1.1.4.-Indumentaria Femenina	11
1.1.5.-Prendas de la indumentaria indígena femenina	14
1.1.6.-Indumentaria Masculina	18
1.1.7.-La Cromática Andina	19
1.1.8.-El bordado en la indumentaria indígena otavaleña	21
1.1.9.-Situación actual del bordado en Otavalo	25
1.2.-Diseño gráfico	27
1.2.2.-El diseño gráfico actual en Ecuador <sup>1</sup>	27
1.2.3.-Diseño Editorial <sup>2</sup>	28
1.2.4.-Maquetación	28
.2.5.-Ventajas del catálogo	29
1.2.6.-Proceso de la realización del catálogo	29
1.3.-Fotografía	30
1.3.1.-Estética y fotografía	30

1.3.2.-Fotografía comercial y publicitaria	31
1.4.-Conclusión del capítulo	32
1.4.1.-Recomendación del capítulo	32
<b>CAPÍTULO 2 : DIAGNÓSTICO</b>	<b>33</b>
2.1. Antecedentes	33
2.2.-Objetivos del diagnóstico	34
2.2.1.-Objetivo general	34
2.2.2.-Objetivos diagnósticos	34
2.3.-Variables	34
2.4.-Indicadores	35
2.5.-Matriz de variables	36
2.6.-Población	36
2.7.-Resultados de la encuesta	37
2.8.-Matriz FODA	53
2.9.- Matriz de relación FO,FA,DO,DA	54
2.10.- Síntesis del diagnóstico	54
2.11.- Conclusión del diagnóstico	55
2.12.- Recomendación del diagnóstico	55
	56
<b>CAPÍTULO 3 : PROPUESTA</b>	<b>56</b>
3.1.- Introducción	
3.2.- Objetivos de la propuesta	56
3.2.1.- Objetivo general	56
3.2.2.- Objetivos específicos	57
3.3.- Propuesta Administrativa	57
3.4.- Propuesta Operativa	57
3.5.- Propuesta Promocional	57
3.6.- Propuesta Económica	58
3.7.- Macro localización	58
3.8.- Micro localización	59
3.9.- Propuesta operativa	60
3.10.- Bruno Munari	60
3.11.- Descripción del diseño de la propuesta	69

3.12.- Marca	69
3.13.- Identidad corporativa	70
3.14.- Estructura del catálogo	76
3.15.- Diseño del catálogo	78
3.16.- Catálogo digital	111
3.17.- Estrategia de difusión	111
3.18.- Estrategia de comercialización	111
3.19.- Conclusión del capítulo	112
3.20.- Recomendación de la propuesta	112
3.21.- Presupuesto	113
<b>CAPÍTULO 4 : IMPACTOS</b>	114
<b>Conclusiones</b>	114
<b>Recomendaciones</b>	114

## *Índice de Tablas*

<b>N°</b>	<b>Título</b>	<b>Pág.</b>
Tabla 1	Organización metodológico.....	6
Tabla 2	Matriz de variables.....	36
Tabla 3	Datos informativos según, edad.....	37
Tabla 4	Datos informativos según, género.....	38
Tabla 5	Datos informativos según, nivel de estudios.....	39
Tabla 6	Datos informativos según, experiencia laboral.....	40
Tabla 7	Datos informativos según, pregunta 1.....	41
Tabla 8	Datos informativos según, pregunta 2.....	42
Tabla 9	Datos informativos según, pregunta 3.....	43
Tabla 10	Datos informativos según, pregunta 4.....	44
Tabla 11	Datos informativos según, pregunta 5.....	45
Tabla 12	Datos informativos según, pregunta 6.....	46
Tabla 13	Datos informativos según, pregunta 7.....	47
Tabla 14	Datos informativos según, pregunta 8.....	48
Tabla 15	Datos informativos según, pregunta 9.....	49
Tabla 16	Datos informativos según, pregunta 10.....	50
Tabla 17	Datos informativos según, pregunta 11.....	51
Tabla 18	Datos informativos según, pregunta 12.....	52
Tabla 19	Matriz de variables.....	54
Tabla 20	Gastos universitarios.....	112
Tabla 21	Gastos Generales.....	112
Tabla 22	Presupuesto Propuesta.....	113

## *Índice de gráficos*

<b>N° de Gráficos</b>	<b>Título</b>	<b>Pág.</b>
Gráfico 1	Bordados de 1965-70.....	12
Gráfico 2	Bordados de 1965-70.....	12
Gráfico 3	Bordados de 1990.....	12
Gráfico 4	Bordados de 1990.....	13
Gráfico 5	Bordados de 1990.....	13
Gráfico 6	Bordados de 1965-70.....	13
Gráfico 7	Anaco inferior 1965-70.....	15
Gráfico 8	Anaco borde inferior.....	15
Gráfico 9	Anaco borde inferior 1990.....	15
Gráfico10	Datos informativos según, edad.....	37
Gráfico11	Datos informativos según, género.....	38
Gráfico12	Datos informativos según, nivel de estudio.....	39
Gráfico13	Datos informativos según, experiencia laboral.....	40
Gráfico14	Datos informativos según, pregunta 1.....	41
Gráfico15	Datos informativos según, pregunta 2.....	42
Gráfico16	Datos informativos según, pregunta 3.....	43
Gráfico17	Datos informativos según, pregunta 4.....	44
Gráfico18	Datos informativos según, pregunta 5.....	45
Gráfico19	Datos informativos según, pregunta 6.....	46
Gráfico20	Datos informativos según, pregunta 7.....	47
Gráfico21	Datos informativos según, pregunta 8.....	48
Gráfico 2	Datos informativos según, pregunta 9.....	49
Gráfico23	Datos informativos según, pregunta 10.....	50
Gráfico24	Datos informativos según, pregunta 11.....	51
Gráfico25	Datos informativos según, pregunta 12.....	52
Gráfico26	Mapa político del Ecuador.....	58
Gráfico27	Mapa de la provincia de Imbabura.....	59
Gráfico28	Mapa de la ciudad de Otavalo.....	60
Gráfico29	Catálogo de ropa.....	62
Gráfico30	Catálogo de ropa.....	63

Gráfico31	Catálogo de ropa.....	64
Gráfico32	Boceto marca wayta.....	65
Gráfico33	Marca wayta.....	67
Gráfico34	Organizador gráfico de la propuesta.....	68
Gráfico35	Propuesta de marca.....	68
Gráfico36	Marca.....	69
Gráfico37	Portada del manual corporativo.....	71
Gráfico38	Introducción.....	71
Gráfico39	Composición.....	72
Gráfico40	Proporción.....	72
Gráfico41	Usos incorrectos.....	73
Gráfico42	Imagotipo a full color.....	73
Gráfico43	Imagotipo a blanco y negro.....	74
Gráfico44	Tipografía.....	74
Gráfico45	Paleta de colores.....	75
Gráfico46	Degradé.....	75
Gráfico47	Contraportada del manual.....	76
Gráfico48	Estructura del catálogo.....	77
Gráfico49	Portada del catálogo fotográfico.....	78
Gráfico50	Contaportada del Catálogo fotográfico.....	78
Gráfico51	Catálogo fotográfico.....	79
Gráfico52	Catálogo fotográfico.....	79
Gráfico53	Catálogo fotográfico.....	80
Gráfico54	Catálogo fotográfico.....	80
Gráfico55	Catálogo fotográfico.....	81
Gráfico56	Catálogo fotográfico.....	81
Gráfico57	Catálogo fotográfico.....	82
Gráfico58	Catálogo fotográfico.....	82
Gráfico59	Catálogo fotográfico.....	83
Gráfico60	Catálogo fotográfico.....	83
Gráfico61	Catálogo fotográfico.....	84
Gráfico62	Catálogo fotográfico.....	84
Gráfico63	Catálogo fotográfico.....	85
Gráfico64	Catálogo fotográfico.....	85
Gráfico65	Catálogo fotográfico.....	86
Gráfico66	Catálogo fotográfico.....	86

Gráfico67	Catálogo fotográfico.....	87
Gráfico68	Catálogo fotográfico.....	87
Gráfico69	Catálogo fotográfico.....	88
Gráfico70	Catálogo fotográfico.....	88
Gráfico71	Catálogo fotográfico.....	89
Gráfico72	Catálogo fotográfico.....	89
Gráfico73	Catálogo fotográfico.....	90
Gráfico74	Catálogo fotográfico.....	90
Gráfico75	Catálogo fotográfico.....	91
Gráfico76	Catálogo fotográfico.....	91
Gráfico77	Catálogo fotográfico.....	92
Gráfico78	Catálogo fotográfico.....	92
Gráfico79	Catálogo fotográfico.....	93
Gráfico80	Catálogo fotográfico.....	93
Gráfico81	Catálogo fotográfico.....	94
Gráfico82	Catálogo fotográfico.....	94
Gráfico83	Catálogo fotográfico.....	95
Gráfico84	Catálogo fotográfico.....	95
Gráfico85	Catálogo fotográfico.....	96
Gráfico86	Catálogo fotográfico.....	96
Gráfico87	Catálogo fotográfico.....	97
Gráfico88	Catálogo fotográfico.....	97
Gráfico89	Catálogo fotográfico.....	98
Gráfico90	Catálogo fotográfico.....	98
Gráfico91	Catálogo fotográfico.....	99
Gráfico92	Catálogo fotográfico.....	99
Gráfico93	Catálogo fotográfico.....	100
Gráfico94	Catálogo fotográfico.....	100
Gráfico95	Catálogo fotográfico.....	101
Gráfico96	Catálogo fotográfico.....	101
Gráfico97	Catálogo fotográfico.....	102
Gráfico98	Catálogo fotográfico.....	102
Gráfico99	Catálogo fotográfico.....	103
Gráfico100	Catálogo fotográfico.....	103
Gráfico101	Catálogo fotográfico.....	104
Gráfico102	Catálogo fotográfico.....	104

Gráfico103	Catálogo fotográfico.....	105
Gráfico104	Catálogo fotográfico.....	105
Gráfico105	Catálogo fotográfico.....	106
Gráfico106	Catálogo fotográfico.....	106
Gráfico107	Catálogo fotográfico.....	107
Gráfico108	Catálogo fotográfico.....	107
Gráfico109	Catálogo fotográfico.....	108
Gráfico110	Catálogo fotográfico.....	108
Gráfico111	Catálogo fotográfico.....	109
Gráfico112	Catálogo fotográfico.....	109
Gráfico113	Catálogo fotográfico.....	110
Gráfico114	Contraportada.....	110

## RESUMEN EJECUTIVO

El presente proyecto contiene investigación realizada desde varios aspectos con el fin de determinar la factibilidad en todos los ámbitos de la propuesta, la cual aborda la problemática existente en la promoción por parte de los comerciantes que se dedican a la venta de la indumentaria indígena femenina otavaleña.

El proyecto se encuentra estructurado en tres capítulos:

El primer capítulo hace referencia a la Fundamentación Teórica donde se realiza un análisis de los diferentes referentes especulativos que intervienen directa e indirectamente con la presentación al mercado de la indumentaria indígena femenina otavaleña , así mismo permite identificar y profundizar los indicadores para el proceso investigativo y que sirvieron de sustento para el tema de estudio.

Para el segundo capítulo, se realiza la investigación de campo observando y analizando el actual modo de comercialización y su nivel de implementación de recursos de diseño gráfico con el fin de recolectar información para determinar el problema central a través de un análisis de los resultados obtenidos de los respectivos indicadores.

En el tercer capítulo se desarrolla la propuesta gráfica que mejore el estado actual de la comercialización de estos productos y su difusión, mediante recursos digitales y de diseño.

**Palabras claves:** CATÁLOGO FOTOGRÁFICO; INDUMENTARIA FEMENINA; ÍNDIGENA; OTAVALO

## **EXECUTIVE SUMMARY**

This document contains research from various aspects and requirements in order to determine the feasibility of all areas of the proposal, which addresses the problems existing in the advertising on the part of traders who are engaged in the sale of the otavaleño female indigenous clothing.

The project is structured in three chapters:

The first chapter is a reference to the theoretical reasons where it is made an analysis of the different concerning speculative that directly and indirectly involved with the presentation to the market of the otavaleño female indigenous clothing, likewise allows you to identify and deepen the indicators for the investigative process and that served as a sustenance for the topic of study.

For the second chapter, is performed field research observing and analysing the current mode of marketing and its level of resource deployment of graphic design and gather information to determine the central problem through an analysis of the results obtained from the respective indicators.

In the third chapter develops the graphic proposal to improve the current state of the marketing of these products and improve its dissemination, through digital resources and design.

Keywords: PHOTOGRAPHIC CATALOGUE; WOMEN'S CLOTHING; OTAVALO

## **Introducción**

En el siguiente proyecto de investigación se realiza un estudio sobre los factores que intervienen para la comercialización de la indumentaria indígena femenina otavaleña y su aplicación correcta mediante un catálogo fotográfico digital e impreso.

El tema de investigación surge de la iniciativa de dar un carácter profesional a la imagen en el mercado de la indumentaria indígena femenina otavaleña en la ciudad de Otavalo-Ecuador.

Para llevar a cabo este hecho se realizó un diagnóstico en la población a investigar, con lo cual se detectó la falta de un material de diseño para los comerciantes de la indumentaria indígena femenina otavaleña.

A causa de esto se analiza el entorno en el cual se evidencia este problema para identificar los factores que originan este hecho y definir si el desconocimiento es la razón de la ausencia de un material publicitario.

Para cambiar la percepción actual hacia la imagen de la indumentaria indígena femenina otavaleña fue necesario aplicar una herramienta que permita establecer un canal de comunicación a través del cual, se valore y se conozcan los beneficios de la aplicación de una imagen publicitaria profesional.

En esta investigación se analiza la falta de un catálogo fotográfico sobre la indumentaria indígena femenina otavaleña y se demuestra que un catálogo contribuirá a que la indumentaria sea reconocida.

## **Antecedentes**

Otavalo ciudad cultural, habitada de emprendedores que buscan el progreso diario e ideando nuevos medios de subsistencia creando productos innovadores así mismo atrayendo la atención de los ciudadanos. Ciudad rica en tradición y costumbres compartidas entre toda la población sin distinción de etnia o género, la cual acoge a los kichwas otavaleños etnia que difunde nuestra cultura a través de su indumentaria la cual es un aspecto importantes al momento de representar su identidad atrayendo la admiración de los ciudadanos mestizos, extranjeros y personas pertenecientes a su misma etnia. La variedad de diseños en la indumentaria indígena otavaleña femenina y su belleza estética a permitido abrir puertas dentro del área comercial , pasando de una actividad doméstica a una que dará ingresos económicos permitiendo abrir negocios enfocados en el diseño textil y la comercialización de la indumentaria.

Con la observación de campo y la aplicación de una encuesta a los comerciantes de la indumentaria otavaleña femenina ubicados en la parroquia urbana San Luis del cantón Otavalo se ha comprobado que en los establecimientos que se expende este producto no cuentan con un adecuado manejo del diseño gráfico ya sea por la falta de información la cual genera la no inversión en la imagen comercial de productos, el desconocimiento de estos beneficios conlleva a la ausencia de un análisis hacia la imagen, evitando tener ventajas competitivas en el mercado y teniendo un número reducido de consumidores.

Establecer o destinar un presupuesto a la inversión en el diseño de la imagen y presentación de los productos son puntos importantes que aumentan los beneficios de identidad y económicos los cuales son positivas para la empresa reflejándose en el incremento de ventas.

## **Situación Problemática**

La etnia indígena es conocida por ser una cultura emprendedora, rica en tradiciones y costumbres la cual puede hacerse visible en su indumentaria, elemento importante dentro de su cultura por la cual transmiten cierta información de su identidad, por ello se ha visto necesario la elaboración de un catálogo como material promocional el cual tiene como objetivo solucionar el problema ocasionado por el desconocimiento de parte de los comerciantes de la indumentario indígena femenina otavaleña acerca de cómo promocionar y vender sus productos a los clientes potenciales y futuros clientes.

La indumentaria indígena femenina al ser un importante aspecto dentro de su cultura y considerado como un elemento visual por el cual se transmite su tradición y costumbres ¿Existe la necesidad de diseñar un catálogo fotográfico sobre la indumentaria indígena femenina otavaleña?

## **Justificación**

El diseño de un catálogo fotográfico sobre la indumentaria indígena femenina otavaleña es un proyecto de vital importancia que interviene en la comercialización de la indumentaria.

Para mejorar la percepción de los consumidores se emplea una herramienta que permite establecer un canal de comunicación a través del cual, se valore y se conozcan los beneficios de la aplicación de una propuesta de diseño profesional.

El uso adecuado de la imagen promocional de productos hace que éstos sean competitivos en el mercado y sean reconocidos, teniendo como resultado mayores ingresos económicos para la empresa, así como también la obtención de la confianza y satisfacción de parte de los consumidores al momento de adquirir una prenda ya que con una intervención directa del diseño gráfico, aportamos calidad al producto final.

En esta investigación se analiza las ventajas de la implementación de un catálogo fotográfico sobre la indumentaria indígena otavaleña femenina y se demuestra que este recurso contribuirá a que la indumentaria sea reconocida en un mercado competitivo. El diseño del catálogo está destinada para mejorar la condición de promoción y venta del producto. Obteniendo así la aceptación de los consumidores a través de una propuesta bien elaborada, el cual obtendrá destacarse entre los demás.

El catálogo tiene como objetivo principal presentar la indumentaria indígena otavaleña femenina capturando varios planos de la prenda en la cual se visualizará el diseño y composición cromática elaborada por las manos kichwas.

### **Campo de acción**

En la parroquia urbana San Luis del cantón Otavalo, en colaboración con los comerciantes de la indumentaria indígena femenina otavaleña se analizó la problemática sobre la falta de un material promocional en donde se presentan sus productos, con una aplicación correcta de fundamentos del diseño

### **Objetivos:**

#### **General**

Diseñar un catálogo fotográfico sobre la indumentaria indígena femenina otavaleña para mejorar el medio de comercialización en el cantón Otavalo.

#### **Específicos**

- Investigar los diferentes conceptos teóricos en función del objeto de estudio.
- Identificar la problemática existente en el proceso de comercialización de la indumentaria indígena femenina otavaleña ubicados en la parroquia urbana San Luis del cantón Otavalo.

- Diseñar la propuesta de un catálogo fotográfico sobre la indumentaria indígena femenina otavaleña.

### **Idea a defender**

El catálogo como un material promocional sobre indumentaria indígena femenina otavaleña será de ayuda para los comerciantes, dado que se ofrecerá un diseño en el cual se hará uso de conceptos, técnicas, teorías del diseño, con la cual se busca solucionar la falta de apreciación y valoración hacia este tipo de indumentaria.

### **Metodología**

En cada una de las etapas de propuesta se utilizaron diferentes métodos y técnicas de investigación de acuerdo a su función aplicada, dando como resultado el cuadro que se detalla a continuación:

<b>ETAPAS</b>	<b>MÉTODOS</b>	<b>TÉCNICAS</b>	<b>RESULTADOS</b>
<b>Fundamentación teórica</b>	Analítico - Sintético Observación Inductivo- deductivo	Lectura comprensiva	Construcción de fundamentos teóricos
<b>Diagnóstico</b>	Analítico sintético Observación Encuestas	Investigación de campo	Informe sobre la situación actual de los resultados de la investigación
<b>Propuesta</b>	Inductivo deductivo Método proyectual(Bruno Munari)	Aplicación de las TIC'S (tecnologías de la información y la comunicación)	Diseño de un catálogo fotográfico sobre la indumentaria indígena otavaleña femenina.

**Tabla n. ° 1. Nota. Organización metodológica**

### **Métodos teóricos**

- Analítico – sintético: a través de este método se va a analizar toda la fundamentación teórica y mediante la sintetización de los datos obtenidos se podrá resumir los documentos. En el análisis se puede descomponer el estudio por partes para poder estudiarlas individualmente, y la síntesis integra estos conocimientos para tener un total integrado de manera correcta.
- Histórico – lógico: se hará uso de este método en el proceso de la fundamentación teórica, ya que mediante este, se puede enumerar los hechos reales y describirlos de una manera relevante, dando un orden adecuado a los contenidos.
- Inductivo – deductivo: éste método es muy importante al momento de fundamentar la idea a defender ya que nos sirve para suponer los hechos que van a suceder, además ayuda al razonamiento que va de lo general a lo particular y viceversa.

## **Métodos empíricos**

### **Técnicas**

- Observación: este método permite percibir la realidad objetiva, registrando visualmente lo ocurrido en el campo de acción: servirá para tener un acercamiento directo con los comerciantes de la indumentaria indígena femenina otavaleña y trabajar conjuntamente con los sujetos de estudio para poder llevar a cabo correctamente la investigación.
- La encuesta: se hará uso de este método en la realización del diagnóstico, con el objetivo de obtener datos relevantes del universo a estudiar y de esta manera poder precisar las falencias del conocimiento sobre los medios de comercialización y promoción.

### **Método proyectual**

- El método de Bruno Munari será de gran ayuda en la elaboración de la propuesta dado que es un método proyectual basado en la resolución de problemas. Esta metodología evita el inventar la rueda con cada proyecto y plantea sistematizar la resolución de problemas.

## CAPÍTULO I

### FUNDAMENTOS TEÓRICOS

#### 1.1 FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA SOBRE EL DISEÑO DE UN CATÁLOGO FOTOGRÁFICO SOBRE LA INDUMENTARIA INDÍGENA OTAVALEÑA FEMENINA

##### **Introducción**

Es necesario plantear una breve síntesis de los temas que se abordarán referentes a la creación de un catálogo fotográfico sobre la indumentaria indígena otavaleña femenina en el cantón Otavalo.

Existen muchos conceptos que engloban este tema, por lo que, han sido extraídos de acuerdo a su importancia, y su incidencia con el problema, ubicándolos con un orden jerárquico, haciendo que la comprensión sea precisa y coherente.

El texto planteado a continuación hace referencia a factores que intervienen en el sitio de investigación, y es necesario su estudio, para determinar el contexto real que engloba el tema de investigación.

##### **1.1.2.-La Indumentaria**

El atuendo, aparte de satisfacer necesidades prácticas, es, para la población indígena de Otavalo, un verdadero símbolo de su identidad étnica. De ahí que haya una marca de diferencia en la forma de vestir de cada comunidad, convirtiéndose la indumentaria en un auténtico distintivo de clase o de filiación étnica. No obstante, si bien la peculiar vestimenta indígena es socialmente aceptada, la penetración de las modas urbanas es evidente, acusando un inevitable proceso de aculturación.

Jaramillo (1990) sostiene que:

En Otavalo las mujeres usan blusas blancas bordadas en colores claros, dos anacos, uno blanco y otro negro, que se sujetan con dos fajas, una ancha y otra angosta; fachalina de color negro, azul o blanco y hualcas doradas. El hombre otavaleño se caracteriza por tener el pelo largo y trenzado, lleva camisa y pantalón blanco a media pierna, poncho bicolor liso o a cuadros.

La vestimenta tradicional actual, por otra parte, no difiere significativamente del atuendo que los indígenas usaron en el pasado, como se puede comprobar en la siguiente descripción hecha por

Ulloa, Jorge (1701 al 1800) describen:

Si algún vestuario puede parecer particular, será por lo corto, y pobre el de los Indios; pues consiste en unos calzones de lienzo blanco, o ya del Criollo, que se fabrica allí de Algodón, o ya de alguno de los que se llevan de Europa. Estos les llegan hasta la mitad de la pantorrilla, y quedan sueltos por abajo, donde le guarnecen con un encaje correspondiente a la tela: la mayor parte no usan camisa, y cubren la desnudez del cuerpo con una Camiseta de Algodón, así en grandes como en chicos es negra, tejida por las indias para este intento: su Hechura es como un Costal con tres aberturas en el fondo opuesto a la boca; una en medio por dónde sacan la cabeza, y dos en las esquinas para los brazos; y quedando éstos desnudos les tapa el cuerpo hasta las rodillas: después ponen un Capisayo, que es una Manta de Jerga con un agujero en medio, por donde entran la cabeza, y un sombrero de los que se fabrican allí: con lo cual quedan finalizadas todas sus galas; de que no se despojan aún para dormir; y sin mudar de traje, ni acrecentarlo, sin cubrir las piernas con ropa alguna, ni calzarse los pies caminan en los parajes fríos, no menos que en los calientes.

El uso de la indumentaria tradicional como distintivo étnico cultural demuestra claramente la voluntad de insertarse en la tradición ancestral, prolongándola, pero sin que ello implique cerrar los ojos a los cambios que la modernidad ha traído consigo,

los cuales van siendo asimilados y sometidos a un proceso de adaptación a sus propios patrones culturales, con lo cual la tradición se revitaliza.

Los kichwas otavaleños valoran significativamente su indumentaria porque a través de ella representan su identidad ya sea en el significado de cada prenda como su cromática, la cual cuenta con una rica historia difundida por nuestros antepasados y en la mayoría de los casos conservada hasta el presente. Relatos compartidos por nuestros allegados de como una prenda aparte de ser utilizada como protección cuenta con una extensa tradición como por ejemplo, la fachalina prenda de la indumentaria indígena otavaleña femenina considerada en esos tiempos como un símbolo de compromiso el cual debía ser arrebatado de la mujer (warmi), acto realizado por el hombre (runa) la cual representaba compromiso con ella y toda su familia. Lastimosamente el ritual de la fachalina es una de los pocos que han desaparecido en nuestros tiempos ocasionado por la inserción de rituales extranjeros.

### **1.1.3.-Indumentaria indígena otavaleña**

La indumentaria cumple varias funciones a la vez: como proteger del (frio, sol, viento) y a su vez aporta con cierta información sobre la identidad del usuario. Lastimosamente en la actualidad son pocos los datos que se encuentran sobre este tema.

En los últimos años, diferentes factores de orden cultural y económico han causado un violento impacto, especialmente en la comunidad indígena que para adaptarse a estas nuevas circunstancias, han tenido que aceptar una serie de transformación entre estas se encuentra la vestimenta.

En las mujeres el cambio de los atuendos es menos perceptible en comparación al de los hombres, en la indumentaria indígena femenina otavaleña se puede evidenciar el cambio que ha surgido en el carácter original de identificación que tenía el bordado de sus blusas.

Ponce (1965) sostiene que:

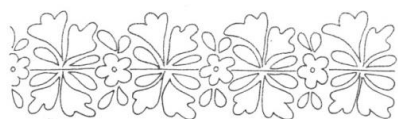
Las mujeres traen una manta de algodón grande, llaman anaco, pegada al cuerpo y prendida con unos prendedores de plata o cobre, la cual manta prenden con los dichos prendedores en los hombros y ciñen la manta con una faja de algodón muy labrada y pintada de colores traen otra más pequeña cuadrada prendida con otros prendedores, y esta manta pequeña llaman (lliclla) los indios, y la grande llaman anaco y los prendedores, llaman topos. Y éste es el hábito que ahora.

Lastimosamente en la actualidad por la escasa investigación y recopilación de documentos de parte de los historiadores se ha perdido mucha información acerca de la indumentaria indígena femenina otavaleña ocasionando así el olvido y en muchos de los casos la modificación de elementos representativos, las cuales se localizaban incrustados en el diseño de la indumentaria específicamente en el bordado de las blusas y quingos indígenas inspiradas en plantas nativas por nuestros antepasados. Plasmando lo colorido y hermoso de su naturaleza en los bordados, hechos con una extensa variedad de colores obtenidos por el arduo trabajo de nuestros ancestros al momento de elaborar los tintes mezclando diferentes frutos propios de nuestra naturaleza.

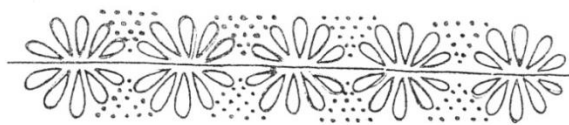
#### **1.1.4.-Indumentaria Femenina**

La indumentaria indígena femenina otavaleña consta de una camisa larga de lienzo blanco, adornada con bordados de motivos florales a la altura del pecho, la espalda y las hombreras, con anchos encajes en el escote y en las mangas.

En tiempos pasados los bordados en la camisa de las mujeres indígenas permitía la identificación de la comunidad a la que pertenecían. actualmente las mujeres buscan camisas con bordados uniformes elaboradas a mano o de producción industrial.



**Gráfico n. ° 1. Bordados de 1965-70**

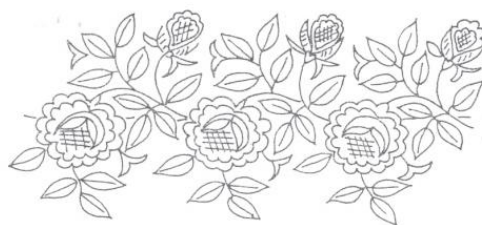


**Gráfico n. ° 2. Bordados de 1965-70**

Originalmente los motivos bordados en la camisa de la mujer indígena eran pequeñas flores rosadas u hojas verdes, que se conservan en algunas comunidades aisladas, mientras que en otros lugares prefieren flores de varios tamaños y colores. Así mismo observamos el cambio de la tela dejando atrás el lienzo por telas industriales de fibras sintéticas.



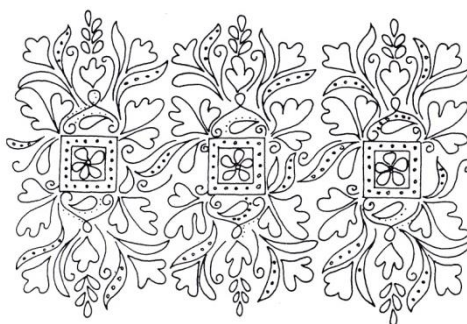
**Gráfico n. ° 3. Bordados de 1990**



**Gráfico n.º 4. Bordados de 1990**



**Gráfico n.º 5. Bordados de 1990**



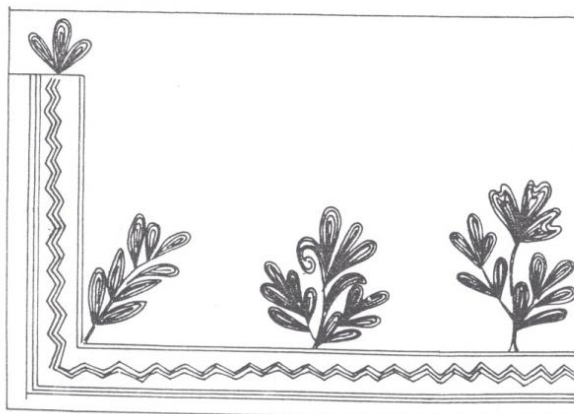
**Gráfico n.º 6. Bordados de 1965-70**

Al transcurrir el tiempo podemos visualizar la complejidad del bordado y el progreso constante de los artesanos dedicados al diseño y confección de esta indumentaria y como ellos han adaptado diseños ancestrales como por ejemplo las flores silvestres que eran utilizadas desde hace más de 400 años para embellecer las blusas de las indígenas otavaleñas con diseños innovadores, en la mayoría de los casos haciendo uso de su imaginación o tomando como recurso los elementos de su prosémica procurando mantener su esencia y preservando su identidad los cuales son elementos importantes al momento de difundir su cultura.

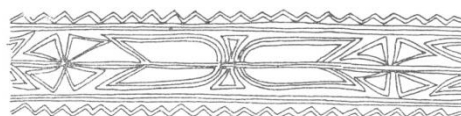
#### **1.1.5.-Prendas de la indumentaria indígena femenina**

- **El anaco**, Es una manta rectangular, que se usa a modo de falda y cubre desde la cintura hasta los tobillos. Generalmente se usan dos: una de color blanco que se lleva debajo de un paño generalmente azul marino o negro. El anaco en su borde inferior, lleva una franja con bordados hecho a máquina, con motivos florales o geométricos, con colores de su preferencia. Las mujeres indígenas que viven en las comunidades y que pertenecen a un estatus social bajo usan el anaco de lana, hilado a mano y tejido en telar de cintura, de color negro o café sin bordados. Sin embargo en las comunidades con un mejor ingreso económico y en la parte urbana de la ciudad de Otavalo se puede observar que las mujeres usan anacos de telas industriales.

De acuerdo a la observación de la autora el anaco resalta la belleza y la figura de la mujer indígena donde se puede evidenciar el surgimiento de nuevas combinaciones cromáticas dejando atrás el negro y azul colores que portaban nuestros ancestros dando paso a colores como por ejemplo vino tinto, plomo y verde, colores que en la mayoría de los casos son usadas por mujeres pertenecientes a las comunidades del cantón Otavalo en las cuales habitan personas que por causa del trabajo están obligados a migrar ocasionando así la inserción de modas extranjeras.



**Gráfico n.º 7. Anaco inferior. 1965-70**



**Gráfico n.º 8. Anaco: borde inferior. 1987**



**Gráfico n.º 9. Anaco: borde inferior. 1990**

- **Fajas**, Las fajas forman parte de la indumentaria indígena otavaleña. Con una faja ancha – mama chumbi- y otra angosta –guagua chumbi- sujetan el anaco, la cual da seguridad a la mujer de movilizarse.
- **Mama chumbi**, de color rojo con orillos verdes, se teje en telar de cintura en La Victoria (cantón Cotacachi).La urdimbre es generalmente de orlón y la trama de cabuya.
- **La guagua chumbi**, con base de hilos blancos de algodón y con hilos suplementarios de orlón, de colores muy vistosos, se teje en telar de cintura, en casi todas las comunidades indígenas de la provincia. Es el único tejido tradicional adornado con motivos decorativos de diverso orden: zoomorfos antropomorfos, geométricos, etc.

Las fajas de la indumentaria indígena otavaleña femenina dejan de ser consideradas por la población como una prenda meramente funcional convirtiéndose en un elemento identitario de la cultura donde se puede visualizar composiciones diseñados por nuestros antepasados tomando en consideración la flora y fauna de su pueblo.

- **La cinta**, es una faja angosta que no lleva motivos decorativos. Sirve para envolver el cabello de las mujeres, como si lo llevaran trenzado. La cinta es tejida en telar de cintura, por niños, cuando empieza el aprendizaje del tejido de fajas.
- **El rebozo**, es una prenda de una dimensión mayor al de la fachalina, tiene varios usos: cubre el torso, la cabeza y sirve para cargar algunos objetos pequeños en la espalda. Esta prenda originalmente era hecha de lana, pero en la actualidad es de orlón. En la región de Otavalo es usada de colores: turquesa, lacre, celeste y fucsia.

El rebozo es una prenda de la indumentaria indígena otavaleña femenina que es usada en la mayoría de los casos en eventos formales transmitiendo elegancia, la cual cuenta con una maravillosa funcionalidad para las mujeres ya que sirve para cargar y para su protección sobre los cambios climáticos preservando su forma y función desde tiempos antiguos.

- **Las manillas**, son sargas de cuentas de material plástico rojo, que se envuelven en las muñecas, prenda que en el transcurso del tiempo han ido modificándose y en el peor de los casos desapareciendo en ciertas comunidades pertenecientes al cantón Otavalo.

Esta bisutería ha sufrido cambios ya sea en el material o su cromática dando paso a la aparición de nuevos colores y diseños mayormente usadas por las mujeres

- **Alpargatas**, hechas con hilo de algodón se teje las capelladas de las alpargatas, especialmente en Quiroga (cantón Cotacachi). Es un trabajo hecho a mano, en su mayoría por hombres y mujeres mestizos, aunque su uso es preponderantemente de los grupos indígenas de la provincia.

En menor grado usan alpargatas los campesinos mestizos y negros de edad avanzada. Vale recalcar que con el paso del tiempo ha disminuido el número de personas que hacen suelas de cabuya para las alpargatas, a su vez se ha incrementado la utilización de suelas sintéticas y caucho. Por esta razón, solo se teje capelladas y taloneras, para venderlas a las personas que “arman” las alpargatas en Otavalo y Cotacachi.

Las alpargatas han presentado pequeñas modificación en el material y color resultado de influencias de modas extranjeras adaptadas por mujeres que emigran y socializan en distintas culturas. Calzado reemplazado en una pequeña parte de la población indígena por las sandalias prenda atractiva ante los ojos de la sociedad

presentando variedad en diseño y cromática sin dejar de lado la comodidad que la personas busca.

- **El sombrero de fieltro**, es una pieza indispensable en el atuendo de mujeres de edad mediana y avanzada. Su forma es peculiar: copa redonda y ala volteada hacia arriba. Los colores más utilizados son el verde oscuro, negro, gris y café, usada en la mayoría de casos en eventos formales para transmitir elegancia

### 1.1.6.-Indumentaria Masculina<sup>3</sup>

El vestuario del hombre indígena no ha sufrido cambios extremos, sino pequeñas modificaciones en especial en los jóvenes, que por razón de sus constantes viajes fuera de su comunidad y mayormente por la influencia de la moda, las adoptan en mayor facilidad que los adultos.

- **La camisa:** es blanca, con mangas largas; hasta unos años atrás la usaban adornada con pespuntos geométricos hechos con hilos de colores, en los puños, el cuello y la pechera. En la actualidad los jóvenes han cambiado la camisa blanca por las de colores o estampados.
- **Calzón blanco**, de lienzo, ancho en las piernas, sin bolsillos ni bragueta, que llega a la altura de las canillas, ha sido reemplazado por pantalones blancos, de telas industriales, confeccionados por sastres.
- **El poncho**, es una forma más de distinguir el status del hombre: el hombre que use el poncho de dos caras, el cual tiene diferentes tonalidades de azul en cada lado, es el hombre que ha alcanzado un status alto y por otro lado los hombres que usan el poncho conocido como chulla cara, de un solo color de ambos lados, generalmente

---

<sup>3</sup> Jaramillo, H. (1991). Indumentaria Indígena de Otavalo. Sarance, 14, 127-139.

azul, son hombres con menos posibilidad económica. Ambos ponchos son elaborados en telares de cintura. En estos tiempos el poncho en los jóvenes ha sido reemplazado por prendas como las chompas de nylon o suéteres de orlón.

El sombrero duro de lana abatanada, de copa redonda y ala amplia, de color ocre o blanco, generalmente elaborado en Ilumán del Cantón Otavalo. Hoy en día utilizan un sombrero de fieltro, de tipo europeo con variados colores. El vestido de los niños tienen las mismas características que el de las personas adultas, lo usan así, desde sus primeros años, tanto los hombres como las mujeres.

La indumentaria del kichwa otavaleño es considerado desde nuestros ancestro hasta hoy en día un traje formal el cual es usado para asistir a eventos formales como por ejemplo bodas, bautizos, misas, etc. Esta vestimenta ha sufrido cambios o modificaciones causadas especialmente por los jóvenes kichwas, ignorando el hecho que estas adaptaciones de modas extranjeras causaran la pérdida de su identidad como pueblo kichwa.

### **1.1.7.-La Cromática Andina**

Desde tiempos remotos, los indígenas que habitaban el continente y sobretodo la zona de los Andes y sus alrededores, han sido los principales gestores del arte local, experimentando con formas y colores obtenidos de la tierra o “Pacha mama”.

La cromática andina está fundamentada principalmente en la naturaleza y en lo que está representada para ellos, variando en colores fundamentales con los que teñían sus textiles y pintaban sus vasijas y artesanías, mismas que han sido estudiadas por arqueólogos y antropólogos para llegar a la interpretación acerca de su composición textil y cromática.

Para los habitantes indígenas de esta zona andina al momento de teñir sus textiles tenían que considerar varios temas como su significado y fundamentalmente si se posee el material para teñir la tela de un color en partículas, tal y como lo dice en el libro “Registro cromático en textiles de la cultura Arica”

“La búsqueda y la utilización de una amplia variedad cromática en los textiles precolombinos andinos fue determinante en el desarrollo cultural de estas sociedades, con sus correspondientes implicancias sociales y económicas. Componentes importantes del significado del color han sido históricamente definidos por factores que ayudan a conceptualizar y dar sentido a su denominación, cuales son: la disponibilidad del colorante, la dificultad de los procesos de obtención y la ritualidad en la que se inserta su uso cotidiano y función ceremonial.

Tras la llegada de los conquistadores, existieron reclamos de parte de los tintoreros debido al cierre de rutas usadas para recolectar especies vegetales y minerales, de este modo se pudo conocer la existencia de vías establecidas que permitían el desempeño de esta actividad”.

(Hoces de la Guardia,S.Brugnoli,P.Jélvez,P,2011,p.70).

La cromática andina varía fundamentalmente por la cultura y los pueblos, además de los materiales y de las tendencias que cada uno de ellos, es decir la cromática entre los Kichwas Otavalos y los de Nazca es considerada similar por las tonalidades tierra y el uso de los materiales aunque en su cromática sea distinta a la hora de teñir las telas.

Los colores varían entre tonalidades tierra que van desde el amarillo al rojo en la combinación de tonos marrones representativos de la tierra y de quienes los usaban debido a su significado, como son: el sol, la tierra y sus frutos.

En la actualidad, la cromática y el estudio que se maneja es el que se nos ha dado por extranjeros, pero el uso del color andino en muchos lugares como el Mercado Centenario de la ciudad de Otavalo aún prevalecen aunque con cambios al momento de su elaboración y de aplicación por el uso las nuevas tecnologías que ayudan a optimizar el tiempo y la mano de obra; sin embargo el uso de los colores no ha cambiado de forma total, puesto que se sigue aplicando las tonalidades muy parecidas a las que se han recopilado durante años por investigadores.

Los tintes naturales elaborados en tiempos pasados por comunidades pertenecientes al cantón Otavalo han desaparecido dando paso a los tintes industriales, los cuales

optimizan tiempo al momento de elaborar la indumentaria, facilitando la producción en masa para posteriormente llegar al mercado, ofreciendo un gran número de variedad en diseño y composición cromática, sin perder la esencia de su identidad, tomando como inspiración el colorido de su naturaleza y en general toda representación que tenga valor en su cultura.

La cromática obtenida por nuestros antepasados en la búsqueda de la representación de nuestras plantas nativas y el colorido de nuestros frutos ha sido considerada como elemento importante de nuestra historia que es plasmada en el bordado de las blusas indígena femeninas, transmitiendo así de las personas de esta etnia a extranjeros la riqueza que tiene nuestra ciudad.

### **1.1.8.-El bordado en la indumentaria indígena otavaleña**

Casi no hay información sobre los vestidos indígenas del Otavalo antiguo y en los tiempos actuales solo algunos autores han tratado este tema. Los datos, a más de escasos y dispersos, poco dicen sobre los bordados que adornan las prendas femeninas y acerca de los elementos bordados que hasta unos años atrás tenían las camisas de los hombres.

La más antigua referencia específica sobre la indumentaria de los indígenas de Otavalo se encuentra en la "Relación y descripción de los pueblos del partido de Otavalo", escrita por quien fuera su Corregidor entre 1580 y 1582

Ponce (1965) sostiene que:

El hábito que traían antiguamente los hombres antes que el Inga viniese, era una manta de algodón grande que le daba dos vueltas al cuerpo, y después que el Inga vino, traen unas camisetas y unas mantas cuadradas de algodón. Las mujeres traen una manta de algodón grande, que llaman anaco, pegada al cuerpo y prendida con unos prendedores de plata o cobre, la cual manta prenden con los dichos

prendederos en los hombros, y ciñen la manta con una faja de algodón muy labrada y pintada de colores que le da seis o siete vueltas al cuerpo, y sobre esta manta traen otra más pequeña cuadrada prendida con otro prendedero, y esta manta pequeña llaman líquida (lliclla) los indios, y la grande llaman anaco y los prendederos llaman topos. Y éste es el hábito que agora traen estos indios. (p. 237)

Como se puede observar en el caso de la indumentaria femenina, a pesar de haber transcurrido más de 400 años desde que escribiera su Relación el Corregidor de Otavalo, las prendas por él descritas siguen en uso hasta hoy pero con pequeñas variantes: la manta grande, ya no es de algodón sino de lana de color negro natural de las ovejas ceñida al cuerpo y sujeta en los hombros, la usan todavía las ancianas de algunas comunidades de la parroquia San Rafael, del cantón Otavalo; esta prenda llamada tupullina, se la sujeta en los hombros por medio de nudos hechos en los extremos de la tela ya que hace algunos años desaparecieron los topos. El anaco, en la actualidad, es una tela rectangular que llevan las mujeres indígenas a manera de falda, sujeta a la cintura con una faja de algodón, la cual tiene diversos motivos decorativos. La lliclla o fachalina se la lleva a manera de una capa muy corta, anudada en el pecho por las mujeres que la usan de la manera tradicional, o anudada sobre uno de los hombros, por las mujeres más jóvenes, que adoptaron esa manera de usarla hace no mucho tiempo.

En 1738, los marinos españoles Ulloa, Jorge(1938, p. 93-96), proporcionan información que muestra significativos cambios en la indumentaria de los hombres indígenas, pues a ese tiempo ya usan calzones de lienzo blanco de algodón, una camiseta de algodón de color negro, un "capisayo, que es una manta de jerga con un agujero en medio, por donde entra la cabeza", y un sombrero. Según la misma crónica, las "indias comunes" usan un saco de la misma hechura y la misma tela que las camisetas de los hombres, que le llaman anaco, el cual se sujeta en los hombros por medio de tupus y en la cintura con una faja; también llevan una lliclla de color negro. Esto deja ver que las mujeres seguían apegadas a sus antiguos atuendos.

Las observaciones de 1802 de Caldas (1933, p. 52) reflejan la pobreza del indio, pues las prendas de vestir, para el caso del otavaleño "...no llegan a cinco: un calzón, una camiseta, una ruana, un sombrero, es todo su aparato, es todo su lujo': Este autor no hace mención de las prendas femeninas.

En "El Valle del Amanecer", libro publicado originalmente en 1946, encontramos datos importantes acerca de los vestidos usados por hombres y mujeres indígenas de Otavalo, casi medio siglo atrás.

Buitrón, Collier (1971) dicen:

El hombre usa camisa y calzones de una gruesa y blanca tela de algodón tejida en telar español, o de una tela similar hecha en las fábricas ecuatorianas. Los indios que viven en estrecho contacto con el pueblo, generalmente visten camisa con puños y cuellos de una tela blanca más fina, comprada en los almacenes. Las costureras en el pueblo bordan el cuello, los puños y la pechera en sus máquinas de coser con diseños geométricos y con hilos de colores vivos. Cuando los indios mismos cosen sus camisas, bordan el cuello y puños con pequeñas figuras estilizadas un caballo, un perro, un hombre pequeño o un sol naciente casi siempre con hilo rojo de lana. Los pantalones cortos les llegan hasta poco más abajo de la rodilla y no tienen ningún adorno. (p. 64-66)

La mujer usa una camisa de muselina blanca tejida en la casa o hecha en la fábrica, que llega hasta los tobillos. Casi siempre las mujeres bordan esta prenda alrededor del cuello y de las cortas mangas, o hacen que se las borde alguna india o mestiza que hace de ello su negocio.

...sobre su camisa, la mujer se envuelve una pieza rectangular de franela color azul marino o negro, para formar una falda, anaco, con un lado abierto que le permite libertad de movimiento. Esta franela puede ser tejida por los mismos indios o hecha de un material importado más fino. La tela importada se borda a veces en la orilla inferior, con hilo de color y con dibujos geométricos ...

Sobre sus hombros lleva una pieza rectangular de bayeta fina, llamada rebozo, con borde inferior bordado con hilos de colores en diseños geométricos. Las indias ricas o de parcialidades cercanas a los pueblos, usan rebozos de bayeta importada de colores brillantes: azul, rojo y verde son los más populares. Las mujeres de las parcialidades usan únicamente rebozos de bayeta del país, azul oscuro o negro, y cuando caminan visten solamente una fachalina de algodón sobre sus hombros y llevan el rebozo de lana sobre el sombrero o al brazo:

Con respecto a los motivos de los bordados, enunciados ligeramente por Buitrón, Collier. (1966, p. 225-229), ofrecen información sobre los símbolos y colores utilizados en la provincia de Imbabura:

Las (parcialidades) de Ilumán bordan en azul acero... Las de Otavalo preferentemente en colores verde y rojo. Con los mismos diseños cubren las mangas y la parte posterior de la camisa. En uno u otro color los símbolos son iguales: rayos, serpiente, flores, maíz, agua...

Las cotonas de los hombres, en Imbabura, también son bordadas. En el cuello llevan estilizaciones del maíz y el símbolo entrecruzado del rayo. Verde y azul son los colores predilectos.

A pesar del tiempo transcurrido y la importación de materiales dentro del mercado otavaleño se sigue preservando la esencia de la indumentaria indígena otavaleña manteniendo su raíz cultural dentro de su bordado que es diseñado por los kichwas inspirados en su extensa flora, en la actualidad se evidencia la combinación de elementos geométricos llamando la atención en su diseño y en su extensa composición cromática.

Las blusas de nuestras indígenas han pasado por modificaciones ya sea en el diseño del bordado o en el material de fabricación de esta prenda, cambios evidenciados por nuestros antepasados las cuales han seguido manteniendo su preferencia por las blusas clásicas.

#### **1.1.9.-Situación actual del bordado en Otavalo<sup>4</sup>**

En la región de Otavalo, donde el oficio textil es la actividad más importante para los indígenas varones, se ha prestado poca atención al bordado, actividad totalmente femenina que sirve casi con exclusividad para adornar las prendas de su indumentaria.

En efecto, las mujeres indígenas, sentadas en las puertas de sus casas, a la orilla del camino o en medio del campo, a la hora de cuidar sus pocas cabezas de ganado, aprovechan el tiempo para dar puntadas de alegres colores, con diferentes técnicas, sobre la tela que formará la parte superior de una larga camisa de uso diario.

El bordado, arte de ornamentar telas con trabajo de aguja se trasplantó a América en la época de la conquista española. En el Lejano Oriente esta técnica fue conocida desde tiempos muy remotos; chinos y japoneses se distinguieron por sus bellos paisajes bordados sobre telas de seda. Los más notables son los realizados en seda coloreada combinada con hilos de oro y plata.

Durante la Edad Media y en el Renacimiento, el arte del bordado tuvo su período de esplendor. De esas épocas sobresalen los bordados de Italia, los Países Bajos, Inglaterra y Francia, con los cuales adornaron ornamentos religiosos y los trajes de los nobles; para el primer caso con escenas del Antiguo y Nuevo Testamento y, para el segundo, se crearon efectos con motivos espirales y diseños florales.

En la zona del anaco, los motivos más tradicionales bordados en la blusa, son pequeñas flores silvestres, de color rojo o rosado, con diminutas hojas de color verde. En general, los

---

<sup>4</sup> Jaramillo, H. (1990). El bordado en la indumentaria Indígena de Otavalo. Sarance, 22, 113-121.

motivos parecen estar inspiradas en humildes plantas nativas: ñacchas, pacungas, cholanes, tzíbalos, hierva mora, mientras las hojas se asemejan a pequeños helechos, culantrillo del pozo, trébol, etc.

En estos últimos tiempos, acorde a los cambios producidos en todas las actividades humanas, han cambiado los motivos bordados en las camisas de las mujeres indígenas de Otavalo. Poco a poco se ve que van desapareciendo las flores de los páramos, de los campos y de las orillas de los caminos, para dar paso a motivos de flores cultivadas, flores de jardín: rosas, claveles, violetas, pensamientos, fucsias, etc.

Marcelo Naranjo (1989) manifiesta:

En Otavalo y su zona de influencia, el diseño (de los bordados) no es tan complicado, se realiza sobre tela blanca de seda; por lo general se utilizan uno o dos colores como máximo (rosado, azul, verde, morado sobre todo) aunque en la actualidad se puede encontrar blusas multicolores bordadas a máquina. Lo más llamativo en estas blusas son los cuellos y mangas de encaje.

...tomando en cuenta el conjunto de la provincia, en algunos sectores predominan colores determinados, puntadas o diseños, pero el motivo de las flores se repite con mucha frecuencia en todas partes. ( p.105-106)

La bordadora necesita para su trabajo lo siguiente: un aro doble, en donde se coloca la tela para mantenerla tensada y facilitar ciertas puntadas, especialmente cuando se borda en la máquina de coser; agujas, hilos de diversos colores y una pequeña tijera, con lo cual se completa el utillaje.

Dentro de las cambiantes tendencias de las usuarias, actualmente se prefiere las prendas con bordados hechos a mano; hasta un tiempo atrás, había mayor demanda de blusas bordadas a máquina. Hay, también, quienes prefieren coser apliques industriales, con alguna semejanza a los motivos bordados, como forma de seguir una moda o por falta de tiempo para hacer sus propios bordados.

La indumentaria era diseñada y bordada por mujeres indígenas desde tiempos remotos como una actividad doméstica donde mientras se cuidaba el ganado diseñaba sus prendas con mucha paciencia, las bordaban y procedían al terminado o armado artesanal para su uso personal. Esta actividad da un gran paso convirtiéndose en un oficio que da ingresos económicos para el sustento de su hogar, pasando de una producción meramente artesanal a una producción industrial que se proyecta al mercado extranjero atrayendo la atención con su diseño y su colorido.

## **1.2.-Diseño gráfico<sup>5</sup>**

El diseño está presente en nuestra vida diaria, como un medio de registrar, presentar, ordenar y comunicar información sobre una intención o función específica.

Al hablar de diseño gráfico generalmente se piensa en objetos, imágenes y tipografía, sin darse cuenta que en la actualidad ya es considerada como una profesión que formarán diseñadores que aspiran a mejorar y encontrar mejores soluciones a problemas antiguos, cubriendo exigencias prácticas de la sociedad.

### **1.2.2.-El diseño gráfico actual en Ecuador<sup>6</sup>**

La Organización de las Naciones Unidas para la Educación Ciencia y Cultura promulga la Artesanía y Diseño como parte de elementos educativos y culturales, los cuales tienen su propio espacio y nivel jerárquico en los procesos de construcción comunicacional y de cultura. Involucra a la artesanía como elemento del desarrollo por cuanto manifiesta que "Los productos artesanales son los producidos por artesanos, ya sea totalmente a mano, o con la ayuda de herramientas manuales o incluso de medios mecánicos, siempre que la contribución manual directa del artesano siga siendo el componente más importante del producto acabado. Se producen sin limitación por lo que se refiere a la cantidad y utilizando materias primas procedentes de recursos sostenibles. La naturaleza especial de los

---

<sup>5</sup> Vukusic, N., Labudovic A., (2009) El todo en uno del diseñador gráfico. (1º edición) España. Promopress.

<sup>6</sup> UNESCO. (2014) El Diseño en Ecuador. Recuperado 30, 05, 2014. Disponible en: <http://www.design21sdn.com/organizations/134>

productos artesanales se basa en sus características distintivas, que pueden ser utilitarias, estéticas, artísticas, creativas, vinculadas a la cultura, decorativas, funcionales, tradicionales, simbólicas y significativas religiosa y socialmente."

La cultura kichwa otavaleña conocida como un pueblo artesanal lleno de productos representativos de su identidad llamando la atención de su población y visitantes con su amplio diseño y colorido. Otavalo ciudad en donde se promueve la creación de artículos elaborados a mano por nuestras mujeres kichwas desempeñan un papel importante dentro de la Organización de las Naciones dado que estas prendas cuentan con características distintivas, como por ejemplo la estética en sus bordados, la creatividad de parte de los diseñadores al momento de elaborar productos y su propia indumentaria las cuales están vinculadas a la cultura indígena.

### **1.2.3.-Diseño Editorial<sup>7</sup>**

El Diseño editorial es la rama del diseño gráfico que se especializa en la maquetación y composición de distintas publicaciones tales como libros, revistas o periódicos. Incluye la realización de la gráfica interior y exterior de los textos, siempre teniendo en cuenta un eje estético ligado al concepto que define a cada publicación y teniendo en cuenta las condiciones de impresión y de recepción. Los profesionales dedicados al diseño editorial buscan por sobre todas las cosas lograr una unidad armónica entre el texto, la imagen y diagramación, que permita expresar el mensaje del contenido, que tenga valor estético y que impulse comercialmente a la publicación.

### **1.2.4.-Maquetación**

Es un tema que tiene relación con los principios del diseño: composición, color y conceptos tipográficos mezclados de manera armónica. Compositivamente hablando, la referencia directa del concepto maquetación está ligado a las proporciones de los elementos de la página, el orden que se le da a los pesos visuales, la jerarquía con la que se ubican los

---

<sup>7</sup> Catalogue Designers. (2006-2008). Recuperado 13, 05, 2014 Disponible en: <http://www.catalogue-designers.com/Catalogo-Electronico.aspx>

elementos primero, o después, adelante o atrás, arriba o abajo, full color, blanco y negro, claro, oscuro o resaltado, etc.

La maquetación es un aspecto importante al momento de diseñar y estructurar la información teniendo en cuenta el público al cual se dirige dicha publicación.

Atrayendo la atención y logrando la aceptación de los beneficiados logrando así el conocimiento del producto y su marca.

### **1.2.5.-Ventajas del catálogo<sup>8</sup>**

Los catálogos impresos son piezas gráficas muy prácticas para dar a conocer los productos o servicios a los clientes reales o potenciales. Los catálogos tienen ventajas, y como resultado es el uso común de publicaciones.

Con la publicación del catálogo ya existe la posibilidad de observar detalladamente las fotografías del producto y cuenta con una amplia descripción de los precios y ventajas de la prenda. El catálogo es accesible e incentivo a la compra.

A través de ellos los clientes potenciales pueden tener una idea general de los productos de una empresa, de forma rápida, representación material de la empresa, que contienen no sólo sus productos y servicios, sino también los valores propios de la compañía.

El catálogo considerado como un medio de comunicación gráfico por el cual se difunde información para el beneficio de dicha empresa, logra llegar a un mercado extenso y obtiene el reconocimiento de las personas interesadas. Material impreso por el cual se transmite la imagen y los valores empresariales, resaltando sus productos por medio del diseño.

### **1.2.6.-Proceso de la realización del catálogo<sup>9</sup>**

A continuación daremos a conocer el proceso para la realización de un catálogo.

---

<sup>8</sup> Catalogue Designers. (2006-2008). Recuperado 13, 05, 2014 Disponible en: <http://www.catalogue-designers.com/Catalogo-Electronico.aspx>

<sup>9</sup> Catalogue Designers. (2006-2008). Recuperado 13, 05, 2014 Disponible en: <http://www.catalogue-designers.com/Catalogo-Electronico.aspx>

- Determinar el objetivo del catálogo, qué imagen se desea dar, qué mensaje queremos comunicar y qué estilo deseamos aplicar en el catálogo.
- Definir el público al que se dirigirá la publicación.
- Delimitar el público teniendo en cuenta sus características sociales, culturales y económicas permite emplear una gráfica y un lenguaje adecuado.
- Establecer el presupuesto para el diseño, impresión y distribución
- Definir el número de páginas que tendrá el catálogo, el tipo y gramaje del papel, como así también la cantidad de colores a utilizar y el formato de la pieza.
- Tener en cuenta los tiempos estimativos que implican el diseño y la impresión. Realizar una lista completa de los productos que se van a mostrar en el catálogo. Después se los clasifica en distintas categorías.

### **1.3.-Fotografía**<sup>10</sup>

La fotografía nos permite explorar y congelar momentos bellos de nuestra vida, es la simple apreciación estética de un escenario y la luz de un momento irrepitible, normalmente la fotografía nos ayuda a captar cierto detalle de un momento ya sea por su color, el contraste de su brillo consiguiendo así conservar el momento cargado de belleza.

En la actualidad la labor de la fotografía ya no es solo mostrar imágenes o informar, esta también es útil para mover masas y crear un impacto cultural. A través de esta se busca crear en la mente de los observadores opiniones tanto políticas como sociales. Se puede considerar que desde la década de 1920 se ha hecho uso de ella para dirigir e impulsar el consumo de la población, siendo utilizada como un componente más de la publicidad. Estas aparecen en distintas publicaciones como revistas, paneles, libros, catálogos, etc.

#### **1.3.1.-Estética y fotografía**

La estética en una fotografía, es la búsqueda de la perfecta composición y administración de los elementos que conforman dicha imagen.

---

<sup>10</sup> Navio del arte. (2012). Recuperado 16, 05, 2014 Disponible en:  
<http://lenguajedelarte.blogspot.com/2012/01/fotografia-concepto.html>

Al momento de realizar una toma se debe contemplar el manejo de las zonas áureas conocida como una técnica que utilizan los artistas, tanto pintores, como escultores y fotógrafos, que consiste en dividir en tercios imaginariamente tanto horizontal como verticalmente la imagen, las cuatro intersecciones que se generan de esta división, se las conoce como puntos áureos y son los que tienen mayor peso visual en la imagen.

Se debe planificar el elemento que ocupara la intersección superior izquierda la cual tenga mayor valor dentro de la toma, ya que como estamos acostumbrados a mirar de izquierda a derecha es lo primero que veríamos al ver la fotografía.

Aparte de la composición, la estética en la fotografía depende del tema que se esté desarrollando, ya que se debe buscar el ritmo uniforme de la fotografía, su sentimiento y la libre y clara expresión de su idea, buscando elementos que no sean agresivos visualmente o que no tengan razón de ser o existir en la imagen.

Por ejemplo, si realizo fotografías con modelo tomando en cuenta que fueran fotografías comerciales se debe buscar exaltar el producto ante lo demás, la estética depende en su mayoría del tema o de la imagen o lo que deseas expresar en ella.

### **1.3.2.-Fotografía comercial y publicitaria<sup>11</sup>**

La fotografía se ha utilizado para inspirar e influir opiniones políticas o sociales. Asimismo, desde la década de 1920 se ha hecho uso de ella para impulsar y dirigir el consumismo, y como un componente más de la publicidad. Los fotógrafos comerciales realizan fotos que se utilizan en anuncios o como ilustraciones en libros, revistas y otras publicaciones. Con el fin de que sus imágenes resulten atractivas utilizan una amplia gama de sofisticadas técnicas. El impacto de esta clase de imágenes ha producido una fuerte influencia cultural. La fotografía comercial y publicitaria ha representado también un gran impulso en la industria gráfica junto con los avances en las técnicas de reproducción fotográfica de gran calidad. Destacaron en este campo Irving Penn y Cecil Beaton, fotógrafos de la alta

---

<sup>11</sup> Historia de la fotografía. (2012). Recuperado 17, 05, 2014 Disponible en: <http://www.foto3.es/web/historia/historia.htm>

sociedad; Richard Avedon, que consiguió fama como fotógrafo de moda, y Helmut Newton, controvertido fotógrafo de moda y retratista cuyos trabajos poseen con frecuencia un gran contenido erótico.

Tema sumamente importante al momento de hablar sobre la difusión de un producto o servicio haciendo uso de componentes de la fotografía obteniendo una composición estética del agrado de sus consumidores. Logrando la incrementación de ingresos económicos en beneficio de la empresa.

#### **1.4.-Conclusión del capítulo**

Se realizó la fundamentación teórica del diseño de un catálogo fotográfico sobre indumentaria indígena femenina otavaleña, con el objetivo de sustentar teóricamente la propuesta.

##### **1.4.1.-Recomendación del capítulo**

Se recomienda que para evitar la pérdida de información sobre la cultura indígena es preciso que los historiadores y población en general tomen interés al respecto, elaborando estudios con diferentes métodos con el fin de preservarla y difundirla.

## CAPÍTULO II

### **DIAGNÓSTICO PARA EL DISEÑO DE UN CATÁLOGO FOTOGRÁFICO SOBRE LA INDUMENTARIA INDÍGENA FEMENINA OTAVALEÑA.**

#### **2.1. Antecedentes**

En la actualidad, el Ecuador no es ajeno a los cambios que se han venido dando a nivel mundial, relativos a la comunicación visual de productos o servicios; que posibilita la atención de los consumidores y facilita su compra.

El diseño gráfico tiene como propósito comunicar para atraer al público objetivo; sin embargo, los comerciantes de la indumentaria indígena femenina otavaleña, ubicados en la parroquia urbana del cantón Otavalo, desconocen las técnicas adecuadas para su promoción, a través de la identidad, generando una imagen publicitaria de los productos, a la vez que se desarrolla la visual y empresarial.

En la parroquia urbana San Luis del cantón Otavalo, los locales que se dedican a la comercialización de la indumentaria indígena femenina otavaleña, carecen de un catálogo fotográfico, por lo que la publicidad es insuficiente. Por tanto para atenuar esta situación se identifica la necesidad de elaborar un catálogo fotográfico con la imagen de los productos de forma tal que el cliente tenga un elemento de referencia a la hora de adquirirlo.

## **2.2.-Objetivos del diagnóstico**

### **2.2.1.-Objetivo general**

Analizar el grado de conocimiento que tienen los comerciantes de la indumentaria indígena femenina otavaleña acerca de diseño gráfico.

### **2.2.2.-Objetivos diagnósticos**

- Identificar el público objeto de investigación.
- Verificar el nivel de conocimiento y aceptación de la indumentaria indígena otavaleña femenina.
- Determinar el grado de importancia del desarrollo de un catálogo sobre la indumentaria indígena otavaleña femenina

## **2.3.-Variables**

Para el cumplimiento de los objetivos anteriormente planteados, se han determinado ciertos aspectos generales que se requieren en función de cada objetivo, para lo cual se han establecidos las siguientes variables:

**Variable 1:** Público

**Variable 2:** Nivel de conocimiento y aceptación

**Variable 3:** Grado de importancia

## **2.4.-Indicadores**

Para hacer posible la operatividad dentro del funcionamiento establecido, es necesario relacionar los indicadores que brindarán información a cada una de las variables

mencionadas, utilizando para ello diferentes técnicas e instrumentos para la obtención de dicha información.

**Variable 1: Público**

**Indicadores:**

- Comerciantes de la indumentaria indígena femenina
- Diseñadores
- Confeccionadores

**Variable 2: Nivel de conocimiento y aceptación**

**Indicadores:**

- Indumentaria indígena femenina

**Variable 3: Grado de importancia**

**Indicadores:**

- Medio de comercialización
- Inversión

## 2.5.-Matriz de variables

OBJETIVOS	VARIABLES	INDICADORES	TÉCNICAS	FUENTES DE INVESTIGACIÓN
Identificar el público objeto de investigación.	Público	Comerciantes de la indumentaria indígena femenina Diseñadores Confeccionadores	Observación directa	Comerciantes de la indumentaria del cantón Otavalo
Verificar el nivel de conocimiento y aceptación de la indumentaria indígena otavaleña femenina.	Nivel de conocimiento y aceptación	Indumentaria indígena femenina	Encuesta	Comerciantes de la indumentaria del cantón Otavalo
Determinar el grado de importancia del desarrollo de un catálogo sobre la indumentaria indígena otavaleña femenina	Grado de importancia	Medio de comercialización Inversión	Encuesta	Comerciantes de la indumentaria del cantón Otavalo

**Tabla n. ° 2.**Nota.Matriz de variables

## 2.6.-Población

La investigación está dirigida a los comerciantes de la indumentaria indígena otavaleña femenina de la parroquia Urbana San Luis del catón Otavalo, siendo 55 empresas dedicadas a la venta de tal indumentaria

## 2.7.-Resultados de la encuesta

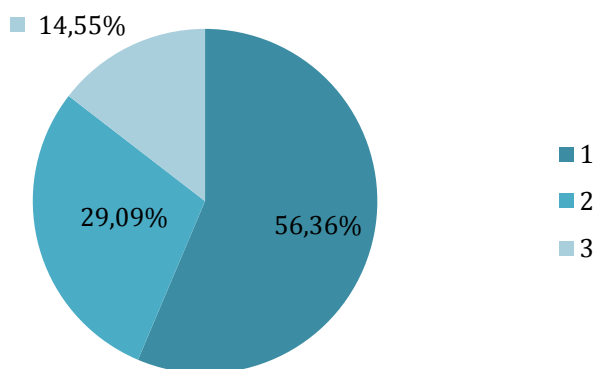
**Tabla 3. Datos informativos según, edad**

OPCIÓN	f	%
18 – 29	31	56,36
30 – 39	16	29,09
40 – 47	8	14,55
<b>Total</b>	<b>55</b>	<b>100</b>

**Fuente:** Julio 2014

**Elaborado:** Sandra Alba

**Gráfico 10. Datos informativos según, edad**



**Fuente:** Tabla 3

**Elaborado:** El autor

### **Análisis:**

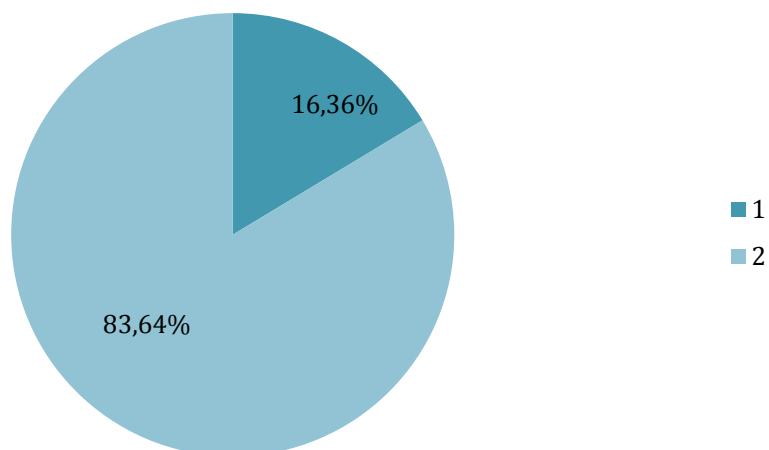
Como resultado de las encuestas realizadas a los comerciantes de la indumentaria indígena femenina otavaleña se obtiene un 60% de personas dedicadas a esta actividad entre los 18 a 25 años de edad, dando a comprender que este campo laboral lo desempeñan en la mayoría de los casos jóvenes en busca de innovación.

**Tabla 4. Datos informativos según género**

OPCIÓN	f	%
Masculino	9	16,36
Femenino	46	83,64
<b>Total</b>	<b>55</b>	<b>100</b>

**Fuente:** Julio 2014

**Elaborado:** Sandra Alba

**Gráfico 11. Datos informativos según género**

**Fuente:** Tabla 4

**Elaborado:** El autor

### **Análisis:**

La comercialización de la indumentaria indígena femenina otavaleña es una actividad desempeñada en un 83% por mujeres que haciendo uso de sus habilidades crean diseños atractivos ante los ojos de los consumidores.

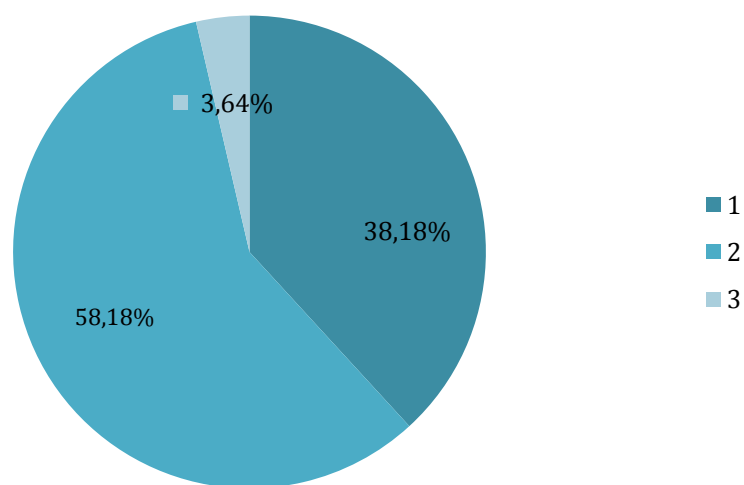
**Tabla 5. Datos informativos según nivel de estudios**

OPCIÓN	f	%
Primaria	21	38,18
Secundaria	32	58,18
Superior	2	3,64
<b>Total</b>	<b>55</b>	<b>100</b>

**Fuente:** Julio 2014

**Elaborado:** Sandra Alba

**Gráfico 12. Datos informativos según nivel de estudios**



**Fuente:** 5

**Elaborado:** El autor

### **Análisis:**

Los comerciantes de la indumentaria indígena femenina otavaleña son personas que en la mayoría de los casos carecen de estudios superiores, situación que no ha sido considerado

como un obstáculo para ejercer su actividad, por lo contrario es un motivo para luchar y alcanzar su estabilidad económica.

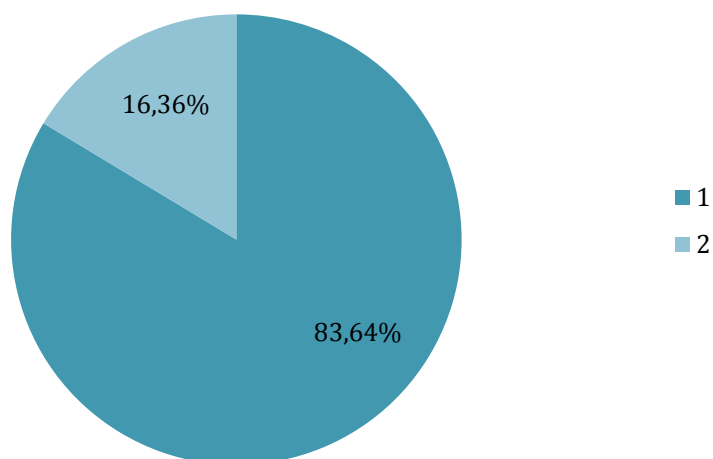
**Tabla 6. Datos informativos según, experiencia laboral**

OPCIÓN	f	%
<b>1-10</b>	46	83,64
<b>11-20</b>	9	16,36
<b>Total</b>	<b>55</b>	<b>100</b>

**Fuente:** Julio 2014

**Elaborado:** Sandra Alba

**Gráfico 13. Datos informativos según, experiencia laboral**



**Fuente:** 6

**Elaborado:** El autor

### **Análisis:**

Más de la tercera parte de personas encuestadas tiene entre 1 a 10 años de experiencia dentro del tema “diseño y confección de la indumentaria indígena femenina otavaleña”

dando a entender que es una actividad comercial que ha tenido mayor acogida en los últimos años.

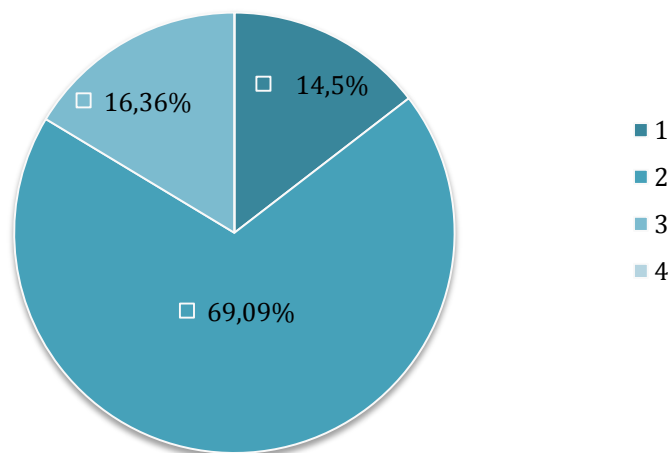
**Tabla 7. 1 ¿Qué actividad desempeña en el área de producción?**

OPCIÓN	f	%
Diseñar	38	69,09
Confeccionar	8	14,5
Ambas	9	16,36
<b>Total</b>	<b>55</b>	<b>100</b>

Fuente: Julio 2014

Elaborado: Sandra Alba

**Gráfico 14. 1 ¿Qué actividad desempeña en el área de producción?**



Fuente: 7

Elaborado: El autor

**Análisis:**

Se ha confirmado que aproximadamente el 70 % de personas encuestadas son responsable del área de diseño, proceso que exige creatividad, experimentar con nuevos colores y motivos decorativos obteniendo como resultado una prenda atractiva ante el consumidor.

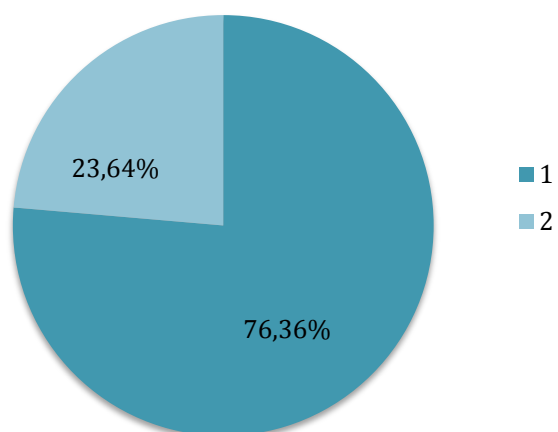
**Tabla 8. 2 ¿Considera que se ha dado cambios en la vestimenta indígena otavaleña femenina?**

OPCIÓN	f	%
Si	42	76,36
No	13	23,64
<b>Total</b>	<b>55</b>	<b>100</b>

**Fuente:** Julio 2014

**Elaborado:** Sandra Alba

**Gráfico 15. 2 ¿Considera que se hadado cambios en la vestimenta indígena otavaleña femenina?**



**Fuente:** 8

**Elaborado:** El autor

**Análisis:**

Las tres cuartas partes de personas consideran que se ha dado cambios en el diseño de la blusa indígena y en el material de confección, modificaciones provocadas por la influencia de modas extranjeras y la aculturación evidente en la ciudad de Otavalo

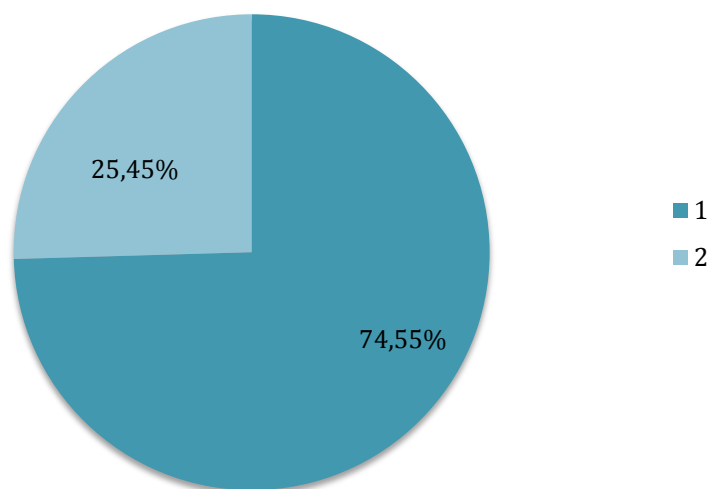
**Tabla 9. 3¿Está de acuerdo sobre el cambio que se presenta en el diseño de la vestimenta indígena femenina (material, motivos decorativos)?**

OPCIÓN	f	%
Si	41	74,55
No	14	25,45
<b>Total</b>	<b>55</b>	<b>100</b>

**Fuente:** Julio 2014

**Elaborado:** Sandra Alba

**Gráfico 16. . 3¿Está de acuerdo sobre el cambio que se presenta en el diseño de la vestimenta indígena femenina (material, motivos decorativos)?**



**Fuente:** 9

**Elaborado:** El autor

### **Análisis:**

En la realización de la encuesta elaborada a los comerciantes de la indumentaria se ha obtenido como resultado un número mayor de personas que están de acuerdo al cambio presente en la vestimenta indígena otavaleña ya sea en el material o en el diseño de la blusa indígena femenina atrayendo la atención con su diseño innovador y su riqueza cromática.

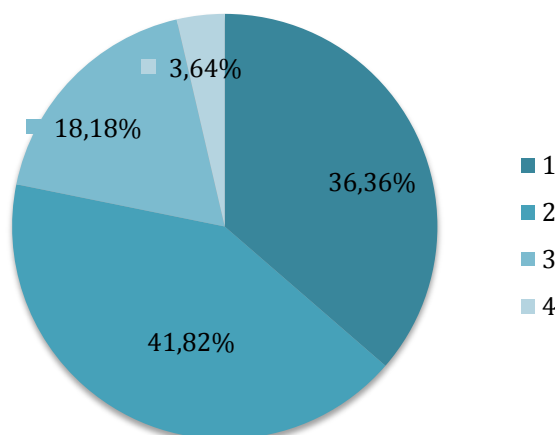
**Tabla 10. 4¿Por qué considera que surge el cambio en el diseño de la vestimenta indígena otavaleña femenina?**

<b>OPCIÓN</b>	<b>f</b>	<b>%</b>
<b>Influencia de tendencias extranjeras</b>	20	36,36
<b>Aplicación de tendencias actuales</b>	23	41,82
<b>Importación de productos</b>	10	18,18
<b>Migración</b>	2	3,64
<b>Otra</b>	0	0
<b>Total</b>	<b>55</b>	<b>100</b>

**Fuente:** Julio 2014

**Elaborado:** Sandra Alba

**Gráfico 17. 4¿Por qué considera que surge el cambio en el diseño de la vestimenta indígena otavaleña femenina?**



**Fuente:** 10

**Elaborado:** El autor

### **Análisis:**

La tercera parte de personas encuestadas consideran que el cambio en el diseño de la vestimenta indígena otavaleña femenina surge en la mayoría de los casos por la aplicación de tendencias actuales ofreciendo una variedad de diseño diferenciándose en el mercado artesanal.

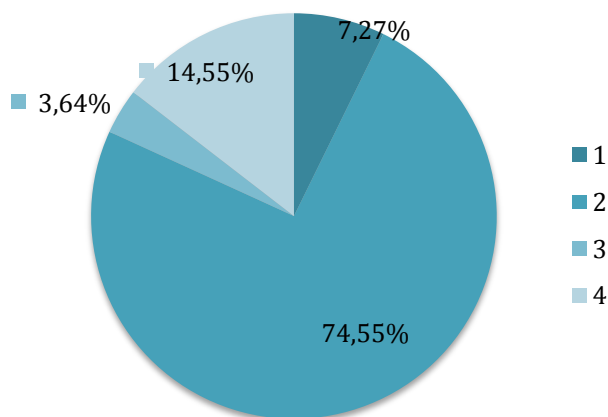
**Tabla 11. 5¿Al momento de diseñar la vestimenta indígena ¿Cuál de las siguientes opciones utiliza como referencia?**

OPCIÓN	f	%
Catálogos	4	7,27
Diseños antiguos	41	74,55
Revistas	2	3,64
Otros	8	14,55
<b>Total</b>	<b>55</b>	<b>100</b>

**Fuente:** Julio 2014

**Elaborado:** Sandra Alba

**Gráfico 18. 5¿Al momento de diseñar la vestimenta indígena ¿Cuál de las siguientes opciones utiliza como referencia?**



**Fuente:** 11

**Elaborado:** El autor

### **Análisis:**

Para llevar a cabo el proceso de diseño de la indumentaria indígena femenina otavaleña toman como referencia diseños antiguos al momento diseñar y confeccionar la vestimenta ya que buscan preservar los motivos ancestrales como por ejemplo las flores y plantas nativas de su cultura.

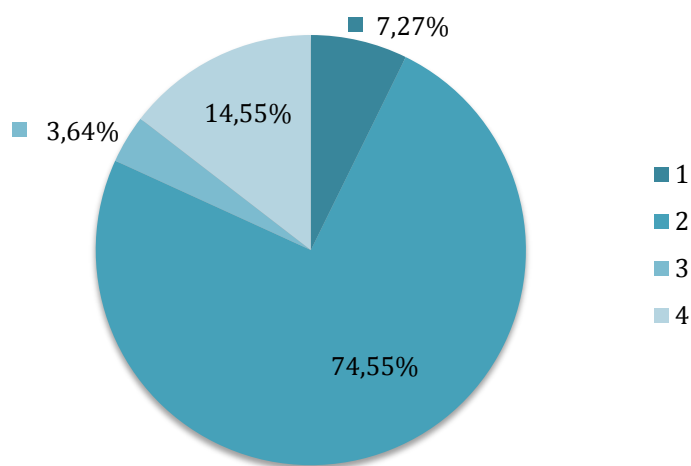
**Tabla 12. 6 ¿Existen clientes que pidan diseños exclusivos (únicos)?**

OPCIÓN	f	%
Siempre	5	7,27
Casi siempre	29	74,55
Ocasionalmente	18	14,55
Nunca	3	3,64
<b>Total</b>	<b>55</b>	<b>100</b>

**Fuente:** Julio 2014

**Elaborado:** Sandra Alba

**Gráfico 19. . 6 ¿Existen clientes que pidan diseños exclusivos (únicos)?**



**Fuente:** 12

**Elaborado:** El autor

### Análisis:

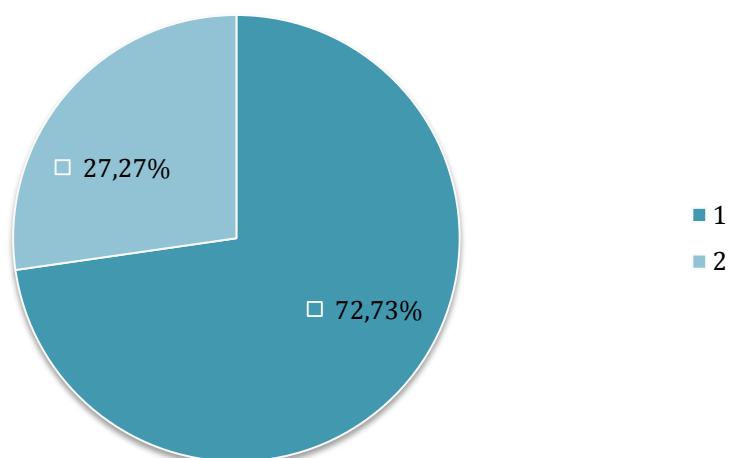
Los comerciantes de la ciudad de Otavalo buscan la innovación y distinción en el mercado laboral, ofreciendo nuevos diseños y brindando un servicio personalizado obteniendo así la preferencia de parte del consumidor hacia la empresa.

**Tabla 13. 7¿Considera usted que el diseño de la vestimenta indígena otavaleña deba transmitir un significado cultural?**

OPCIÓN	f	%
Si	40	72,73
No	15	27,27
<b>Total</b>	<b>55</b>	<b>100</b>

Fuente: Julio 2014  
Elaborado: Sandra Alba

**Gráfico 20. 7¿Considera usted que el diseño de la vestimenta indígena otavaleña deba transmitir un significado cultural?**



**Fuente:** 13

**Elaborado:** El autor

### **Análisis:**

Desde tiempos remotos hasta la actualidad la indumentaria indígena femenina otavaleña ha sido considerado como un elemento visual por el cual transmite sus costumbres y tradiciones.

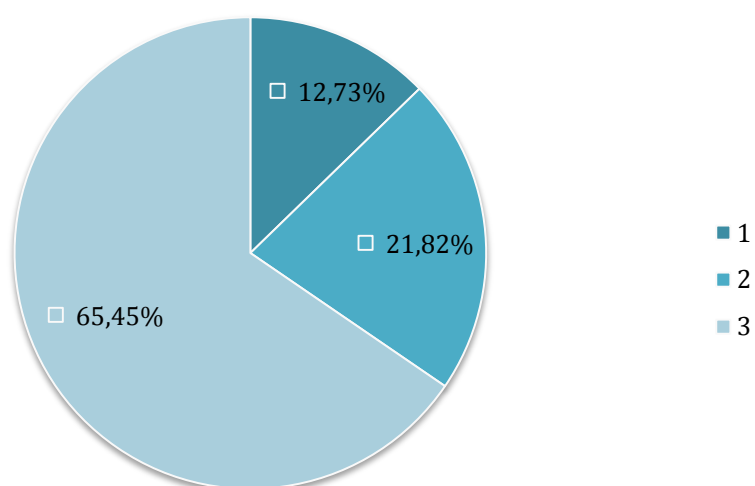
**Tabla 14. 8 ¿Cuál de las siguientes opciones emplea en la confección de sus productos?**

<b>OPCIÓN</b>	<b>f</b>	<b>%</b>
<b>Instrumento y procesos industriales</b>	7	12,73
<b>Procesos artesanales</b>	12	21,82
<b>Ambas</b>	36	65,45
<b>Otras</b>	0	0
<b>Total</b>	<b>55</b>	<b>100</b>

**Fuente:** Julio 2014

**Elaborado:** Sandra Alba

**Gráfico 21. 8 ¿Cuál de las siguientes opciones emplea en la confección de sus productos?**



**Fuente:** 14

**Elaborado:** El autor

### **Análisis:**

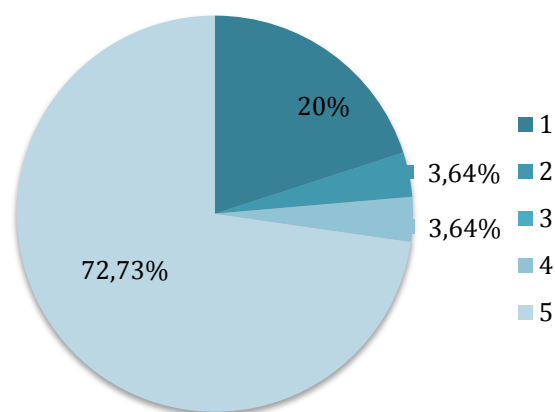
Aproximadamente las tres cuartas partes de personas encuestadas hacen uso de instrumentos y procesos industriales así también como procesos artesanales al momento de elaborar la indumentaria indígena femenina otavaleña, con el objetivo de ofrecer variedad en diseño a los consumidores, adentrándose a un mercado competitivo.

**Tabla 15. 9 ¿Por cuál medio difunde sus productos?**

OPCIÓN	f	%
TV	0	0
Internet	11	20
Revista	2	3,64
Catálogo	0	0
Diario Impreso	2	3,64
Ninguno	40	72,73
<b>Total</b>	<b>55</b>	<b>100</b>

**Fuente:** Julio 2014  
**Elaborado:** Sandra Alba

**Gráfico 22. . 9 ¿Por cuál medio difunde sus productos?**



**Fuente:** 15

**Elaborado:** El autor

**Análisis:**

El 72% de comerciantes encuestados no emplean un material gráfico para difundir su producto situación ocasionado por el desconocimiento de los beneficios y alcances que esto conlleva.

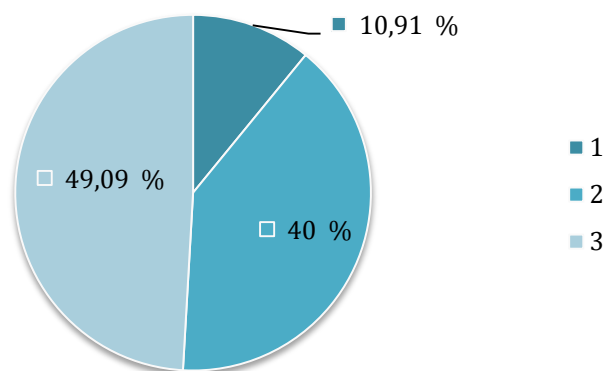
**Tabla 16. 10** ¿En qué grado considera usted necesario el desarrollo de un catálogo sobre la indumentaria indígena otavaleña femenina? Considerando que (1= nada importante, 2= poco importante, 3= muy importante)

OPCIÓN	f	%
Nada importante	6	10,91
Poco importante	22	40
Muy importante	27	49,09
<b>Total</b>	<b>55</b>	<b>100</b>

**Fuente:** Julio 2014

**Elaborado:** Sandra Alba

**Gráfico 23.** ¿En qué grado considera usted necesario el desarrollo de un catálogo sobre la indumentaria indígena otavaleña femenina? Considerando que (1= nada importante, 2= poco importante, 3= muy importante)



**Fuente:** 16

**Elaborado:** El autor

**Análisis:**

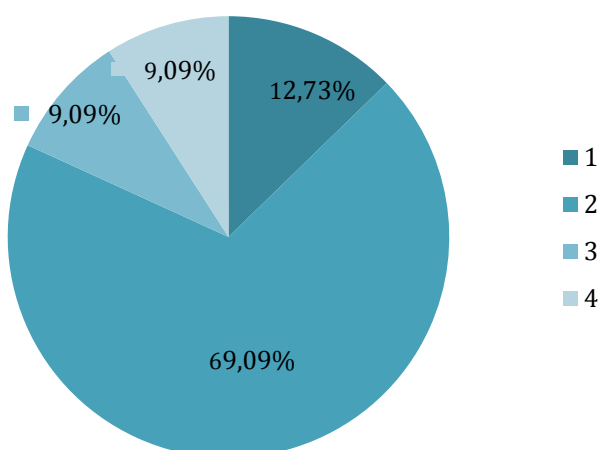
Aproximadamente la mitad de la población encuestadas consideran importante el desarrollo de un catálogo sobre la indumentaria indígena otavaleña femenina en el cuál se dará a conocer su producto, el catálogo fotográfico como material promocional ofrecerá al consumidor una vista más amplia y detallada acerca de las prendas atrayendo la atención del público con su diseño y colorido.

**Tabla 17. 11 ¿Qué temas se deberían mencionar en el catálogo?**

OPCIÓN	f	%
Criterio de diseñadoras(es)	7	12,73
Diseño	38	69,09
Procesos	5	9,09
Todas las anteriores	5	9,09
Otras	0	0
<b>Total</b>	<b>55</b>	<b>100</b>

**Fuente:** Julio 2014  
**Elaborado:** Sandra Alba

**Gráfico 24. 11 ¿Qué temas se deberían mencionar en el catálogo?**



**Fuente:** 17  
**Elaborado:** El autor

**Análisis:**

Más de la mitad de personas encuestadas consideran que en el catálogo se presente como punto principal los diseños de la indumentaria indígena otavaleña femenina, haciendo el uso correcto de técnicas y fundamentos del diseño con el objetivo de atraer la atención de sus clientes potenciales y futuros.

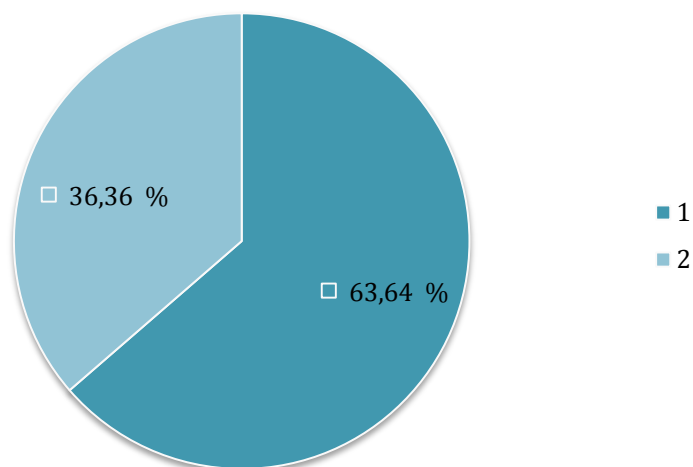
**Tabla 18. 12; Cree usted que se deba presentar contenido en idioma Kichwa, dado que se busca rescatar la identidad de la cultura indígena?**

OPCIÓN	f	%
Si	35	63,64
No	20	36,36
<b>Total</b>	<b>55</b>	<b>100</b>

**Fuente:** Julio 2014

**Elaborado:** Sandra Alba

**Gráfico 25. . 12; Cree usted que se deba presentar contenido en idioma Kichwa, dado que se busca rescatar la identidad de la cultura indígena?**



**Fuente:** 18

**Elaborado:** El autor

**Análisis:**

La sexta parte de personas encuestadas consideran que dentro del catálogo se presente información en idioma kichwa. Dado que se busca rescatar la identidad de la cultura indígena.

**2.8.- Matriz FODA****2.8.1.- Fortalezas**

- Primer medio promocional sobre indumentaria indígena femenina otavaleña.
- Medio informativo y cultural.
- Nueva alternativa de comercialización.
- Concienciación sobre el valor del diseño promocional.

**2.8.2.- Oportunidades**

- Difundir la indumentaria
- Apoyo de los comerciantes de la indumentaria indígena femenina otavaleña.
- Contar con nuestra ciudad emprendedora.
- Empleo de diseño promocional para la comercialización de la indumentaria.

**2.8.3.- Debilidades**

- Falta de recursos económicos para su difusión.

**2.8.4.- Amenazas**

- Productos similares.
- Costos.
- Desinterés por parte de los comerciantes de la indumentaria.

### 2.9.- Matriz de relación FO, FA, DO, DA.

Relación	Oportunidades	Amenazas
<b>FORTALEZAS</b>	Talleres de diseño gráfico para los comerciantes de la indumentaria indígena femenina otavaleña, en el cual se dará a conocer nuevos medios de promoción	Aplicación de diseños innovadores y atractivos a la vista del consumidor
<b>DEBILIDADES</b>	Para una mayor difusión se hará uso de las redes sociales, medio por el cual se dará a conocer el producto	Para contrarrestar el desinterés por parte de los comerciantes de la indumentaria se implementara charlas sobre los beneficios que conlleva la aplicación de un material promocional.

**Tabla n. ° 19.**Nota. Matriz de variables

### 2.10.-Síntesis del diagnóstico

Con los datos obtenidos por medio de la aplicación de la encuesta a los comerciantes de la indumentaria indígena femenina otavaleña, se cuenta con suficientes argumentos que

permiten establecer el problema a solucionar el cual tiene que ver con la falta de un catálogo fotográfico como material promocional.

Es un problema que se da a causa del desconocimiento de los beneficios que brinda la elaboración de un catálogo fotográfico sobre la indumentaria indígena otavaleña femenina, a pesar de la no utilización de este material se evidencia que los comerciantes sienten un interés acerca del desarrollo de recurso gráfico para que se dé a conocer estos productos y que la imagen de la indumentaria sea comunicada de una forma correcta al público

En los últimos años la comunicación de productos ha evolucionado rápidamente con la utilización de diferentes métodos y tendencias contemporáneas ajustándose a la realidad de un público específico.

Todo cambio debe ir acompañado de un buen manejo de elementos y procesos que se dan para que un producto llegue correctamente a la mente del consumidor provocando en éste, una mayor apreciación de la indumentaria indígena otavaleña femenina.

### **2.11.- Conclusión del capítulo**

Se aplicaron encuestas a una población de 55 individuos, por ser una representación pequeña de los diseñadores radicados en la ciudad de Otavalo, determinándose la insuficiencia de material promocional, para la comercialización de indumentaria indígena femenina otavaleña

### **2.12.- Recomendación del diagnóstico**

Se recomienda realizar un estudio y diseño de una propuesta de catálogo fotográfico de la indumentaria indígena femenina otavaleña, de forma tal que los comerciantes desarrollen un marketing adecuado, para la comercialización de estos productos.

**CAPÍTULO III**  
**DESCRIPCIÓN DEL PROCESO DE INVESTIGACIÓN**  
  
**PROPUESTA SOBRE EL DISEÑO DE UN CATÁLOGO SOBRE LA**  
**INDUMENTARIA INDÍGENA OTAVALEÑA FEMENINA**

**3.1.- Introducción**

La ciudad de Otavalo se encuentra situado en la zona norte del Ecuador y al sur oriente de la provincia de Imbabura es una zona productiva que ha llegado a tener movimientos económicos por varios entes comerciales, siendo uno de los más importantes la comercialización de la indumentaria indígena otavaleña femenina.

La indumentaria ha adquirido una notable importancia llegando a ser conocida en el ámbito nacional como internacional como parte de la identidad de la población por lo que actualmente existen varios comerciantes que se dedican a la venta de dicha indumentaria, siendo esta una actividad que se hace más visible con el pasar del tiempo, pero a la vez la indumentaria indígena otavaleña femenina no han tenido una evolución considerable en el campo de la promoción de mercado en cuanto al producto.

La indumentaria indígena otavaleña femenina es un elemento representativo en la etnia indígena por la cual transmiten información de su identidad como Kichwas otavaleños, que es afectada en la mayoría de casos por la falta de elementos de diseño.

### **3.2.- Objetivos de la propuesta**

#### **3.2.1.- Objetivo general**

Mejorar las condiciones de promoción de indumentaria indígena otavaleña, mediante la implementación de un catálogo fotográfico.

#### **3.2.2.- Objetivos específicos**

- Seleccionar la información pertinente para el catálogo fotográfico.
- Determinar el estilo gráfico y las muestras físicas de las prendas que proporcione la información visual y textual pertinente para su promoción.
- Implementar una metodología de diseño.

### **3.3.- Propuesta Administrativa**

El diseño del catálogo fotográfico sobre la indumentaria indígena otavaleña femenina está destinada para mejorar la condición de promoción y venta del producto. Obteniendo la aceptación de los consumidores a través de un diseño bien elaborado la cual obtendrá diferenciarse en un mercado competitivo

### **3.4.- Propuesta Operativa**

Para la elaboración del catálogo fotográfico sobre la indumentaria indígena femenina otavaleña se contó con la ayuda de Sisa Morales, Hilda Males y María Pichamba mujeres dedicadas al diseño, confección y comercialización de estas prendas, diseñadoras quienes nos brindaron su ayuda en la adquisición de las prendas para posteriormente realizar la

sesión fotográfica en diferentes localidades de la ciudad de Otavalo con el propósito de obtener una correcta composición.

### **3.5.- Propuesta Promocional**

El catálogo fotográfico sobre la indumentaria indígena otavaleña femenina considerado como un medio de comunicación el cual ayuda a los comerciantes de la ciudad de Otavalo en el proceso de promoción de su producto, se difundirá como un material impreso y virtual haciendo uso de las redes sociales como por ejemplo el facebook, twiter etc.

### **3.6.- Propuesta Económica**

El catálogo fotográfico sobre la indumentaria indígena femenina otavaleña beneficiara a los comerciantes de la ciudad de Otavalo, ya que a través de su diagramación y diseño permitirá la visualización detalla de la prenda obteniendo la preferencia del consumidor para posteriormente adquirirlo. Medio impreso o digital que posibilita la difusión local, nacional e internacional permitiendo expandir su mercado laboral y obtener mayor ingreso económico a corto y largo plazo.

### **3.7.- Macro localización**

**País:** Ecuador

**Provincia:** Imbabura

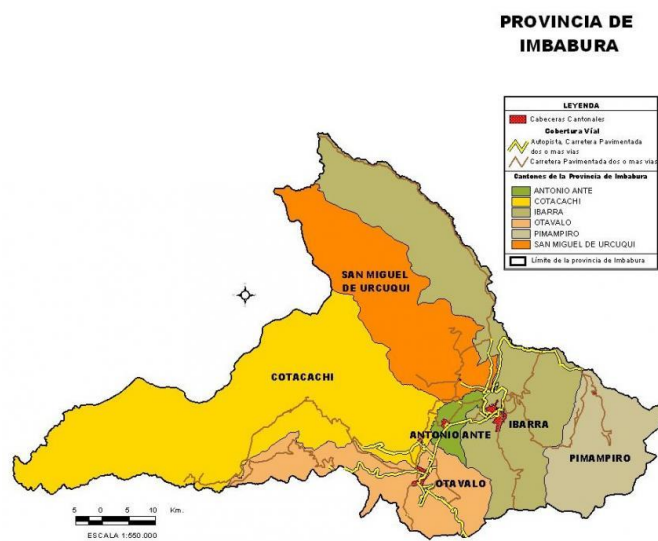
**Cantón:** Otavalo

**Parroquia Urbana:** San Luis



**Gráfico n. ° 26 Tema: Mapa Político del Ecuador**

Fuente: <http://www.laguia2000.com/ecuador/la-independencia-de-ecuador>



**Gráfico n. ° 27 Tema: Mapa de la provincia de Imbabura**

Fuente: <http://imbabura.wordpress.com/2010/05/28/hola-mundo/>

### 3.8.- Micro localización



- **Aspectos presupuestarios.-** definir el tipo de papel y cantidad a imprimir permite tener un valor a utilizar en la materialización del catálogo fotográfico.

### **3.10.- Bruno Munari**

#### **Definición de problema**

Aplicación de métodos inadecuados de promoción para la comercialización de productos

#### **Decisión de la solución**

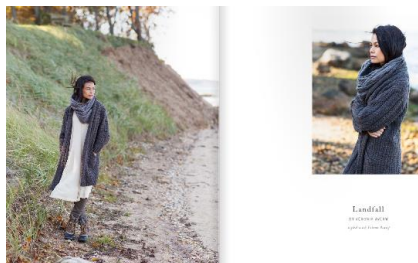
El diseño debe transmitir su identidad en la cromática como en la fotografía, las cuales son puntos importantes en este proyecto dado que se busca la adaptación de la indumentaria y a naturaleza en conjunto con representativos de su cultura con el fin de atraer la atención de sus clientes ayudando así a los comerciantes de esta indumentaria.

#### **Elementos del problema**

- Buscar elementos gráficos que identifiquen la cultura indígena otavaleña.
- Implementación de las redes sociales como un medio de difusión y venta de productos textiles otavaleños.
- Diseñar un manual de identidad corporativa para el uso de la empresa administradora del catálogo.
- Diseñar la propuesta del catálogo.
- Utilización de programas de diseño tales como: Ilustrador, Photoshop, Indesign.

## Recopilación de datos

### BT Winter





**Gráfico n. ° 29 Tema:** Catálogo de ropa

[http://issuu.com/brooklyntweed/docs/wp5\\_lookbook\\_v2.0\\_iss](http://issuu.com/brooklyntweed/docs/wp5_lookbook_v2.0_iss)

### **Análisis de catálogo BT Winter**

Es una revista que hace uso de la plataforma ISSUU para ofrecer a sus clientes sus productos presentando varios planos fotográficos de la prenda con el fin de atraer la atención del futuro consumidor. Esta revista toma como elemento primordial la prenda al momento de diagramar , haciendo poco uso del texto.

### **FASHION KER'S**





**Gráfico n. ° 30** Tema: Catálogo de ropa

<http://fashionkers.com.ec/index.php/lineas-de-ropa>

### **Análisis de catálogo FASHION KER´S**

Es una industria dedicada a la confección, venta y distribución en prendas de vestir, especialmente de la línea informal para damas. En el manejo de su promoción hacen uso del Internet, presentando su catálogo virtualmente, catalogo que da mayor peso en la prenda diseñando la revista para que el consumidor observe mas detalladamente el producto.

### **Khim's**





**Gráfico n. ° 31 Tema: Catálogo de ropa**

<http://khims.com.ec/>

### **Análisis de catálogo Khim's**

Es una empresa ecuatoriana, que se dedica a la elaboración y venta de ropa por catálogo. Marca que hace uso del Internet para llevar a su público ofreciendo varios planos en la cual podrán ver detalladamente la prenda.

### **Análisis de datos**

De acuerdo con lo observado en el manejo de la promoción de producto en el mercado actual, se ha analizado estilos que se adaptarían al mercado otavaleño, que tienen como objetivo la promoción de la indumentaria indígena otavaleña femenina.

### **Creatividad**

La marca wayta fue creada para transmitir la esencia de lo artesanal y lo cultural de los kichwas, palabra kichwa otavaleña que significa flor, adornada (aymara) adornada, engalanada, bien vestida.



**Gráfico n. ° 32 Tema: Bocetos Marca Wayta**

**Fuente:** El autor

- Nombre kichwa
- Rosa, flor, belleza
- Hilo, lana
- Color rosa, fucsia, café
- Delicadeza

## **Verificación**

### **BRIEF**

#### **1.- Historia o antecedentes de la empresa**

Wayta se crea para los comerciantes de la indumentaria indígena otavaleña femenina como medio de publicación en el cual se hará uso de técnicas y teorías del diseño.

#### **2.- Misión**

Ofrecer un diseño y diagramación en la cual se visualice detalladamente la prenda.

### **3.- objetivos de la empresa**

Wayta tiene como objetivo principal crear estrategias para mejorar las condiciones económicas de los comerciantes de indumentaria indígena otavaleña femenina. Ofreciendo un producto de diseño, en el cual se priorizara conceptos de identidad local, haciendo uso de los fundamentos de diseño, fotografía y diseño editorial.

### **4.- Productos y servicios**

Wayta catálogo pionero en promocionar la indumentaria indígena otavaleña femenina, ofrece a los comerciantes la elaboración de un recurso fotográficos, para la difusión de productos artesanales textiles.

### **5.- Frase de la empresa**

Diseño, cultura e innovación otavaleña

### **6.- Mercado objetivo**

El catálogo fotográfico es considerado como un medio promocional por el cual se difundirá la indumentaria indígena otavaleña femenina en el medio local, nacional e internacional. Será de gran ayuda para los comerciantes otavaleño, dado que podrán expandir su mercado laboral.

### **7.- ¿Cómo quiere ser percibido por sus clientes?**

Ser dinámica, emprendedora y promotora de la cultura otavaleña.

### **8.- Diferencia sobre los demás**

El catálogo presentará contenido en el cual se hace el uso de conceptos, técnicas, teorías sobre diseño, comunicando y mejorando las condiciones de la matriz productiva mediante métodos innovadores de promoción de productos artesanales y de confección artesanal.

### **9.- Competencia**

Wayta pionera en la promoción de productos artesanales y culturales otavaleños.

## **10.- Ventajas sobre la competencia**

Wayta presenta diseños acorde a las necesidades del consumidor, analizando el producto y resaltando las ventajas hacia la competencia.

## **11.- Visión**

Ser reconocida en el medio local, nacional e internacional como un medio gráfico pionera en la promoción de indumentaria indígena otavaleña femenina, ofreciendo al mercado laboral estrategias de diseño y difusión acorde a las necesidades del cliente.

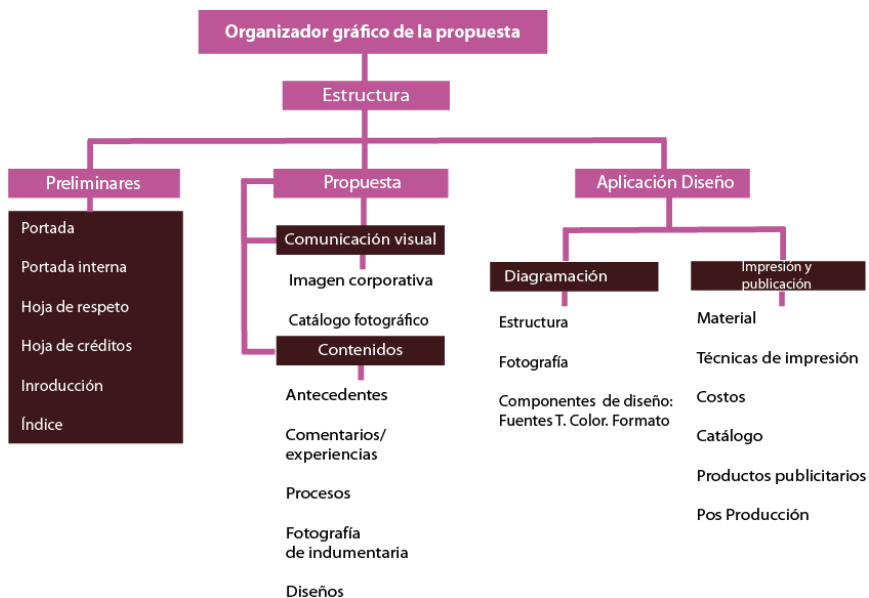
## **Solución final**



*Gráfico n. ° 33 Tema: Marca Wayta*

**Fuente:** El autor

## **Diagrama general de la propuesta**



**Gráfico n. ° 34 Tema: Organizador gráfico de la propuesta**

**Fuente: El autor**



**Gráfico n. ° 35 Tema: Propuesta de marca**

**Fuente: El autor**

### 3.11.- Descripción del diseño de la propuesta

La propuesta se trata de un catálogo fotográfico sobre la indumentaria indígena otavaleña femenina. Para llevar a cabo el proyecto, en primer lugar fue necesario establecer con precisión el contenido que se va a presentar. Para ello, con los datos de los aportes de los comerciantes de la indumentaria se desarrolló el siguiente contenido el cual se divide en cuatro capítulos:

- Comentarios y experiencias
- Procesos
- Fotografía de indumentaria
- Diseños

Una vez establecido los capítulos, se clasificó la información que debía insertarse en cada una de ellas, tanto los datos investigados como fotografías tomadas de la indumentaria.

### 3.12.- Marca

El diseño de la marca ya sea por su nombre y cromática tiene como objetivo representar a la identidad kichwa femenina



Gráfico n. ° 36 Tema: Marca

Fuente: El autor

El logotipo hace referencia al contexto dentro del cual se encuentran la indumentaria indígena otavaleña. El isotipo o símbolo representa hilos el cual es la materia prima al momento de confeccionar la indumentaria.

**Logotipo.-** “Wayta” palabra kichwa que hace referencia a la flor, es el nombre que hace referencia al tema de investigación y a la vez se relaciona con la población haciendo que dicha palabra sea de gran importancia.

- **Cromática.-** La marca tiene un color principal que hace referencia a la tradición de un pueblo y su calidez, un color secundario que dota de feminidad.
- **Tipografía.-** Para la elaboración del imago tipo se usó como referencia la fuente tipográfica conocida como Lady Solarus . Queen .1789 , luego se procedió a realizar las modificaciones según lo planificado. La fuente de la razón social es Optima la cual es un tipo de letra sin adornos lo que permite su correcta lectura y comprensión, siendo agradable a la vista del público. Esta tipografía comunica sencillez, estabilidad, claridad, orden siendo la más adecuada para representar un trabajo de calidad.

La marca a través de varias características llega a ser: identificativo, sencillo, fácil de reconocer y recordar siendo coherente y manteniendo una misma forma en todos sus elementos.

### **3.13.- Identidad corporativa**

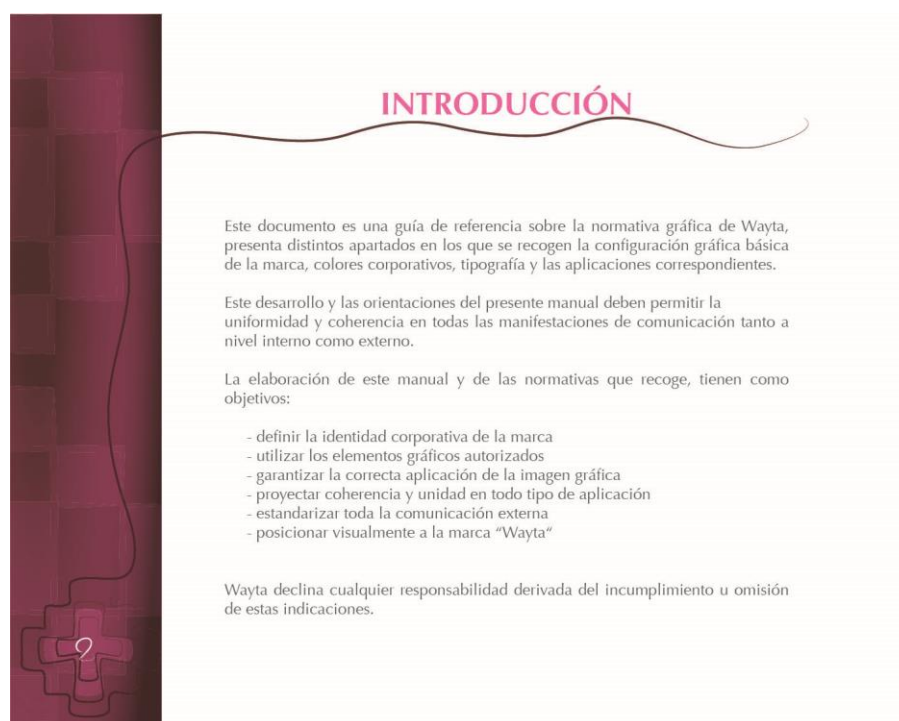
El desarrollo de un negocio o un producto se llega a producir a través de una correcta identidad corporativa, la cual debe tener las mismas características en cada uno de los soportes y elementos en los cuales se plasmará la marca, llegando al consumidor de manera correcta, estableciendo una identidad clara acerca de un producto o servicio.

La identidad corporativa permite la diferenciación entre empresas, marcas, productos y servicios por medio de colores, formas, tipografías, etc., características que se establecen en un manual corporativo por medio de la representación de la marca en varios aspectos que son:



**Gráfico n. ° 37 Tema: Manual de identidad corporativa.**

**Fuente: El autor**



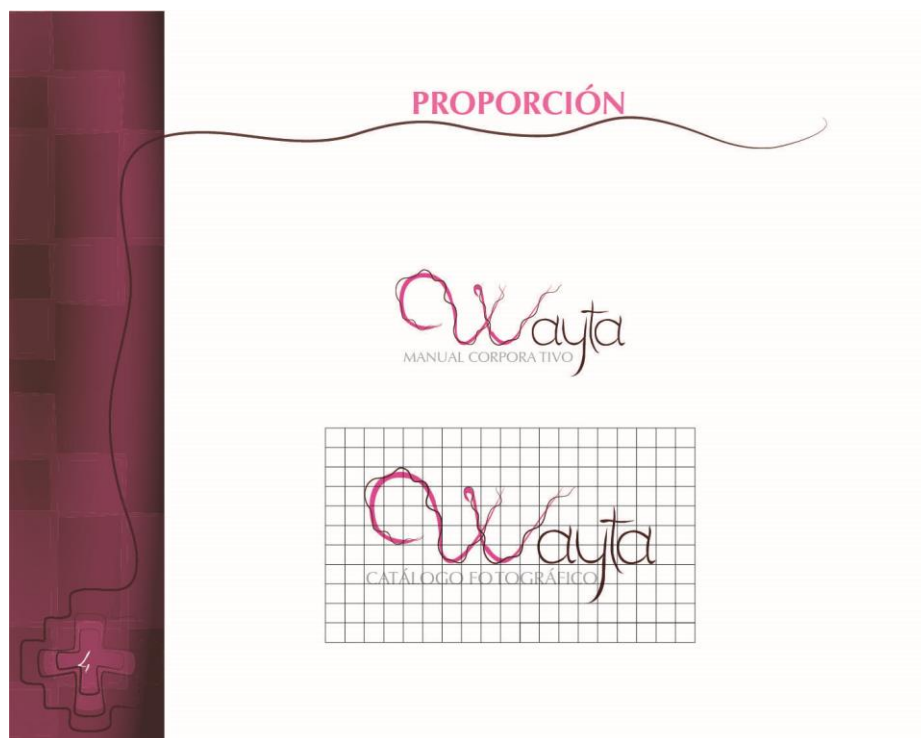
**Gráfico n. ° 38 Tema: Manual de identidad corporativa.**

**Fuente: El autor**



**Gráfico n. ° 39 Tema: Manual de identidad corporativa.**

**Fuente: El autor**



**Gráfico n. ° 40 Tema: Manual de identidad corporativa.**

**Fuente: El autor**



**Gráfico n. ° 41 Tema:** Manual de identidad corporativa.

**Fuente:** El autor



**Gráfico n. ° 42 Tema:** Manual de identidad corporativa.

**Fuente:** El autor

## IMAGOTIPO A BLANCO Y NEGRO

Wayta  
CATÁLOGO FOTOGRÁFICO



**Gráfico n. ° 43** Tema: Manual de identidad corporativa.

**Fuente:** El autor

## TIPOGRAFÍA

Optima

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

ABCDEFGHIJKLMÑOPQRSTUVWXYZ  
XYZ

1 2 3 4 5 6 7 8 9 " · \$ % & / ( ) = ? ^ \* : \_ ;

**Gráfico n. ° 44** Tema: Manual de identidad corporativa.

**Fuente:** El autor



**Gráfico n. ° 45** Tema: Manual de identidad corporativa.

**Fuente:** El autor



**Gráfico n. ° 46** Tema: Manual de identidad corporativa.

**Fuente:** El autor



**Gráfico n. ° 47** Tema: Manual de identidad corporativa.

**Fuente:** El autor

### **3.14.- Estructura del catálogo**

El catálogo fotográfico se estructuró con la ayuda de un programa especializado de diseño llamado InDesign perteneciente a Adobe Creative Suite, dicho programa tiene funciones que permite colocar imágenes y texto de manera que la información sea estructurada correctamente.

Para que la información textual y gráfica sea plasmada adecuadamente fue necesario recurrir a la diagramación de medios impresos que permitió establecer cuadrículas y composiciones utilizadas en la guía gráfica.

Se utilizó la repetición de módulos (cuadrado) la cual forma diez módulos a cada lado, teniendo como resultado una retícula modular lo que permite tener mayor flexibilidad para la distribución de elementos.


**Gráfico n. ° 48** Tema: Estructura del catálogo.

**Fuente:** El autor

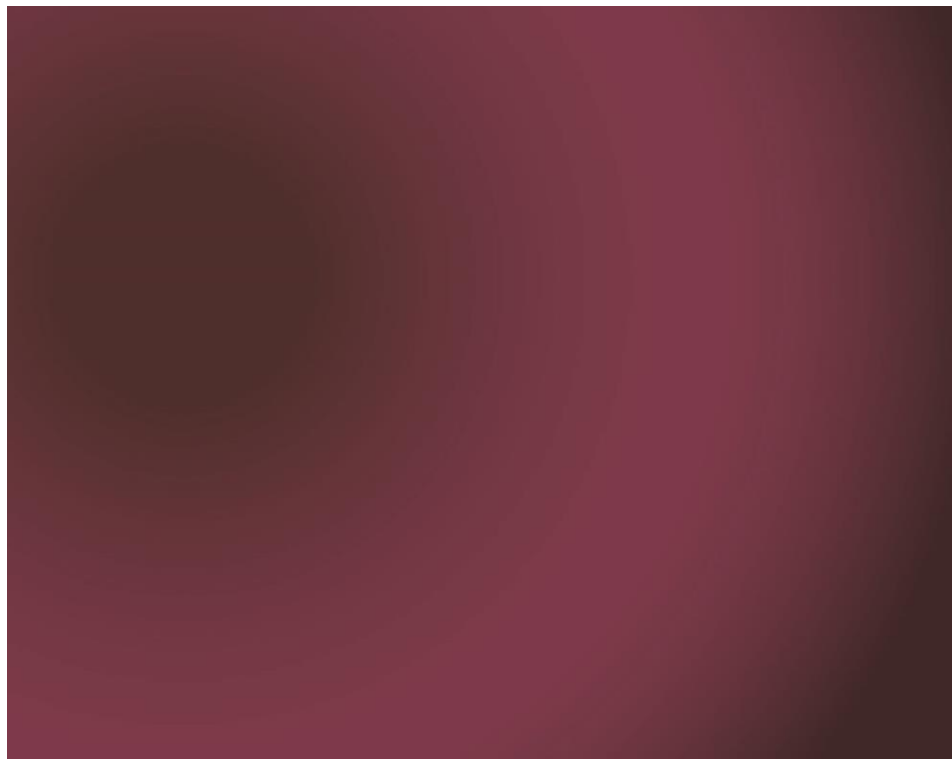
### 3.15.- Diseño del catálogo



**Gráfico n. ° 49** Tema: Portada del Catálogo fotográfico.  
**Fuente:** El autor      **Fotógrafo:** Paul Realpe



**Gráfico n. ° 50** Tema: Contraportada del Catálogo fotográfico.  
**Fuente:** El autor      **Fotógrafo:** Paul Realpe



**Gráfico n. ° 51** Tema: Fondo del Catálogo fotográfico.  
Fuente: El autor      Fotógrafo: Paul Realpe



**Gráfico n. ° 52** Tema: Marca del Catálogo fotográfico.  
Fuente: El autor      Fotógrafo: Paul Realpe



**DISEÑADORA**  
**HILDA MALES**

0987869525

Zhafra

Zhafra

**Zhafra**

2

**Gráfico n. ° 53** Tema: Catálogo fotográfico.  
Fuente: El autor      **Fotógrafo:** Paul Realpe

### BIOGRAFÍA

Hilda Males Anrango joven artista diseñadora de la cultura Otavalo, que ha incursionado con éxito en el campo del Diseño.

Nacida en Otavalo, provincia de Imbabura el 6 de septiembre de 1983, crece en el seno de una familia indígena que mantuvo la tradición del arte manual realizado por las mujeres, en el que la creatividad juega un papel importante al momento de la elaboración de los trabajos.

Desde sus primeros años, Hilda puso de manifiesto sus habilidades; su extraordinaria creatividad se plasmó en trabajos manuales, como, tarjetearías, arreglos florales, su propia indumentaria, entre otros.

Motivada por su afán de seguir creando busca un espacio en el que le fuera posible desarrollar esta aptitud, y se traslada a la ciudad de Quito para estudiar la carrera de Arquitectura Interior, en la Universidad de las Américas.

En el transcurso de su formación profesional obtuvo el primer lugar en el concurso Nacional de Diseño de Muebles MASISA ECUADOR 2007, para luego representar al país en la república Argentina con el Proyecto SIMSI. Se hizo merecedora de un premio en la categoría Arte y Diseño en la Bienal Arte Milenaria 2008, con el Proyecto ÑUCANCHI HOY (Nosotros Hoy). En el 2009 fue elegida como representante de Ecuador junto a otros tres artistas visuales para el proyecto SALPICA organizado por ITP y Patrocinado por el Departamento de Estado de EE.UU. En el 2011 también se le otorga el primer lugar al proyecto FAZ en el concurso nacional de diseño interior IDEA.

3

**Gráfico n. ° 54** Tema: Catálogo fotográfico.  
Fuente: El autor      **Fotógrafo:** Paul Realpe



**Gráfico n. ° 55** Tema: Catálogo fotográfico.  
Fuente: El autor      Fotógrafo: Paul Realpe



**Gráfico n. ° 56** Tema: Catálogo fotográfico.  
Fuente: El autor      Fotógrafo: Paul Realpe



**Gráfico n. ° 57** Tema: Catálogo fotográfico.  
Fuente: El autor      Fotógrafo: Paul Realpe



**ZHAFRA**  
Hilda Males



**Gráfico n. ° 58** Tema: Catálogo fotográfico.  
Fuente: El autor      Fotógrafo: Paul Realpe



**Gráfico n. ° 59** Tema: Catálogo fotográfico.  
Fuente: El autor      Fotógrafo: Paul Realpe



**Gráfico n. ° 60** Tema: Catálogo fotográfico.  
Fuente: El autor      Fotógrafo: Paul Realpe



**Gráfico n. ° 61** Tema: Catálogo fotográfico.  
Fuente: El autor      Fotógrafo: Paul Realpe



**Gráfico n. ° 62** Tema: Catálogo fotográfico.  
Fuente: El autor      Fotógrafo: Paul Realpe



**Gráfico n. ° 63** Tema: Catálogo fotográfico.  
Fuente: El autor      Fotógrafo: Paul Realpe



ZHAFRA  
Hilda Males



**Gráfico n. ° 64** Tema: Catálogo fotográfico.  
Fuente: El autor      Fotógrafo: Paul Realpe



**Gráfico n. ° 65** Tema: Catálogo fotográfico.  
**Fuente:** El autor      **Fotógrafo:** Paul Realpe



**Gráfico n. ° 66** Tema: Catálogo fotográfico.  
**Fuente:** El autor      **Fotógrafo:** Paul Realpe



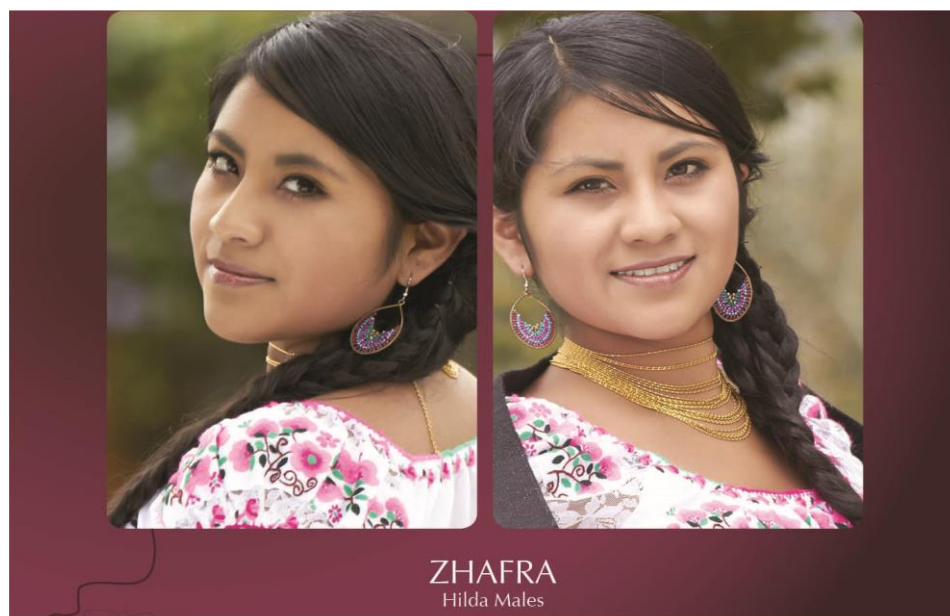
**Gráfico n. ° 67** Tema: Catálogo fotográfico.  
Fuente: El autor      Fotógrafo: Paul Realpe



**Gráfico n. ° 68** Tema: Catálogo fotográfico.  
Fuente: El autor      Fotógrafo: Paul Realpe



**Gráfico n. ° 69** Tema: Catálogo fotográfico.  
Fuente: El autor      **Fotógrafo:** Paul Realpe



**Gráfico n. ° 70** Tema: Catálogo fotográfico.  
Fuente: El autor      **Fotógrafo:** Paul Realpe



**Gráfico n. ° 71** Tema: Catálogo fotográfico.  
Fuente: El autor      Fotógrafo: Paul Realpe



**Gráfico n. ° 72** Tema: Catálogo fotográfico.  
Fuente: El autor      Fotógrafo: Paul Realpe



**DISEÑADORA  
SISA MORALES**

0980956734

f SISA




**Gráfico n. ° 73** Tema: Catálogo fotográfico.  
Fuente: El autor      Fotógrafo: Paul Realpe


SISA MORALES diseñadora de 25 años cuenta que con la ayuda de su madre hizo un estudio antropológico de la cultura indígena y descubrió que los caciques, princesas y demás habitantes utilizaban prendas que tenían cuellos rectangulares, romboídes y redondos que es la tendencia que está imponiendo. Asegura que sus diseños clásicos de cuellos cerrados, con las nuevas formas rectangulares, romboídes, redondos y en V, han tenido aceptación sobre todo en las jóvenes.

**IDENTIDAD**

“En mi familia hay muchas personas creativas, y mis tías disfrutaban las tardes bordando y confeccionando trajes, y me encantaba verlas como cuidaban cada detalle de sus prendas y lo laborioso del bordado. Me animé a hacer una blusa a mi mamá y ella quedó fascinada”, recuerda la joven de 24 años, quien viene de una familia de talentosos artistas: su papá toca flauta en una agrupación, mientras que su mamá interpreta temas populares y sus hermanas bailan danza. Su hermano estudia dibujo.

**INCURSIÓN.**

Desde hace un año decidió formar su microempresa y comercializar sus blusas, para esto combina sus conocimientos académicos con su faceta de diseñadora. Poco a poco estoy avanzando en el negocio. Para la comercialización y promoción me apoyo en las redes sociales, de hecho tengo clientes de Brasil, Colombia, España, Estados Unidos, México.



**Gráfico n. ° 74** Tema: Catálogo fotográfico.  
Fuente: El autor      Fotógrafo: Paul Realpe



**Gráfico n. ° 75** Tema: Catálogo fotográfico.

**Fuente:** El autor

**Fotógrafo:** Paul Realpe



**Gráfico n. ° 76** Tema: Catálogo fotográfico.

**Fuente:** El autor

**Fotógrafo:** Paul Realpe



**Gráfico n. ° 77**Tema: Catálogo fotográfico.  
Fuente: El autor      **Fotógrafo:**Paul Realpe



**Gráfico n. ° 78**Tema: Catálogo fotográfico.  
Fuente: El autor      **Fotógrafo:**Paul Realpe



**Gráfico n. ° 79**Tema: Catálogo fotográfico.  
**Fuente:** El autor      **Fotógrafo:**Paul Realpe



**Gráfico n. ° 80**Tema: Catálogo fotográfico.  
**Fuente:** El autor      **Fotógrafo:**Paul Realpe



**Gráfico n. ° 81** Tema: Catálogo fotográfico.  
Fuente: El autor      Fotógrafo: Paul Realpe



**Gráfico n. ° 82** Tema: Catálogo fotográfico.  
Fuente: El autor      Fotógrafo: Paul Realpe



**Gráfico n. ° 83** Tema: Catálogo fotográfico.  
Fuente: El autor      Fotógrafo: Paul Realpe



**Gráfico n. ° 84** Tema: Catálogo fotográfico.  
Fuente: El autor      Fotógrafo: Paul Realpe



**Gráfico n. ° 85** Tema: Catálogo fotográfico.  
Fuente: El autor      Fotógrafo: Paul Realpe



**Gráfico n. ° 86** Tema: Catálogo fotográfico.  
Fuente: El autor      Fotógrafo: Paul Realpe



Bordados y Confecciones  
**PICHAMBA**

DISEÑADORA  
MARIA PICHAMBA

 0997896273

 PICHAMBA



**Gráfico n. ° 87** Tema: Catálogo fotográfico.  
Fuente: El autor      Fotógrafo: Paul Realpe


### BIOGRAFÍA

María Pichamba diseñadora de la cultura Otavalo, que ha incursionado con éxito en el campo del Diseño.

Nacida en Peguche, provincia de Imbabura el 12 de agosto de 1970, crece en el seno de una familia indígena que mantuvo la tradición del arte manual realizado por las mujeres, en el que la creatividad juega un papel importante al momento de la elaboración de los trabajos.

Desde sus primeros años, María puso de manifiesto sus habilidades, extraordinaria creatividad plasmada en sus diseños. Motivada por su afán de seguir creando busca un espacio en el que le fuera posible desarrollar esta aptitud.

Desde hace cuatro años María Pichamba viaja a Colombia en compañía de su esposo para ofrecer sus diseños instalándose en ferias o lugares concurridos.



**Gráfico n. ° 88** Tema: Catálogo fotográfico.  
Fuente: El autor      Fotógrafo: Paul Realpe



**Gráfico n. ° 89** Tema: Catálogo fotográfico.  
Fuente: El autor      Fotógrafo: Paul Realpe



**Gráfico n. ° 90** Tema: Catálogo fotográfico.  
Fuente: El autor      Fotógrafo: Paul Realpe



**Gráfico n. ° 91** Tema: Catálogo fotográfico.  
Fuente: El autor      Fotógrafo: Paul Realpe



**Gráfico n. ° 92** Tema: Catálogo fotográfico.  
Fuente: El autor      Fotógrafo: Paul Realpe



**Gráfico n. ° 93** Tema: Catálogo fotográfico.  
Fuente: El autor      Fotógrafo: Paul Realpe



PICHAMBA  
Rosa Pichamba



**Gráfico n. ° 94** Tema: Catálogo fotográfico.  
Fuente: El autor      Fotógrafo: Paul Realpe



**Gráfico n. ° 95** Tema: Catálogo fotográfico.  
Fuente: El autor      Fotógrafo: Paul Realpe



**Gráfico n. ° 96** Tema: Catálogo fotográfico.  
Fuente: El autor      Fotógrafo: Paul Realpe



**Gráfico n. ° 97** Tema: Catálogo fotográfico.  
Fuente: El autor      Fotógrafo: Paul Realpe



**Gráfico n. ° 98** Tema: Catálogo fotográfico.  
Fuente: El autor      Fotógrafo: Paul Realpe



**Gráfico n. ° 99** Tema: Catálogo fotográfico.  
Fuente: El autor      Fotógrafo: Paul Realpe



**Gráfico n. ° 100** Tema: Catálogo fotográfico.  
Fuente: El autor      Fotógrafo: Paul Realpe



**Gráfico n. ° 101** Tema: Catálogo fotográfico.  
Fuente: El autor      Fotógrafo: Paul Realpe



**Gráfico n. ° 102** Tema: Catálogo fotográfico.  
Fuente: El autor      Fotógrafo: Paul Realpe



**Gráfico n. ° 103** Tema: Catálogo fotográfico.  
Fuente: El autor      Fotógrafo: Paul Realpe



**Gráfico n. ° 104** Tema: Catálogo fotográfico.  
Fuente: El autor      Fotógrafo: Paul Realpe



**Gráfico n. ° 105** Tema: Catálogo fotográfico.  
Fuente: El autor      Fotógrafo: Paul Realpe



**Gráfico n. ° 106** Tema: Catálogo fotográfico.  
Fuente: El autor      Fotógrafo: Paul Realpe



**Gráfico n. ° 107** Tema: Catálogo fotográfico.  
Fuente: El autor      Fotógrafo: Paul Realpe



**Gráfico n. ° 108** Tema: Catálogo fotográfico.  
Fuente: El autor      Fotógrafo: Paul Realpe



**Gráfico n. ° 109** Tema: Catálogo fotográfico.  
Fuente: El autor      Fotógrafo: Paul Realpe



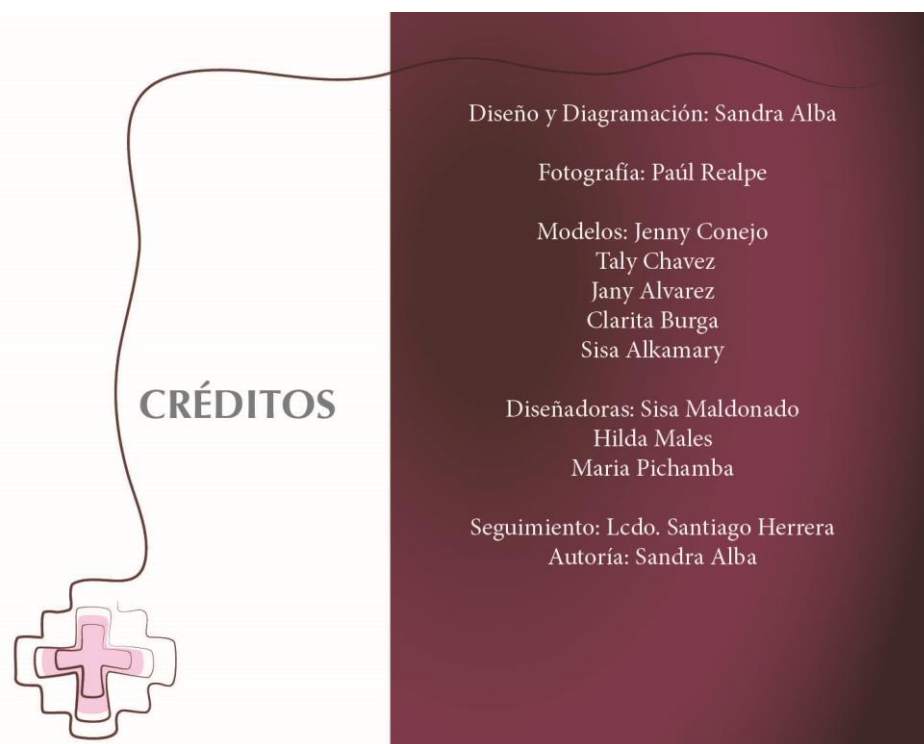
**Gráfico n. ° 110** Tema: Catálogo fotográfico.  
Fuente: El autor      Fotógrafo: Paul Realpe



**Gráfico n. ° 111** Tema: Catálogo fotográfico.  
**Fuente:** El autor      **Fotógrafo:** Paul Realpe



**Gráfico n. ° 112** Tema: Catálogo fotográfico.  
**Fuente:** El autor      **Fotógrafo:** Paul Realpe



**Gráfico n. ° 113** Tema: Créditos  
**Fuente:** El autor      **Fotógrafo:** Paul Realpe



**Gráfico n. ° 114** Tema: Contraportada del Catálogo fotográfico.  
**Fuente:** El autor      **Fotógrafo:** Paul Realpe

### 3.16.- Catálogo digital



**Gráfico n. ° 115** Tema: Catálogo fotográfico digital  
**Fuente:** El autor      **Fotógrafo:** Paul Realpe

### 3.17.- Estrategia de difusión

El catálogo fotográfico sobre la indumentaria indígena otavaleña femenina considerado como un medio de comunicación el cual ayuda a los comerciantes de la ciudad de Otavalo en el proceso de promoción de su producto, se difundirá como un material impreso y virtual haciendo uso de las redes sociales como por ejemplo el facebook, twitter etc.

### 3.18.- Estrategia de comercialización

Wayta está enfocada en el estudio y empleo de aplicaciones graficas en la promoción de indumentaria indígena otavaleña femenina, empleando un diseño acorde a las exigencia del consumidor en la cual se representara la identidad kichwa. La aplicación de fotografías hechas en espacios turísticos propios de la ciudad será un punto principal en la propuesta dado que se promocionara la artesanía textil y a su vez Otavalo.

### **3.19.- Conclusión del capítulo**

Se elaboró el catálogo fotográfico sobre la indumentaria indígena femenina otavaleña para los comerciantes de la parroquia urbana San Luis del cantón Otavalo, que constituye un nuevo medio de difusión, acorde con las exigencias del consumidor, apoyado en una diagramación que posibilita el acceso a las prendas y atuendos de la identidad indígena femenina otavaleña, representativos de la cultura kichwa.

### **3.20.-Recomendación de la propuesta**

Se recomienda la difusión de un catalogo fotográfico de la indumentaria indígena femenina otavaleña a los comerciantes, para estimular su preferencia en el mercado.

### 3.21.- Presupuesto

Para la presente investigación fue necesario seguir determinados pasos durante el proceso, lo que ha generado gastos de diferente índole, siendo necesarios para dar continuación al estudio del tema tratado.

El presupuesto también contempla la materialización del catálogo fotográfico de manera impresa.

<b>PRESUPUESTO (GASTOS UNIVERSIDAD DE OTAVALO)</b>		
<b>Concepto</b>	<b>Descripción</b>	<b>Costo \$</b>
Libro		40.00
Seguimiento de la tesis		1,400.00
<b>TOTAL</b>		<b>1,440.00</b>

*Tabla n. ° 20 Tema: Gastos Universidad de Otavalo*

<b>PRESUPUESTO (GASTOS GENERALES)</b>		
<b>Concepto</b>	<b>Descripción</b>	<b>Costo \$</b>
Papeleria (resmas,copias)		25.00
Empastes		70.00
Teléfono móvil		40.00
Impresiones		140.00
Transporte		30.00
<b>TOTAL</b>		<b>305.00</b>

*Tabla n. ° 21 Tema: Gastos Generales*

<b>PRESUPUESTO (PROPUESTA)</b>		
<b>Concepto</b>	<b>Descripción</b>	<b>Costo \$</b>
Fotógrafo		400.00
Locación		30.00
Modelos		50.00
Transporte		20.00
Alimentación		30.00
Impresión de la propuesta	Impresión del catálogo fotográfico formato 22cm x 19cm. Packaging del catálogo	75.00
<b>TOTAL</b>		<b>605.00</b>

*Tabla n. ° 22 Tema:* Presupuesto Propuesta

### **Conclusiones**

El estudio realizado ha evidenciado la escasa información sobre la indumentaria indígena femenina otavaleña, consecuencia de un insuficiente estudio de la cultura kichwa.

El diagnóstico efectuado para el diseño de un catálogo fotográfico relativo a la cultura indígena femenina otavaleña, es una solución a la problemática que ocasiona la insuficiencia de medios promocionales al respecto.

Se denomina Wayta a la propuesta planteada en el trabajo de investigación, por ser un vocablo de la cultura kichwa que significa Flor y se identifica con el colorido de la indumentaria indígena femenina otavaleña.

### **Recomendaciones**

Se recomienda al IOA (Instituto Otavaleño de Antropología) centrar estudios relativos a la preservación de la indumentaria indígena femenina otavaleña con el propósito de socializarlos y salvaguardar la identidad indígena.

Se sugiere a la Universidad de Otavalo, al centro de idiomas ampliar el espectro curricular relativo a la lengua Kichwa combinado con la indumentaria indígena femenina otavaleña.

## Bibliografía

- Ambrose, G., Harris, P. (2008). *Layout. Contexto histórico*. España: Parramón.
- Ambrose, G., Harris, P. (2008). *Layout. Principios clásicos*. España: Parramón.
- Ambrose, G., Harris, P. (2008). *Layout. Metodologías*. España: Parramón.
- Ambrose, G., Harris, P. (2008). *Layout. Enfoques del diseño*. España: Parramón.
- Arens, F. W.; Weigold, F. M.; Arens, C., (2008). *Publicidad*. (11ª edición) México: McGraw – Hill.
- Best, K., (2007). *Management del diseño*. España: Parramon.
- Buitrón, A. (1971) *El valle del amanecer*. Instituto Otavaleño de Antropología IOA. Quito: Talleres Gráficos del Inst. Geográfico Militar.
- Caldas, J. (1933) *Diario de viajes de Francisco José de Caldas*. Sevilla: Gedisa.
- Grafitat. (2013) BID12, itinerancia en Cuenca 2013. Recuperado 30, 04, 2013. Disponible en: <http://www.grafitat.com/2013/03/30/bid12-itinerancia-en-cuenca-2013/> en: <http://www.herbugstudio.com/importancia-del-diseno-grafico-en-la-publicidad>
- Gil, A. (2010) El Diseño de Canarias galardonado a nivel mundial. Recuperado 15, 05, 2013. Disponible en: <http://www.canariascreativa.com/index.php?mod=noticias&file=noticia&id=196>
- Herbug, (2011) Importancia del Diseño Gráfico en la Publicidad, Recuperado 15, 05, 2014. Disponible en: <http://www.herbugstudio.com/importancia-del-diseno-grafico-en-la-publicidad>
- Hurtado, S., (s.f.). Tendencias contemporáneas del diseño gráfico. Recuperado 29, 04, 2013. Disponible en: [http://fido.palermo.edu/servicios\\_dyc/encuentro2007/02\\_auspicios\\_publicaciones/actas\\_diseno/articulos\\_pdf/A6040.pdf](http://fido.palermo.edu/servicios_dyc/encuentro2007/02_auspicios_publicaciones/actas_diseno/articulos_pdf/A6040.pdf)
- Historia del Diseño Gráfico en Ecuador 1970-2005. (2011). Recuperado 29, 04, 2013 Disponible en: <http://www.historiadisenos.ec/historia.php?c=1281>
- Jaramillo, H. (1990). Cultura y Creatividad en la región de Otavalo: *Sarance*, 22, 99-100.
- Jaramillo, H. (1990). El bordado en la indumentaria Indígena de Otavalo: *Sarance*, 22, 113-121.
- Jaramillo, H. (1991). Indumentaria Indígena de Otavalo: *Sarance*, 14, 127-139.

- Mafer, A. (2011) El Diseño en Ecuador. Recuperado 30, 04, 2013. Disponible en: <http://www.vistazo.com/impresia/entretiempp/imprimir.php?Vistazo.com&id=4714>
- Mónica Gonzáles. (2012). Recuperado 16, 05, 2014 Disponible en: <http://mglfotografiamoda.blogspot.com/2012/08/en-nuestra-primera-clase-de-fotografia.html>
- Vukusic, N., Labudovic A., (2009) *El todo en uno del diseñador gráfico*. España: Promopress.