

TRABAJO FINAL DE GRADO

Licenciatura de Diseño de Indumentaria y Textil.

Universidad Empresarial Siglo 21

Identidad Marca País:

Revalorización de la simbología en los textiles collas del noroeste argentino para la producción de indumentaria y accesorios.



Paula Molina

Legajo: IND 00335

DNI: 35.577.322

Docente: Anna Cubeiro

Córdoba

26 de junio de 2022

Dedico este trabajo a mi familia, por brindarme amor y valores para conseguir todo aquello que me he propuesto.

A mis amigos, por sus consejos y comprensión cuando me sentía cansada y sin motivación para de seguir adelante con mis estudios.

A mis profesores, que estuvieron siempre presentes dando lo mejor de sí para dictar clases entretenidas y con contenido útil para mi futura vida profesional.

A Dios, quien supo guiarme por el buen camino dándome inteligencia y tenacidad para resolver los problemas que se me presentaron a lo largo de mi carrera universitaria.

Y a mi persona, por siempre pensar que el destino no existe, sino que hay que conquistarlo diariamente con acciones concretas para hacer realidad todo lo que uno desea lograr en la vida.

Resumen:

El siguiente proyecto de aplicación profesional realizado como trabajo final de graduación para aspirar a la Licenciatura de Diseño de Indumentaria y Textil, se constituye en el desarrollo integral de una Marca País Argentina, que diseñe prendas y accesorios reivindicando la cultura aborígen del noroeste argentino.

Se investigó la historia del pueblo colla, la herencia textil del noroeste y su mestizaje con la cultura europea. Se analizó el proceso de tejeduría y los tintes naturales utilizados por ellos como así también la simbología colla expresada en su vestimenta tradicional.

Luego se trató el tema de las celebraciones típicas como el carnaval de Humahuaca y la fiesta de la Pachamama y se analizó la morfología única del Cerro de los Siete Colores.

Se investigó la hibridación de los pueblos originarios con la moda urbana y los fundamentos para la implementación de una Marca País Argentina.

Posteriormente se realizó una encuesta para conocer a qué tipo de público se dirige este emprendimiento, que simbología en los estampados son los más representativos del noroeste argentino información que complementa el análisis anteriormente expuesto.

Finalmente se diseñó una colección de prendas y accesorios con estilo autóctono inspirado en la moda urbana prêt-à-porter.

Palabras Claves: Marca País Argentina, cultura aborígen del noroeste argentino, hibridación, simbología, autóctono y prêt-à-porter.

Abstract:

The following project of professional application made as a final graduation work, to aspire to the Bachelor of Clothing and Textile Design, is constituted in the integral development of an Argentine Country Brand, which designs garments and accessories reclaiming the aboriginal culture of the Argentine Northwest.

The history of the Colla people, the textile heritage of the northwest and its miscegenation with European culture were investigated. Then, the weaving process and the natural dyes used by them were analyzed, as well as the Colla's symbology expressed in their traditional clothing.

Were analyzed the topic of the Humahuaca's carnival, the Pachamama's festival and the unique morphology of the Cerro de los Siete Colores.

Finally, the hybridization of native peoples with urban fashion and the foundations for the implementation of an Argentine Country Brand were analyzed.

Subsequently, a survey was developed to find out what type of public this undertaking is aimed at which symbols in the prints are the most representative of northwestern Argentina, information that complements the previously exposed analysis.

Finally, a collection of garments and accessories with an autochthonous style inspired by urban prêt-à-porter fashion was designed.

Keywords: Argentine Country Brand, aboriginal culture of the Argentine Northwest, symbology, hybridization, autochthonous and prêt-à-porter.

Índice:

Capítulo 1

1.1-Tema-----	9
1.2- Formulación del problema-----	10
1.3- Descomposición del problema -----	10
1.4. Objetivo general del proyecto-----	10
1.5-Objetivos específicos-----	10
1.6-Justificación-----	11

Capítulo 2: Marco Teórico

2.1- Historia del pueblo originario colla-----	14
2.2 -Herencia textil del Noroeste argentino y su mestizaje-----	16
2.3- Proceso de tejeduría de los collas-----	17
2.4- Tintes naturales-----	20
2.5- Simbología Colla-----	23
2.6- Vestimenta tradicional del pueblo colla-----	29
2.7- Carnaval de Humahuaca, festival mestizado-----	32
2.8- Celebración de la Pachamama-----	33
2.9- La paleta de colores única del Cerro de los Siete Colores-----	33
2.10- Hibridación de los pueblos originarios con la moda urbana-----	35
2.11- Marca País Argentina: Fundamentos para su implementación-----	36
2.12- Conclusión del Marco Teórico-----	38

Capítulo 3

3.1- Metodología de la investigación-----	39
3.2- Fichas técnicas del diseño metodológico-----	39
3.3- Explicación del diseño metodológico de la encuesta-----	41
3.4- Explicación del diseño metodológico de las entrevistas-----	41
3.5- Explicación del diseño metodológico de la guía de observación-----	42
3.6- Encuesta a los usuarios-----	42
3.7- Cuestionario de la entrevista realizada a la artesana-----	47
3.8- Cuestionario de la entrevista realizada a la antropóloga-----	48
3.9- Guía de pautas para la observación de campo-----	48
3.10- Grilla de antecedentes para la línea de indumentaria y accesorios-----	49
3.11- Explicación de la grilla de antecedentes-----	54
3.12- Conclusión final del capítulo -----	56

Capítulo 4:

4.1- Análisis de los resultados de la encuesta a los usuarios-----	57
4.2.- Análisis de la entrevista realizada a la artesana-----	58
4.3- Análisis de la entrevista realizada a la antropóloga-----	60
4.4 -Análisis de la observación de campo realizada a la artesana-----	61
4.5- Conclusión final del capítulo-----	66

Capítulo 5:

5.1- Concepto de diseño-----	67
5.2.- Objetivo principal de aplicación-----	67
5.3- Objetivo específico de aplicación-----	67
5.4 -Programa de diseño y requerimientos-----	68
5.5- Diagrama del plan de trabajo y entregables-----	70

Capítulo 6:

6.1- Alternativa de diseño: Moodboard de inspiración-----	71
6.2- Moodboard del usuario-----	73
6.3- Colección colores Ancestrales-----	74
6.4- Figurines-----	76
6.5- Línea de accesorios-----	85
6.6- Cuadro de tipologías-----	90
6.7- Constantes y variables-----	92

Capítulo 7:

7.1- Propuesta final de diseño: Fichas técnicas-----	94
7.2- Cartas de texturas -----	104
7.3- Prototipos: Fotos Colección de Indumentaria Colores Ancestrales-----	108
7.4- Prototipos: Fotos Colección de Accesorios Colores Ancestrales-----	112

Capítulo 8: Propuesta Final de Marca

8.1- Identidad de Marca: Análisis de FODA para la compañía 7 Colores -----	117
8.2- Conclusión resultante del análisis FODA-----	121
8.3- Declaraciones de negocio, visión, misión y valores empresariales -----	122
8.4- Logo de la Marca País Argentina Siete Colores-----	124
8.5--Etiquetas de los Productos-----	125
8.6- Packaging: embalajes de los productos-----	129
8.7- Diseño de la tienda física-----	131
8.8- Estrategias de comunicación y comercialización-----	133
8.9- Análisis de costos-----	136
8.10- Conclusión del análisis de costos -----	138
8.11- Conclusión del trabajo final de grado-----	139
Bibliografía-----	142
Índice de Tablas-----	144
Índice de Figuras-----	145
Índice de Gráficos Anexos-----	148
Índice de Figuras Anexas-----	149
Anexo número 1: Metodología de la investigación -----	152
Anexo número 2: Gráficos y explicación de la encuesta -----	155
Anexo número 3: Entrevistas-----	164
Anexo número 4: Fotos del proceso de tejeduría-----	170
Anexo número 5: Etiquetas Explicativas de la Simbología Colla-----	176
Anexo número 6: Colección Colores Ancestrales de Indumentaria y Accesorios-----	183

Capítulo 1

1.1 Tema:

Los pueblos originarios de América con la llegada de los conquistadores, no pudieron desarrollar con plenitud su cultura, ya que empezaron a mestizarse asumiendo paulatinamente como propios los usos y costumbres de los colonizadores españoles.

En el noroeste del territorio argentino se establecieron grupos de aborígenes que inmigraron del Alto Perú y Bolivia, desencadenando un proceso de constante intercambio e hibridación de los cuales los Collas no fueron ajenos (Iglesias y Gordillo 1999).

Las poblaciones originarias sufrieron el sometimiento tanto político como religioso a partir de la invasión española, desarrollada en el siglo XVI incorporando abruptamente un nuevo sistema de vida, lo cual generó una ruptura de su sistema sociocultural.

Los Collas aprovechaban los recursos naturales que lo rodeaban siendo respetuosos con el medio ambiente y le rendían culto a la llama, a la alpaca, al guanaco y a la vicuña, ya que estos animales no solo eran utilizados como medio de transporte y carga sino que también servían de alimento y sus pieles se empleaban para elaborar sus viviendas y vestimentas, lo cual resultó una de las mayores novedades para los colonizadores, debido a la inexistencia de estas fibras animales en el continente europeo (Muñoz,1987).

Este trabajo final de grado tiene el objetivo de reivindicar la cultura Colla a través de sus textiles para así desarrollar una línea de indumentaria prêt-à-porter y de accesorios que sean utilizados por las mujeres que habitan en las ciudades y que deseen celebrar esta rica cultura.

1.2 Formulación del Problema:

¿Qué diseños y materiales debe tener una Marca País que represente al noroeste argentino, reivindicando a la cultura Colla?

1.3- Descomposición del Problema:

- ✓ ¿Qué significado concreto tiene la simbología, la trama y los colores en la indumentaria Colla?
- ✓ ¿Qué tipo de telas y qué técnicas utilizaron los Collas para fabricar las prendas y los accesorios empleados habitualmente?
- ✓ ¿Cómo cambiaba su vestimenta típica según las diferentes estaciones del año?
- ✓ ¿A qué tipo de público se dirige este proyecto y qué características debería tener para ser una Marca País?
- ✓ ¿Existe actualmente indumentaria femenina prêt-à-porter con simbología Colla que se venda en los diferentes centros comerciales de Argentina?

1.4- Objetivo general del proyecto:

- ✓ Crear una marca de prendas y accesorios destinados a mujeres urbanas, revalorizando los textiles y los símbolos Collas para que el cliente se sienta identificado a través de la indumentaria de origen nacional con el noroeste argentino.

1.5- Objetivos específicos:

- ✓ Investigar sobre la cultura, historia, y costumbres Collas.
- ✓ Investigar el significado de su simbología expresada en su alfarería y textiles.
- ✓ Analizar las características socioculturales del usuario al que apunta la marca.
- ✓ Identificar cuáles son los hábitos, preferencias y costumbres del mercado meta.

- ✓ Resignificar y rescatar la iconografía autóctona del Noroeste Argentino.
- ✓ Analizar la vinculación de la artesanía con la identidad aborígen.
- ✓ Investigar las técnicas que utilizaron los Collas para la confección de sus prendas, reinventando sus diseños.

1.6 - Justificación:

En las grandes ciudades los diseñadores siguen los parámetros de la moda europea para llevar a cabo sus colecciones de temporada, ya que estas tendencias resultan más rentables en términos de ventas. Mientras esta vorágine ocurre en las urbes, en el noroeste de Argentina se encuentra el pueblo originario Colla, que lucha día a día para mantener viva sus raíces y su cultura a través de la confección de hilados y de artesanías.

Estas creaciones, sin embargo, no llegan a tener acceso en los shoppings de las ciudades más importantes de nuestro país y quedan relegadas en comercios que se dedican a la venta de productos autóctonos.

Así como existen empresas que confeccionan prendas que remiten al campo, a la frescura de las hierbas, a los ríos, a la naturaleza, a los caballos y a los cultivos. Esta marca país pretende que el mercado meta al cual se dirige se identifique con las bellezas naturales del noroeste argentino como la Quebrada de Humahuaca que presenta valles desérticos con acantilados irregulares de múltiples colores, con las Salinas Grandes una llanura de sal blanca como la nieve, con la riqueza de su flora y de su fauna compuesta por las características llamas, vicuñas y alpacas.

Después de lo anteriormente expuesto cabe la siguiente pregunta: ¿Qué aporta esta investigación? Permite rescatar la iconografía del trabajo textil colla que se transmite oralmente de generación en generación y expandir el mercado de diseño con esta temática a nivel nacional.

Actualmente, la moda autóctona del noroeste argentino hibridada con la indumentaria urbana no es tenida en cuenta como materia de diseño comercial. Tampoco se han observado marcas que se dediquen a confeccionar prendas con estas características como sí sucede con la temática del campo y todo lo relacionado a él.

Existen, sin embargo, diseñadores de alta costura como Francisco Ayala, Marcelo Senra, Martín Churba, Mariana Diappiano y Araceli Pourcel que han realizado reivindicaciones de la cultura aborígen focalizándose en algunas colecciones y no en la fabricación permanente de diseños con esta impronta ya que ellos se dedican a las prendas por encargo y no a la fabricación en serie de las mismas.

La segunda pregunta que se genera es: ¿Quiénes se benefician con este proyecto? Las mujeres que aprecien un producto diferenciado por su calidad de diseño y que se sientan identificadas con las raíces autóctonas del noroeste argentino. Usando las sucesivas colecciones de temporada y los accesorios diseñados como un medio para mostrar la rica cultura argentina y el orgullo que sienten de formar parte de ella.

Finalmente surge un último interrogante: ¿Cuál es el impacto esperado de este proyecto? Teniendo en cuenta lo expresado por Wucius Wong (1995) en su libro Fundamentos del Diseño, para que un producto se pueda integrar al mercado sin ocasionar choques culturales o sociales, se debe llevar a cabo un proceso de creación funcional donde el diseño no es sólo el embellecimiento de un objeto, sino que también debe cumplir con exigencias prácticas y funcionales.

Teniendo en cuenta el concepto anteriormente mencionado, se espera que en el futuro esta marca sea reconocida a nivel internacional pudiéndose exportar al resto del mundo textiles resignificados que revaloricen a los pueblos aborígenes del noroeste argentino, para que no queden relegados a una región y se pierdan con el transcurso del tiempo. En concreto, se

pretende recuperar los saberes ancestrales, las tradiciones y la simbología de la cultura colla que se reinterpretan a través de las sucesivas colecciones de temporada.

Esta marca busca valorar la riqueza de lo existente en cada cultura y que se traduzcan en diseños que reflejen la multiplicidad de influencias como rasgo esencial.

Capítulo 2

Marco Teórico

2.1- Historia del pueblo originario Colla:

Antes de la llegada de los colonizadores a lo que es actualmente el territorio americano y específicamente el noroeste argentino, esta región estaba habitada por aproximadamente 200.000 diaguitas o también conocidos como calchaquíes.

Formaban parte de este pueblo los chicoanas, los tolombones, los pulares, los tafis, los quilmes y los yocaviles entre otros. Eran sedentarios, cultivaban el maíz, la quínoa, el poroto y el zapallo, criaban la llama, la vicuña y el guanaco que eran utilizados como medio de transporte y carga. Con la lana de estos animales se realizaban tejidos que se emplearían posteriormente, en sus vestimentas y utilizaban el cuero para confeccionar sus calzados.

Se dedicaban a la cerámica y a la orfebrería trabajando el oro y la plata. Adoraban fenómenos naturales como el relámpago y el trueno, además del sol al que denominaban Inti y a la tierra a la cual llamaban Pachamama. (Briones, 2005)

Hasta el siglo XV estuvieron bajo el dominio de los Incas los cuales remplazaron su idioma originario el cacán, por el quechua y además se le sumaron otros grupos de aborígenes como los chichas, lo cual fue el inicio del mestizaje de los diaguitas.

Posteriormente en el siglo XVI, fueron colonizados por los conquistadores, quienes modificaron su sistema sociocultural y continuaron el mestizaje de estos aborígenes con la población europea ya que los españoles tenían descendencia con los diaguitas. (Flores., 2016)

Los collas formaron parte de los omaguacas, los atacamas, los aimaras y los diaguitas que se asentaron en la Puna argentina, específicamente en las provincias de Salta y Jujuy, actualmente su población es de 30.019 personas. (Douglas, 1978).

En el pasado, los collas vivían en pequeñas comunidades llamadas Ayllus, que estaban organizadas según el nivel espiritual, de mando y de parentesco.

El cacique o curaca era el jefe de la tribu y su función consistía en autorizar guerras, resolver conflictos, aplicar reglas de convivencia e infringir el castigo correspondiente a quienes no las cumplieran.

El chaman realizaba curaciones, rituales y también se encargaba de interpretar las visiones provenientes del consumo de plantas alucinógenas. Posteriormente, estas se plasmaban en imágenes las cuales formaban parte de la simbología representativa de la comunidad y que serían utilizadas en su orfebrería, en sus cerámicas y en los textiles.

Las representaciones pictóricas, dieron origen a una simbología la cual formaba parte de un código que era utilizado para prolongar el conocimiento y la historia de sus poblaciones, siendo utilizado como talismanes protectores y como una forma de identificar a los diferentes integrantes de sus comunidades (Ortiz Garmendia, 1996).

También formaban parte de los ayllus los guerreros, los comerciantes y los tejedores, que representaban la problemática social y cultural de los collas a través de las imágenes plasmadas en sus tejidos.

En la cosmología colla se pueden encontrar seres fantásticos, fuerzas ocultas y la realización de rituales para acercarse a sus dioses, ya que profesaban el panteísmo naturalista rindiendo culto a la tierra, al sol y a diversos fenómenos naturales. (Beckett ,1988)

Algunas de sus celebraciones son la señalada en la cual marcan a los animales para distinguir quién es su dueño, el floreo donde se pide protección para éstos a través de la confección de flores de lana, que se colocan en las orejas del ganado. La apacheta que consiste en la colocación de ofrendas en una especie de templo comunitario hecho con piedras, la vilancha que es un ritual el cual exige el sacrificio de un macho cabrío para que fluya el poder hacia la comunidad en términos de vida, fertilidad y salud. La capadura que consiste en extirpar los genitales de los machos con la finalidad de engordarlos y venderlos a mejor precio.

En el mes de abril cuando los animales bajan de la cordillera se lleva a cabo la señalada, el floreo, la capadura y la vilancha. El sacrificio es realizado por el chamán o guía espiritual acompañado de rogativas y bebidas típicas en agradecimiento a la tierra.

Las apachetas ubicadas a un costado de los caminos, son altares que simbolizan a la naturaleza y tienen la función de adorar a la Madre Tierra realizándose peregrinaciones en grupo, hacia las mismas al son de los tambores. (Gleisner y Montt. S, 2014)

2.2- Herencia textil del noroeste argentino y su mestizaje:

Hasta el siglo XIX la tejeduría, la alfarería y la cestería eran actividades exclusivamente femeninas en tanto que las ocupaciones masculinas se relacionaban con los arreos de ganado y las tareas de agricultura.

Antes de la llegada de los españoles, los collas utilizaban camélidos para confeccionar sus textiles además del algodón. Con el descubrimiento de América, los aborígenes comenzaron a emplear otro tipo de fibras como la lana proveniente de las ovejas las cuales llegaron desde Europa en 1570.

Las técnicas textiles se transmitían de generación en generación y consistían en nudos, trenzados e hilados en telar. Los jesuitas introdujeron nuevos materiales como la lana de oveja, el lino, la seda, los hilos de oro y plata los cuales eran combinados con el algodón originario de América. (Abramoff, 2001)

Los obrajes jesuíticos consistían en galpones en los cuales se llevaban a cabo las siguientes labores textiles: lavado y separación de la lana, cardado de las fibras, hilado manual o mediante torno, ovillado o enmadejado, teñido, tejido en telar, enfurtido y pellado.

El número de operarios de cada obraje tenía relación directa con la cantidad de telares instalados y eran manipulados por mujeres, ancianos y niños aborígenes.

El teñido se realizaba en una construcción apartada, al igual que el batán que consistía en mazos que golpeaban el tejido para asentarlo, dado que era necesaria el agua para estos procesos, el obraje estaba ubicado cerca de los ríos. (Karasik, 2010).

2.3- Proceso de tejeduría de los collas:

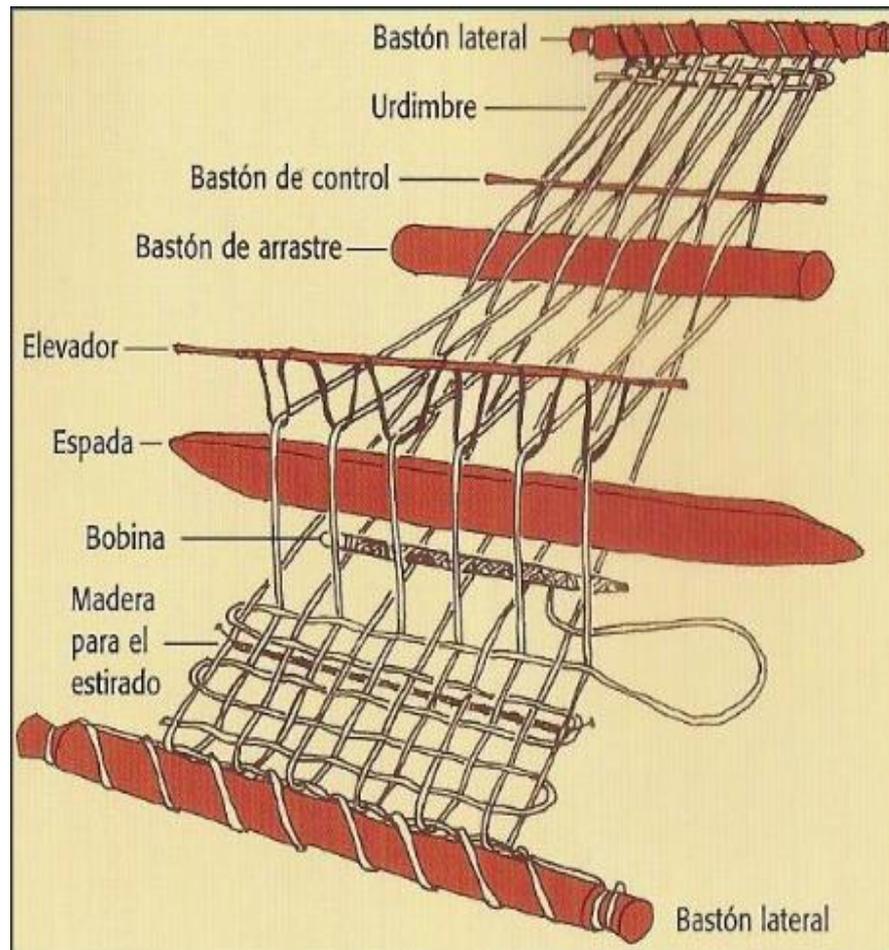
A lo largo de la historia textil del noroeste argentino, se han utilizado diferentes tipos de telares. Los aborígenes emplearon los horizontales y verticales, pero luego de su mestizaje, empezaron a usar mayoritariamente el telar criollo. Todos los tejidos desde la época prehispánica, están formados por la urdimbre que son hilos verticales los cuales definen el largo y ancho del tejido, en tanto que la trama son las hebras que se entrecruzan horizontalmente con la urdimbre. (Suarez y Arena, 2012)

Las mujeres aborígenes cuando empleaban el telar de cintura, para armar su estructura, ataban a un punto fijo dos maderas llamadas enjulios las cuales definían la anchura del tejido. La parte superior del enjulio se amarraba a un árbol mientras que la parte inferior era sostenida por una faja denominada mecapal que la tejedora sujetaba en su cintura para tensar el telar.

El telar vertical consistía en un cuadro formado por dos parantes y dos travesaños, algunos tenían dos parantes suplementarios para sostener la vara de los lizos. Dentro de este grupo, también se encuentran el telar faja pampa o de tabillas formado por dos estacas verticales clavadas en el suelo, donde la urdimbre es transversal.

Con la llegada de los colonizadores aparece el telar criollo, de origen europeo que fue perfeccionado por los aborígenes para la realización de sus piezas. Este consiste en cuatro postes que sostienen dos largueros, sobre los que asientan los travesaños necesarios para sostener la soga de los lizos accionada por los pedales o manijas. (Taranto y Marí, 2001)

Figura número 1: Telar de cintura



Fuente: Museo Nacional de Antropología de México

Figura número 2:



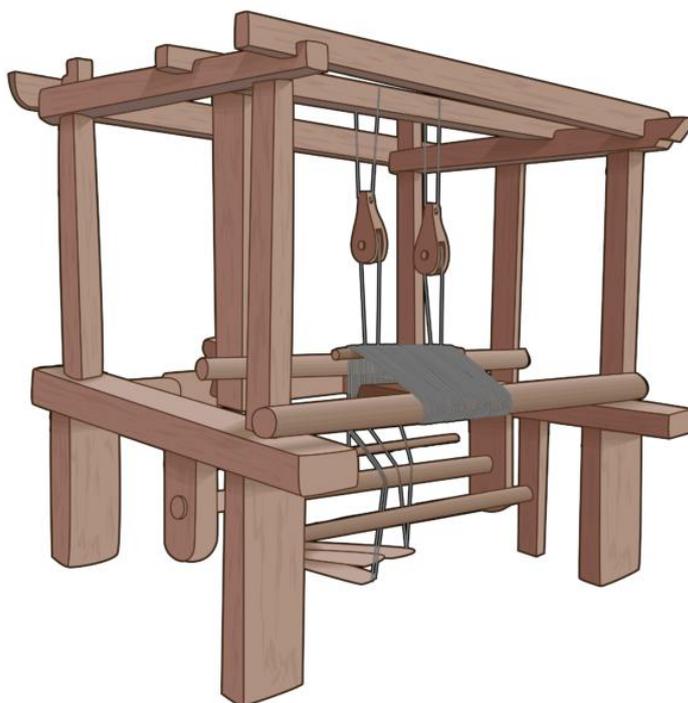
Fuente: Museo Nacional de Antropología de México

Figura número 3: Telar horizontal



Fuente: Museo Nacional de Antropología de México

Figura número 4: Telar criollo



Fuente: Museo Nacional de Antropología de México

2.4: Tintes naturales:

A largo de los siglos las civilizaciones aborígenes han utilizado plantas, hortalizas, flores, cortezas de árboles y hongos tintóreos para producir colorantes naturales. Éstos luego de recolectados, se ocupaban para dar color a las fibras que utilizaban en los tejidos, en la alfarería, en la cestería, para realizar pinturas rupestres y en la ornamentación corporal cuando llevaban a cabo los rituales destinados a los dioses de la naturaleza. (Beckett ,1988)

Los collas luego de recolectar la materia prima, la ponían a secar al sol y algunas eran trituradas con morteros que se utilizaban para tal finalidad.

Para realizar la tinción los productos recolectados, eran colocados dentro de una vasija de cerámica con agua procediendo a su macerado. Otra técnica era el hervor de los materiales, una

vez obtenido el líquido tintóreo introducían en él las fibras a teñir y dependiendo del color que se deseaba obtener se realizaba un nuevo hervor.

Luego de haber llevado a cabo el proceso anteriormente mencionado, los hilados se escurrían y se dejaban secar al sol, se sacudían y finalmente se lavaban para quitarle las cenizas adheridas.

Para fijar el color, utilizaban sustancias químicas llamadas mordientes provenientes de taninos derivados de agallas de pescados, sales, alumbre, vinagre y orina.

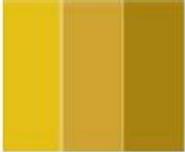
También aprovechaban insectos para conseguir tinturas, el color morado y rojo lo extraían de las cochinillas del Quimil. (Suárez y Arena 2012).

Según la antropóloga Ana María Carrasco como consecuencia del mestizaje, los aborígenes también comenzaron a emplear tubérculos y flores para obtener una variedad más amplia de colores. De este modo del pimiento, del boldo y del maitén obtenían el amarillo, para el naranja empleaban flores de romaza o vinagrillo, para el rosado usaban corteza de Pellín, para el violeta empleaban el fruto de maqui y para el morado la remolacha.

En la actualidad, los tintes naturales han sido reemplazados en gran medida por tinturas comerciales de origen industrial. Los collas comenzaron a usar anilinas desde fines del siglo XIX a partir de sus incursiones laborales en los ingenios azucareros ubicados en las provincias de Salta y Jujuy (Ortiz Garmendia, 1968).

A continuación, se presenta un collage de imágenes de los tintes naturales utilizados por el pueblo aborigen del noroeste argentino:

Figura número 5: Collage de tintes naturales

 <p>Marrón rojizo y rojos</p>	 <p>Anacardiaceae</p>
 <p>Amarillos y marrón claro</p>	 <p>Apocynaceae (Ancoche)</p>
 <p>Grisés azulados y variantes de azules</p>	 <p>Woyoyuk (Guayacán)</p>
 <p>Negro y variantes de grises</p>	 <p>Asteraceae (Palo azul)</p>

Fuente elaboración propia.

2.5- Simbología colla:

Los collas en sus textiles plasmaban símbolos relacionados con su cosmovisión tripartita, donde Hananpacha era el espacio al que pertenecían los astros, Kaypacha representaba el hábitat del hombre y los animales y Ukupacha era el espacio subterráneo en el cual moraban los seres perversos.

La Pachamama o madre tierra se vinculaba a la fertilidad, Amaru era la serpiente mitológica que personificaba a la agricultura, Malku era el mensajero del sol y Coquena era el protector de los ganados camélidos y pastores que se simbolizaba como un duendecillo rodeado de llamas. (Douglas, 1978)

En la actualidad la simbología empleada por los collas en su arte textil, en su alfarería y orfebrería se clasifican en motivos figurativos, abstractos y geométricos.

Los figurativos representan la flora y fauna andina como la vizcacha, el búho, el mono, la serpiente, el lobo, el águila bicéfala, el cóndor, entre otros. Un símbolo frecuente es la tríada de felino, ave y serpiente. Esta última es considerada diosa del agua y de la vida.

El cóndor es un mensajero del mundo celestial, mientras que el jaguar está relacionado con la realeza y el poder de los guerreros (Briones, 2005).

Los motivos abstractos simbolizan festividades, deidades y espíritus malignos. Esta cultura, relaciona la observación de las estrellas con las actividades de siembra y cosecha.

Cuando hilan las fibras naturales, los collas pueden decidir si la hebra gira en un sentido o en otro, los tejidos hilados hacia la izquierda traen protección sobrenatural a su portador resguardándolo de los espíritus malignos ya que el artesano lo vincula con la Pachamama. A estos amuletos se los denomina llojke y se emplean en sacrificios y ofrendas ceremoniales (Taranto y Marí, 2001).

Entre los motivos geométricos se encuentra el escalonado, que es una pirámide compuesta por una escalera, la cual en su concepción permite unir el universo con el mundo de

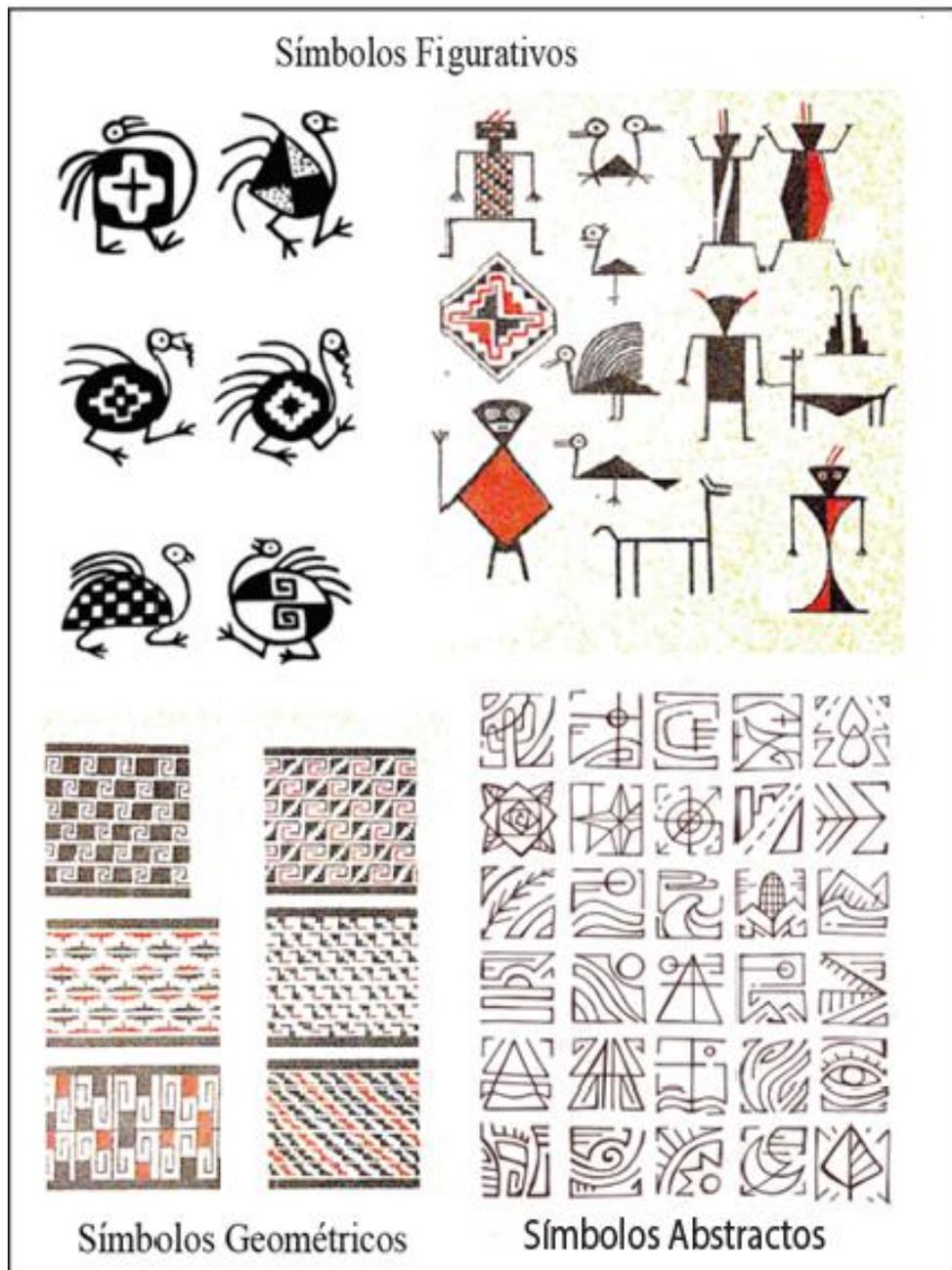
los dioses. La espiral simboliza la vuelta al principio y el ciclo de la vida. El rombo cuando está dentro de otro, significa el ojo del jaguar y cuando están dispersos aluden a la piel del mismo, mientras que una sucesión de rombos indica las escamas de la serpiente.

La trama de los tejidos también tiene un significado, cuando es vertical se relaciona con el género masculino y cuando es horizontal al femenino.

En la época prehispánica las prendas señalaban el estatus social, el género y la etapa de la vida del usuario. Los rebozos o chales que utilizaban los pastores reflejaban su función dentro del ayllu y los trabajadores agrícolas empleaban indumentaria con colores que representaban el arcoíris. La indumentaria tejida dentro de la comunidad aborigen no sólo daba información sobre la persona que la usaba sino también sobre la importancia y la habilidad del artesano. (Flores, 2016)

Al llegar los colonizadores, los collas abandonaron sus viviendas se dispersaron para evitar secuestros y matanzas lo que trajo aparejado un cambio en sus expresiones artesanales las cuales comenzaron a incorporar técnicas de la cultura europea. (Di Lorenzo, 2001)

Figura número 6: Collage de Símbolos figurativos



Fuente elaboración propia.

Figura número 7: Collage de simbología geométrica

Simbología Geométrica



Bolsa o chuspa, accesorio que se usa para guardar hojas de coca. El diseño de rombo dentro otro rombo representa el ojo de jaguar.



Alforja para caballo. El diseño de rombos dispersos representa la piel del jaguar.



Bolsa utilizada para el transporte. El diseño con sucesión de rombos representa a las escamas de las serpientes.



Faja utilizada como accesorio. El diseño escalonado representa la unión del universo con los dioses.



Chumbi utilizado como faja de abrigo. El diseño espiralado representa el ciclo de la vida.

Fuente collage elaboración propia.

Figura número 8: Simbología figurativa

Simbología Figurativa



Cubre cama con diseño de flores típicas.



Poncho con diseños de llamas y collas.



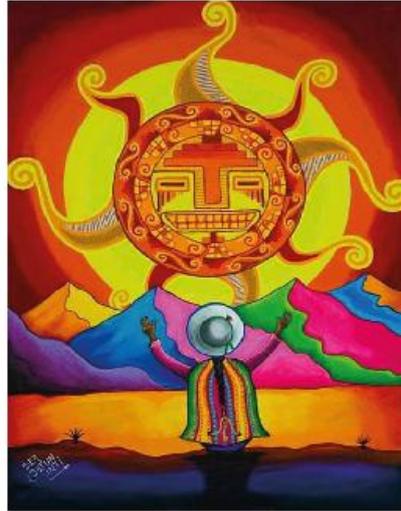
Honda utilizada para arrojar piedras con diseño de serpiente enroscada

Fuente elaboración propia.

Figura número 9: Simbología abstracta

Simbología Abstracta

Los motivos abstractos simbolizan deidades y espíritus malignos y se emplean cuando se festeja al Inti y a la Pachamama.



Tápis de inti dios del sol.



Diseños empleados en la celebración de la pachamama.

Fuente: Elaboración propia.

2.6- Vestimenta tradicional del pueblo colla

Los collas son una mezcla de pueblos provenientes de Bolivia que ocuparon las provincias del noroeste para desplazarse durante los siglos XV y XVI entre las dos laderas de la Cordillera de los Andes. Son un pueblo de altura, de nieve y de frío que actualmente habita en la Puna de Atacama en Chile y en algunos valles altos del noroeste argentino, principalmente al oeste de Jujuy, Salta y Catamarca.

La vestimenta característica de las mujeres collas, durante el transcurso de la primavera y del verano era una túnica envolvente que partía desde las axilas hasta los tobillos. Estaba realizada con tela de lino estampada de varios colores al que llamaban algodón.

Arriba de la túnica colocaban una faja denominada chumbi que se apoyaba en uno de sus hombros y que se ajustaba en la cintura. Calzaban sus pies con unas ojotas conocidas como uchutas y peinaban su cabellera con dos trenzas.

Para resguardar su cabeza del sol abrasador, utilizaban un sombrero de ala corta de paja trenzada denominada chupalla de cola de zorro, haciendo alusión a la planta que empleaban para confeccionar este accesorio.

En la temporada de otoño y de invierno reemplazaban las uchutas por la chalas, sandalias rústicas hechas con las hojas que envolvían a las mazorcas del maíz y se acompañaban con escaarpines de lana.

Los hombres en el verano, se vestían con una túnica sin mangas denominada unku que era larga hasta las rodillas y se calzaban con las uchutas. En invierno empleaban pantalones y ponchos realizados con lana de camélidos y en sus pies calzaban botas confeccionadas con el cuero de sus animales. Para resguardar su cabeza del frío, utilizaban unos gorros de lana denominados chulos.

En la actualidad los collas utilizan esta vestimenta durante la celebración de ceremonias y rituales. (Gálvez Gómez, 2012)

Figura número 10: Vestimenta típica colla



Fuente: Elaboración propia

Figura número 11: Vestimenta de mujer



Fuente: Elaboración propia.

Figura número 12: Vestimenta de hombre



Fuente: Elaboración propia

2.7- Carnaval de Humahuaca, festival mestizado:

En la época prehispanica los aborígenes tenían una festividad denominada Kaapaj Inti Ram que comenzaba a mediados de diciembre y finalizaba en el mes de marzo destinada a celebrar la fecundidad de la tierra y el comienzo de la cosecha. Con la llegada de los colonizadores, el carnaval español se fusionó con estos rituales aborígenes.

En la cuaresma católica, se celebra el carnaval de Humahuaca en Tilcara Jujuy durante nueve jornadas consecutivas.

Los miembros de las comparsas se visten con trajes coloridos utilizando cascabeles y máscaras que aseguran el anonimato de sus participantes.

Según la creencia popular, para que el universo tenga armonía entre los seres de arriba y de abajo, una vez por año durante el carnaval hay que dejar que estalle el caos. Entonces, el diablo sale de las entrañas de la tierra y permite que las personas hagan lo que les plazca durante una semana. (Bellelli, 2011)

La celebración se inicia cuando las comparsas llegan al pie de los cerros para desenterrar a un muñeco de trapo el cual representa al diablo. Éste fue sepultado al finalizar el carnaval del año anterior en las apachetas que cada agrupación tiene designada en la montaña.

Una vez que el diablo es desenterrado, comienza la celebración con fuegos artificiales y el descenso de las personas por los cerros.

Hay baile y música con instrumentos típicos, toda la gente se divierte tirándose talco, harina, serpentinas y papel picado, mientras que los miembros de las comparsas reparten ramitas de albahaca entre los presentes.

Finalmente, el domingo de carnaval después de varios días de festejos la celebración termina con el nuevo entierro del muñeco del diablo en un hueco al que denominan la boca de la Pachamama junto a cigarillos, hojas de coca, serpentinas y botellas de chicha. (Colombes, 1987).

2.8- Celebración de la Pachamama:

La Pachamama o madre tierra es una deidad femenina venerada por ser generadora de la vida, es un símbolo de fecundidad por su capacidad de producir alimentos y demás medios de subsistencia que favorecen al hombre. Pacha en quechua significa universo y mama madre.

Este culto se remonta a la época preincaica y continua llevándose a cabo por los descendientes de los pueblos originarios que viven en el noroeste argentino.

Se celebra el primero de agosto porque es el tiempo previo a la siembra y se extiende durante todo el mes. La ceremonia comienza con el sahumado de las viviendas y de los integrantes de cada familia, de esta manera se agradece y se pide perdón a la Pachamama en un rezo comunitario. (Colombres , 1987)

La corpachada consiste en depositar ofrendas en un hueco con el objeto de darle de comer y beber a la Madre Tierra, se le da hojas de coca, tabaco y bebidas alcohólicas.

También se coloca el llojke, un amuleto realizado con fibras naturales con las hebras hiladas hacia la izquierda que protege a la comunidad de los espíritus malignos, luego se tapa el hueco con la apacheta, conjunto de piedras blancas cuya función es identificar el lugar con miras al ritual del próximo año. (Colombres , 2021)

2.9- La paleta de colores única del Cerro de los Siete Colores:

En la Quebrada de Humahuaca, una de las colinas que rodea al pueblo de Purmamarca en Jujuy es el Cerro de los Siete Colores. Éste debe su nombre a la compleja formación geológica que le dio su color por la mezcla de elementos marinos, lacustres y fluviales.

Los minerales fueron arrastrados por el agua, por el viento y la humedad causando que se genere una oxidación en la superficie del cerro y que adquiriera esa diversidad mágica de tonos similar a las de un arcoíris. (Douglas, 1978)

El color rosado está compuesto por arcilla roja, fango y arena de una edad estimada de cuatro millones de años. El blanco se formó hace cuatrocientos millones de años con piedra caliza. La gama de marrones y morados se compone de plomo rico en calcio cuya edad es de noventa millones de años. El rojo está formado por hierro y arcilla que supera los cuatro millones de años. El color verde se conformó con pizarras de óxido y de cobre de seiscientos millones de años. La gama de los colores tierra se constituyó con roca de manganeso de dos millones de años y el amarillo mostaza con areniscas calcáreas y azufre de noventa millones de años.

Desde 2003, la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO), lo declaró patrimonio de la humanidad (Bellelli, 2011).

Figura número 13: El cerro de los siete colores.



Fuente collage elaboración propia.

2.10- Hibridación de los pueblos originarios con la moda urbana:

Luego de la conquista, un edicto del virrey Baltasar Hidalgo de Cisneros prohibió el uso de la vestimenta tradicional a los pueblos originarios, obligándolos a emplear indumentaria de los campesinos españoles. Fue así como los aborígenes de sexo masculino comenzaron a vestirse con pantalón, chaqueta y chaleco y las mujeres con faldas y camisas en vez de su característico vestido envolvente.

El intento de las autoridades españolas por prohibir la vestimenta originaria de América partía de la creencia sobre los aborígenes como seres salvajes, primitivos y exóticos. (Maffesoli, 2004).

En siglo XIX, luego que América se independizara de España y comenzaran a conformarse los diferentes gobiernos patrios, los aborígenes continuaron subordinados a las élites locales sin tener igualdad de derechos en la toma de las decisiones políticas, siendo excluidos del proceso de construcción de las naciones americanas, esta continuidad se sostiene también con respecto a los mestizos (Abramoff, 2001).

Adolfo Colombres (2021) señala que la hibridación se da cuando dos procesos socioculturales distintos deciden mezclarse para generar nuevas prácticas, siendo un ejemplo de ésta la fusión entre la indumentaria urbana y la cultura de campo que evoca al gaucho, la china, la guarda pampa, al mate y al poncho, encasillando la identidad de la moda argentina con estos símbolos.

La riqueza cultural de nuestro país es mucho más amplia que lo anteriormente mencionado, ya que existen pueblos originarios que carecen de visibilidad en las colecciones que los diseñadores de indumentaria llevan a cabo en las grandes urbes argentinas.

Gilberto Giménez (2009) explica en su libro, que la identidad es el lado subjetivo de la cultura considerada bajo el ángulo de su función distintiva.

Los objetos sólo pueden ser diferenciados y clasificados a partir de sus características observables y desde el punto de vista de una tercera persona. Tratándose de sujetos en cambio, la posibilidad de distinguirse de los demás requiere de la comunicación y de la interacción con los otros. No basta que las personas se perciban como distintas, sino que también tienen que ser vistas y reconocidas como tales por los demás.

El concepto de la moda urbana, se refiere a las prendas que están diseñadas con el fin de soportar el trajín de la ciudad brindando comodidad y confort a sus usuarios. Cuenta con colores y texturas de gran versatilidad que pueden ser utilizadas en cualquier temporada ya que al ser combinables y funcionales resultan diferentes a lo existente en el mercado.

A diferencia de la mayoría de las tendencias en ropa, esta moda tuvo su nacimiento en las calles y fue la propia sociedad la que le dio origen. Luego fue tomada por los diseñadores con el fin de generar diferentes estilos. (Colombres, 2021)

Una deuda pendiente es la hibridación entre la moda colla y la urbana por parte de los diseñadores argentinos. Así como se logró exitosamente el objetivo de identificar la moda de campo con la de las ciudades, este trabajo de grado busca una revalorización de los textiles del noroeste argentino desde su punto de vista simbólico uniendo el diseño con lo urbano.

2.11- Marca País Argentina: Fundamentos para su implementación

Mediante la resolución 60/2021 el Ministerio de Turismo y Deportes aprobó el reglamento de la Marca País Argentina que implica un compromiso por parte de los empresarios y del gobierno para promover el turismo, la cultura, el deporte, el talento argentino, las exportaciones y la inversión extranjera directa.

Como punto de partida, la marca país debe respetar los artículos que forman parte de la Constitución Nacional, además de ser pensada como una política de estado ya que debe perdurar

en el tiempo, independientemente del gobierno en funciones, procurando así un crecimiento sostenido y equitativo para la nación.

Debe ser interdisciplinaria incluyendo a todos los sectores productivos y de servicios para contribuir en la construcción de una identidad común con un carácter integrador que incorpore a las distintas visiones y elementos nacionales.

Las empresas que desarrollen la Marca País Argentina, tienen que proteger al planeta y mejorar las vidas de las personas siendo una herramienta para el crecimiento y el desarrollo sostenible argentino.

Debe ser inclusiva para todos los habitantes del país, sin distinciones basadas en etnias, credos o géneros.

Las estrategias comerciales de la Marca País no deben agredir a otras naciones o marcas extranjeras, respetando las normas del Derecho Internacional. (Ministerio de Turismo y Deportes, 2021)

Figura número 14: Logo de la Marca País Argentina.



Fuente: Ministerio de Turismo y Deportes, 2022

2.12- Conclusión del marco teórico:

Luego de haber investigado a los aborígenes collas haciendo hincapié en su historia, costumbres, creencias, técnicas de tejeduría y en la simbología implícita en sus textiles, se observa que con el transcurso del tiempo la hibridación aborígen con la europea, produjo la pérdida de su identidad como pueblo ancestral.

Este proyecto de graduación busca la resignificación de los textiles collas haciendo énfasis en su iconografía, en los colores de los cerros de la Quebrada de Humahuaca y en las técnicas de teñido realizadas con tintes naturales.

Se pretende, además, rescatar las tradiciones textiles de los pueblos originarios para introducirlos en una colección actual destinada a un público que habita en las ciudades y que está regido por las características de la postmodernidad.

Esta marca busca ser interdisciplinaria e inclusiva incorporando la identidad aborígen con los diseños prêt-à-porter urbano. Adicionalmente los bolsos que se confeccionen procuran revalorizar las técnicas de tejeduría para que no queden relegadas simplemente a una región y se pierdan con el correr del tiempo.

El objetivo de la marca, es crear conciencia del valor que posee la cultura aborígen difundiéndola a través de productos que son consumidos por las mujeres que viven en las ciudades y que diariamente compran indumentaria y accesorios para asistir a su trabajo y lugares de esparcimiento entre otras actividades urbanas.

Capítulo 3

3.1- Metodología de la investigación:

Según la Real Academia Española una de las definiciones de investigar es realizar actividades intelectuales y experimentales de modo sistemático con el propósito de aumentar los conocimientos sobre una determinada materia.

La investigación brinda herramientas para obtener datos, documentar la respuesta de los usuarios creando conocimientos transdisciplinarios y heterogéneos que permiten entender y mejorar los productos que se están diseñando (Rogers y Milton, 2011).

A continuación, se muestran las fichas técnicas del diseño metodológico escogido para la Marca País Argentina de este trabajo final de grado:

3.2- Fichas técnicas del diseño metodológico

Ficha técnica de la encuesta	
Enfoque	Cuantitativo
Tipo de investigación	Descriptiva
Técnica	Encuesta vía e-mail
Población	Mujeres de 20 a 50 años
Criterio del muestreo	No probabilístico por propósito tipo bola de nieve
Instrumento	Cuestionario de preguntas semiestructuradas
Muestreo	100 personas de sexo femenino

Tabla número 1: Ficha técnica de la encuesta

Ficha técnica de la entrevista	
Enfoque	Cualitativo
Tipo de investigación	Exploratoria
Técnica	Entrevista personal
Población	Antropóloga y Artesana
Criterio del muestreo	No probabilístico por propósito
Instrumento	Cuestionario de preguntas
Muestreo	2 personas de sexo femenino

Tabla número 2: Ficha técnica de la entrevista

Ficha técnica de la observación	
Enfoque	Cualitativo
Tipo de investigación	Exploratoria
Técnica	Observación semi estructurada
Población	Artesana que teje a telar
Criterio del muestreo	No probabilístico por propósito
Instrumento	Guía de pautas de observación
Muestreo	1 persona de sexo femenino

Tabla número 3: Ficha técnica de la observación

3.3- Explicación del diseño metodológico de la encuesta

El método de investigación que se escogió para esta Marca País Argentina, destinada al segmento prêt-à-porter con simbología colla, es del tipo descriptivo cuantitativo.

La población de estudio fueron mujeres en el rango de 20 a 50 años siendo un tipo de muestreo no probabilístico intencional o por propósito tipo bola de nieve de cien personas.

A través e- mails enviados por internet, se realizó una encuesta que constaba de dieciocho preguntas cerradas con respuestas múltiple opción.

Los participantes debían reenviar el resultado a la encuestadora agregando además la dirección de correo de otra mujer que tuviese características similares en lo referente a su lugar de residencia y nivel socioeconómico.

De este modo se obtuvo información acerca de lo que ellas buscaban al momento de comprar indumentaria y accesorios que las represente satisfaciendo sus expectativas de diseño y calidad.

3.4- Explicación del diseño metodológico de las entrevistas

Luego de haber realizado las encuestas, se efectuaron dos entrevistas personales bajo el criterio no probabilístico por propósito: una se efectuó el día 26 de mayo del 2022 y la otra el 2 de junio del mismo año.

Se utilizó un cuestionario de preguntas con un enfoque cualitativo exploratorio y se escogió una población compuesta por dos personas: una artesana y una antropóloga, quienes brindaron información adicional sobre la cultura aborígen Colla.

3.5- Explicación del diseño metodológico de la guía de observación

Finalmente, con el objetivo de recabar información adicional al conseguido en las encuestas y en las entrevistas se realizó una observación de campo bajo el criterio no probabilístico por propósito el día 3 de junio de 2022.

Se utilizó una guía de pautas a tener en cuenta durante este proceso, con un enfoque cualitativo exploratorio y se escogió una población compuesta por una artesana descendiente del pueblo originario Colla con la finalidad de ver en primera persona sus condiciones de trabajo, los telares que emplea y analizar los textiles realizados por ella.

3.6- Encuesta a los usuarios

1- ¿Usted vive en alguna ciudad de Argentina? (En caso de responder en forma negativa, por favor no continúe con esta encuesta).

Si

No

2- ¿Cuál es su rango etario?

20 a 29 años

30 a 39 años

40 a 50 años

3- ¿Cuál es su nivel de estudios?

- Secundario Completo
- Carrera Terciaria
- Carrera Universitaria con o sin Postgrado
- Estudios Incompletos

4- ¿Cuál es su ocupación?

- Trabaja en forma independiente
- Trabaja en relación de dependencia
- Tiene su empresa o comercio
- Teletrabajo

5- ¿Ha comprado alguna vez accesorios o indumentaria artesanal?

- Sí
- No

6- ¿Qué productos artesanales usa?

- Aros y pulseras.
- Carteras, mochilas y billeteras.
- Indumentaria.

7- ¿Dónde compra indumentaria artesanal?

- Ferias artesanales
- Diseñadores independientes
- Tiendas en línea (internet)

8- ¿Qué compra con más frecuencia?

- Indumentaria
- Accesorios

9- ¿Cuándo compra indumentaria y accesorios qué prioriza?

- Precio.
- Calidad.
- Materia Prima
- Diseño

10- ¿Compraría indumentaria prêt-à-porter que le remita al noroeste argentino?

Sí

No

11- ¿Compraría bolsos y carteras que le remitan al noroeste argentino?

Sí

No

12- ¿Qué indumentaria usa con mayor frecuencia?

Camisas.

Ponchos

Sweaters

Vestidos

Mono prendas

Pantalones.

Conjuntos

13- ¿Qué accesorios usa cuando pasea por la ciudad?

Mochilas

Carteras

Bolsos

14- ¿Con qué frecuencia compra indumentaria?

Cada tres meses

Cada seis meses

Una vez al año

15- ¿Con qué frecuencia compra accesorios?

Cada tres meses

Cada seis meses

Una vez al año

16- ¿Cuándo compra indumentaria y accesorios busca un estilo que le represente?

Sí

No

17- ¿Cuándo se viste para ir a un evento para que lo hace?

- Para sentirse bien con usted
- Para que lo demás la vean
- No lo sabe

18- ¿En qué lugares utiliza indumentaria con la que se siente identificada?

- Para ir a clases
- Para ir a trabajar
- Para ir a eventos sociales
- Para toda ocasión

3.7- Cuestionario de la entrevista realizada a la artesana

1- ¿Cuál es su nombre?

2- ¿Cuántos años tiene?

3- ¿Es descendiente de algún pueblo originario?

4-¿Me puede contar porqué vino a vivir a la ciudad de Córdoba?

5- ¿Cómo aprendió este oficio?

6- ¿Hace cuánto tiempo que se dedica a la artesanía?

7- ¿Cuántos accesorios produce al mes?

8- ¿Dónde comercializa su producción?

9- ¿Qué tipos de puntos emplea en sus diseños?

10- ¿Qué tipos de simbología emplea en sus tejidos?

11-¿Tiñe la materia prima con anilinas o emplea tintes naturales?

12- ¿Para fijar el color utiliza alguna técnica?

- 13- ¿Qué tipos de telares emplea para tejer los accesorios que fabrica?
- 14- ¿Tiene otros familiares dedicados a la tejeduría?
- 15- ¿Cuál es la característica distintiva del tejido proveniente del noroeste argentino?
- 16- ¿Cuál es el accesorio que vende más?

3.8- Cuestionario de la entrevista realizada a la antropóloga

- 1- ¿Cuál es su nombre?
- 2- ¿Cuántos años tiene?
- 3- ¿Cuánto tiempo hace que se dedica a la antropología?
- 4- ¿En qué rama de esta ciencia se ha especializado?
- 5- ¿Trabaja en algún museo?
- 6- ¿Me puede contar brevemente lo que sabe de la cultura Colla?
- 7- ¿Ha investigado sobre la simbología de este pueblo originario?
- 8- ¿Usted considera que la simbología que actualmente plasman en sus tejidos las comunidades Collas no tiene el mismo significado que en tiempos pasados?
- 9- ¿Considera útil la hibridación de la simbología colla con la indumentaria urbana como un medio para evitar que esta iconografía se pierda con el transcurso del tiempo?

3.9- Guía de pautas para la observación de campo

- 1- Observar como la artesana usa el telar para llevar a cabo su producción.
- 2- Preguntar que tipos de puntos emplea en los tejidos.
- 3- Investigar las características del taller donde se llevan a cabo las artesanías.
- 4- Indagar sobre las diferentes materias primas utilizadas en los productos terminados.
- 5- Fotografiar y clasificar la iconografía de los tejidos realizados.
- 6- Preguntar a la artesana si conoce el significado de la simbología plasmada en sus diseños.

3.10- Grillas de antecedentes para la línea de indumentaria y accesorios:

<p>Marca: Manos andinas</p> 	<p>Producto: Indumentaria de abrigo, ponchos.</p> 
<p>Tipología: Ponchos</p>	<p>Material: Lana de camélidos.</p>
<p>Técnica: Tejido con telar.</p>	<p>Precio: \$132.000 U\$: 330 (Cotización \$ 400 por dólar)</p>
<p>Impacto:</p> <ul style="list-style-type: none"> * Cuidar la relación con la naturaleza en toda la cadena de procesos, desde la valorización de las fibras naturales, hasta el recupero del desperdicio industrial para su reutilización en las cooperativas que lo confeccionan. *Dar a conocer los ponchos confeccionados con saberes ancestrales de la gente de Los Andes. 	<p>Identidad: Ser una empresa que ponga en valor a todas las fibras naturales provenientes de la Cordillera de los Andes, desde el guanaco patagónico en el sur, hasta la vicuña en el norte.</p>
<p>Misión, visión y valores</p> <p>Misión: Posicionar las fibras autóctonas de Latinoamérica, no sólo en el mundo artesanal sino en la moda urbana.</p> <p>Visión: Ser innovador para lograr mejoras en la calidad de las fibras e incorporar diseños que acompañen las tendencias en la moda contemporánea.</p> <p>Valores: Apreciar, apoyar y honrar a las comunidades de la región andina dignificándolas por medio del trabajo.</p>	<p>Comunicación:</p> <p>Página web: https://www.manos-andinas.com</p> <p>Tiendas físicas:</p> <p>Atelier Francisco Ayala Dirección: Riobamba 1224, Ciudad Autónoma de Buenos Aires.</p> <p>El Boyero dirección: Florida 953, Ciudad Autónoma de Buenos Aires.</p> <p>Lirios del Talar – Ruma dirección: Gral. José Artigas 3188, General Pacheco.</p> <p>Galería - EL Boyero dirección: Florida 753, Ciudad Autónoma de Buenos Aires</p>

Tabla número 4: Grilla de antecedentes marca Manos Andinas.

<p>Marca: Farm</p> 	<p>Producto: Indumentaria y accesorios</p> 
<p>Tipología: Conjunto y cartera</p>	<p>Materiales: Lino y algodón</p>
<p>Técnica: Vestido pintado a mano y cartera bordada a mano.</p>	<p>Precio vestido: \$ 56.000 = U\$ 140 (Cotización \$ 400) Precio cartera: \$ 13.200 = U\$ 33 (Cotización \$ 400)</p>
<p>Impacto: Ser responsables con el medio ambiente cuidando la relación con la naturaleza en toda la cadena de procesos. Concientizar sobre el reciclado y la reutilización de los residuos para entregar un futuro mejor tanto para la gente como para el planeta.</p>	<p>Identidad: Estar vinculados con lo más auténtico de la cultural del país y dar a conocer al mundo la calidad que caracterizan a los textiles brasileiros.</p>
<p>Misión, visión y valores</p> <p>Misión: Desarrollar en forma creativa productos con impronta de los pueblos originarios brasileiros fomentando el talento autodidacta de los artesanos y empleando tecnología de punta durante el proceso productivo.</p> <p>Visión: Ser una empresa que impulse el talento y la creatividad en la fabricación de productos que sean inspiradores para los clientes.</p> <p>Valores:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Honestidad para llevar a cabo una operación transparente en el mercado tanto en las relaciones internas como externas. • Respeto, confianza y admiración mutua son fundamentales en el vínculo a largo plazo con los proveedores, clientes y los miembros que forman parte de la empresa. • Trabajo ético, sustentable y responsable a lo largo de toda la cadena productiva 	<p>Comunicación:</p> <p>Página web: https://www.somagrupos.com.br/nossas-somas/farm/</p> <p>Tiendas físicas:</p> <p>Rua General Bruce, 330 São Cristóvão Rio de Janeiro.</p> <p>Rua General Bruce, 551, São Cristóvão – Rio de Janeiro.</p> <p>Rua Cel. Phidias Távora, 360 Pavuna – Rio de Janeiro.</p> <p>Rua Helena, 419 - Vila Olímpia – San Pablo.</p>

Tabla número 5: Grilla de antecedentes de la marca Farm.

<p>Marca: Priah</p> 	<p>Producto: Indumentaria vestido y accesorio: Sombrero</p> 
<p>Tipología: Vestido y sombrero</p>	<p>Materiales del vestido: Fibras naturales lino, algodón y lienzo. Sombrero: Lana de oveja bordado con macramé y canutillos</p>
<p>Técnica: vestido bordado y sombrero tejido adornado con canutillos</p>	<p>Precio vestido: \$37.200 = U\$: 93 (Cotización \$ 400) Precio sombrero: \$ 22.400 = U\$: 56 (Cotización \$ 400)</p>
<p>Impacto: Fabricación de prendas y accesorios hechos con fibras naturales, orgánicas, recicladas, artesanales y biodegradables, con la finalidad que sean libres de productos químicos y de tóxicos para el cuidado del medioambiente y la piel de los clientes.</p>	<p>Identidad: La empresa Priah se identifica con la sabiduría ancestral, la templanza del tiempo lento y la belleza de los tejidos artesanales mediante la sustentabilidad en el proceso productivo.</p>
<p>Misión, visión y valores</p> <p>Misión: Desarrollar productos de calidad acordes a la demanda de los clientes que buscan indumentaria y accesorios sustentables.</p> <p>Visión: Ser una empresa reconocida por conservar las técnicas artesanales del tejido en crochet mediante la creación de una cooperativa de mujeres tejedoras.</p> <p>Valores:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Cooperación y trabajo en equipo. • Transparencia en la gestión medio ambiental aplicada por la empresa. 	<p>Comunicación:</p> <p>Página web: https://www.priah.com Redes sociales Instagram y Facebook</p>

Tabla número 6: Grilla de antecedentes de la marca Priah.

<p>Marca: Mulierr</p> 	<p>Producto: Indumentaria de punto y aros bañados en oro</p> 
<p>Tipología: Vestido tejido y aros</p>	<p>Materiales del vestido: lana y alpaca teñidos con productos naturales. Aros bañados en oro e intervenidos con hilo macramé.</p>
<p>Técnica: Vestido tejido en telar y aros bañados en oro</p>	<p>Precio del vestido: \$ 130.000 = U\$: 325 (Cotización \$ 400) Precio aros: \$ 13.600 = U\$: 34 (Cotización \$ 400 por dólar)</p>
<p>Impacto: Fabricar textiles con fibras naturales como el algodón, el lino, la seda, la lana y la alpaca, las cuales son tratadas evitando los químicos de manera que no afecten al medio ambiente ni a los consumidores.</p>	<p>Identidad: Promover la sustentabilidad bajo una producción hecha a mano por artesanos de Perú y de Colombia quienes vuelcan en cada uno de las piezas sus saberes ancestrales utilizando fibras naturales y orgánicas.</p>
<p>Misión, visión y valores</p> <p>Misión: Fabricar prendas tejidas como piezas de arte respetuosas de la diversidad y del patrimonio cultural del continente sudamericano.</p> <p>Visión: Ser una empresa que crea prendas hechas a mano manufacturadas con saberes ancestrales y bajo la política del comercio justo.</p> <p>Valores:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Tener una actitud positiva hacia los clientes, aspirando a la calidad de la atención y de los productos. • Respeto: bajo principios éticos y normas empresariales. 	<p>Comunicación: Página web: www.mlrr.com</p> <p>Redes sociales como Instagram y Facebook.</p>

Tabla número 7: Grilla de antecedentes de la marca Mulierr.

<p>Marca: Bella Aborigen</p> 	<p>Producto: carteras</p> 
<p>Tipología: accesorios bolsos</p>	<p>Material: Caamo</p>
<p>Técnica: Mezcla las técnicas tradicionales de tejido y bordados con materiales y diseños modernos.</p>	<p>Precio: \$ 30.000 U\$ 75 (Cotización \$ 400 por dólar)</p>
<p>Impacto:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Crear un impacto positivo en el ámbito social y en el ambiental. • Tener en cuenta como fin primordial los intereses de los trabajadores y de la comunidad. 	<p>Identidad: Ser una empresa de moda sustentable que promueva la identidad local con estilo contemporáneo.</p>
<p>Misión, visión y valores</p> <p>Misión: Comercializar productos con valor agregado con el fin de obtener ganancias y compartirlas en causas que promuevan el bien común por intermedio de organizaciones sociales.</p> <p>Visión: Ser una empresa reconocida por la revalorización de la artesanía textil de la ciudad de Huamanga Ayacucho mediante la elaboración de carteras y accesorios artesanales versátiles.</p> <p>Valores:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Ayudar solidariamente a los aborígenes peruanos brindándoles trabajo digno. • Ofrecer apoyo a los sectores más postergados mediante la aplicación de marketing social. 	<p>Comunicación: Página web: www.bellaaborigen.com Redes sociales: Facebook, Instagram</p>

Tabla número 8: Grilla de antecedentes de la marca Bella Aborigen.

3.11- Explicación de la grilla de antecedentes:

En la década de los 90, el gobierno se cuestionó acerca de la conveniencia o no, de construir una marca país para poder identificar el diseño local especialmente inspirado en las diversas etnias autóctonas.

Susana Saulquin relata en su libro *Historia de la Moda argentina* (2011), que gracias a la globalización este rubro pudo traspasar las fronteras de los diferentes países obligando a los diseñadores argentinos a innovar para mantenerse competitivos en el mercado.

Se originó como consecuencia de lo anteriormente expuesto, una tendencia a generar diseños locales que tuvieran énfasis en lo étnico.

A continuación, se muestran algunas empresas que dan a conocer al mundo, el legado de lo artesanal con diseños bajo la Marca País de sus respectivas naciones.

Manos Andinas surge de la necesidad de crear una marca con identidad latinoamericana que ponga en valor a todas las fibras naturales de origen argentino.

La producción de las prendas y de los accesorios se realiza de manera íntegra en los Andes argentinos para mantener intacta la esencia de los saberes ancestrales.

La empresa cuida su relación con la naturaleza en toda la cadena de procesos llevando a cabo el recupero del desperdicio industrial para su reutilización. Manos Andinas da trabajo a las cooperativas de pueblos originarios que se encargan de la confección de los productos.

Tiene además como unidad de negocios, la fabricación de telas de lana de vicuña, guanaco, llama, cabra patagónica, angora y merino. También se dedica al hilado industrial del algodón, del lino y de la seda que se venden a los diseñadores para la confección de las prendas y accesorios con impronta autóctona como así también a las textiles dedicadas a la indumentaria industrializada.

Farm es una empresa líder en el segmento de moda femenina que genera entusiasmo e inspiración tanto para sus clientes como para el mercado. Arma sus colecciones pensando en la comodidad y la elegancia sin dejar de lado la producción ética de las prendas y de los accesorios.

La firma utiliza materiales naturales como el algodón, el lino y el cáñamo que se combinan con las técnicas artesanales brasileras del pueblo originario Yawanawá.

En cuanto a los accesorios se dedica a la realización de mochilas, carteras, bolsos, billeteras entre otros artículos. Todos ellos están bordados a mano con canutillos de madera pintados artesanalmente. Farm utiliza tecnología de punta para la producción en serie de sus productos y luego agrega la impronta de los pueblos originarios con los acabados.

Priah aborda la sustentabilidad mediante la conservación de las técnicas artesanales del tejido en crochet. Las manos maestras que están detrás de la confección de los productos, son las mujeres tejedoras aborígenes colombianas, que han hecho una cooperativa con esta marca.

La empresa, tiene una política de no utilizar poliéster en sus prendas empleando únicamente telas orgánicas, recicladas y biodegradables. Recientemente ha lanzado una línea de sombreros tejidos con fibras regenerativas para evitar la deforestación además de incorporar el plástico reciclado.

Mulierr vende productos hechos a mano por artesanos peruanos y colombianos quienes fabrican piezas únicas aplicando sus saberes ancestrales. Utilizan lana de camélidos, algodón y seda para llevar a cabo sus colecciones de indumentaria, también confeccionan bolsos y joyería con estilo moderno empleando fibra de palma, plátano y de fique que son teñidos con tintes naturales.

La joyería artesanal es trabajada con bronce bañado en oro al que se le incrustan piedras autóctonas, además realizan bijouterie con materiales nobles como la madera que son intervenidos con macramé y diversos textiles.

Bella Aborigen es una marca peruana que se dedica a la fabricación de carteras y accesorios contemporáneos que son reconocidos a nivel internacional.

La empresa usa telares manuales además de aplicar técnicas de macramé y el tejido a dos agujas. Se emplean fibras naturales como el algodón, el lino, la lana de alpaca y el cáñamo para fabricar sus productos. Todos estos materiales son teñidos con tintes vegetales.

Artesanos de diferentes regiones del Perú colaboran en la realización de cada una de las piezas que se comercializan, ya que la producción es a pedido.

3.12- Conclusión final del capítulo

La Marca Pais Argentina propuesta en este trabajo final de grado, es una empresa especializada en moda femenina que arma sus colecciones pensando en el confort y la elegancia de sus usuarias por lo cual genera diseños versátiles y combinables.

La firma busca entender los deseos y las necesidades del segmento meta, para superar sus expectativas y así satisfacerlas dejando a todos encantados con los productos que se fabrican.

Se emplea una gran variedad de materiales tanto naturales como sintéticos en la confección de la indumentaria Pret-a-Porter con impronta colla que remite al noroeste argentino.

En cuanto a los accesorios se dedica a la realización de mochilas, carteras, bolsos, entre otros artículos tejidos a telar con acabados bordados a mano.

El nicho al cual apunta la marca, está conformado por personas urbanas de sexo femenino que se enfocan en el contenido visual y estético del producto llevando a cabo variadas actividades culturales y sociales.

La empresa trata de ser innovadora, ética, austera, de puertas abiertas y donde la comunicación fluya de forma fácil y transparente buscando mucha proximidad con el mercado para retroalimentarse de él.

Capítulo 4

4.1- Análisis de los resultados de la encuesta a los usuarios:

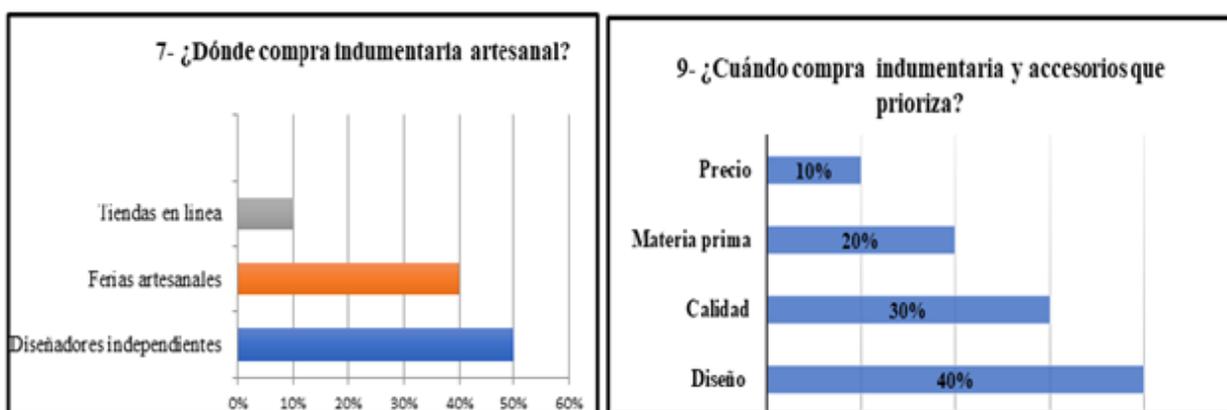
Después de haber realizado una encuesta a cien mujeres residentes en diferentes ciudades de Argentina a través de e- mails enviados por internet, se pudo determinar que la mayoría tenía un rango de edad de 40 a 50 años siendo la minoría el grupo de 20 a 30 años.

El nivel de escolarización de estas personas fue elevado, ya que habían cursado algún tipo de post grado o carrera universitaria mientras que un universo menor presentaba estudios terciarios o secundarios.

En cuanto a su ocupación, la mayoría trabajaba de manera independiente siendo la minoría la que estaba en relación de dependencia.

Al ser mujeres de poder adquisitivo elevado, gran parte de ellas respondieron que compraban indumentaria o accesorios artesanales en tiendas en línea, en ferias o a través de diseñadores independientes, priorizando el diseño y la calidad de la materia prima. Adquirían ropa cada tres meses con el cambio de temporada y sólo un porcentaje reducido lo hacía una vez al año.

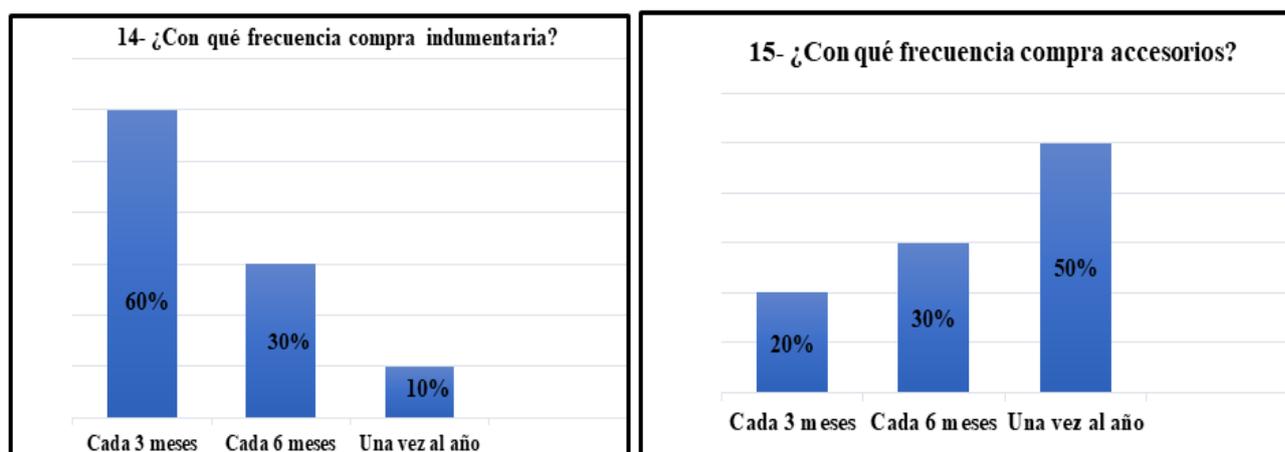
Figura número 15



Fuente: Elaboración Propia

La mitad de las mujeres encuestadas al momento de ir a un evento, se vestían para estar bien consigo mismas o para que los demás las vean y las halaguen. Utilizaban indumentaria con la que se sentían identificadas para ir a trabajar o cuando tenían eventos sociales de cualquier tipo. En cuanto a los accesorios la mayoría compraba carteras, mochilas y billeteras una vez al año.

Figura número 16



Fuente: Elaboración Propia

4.2- Análisis de la entrevista realizada a la artesana

Para encontrar a una artesana descendiente del pueblo originario Colla que viviese en la ciudad de Córdoba, se pidió información a la Casa de Jujuy sita en Avenida Colón 501.

De esta forma se contactó vía telefónica con Cecilia Quispe, quien amablemente aceptó la entrevista el día 26 de mayo en su hogar. Allí es donde funciona el taller en el cual fabrica las artesanías que ella vende junto a su hija en la Feria de las Pulgas los fines de semana.

En el transcurso de la conversación contó su historia antes de venir a la ciudad de Córdoba. En su niñez ella vivió en El Angosto un pequeño pueblo formado por 45 familias que está ubicado en la puna jujeña. Allí criaban cabras y cultivaban los alimentos que su grupo familiar consumía. Al ser un paraje aislado, con caminos de tierra y lleno de acantilados que

dificultaban el acceso a los turistas su familia carecía de clientes para vender las artesanías que fabricaba.

Sus padres decidieron venir a Córdoba en búsqueda de un mejor futuro para sus hijos que aún eran pequeños. Relató que aprendió el oficio de tejedora de su madre y que ella a su vez le está enseñando esta labor que tantas satisfacciones le ha dado a su hija.

Hace diseños geométricos, figurativos con llamas, cactus, vicuñas y paisajes de la puna entre otros y abstractos con líneas curvas como espirales o formas que se retuercen y que cambian de color empleando los siguientes puntos: tafetán simple, peinecillo, béton, sobre bordado, oruga, afelpado, copto o nudo celta, ghiordes o nudo turco y flecos.

Cuando Cecilia no consigue el color que está necesitando no sólo usa anilinas, sino que también utiliza tinturas naturales como jugo de remolacha, de zanahoria, cáscara de berenjena, hojas de hinojo y de espinaca, entre otras cosas más.

Para fijar el tono que ha escogido a la lana de oveja emplea mordientes como la sal, el vinagre y el bicarbonato de sodio.

En su taller tiene tres tipos de telares para tejer los diferentes productos que le encargan los clientes: con el telar María o de peine hace cosas grandes como tapices, ponchos y acolchados. El telar vertical lo usa para tejer cosas alargadas como cinturones, chalinas y bandolas para las carteras. Con el telar de bastidor confecciona billeteras, centros de mesa, forros para almohadones y alfombras, además de otros tipos de accesorios y textiles.

4.3- -Análisis de la entrevista realizada a la antropóloga

En la escuela secundaria llamada Colegio de María, la antropóloga Laura Missetich fue profesora de historia de la autora de este trabajo final de grado.

La entrevista se llevó a cabo el día 2 de junio de 2022 en las instalaciones de la institución anteriormente mencionada que queda ubicada en la calle David Luque 560 de esta ciudad.

Laura está especializada en la rama social y cultural de la antropología la cual tiene como objeto de análisis a las sociedades y a la diversidad cultural. Toda su carrera la dedicó al estudio de los pueblos originarios de Argentina, especialmente de la cultura colla y de la cultura wichis.

Durante 17 años trabajó en el Museo Antropológico de Córdoba, pero como su pasión ha sido siempre la docencia decidió dejar el museo y se dedicó de lleno a enseñar historia en el Colegio de María.

A lo largo de la conversación expresó que todo lo que se sabe de la simbología Colla está documentado en los museos antropológicos y que en la práctica los artesanos del noroeste argentino usan las distintas iconografías sin tener en claro lo que representaban originariamente.

Contó que, según sus investigaciones de campo, la mayoría de las comunidades Collas utilizan la simbología de sus ancestros por costumbre y para conservar la tradición familiar pero no saben fehacientemente el significado de los gráficos que emplean en sus tejidos.

Ante tales afirmaciones se le preguntó si consideraba útil la hibridación de la simbología colla con la indumentaria urbana como un medio para evitar que esta iconografía se pierda con el transcurso del tiempo dado que era la temática que se desarrollaría en este proyecto.

Laura contestó que este tipo de hibridaciones ayudaría a la difusión tanto nacional como internacional del arte aborigen pero que tendría que divulgarse además el significado de la iconografía para que las personas que utilicen este tipo de indumentaria sepan su significado.

4.4- Análisis de la observación de campo realizada a la artesana

Cecilia Quispe vive en Bernardo de Irigoyen 1.284 en el barrio San Vicente de la ciudad de Córdoba. Allí funciona su taller que está equipado con un telar María o de peine, un telar vertical y un telar de bastidor los cuales utiliza para fabricar los diferentes productos textiles que vende en la Feria de las Pulgas los fines de semana.

El proceso de tejido se inicia con el tendido de la urdimbre a lo largo del telar, para ello se hace un nudo doble en la esquina superior del marco izquierdo y se coloca el hilo de lana dentro de uno de los huecos del peine de madera. Se lo estira hasta que alcance la esquina inferior izquierda del marco y se enrolla la hebra alrededor de la barra superior del telar haciendo un nudo doble para fijar la urdimbre.

Posteriormente se pasa la lana por la ranura del peine y se vuelve a colocar sobre la barra donde se ató la primera hebra. Se va intercalando el paso de la fibra por el hueco y luego por la ranura de modo que la urdimbre pase por debajo y por encima de la barra transversal superior del telar. Esta operación se repite tantas veces como sea necesario hasta alcanzar el ancho deseado.

A continuación, se acuesta el peine y se acomodan las hebras para que queden estiradas y ubicadas una al lado de la otra. Para confeccionar la trama se ata un nudo torzal o cadeneta en las dos primeras hebras ubicadas en la urdimbre del lado izquierdo.

El tisaje es un proceso por el cual se va pasando las hebras de lana por arriba y por debajo de la urdimbre empleando una lanzadera, herramienta diseñada para almacenar en forma compacta la fibra de origen animal o vegetal que se va tejiendo en el telar.

El alzador de calado, es un palo de madera que se inserta entre los hilos de la urdimbre y que debe estar paralelo a la barra transversal superior del telar. Sirve para generar la calada que es el espacio entre los hilos delanteros y traseros de la urdimbre.

El peine arrastra la hebra que inicialmente estaba ubicada en la parte superior del telar hacia la inferior formando la trama del tejido. Este procedimiento se repite tantas veces como sea necesario hasta completar el largo del tejido.

La artesana utiliza puntos que son resultantes de una hibridación entre las técnicas andinas y europeas para tejer los textiles y accesorios que comercializa. A continuación, se los muestra en la siguiente tabla:

<p>Tafetán simple: Se denomina así al tejido liso en donde la urdimbre cubre totalmente a la trama. Puede estar listado verticalmente con peinecillo (rayado horizontal), o liso con decoraciones de tramas suplementarias (felpa o pelo cortado).</p>	
<p>Peinecillo: Tejido realizado con urdimbres en dos colores para formar con las pasadas de la trama finas líneas horizontales.</p>	
<p>Betón: Tejido en el que las tramas están apretadas y ocultan la totalidad de los hilos de la urdimbre.</p>	
<p>Sobre bordado: Es la técnica en la que se aplican unas tramas suplementarias, para realizar figuras sobre el fondo del tejido.</p>	
<p>Oruga: Se realizan bucles sobre el tejido liso y usando un palillo se hacen lazadas del mismo tamaño cada seis filas primero al derecho y luego al revés.</p>	

<p>Afelpado: Hace referencia a los tejidos adornados con bucles de lana que posteriormente son recortados dando un acabado afelpado o de pompón.</p>	
<p>Copto o nudo celta: La trama corre por delante del tejido y es enganchada por detrás de la urdimbre. Luego se arrastra hacia el frente en forma de una lazada que sobresale. Estos bucles luego se cortan y forman un relieve en el tejido.</p>	
<p>Ghiordes o nudo turco: Se realiza sobre dos urdimbres, pero cada nudo se va encimando con el anterior generando un nudo inclinado. Aplicando esta técnica se obtiene un acabado con un relieve compacto y abultado.</p>	
<p>Flecos: Se emplea una aguja de crochet por el revés de la trama enganchando un haz de hilos doblados por la mitad se repite la operación formando un galón con las hebras anudadas en línea paralela.</p>	

Tabla número 9: Puntos que usa la artesana en el telar.

La artesana Cecilia Quispe armó el taller en el garaje de su casa. Amuró una soga de pared a pared para colgar las lanas que tiñe con anilinas o con tintes naturales con la finalidad que se sequen.

Figura número 17: Soga que utiliza la artesana para colgar las lanas



Fuente: Elaboración propia

Ubicó el telar María o de peine en una esquina por ser el de mayor tamaño, colgó el telar de bastidor en una de las paredes empleando ganchos para tal fin y puso el telar vertical sobre la mesa de trabajo.

Figura número 18: Tipos de telares que usa la artesana.



Fuente: Elaboración propia

Dentro de un mueble guarda las herramientas que habitualmente utiliza cuando teje con telar a continuación, se las muestra en la siguiente tabla:

<p>Templazos: Mantienen el ancho de la trama evitando su encogimiento a medida que se va tejiendo la tela.</p>	
<p>Varillas de urdimbre: Sirven para generar tensión en la urdimbre.</p>	
<p>Guardacruces: Se emplea para el pasado de los hilos de urdimbre por el peine del telar María. Ayuda a mantener el orden de los hilos en la cruz de urdimbre.</p>	
<p>Soporte peine: Sirve para apoyar el peine y ayudar al pasado de los hilos de urdimbre cuando esta labor se realiza fuera del telar.</p>	

Tabla número 10: Herramientas que usa la artesana en el telar.

La artesana emplea diferentes materias primas para tejer los productos que fabrica por encargo. Si se trata de un poncho el cliente puede elegir lana de camélidos como vicuña, guanaco o llama. Para las prendas de abrigo utiliza lana de cabra patagónica y de cabra de angora. Si le encargan un cubrecama o un tapiz emplea lana de oveja merino y de oveja andina.

Las prendas de media estación son tejidas con algodón, por ser una fibra resistente y brillante mientras que el lino se utiliza para los textiles de verano ya que no es solamente un hilo fuerte, sino que también es flexible.

Cecilia Quispe hace diseños geométricos con rombos círculos y cuadrados, figurativos con llamas, cactus, vicuñas y paisajes de la puna entre otros y abstractos con líneas curvas como espirales o formas indeterminadas de colores variados. A continuación, se muestra una tabla que clasifica la iconografía de los tejidos realizados:

<p>Simbología abstracta</p>	
<p>Simbología figurativa</p>	
<p>Simbología geométrica</p>	

Tabla número 11: Simbología que usa la artesana en sus tejidos.

La artesana usa la simbología de sus ancestros por costumbre y para conservar la tradición familiar pero no sabe objetivamente el significado de los gráficos que emplea en sus tejidos.

4.5- Conclusión final del capítulo

El mercado meta al cual apunta la Marca País Argentina propuesta en este proyecto, es un universo de mujeres modernas interesadas por el diseño, pero sobre todo conscientes del valor de lo genuino y la nobleza de lo heredado.

Estas personas están interesadas en adquirir artículos que combinen elementos de la cultura aborígen con la urbana como factor diferencial ya que a ellas les agrada explorar nuevas tendencias quebrando preconceptos con respecto a lo autóctono.

No reniegan de sus raíces porque se sienten identificadas con las mismas y usan su cuerpo como un lienzo para transmitir su individualidad.

Prefieren productos textiles versátiles y combinables que puedan ser empleados durante el desempeño de sus actividades que transcurren íntegramente en la ciudad en la que habitan y de la cual forman parte activamente.

Capítulo 5

5.1- Concepto de diseño:

En el apartado 1.2 se realizó la formulación del problema de este trabajo final de grado, cuyo enunciado era: ¿Qué diseños y materiales debe tener una Marca País que represente al Noroeste argentino, reivindicando a la cultura Colla?

Para dar respuesta a esta pregunta se utilizó como guía los conceptos vertidos por Bruno Munari en su libro: *Como nacen los objetos* (2000), además se consultó: *Diseño y desarrollo de productos* (2009) escrito por Ulrich y Eppinger. Según estos autores para llevar adelante un diseño exitoso hay que utilizar recursos estéticos, funcionales y simbólicos con el fin de producir un nuevo objeto que satisfaga las necesidades y las preferencias de los consumidores. También es importante tener en cuenta los problemas de diseño durante este proceso los cuales deben ser resueltos en forma creativa sin perder de vista la viabilidad económica.

5.2- Objetivo principal de aplicación:

Crear una marca de prendas y accesorios destinados a mujeres urbanas de 20 a 50 años, revalorizando los símbolos Collas y que remitan al noroeste argentino teniendo en cuenta las tendencias contemporáneas vigentes en el mercado.

5.3- Objetivos específicos de aplicación:

- ✓ Desarrollar una Marca País destinada a resignificar y rescatar la iconografía autóctona del Noroeste Argentino mediante la realización de indumentaria y accesorios que empleen la simbología Colla.

- ✓ Diseñar una línea de indumentaria y accesorios cuya simbología autóctona esté hibridada con la cultura urbana argentina, para así evitar que la iconografía colla se pierda con el transcurso del tiempo o quede relegada a una región del país.
- ✓ Generar una línea de productos que combinen elementos de la cultura aborígen colla con la urbana como factor diferencial para mujeres de 20 a 50 años que les agrada explorar nuevas tendencias quebrando preconceptos con respecto a lo autóctono.
- ✓ Realizar Marketing social mediante campañas publicitarias de los productos fabricados promoviendo causas de bien común.

5.4- Programa de diseño y requerimientos:

En su libro del año 2011, Cecilia Ramírez León señala que el programa de diseño es una etapa temprana del ciclo de vida del proyecto en el que se planifican ideas, procesos, recursos y entregables. Consta de siete pasos:

- 1- Definir los objetivos principales del proyecto y los entregables.
- 2- Determinar los resultados teniendo en cuenta lo establecido inicialmente.
- 3- Identificar los riesgos y las limitaciones.
- 4- Perfeccionar la estrategia mediante la realización de una hoja de ruta.
- 5- Calcular el presupuesto evaluando los recursos necesarios.
- 6- Crear un plan de contingencia en función de las limitaciones del proyecto.
- 7- Documentar los logros mediante un seguimiento de los entregables y del cronograma.

A continuación, se muestra la tabla que resume el programa de diseño para la Marca País Argentina propuesta en este trabajo final de grado. Debe entenderse como un plan de acción que plantea de forma ordenada los siguientes conceptos:

- ❶ Condicionantes o fines a cumplir por el diseño a partir de la descomposición del problema en subproblemas.
- ❷ Requerimientos que el diseño debe tener para responder a uno o más condicionantes.
- ❸ Premisas que expresan las intenciones del diseñador con respecto a los parámetros que se deben cumplir en los futuros productos.

Condicionantes	Requerimientos	Premisas
Resignificar y rescatar la iconografía autóctona del Noroeste Argentino.	Desarrollar una línea de indumentaria y accesorios con simbología colla.	Vincular la simbología colla con la cultura urbana para generar una gran variedad de diseños que satisfagan al mercado meta.
Hibridar la simbología autóctona del noroeste argentino con la cultura urbana.	Generar prendas prêt-à-porter que satisfagan las necesidades de las mujeres urbanas.	Trabajar la simbología colla utilizando diferentes técnicas como estampados sublimados y los bordados realizados a mano y con máquinas industriales.
Quebrar preconceptos con respecto a lo autóctono.	Desarrollar prendas que remitan al noroeste argentino versátiles y combinables que puedan usarse en diferentes actividades urbanas.	Fabricar indumentaria y accesorios que utilicen la paleta de colores del noroeste argentino compuesta por su flora y fauna.
Realizar marketing social	Hacer campañas publicitarias de los productos promoviendo causas de bien común	Impulsar el conocimiento de la cultura aborígen colla a través de la Marca País Argentina.

Tabla número 12: Programa de diseño. Fuente: elaboración propia.

5.5- Diagrama del plan de trabajo y entregables:

El diagrama de Gantt, es un gráfico de barras horizontales que se usa para visualizar el cronograma de un proyecto. En la parte izquierda se incluyen una lista de tareas y en la derecha un cronograma con barras cuya longitud muestra la cantidad de tiempo que se tarda en completar cada una de ellas. (Ramírez de León, 2011)

A continuación, se presenta el plan de trabajo y entregables para este proyecto de Marca País Argentina:

Plan de Trabajo	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio
Formulación del problema					
Marco teórico					
Metodología de la investigación					
Encuesta					
Análisis de datos					
Grillas de antecedentes					
Concepto de diseño					
Programa de diseño					
Moodboard de concepto					
Moodboard de usuario					
Colección					
Armado de ficha técnica					
Confección de prototipo					
Texturas					
Identidad de marca					
Etiquetas y packaging					
Estrategias productivas					
Estrategias comerciales					
Costos de fabricación					

Tabla número 13: Diagrama de Gantt. Fuente: elaboración propia.

Capítulo 6

6.1- Alternativa de diseño: Moodboard de inspiración

Esta colección de indumentaria y de accesorios está inspirada en las bellezas naturales del noroeste argentino como el Cerro de Siete Colores, Las Salinas Grandes, la fauna compuesta principalmente por llamas, vicuñas, alpacas y guanacos que la población originaria colla cuida y respeta por ser su fuente de sustento.

En cuanto a la flora, se tuvo en cuenta a los cactus que representan la vegetación distintiva de esta región árida del país. Además, se usó como fuente de inspiración para la realización de las guardas, el trabajo de Alejandro Fiadone denominado *El diseño indígena argentino* (2001) quien, durante veinte años, se dedicó a recopilar y digitalizar la simbología de los pueblos originarios de Argentina con el fin de plasmar las ideas y creencias subyacentes en los lenguajes simbólicos presentando sus hallazgos en diferentes congresos de historia y arqueología que se celebran alrededor del mundo.

El objetivo final de la marca país Siete Colores es revalorizar las guardas realizadas por los pueblos originarios especialmente las diseñadas por los Collas. Se busca comunicar a los consumidores el significado de la simbología empleada en los diferentes textiles para contribuir a que mitos, leyendas y creencias ancestrales sean recordadas con el transcurso del tiempo evitando su olvido por parte de los ciudadanos que no habitan esa región específica del país.

Como ya se ha explicado anteriormente, los artesanos provenientes de las distintas comunidades aborígenes emplean los diseños de sus ancestros sin tener en claro que querían comunicar éstos. Si bien la información está resguardada en los diferentes museos, lo que se busca es contribuir a su difusión haciendo que el conocimiento no se pierda y quede guardado en el imaginario popular a través de la indumentaria y de los accesorios adquiridos por el mercado meta al cual se dirige esta marca.

Figura número 19: Moodboard de inspiración



Fuente: collage elaboración propia

6.2- Moodboard del usuario

El mercado meta al cual apunta la Marca País Siete Colores, es un universo de mujeres de 20 a 50 años, modernas e interesadas por el diseño y en constante adaptación a los cambios.

Son personas a las que les agrada explorar nuevas tendencias quebrando preconceptos con respecto a lo autóctono. No reniegan de sus raíces porque se sienten identificadas con ellas y usan su cuerpo como un lienzo para transmitir su individualidad.

Están siempre en la búsqueda de nuevas experiencias a través del contacto con la cultura de su entorno. Disfrutan viajar y tienen una vida social activa por lo que requieren de indumentarias y accesorios que no sólo las represente, sino que además sean versátiles y combinables. Valoran más el diseño y la calidad de las materias primas que el precio final del producto y están profundamente orgullosas de habitar este suelo argentino.

Figura número 20 Moodboard del usuario.



Fuente: collage elaboración propia

6.3- Colección: Colores Ancestrales

Esta colección denominada Colores Ancestrales está compuesta por ocho conjuntos de temporada otoño invierno y nueve accesorios como: carteras, mochilas y bolsos.

El nombre surge de la paleta de colores del paisaje del noroeste argentino el cual ha sido admirado por nuestros antepasados entre ellos el gran canta autor, guitarrista, poeta y escritor Atahualpa Yupanqui quien conmovido por la belleza del altiplano compuso la canción *Camino del indio* (1977) que dice así:

“Caminito del indio,
sendero colla sembrado de piedras
Caminito del indio
que junta el valle con las estrellas.

Caminito que anduvo
de sur a norte
mi raza vieja
antes que en la montaña
la Pachamama se ensombreciera.

Cantando en el cerro
llorando en el río,
se agranda en la noche
la pena del indio.

El sol y la luna
y este canto mío
besaron sus piedras,
camino del indio.

En la noche serrana
llora la quena su honda nostalgia.
Y el camino sabe quién es la chola
que el indio llama.

Se levanta en el cerro
la voz doliente de la baguala.
Y el camino lamenta
ser el culpable de la distancia.

Cantando en el cerro
llorando en el río,
se agranda en la noche

El sol y la luna
y este canto mío
besaron sus piedras
camino del indio”.

6.4-Figurines:

Siete Colores es una empresa dedicada a la confección de indumentaria y accesorios con impronta Colla destinada a las mujeres que viven en las diferentes ciudades del territorio nacional e internacional.

En esta ocasión, se muestra la colección de indumentaria Colores Ancestrales temporada otoño invierno correspondiente al año 2.022. La misma está compuesta por prendas realizadas con géneros tejidos a telar con lana de vicuña y alpaca, además de emplearse telas sintéticas con una alta composición de poliéster para que puedan ser sublimadas.

Las telas acrílicas se han escogido especialmente para estampar las guardas de mayor complejidad y que son imposibles de realizar con telar.

La idea rectora de esta colección es la hibridación de lo autóctono con lo urbano logrando prendas cómodas, combinables y versátiles que puedan ser utilizadas en diferentes eventos sociales además de la rutina habitual con una paleta de colores compuesta por el amarillo, el naranja, el rojo, el azul, el morado, el verde y el marrón que remiten al Cerro de los Siete Colores ubicado en Purmamarca provincia de Jujuy.

Figura número 21: Paleta de colores



Fuente: Elaboración propia.

Figura número 22:



Textura:



Fuente: Elaboración Propia.

En la figura número veintidós, el vestido presenta guardas geométricas combinadas con abstractas formando un estampado tipo collage el cual se realizó mediante sublimación. La inspiración provino del libro escrito por Alejandro Fiadone.

Figura número 23:



Textura:



Fuente: Elaboración propia.

En la figura número veintitrés, la prenda tiene guardas abstractas que hacen referencia a la leyenda del cabureí que dice así: El Dios Tupa creó un ave de hermosa voz que encantaba a los habitantes del bosque con la magia de su canto. Una noche el diablo Añá lo encontró dormido y transformó su hermoso plumaje en un pobre y deslucido traje el cual usa hasta nuestros días. Sus plumas son utilizadas como payé (amuleto) para atraer la buena suerte. (Santoro, 2019).

Figura número 24:



Textura:



Fuente: Elaboración propia.

En la figura número veinticuatro, el vestido tiene guardas abstractas en la parte delantera y trasera las cuales se repiten formando un estampado. Representa a los dardos y a las flechas empleadas por el chaman para sacrificar a los animales ofrendados a la Pachamama. (Fiadone, 2014).

Figura número 25:



Textura:



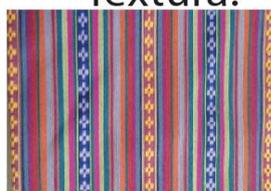
Fuente: Elaboración propia.

En la figura número veinticinco, la camisa tiene como estampado una repetición de una guarda figurativa que presenta a un suri parado sobre una espiral. Esta ave era venerada por los aborígenes ya que se lo asociaba con las lluvias y las cosechas. La espiral simboliza el ciclo de la vida compuesta por el nacimiento, el crecimiento y la muerte tanto de las personas de los animales y de las plantas. (Fiadone, 2014).

Figura número 26:



Textura:



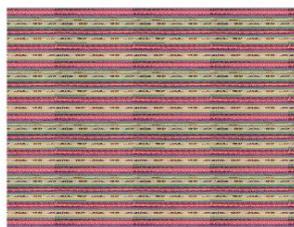
Fuente: Elaboración propia.

En la figura número veintiséis, el vestido tiene recortes de tela aguayo estampada con una sucesión de cruces. Los Collas le daban a la cruz un significado distinto que los católicos. Para ellos, cada extremo representaba una fuerza de la naturaleza: el viento, la nube, el rayo y el trueno. El entrecruzamiento de estos elementos eran los generadores de las lluvias. (Fiadone, 2014).

Figura número 27:



Textura:



Fuente: Elaboración propia.

En la figura número veintisiete, el poncho tipo blusa está realizado con tela aguayo que presenta guardas con una sucesión de rayas de diferentes tonalidades las cuales remiten al Cerro de Siete Colores.

Figura número 28



Textura:



Fuente: Elaboración propia.

En la figura número veintiocho, la prenda está realizada con tela de vicuña que tiene una guarda la cual se encuentra habitualmente en el interior del cuerpo del suri o avestruz, animal

reverenciado por los Collas. Sus antepasados, representaban a esta ave en vasijas y en pinturas rupestres encontradas en el departamento de Cachi en la provincia de Salta.

La cruz en el interior del suri simbolizaba a la rosa de los vientos indicando que el mundo natural estaba dividido en cuadrantes, los que en la actualidad son denominados como los cuatro puntos cardinales. (Fiadone, 2014).

Figura número 29:



Textura:



Fuente: Elaboración propia

En la figura número veintinueve, la prenda enteriza está realizada con tela de vicuña tejida en telar manual que muestra imágenes características del Altiplano como son los Collas,

las llamas, las vasijas aborígenes y el Supay o diablo. Además, presenta una guarda que tiene simbología abstracta con espirales que simbolizan al ciclo de la vida y el zigzag continuo representa al rayo fuerza natural venerada por este pueblo originario.

6.5- Línea de accesorios:

Figura número 30: Carteras bandoleras con guardas y bordadas a mano.



Fuente: Elaboración propia

Figura número 31: Mochila bordada a mano con diseño geométrico.



Fuente: Elaboración propia.

Figura número 32: Cartera con forma de cactus bordada a mano.



Fuente: Elaboración propia.

Figura número 33: Cartera de mano con bordado de llamas.



Fuente: Elaboración propia

Figura número 34: Cartera con forma de tubo con paisaje del NOA.



Fuente: Elaboración propia.

Figura número 35: Cartera con diseño abstracto.



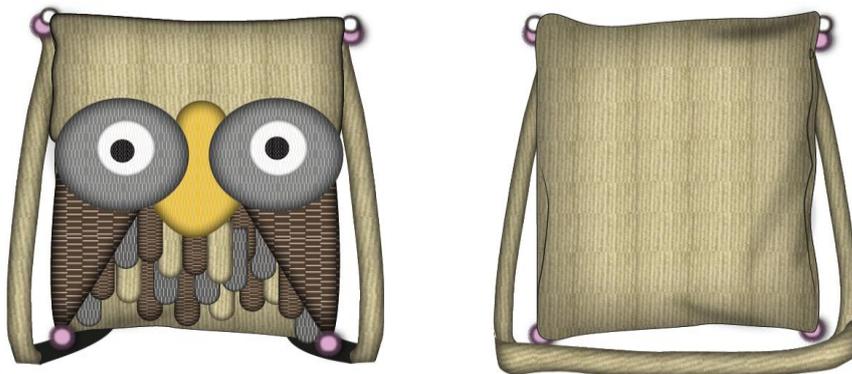
Fuente: Elaboración propia.

Figura número 36: Cartera con forma de montaña.



Fuente: Elaboración propia.

Figura 37: Cartera con forma de caburei



Fuente: Elaboración propia

Figura 38: Cartera con diseño geométrico.



Fuente: Elaboración propia.

Todos los accesorios son tejidos a telar con acabados bordados a mano. Se emplearon guardas con sucesión de rombos los cuales simbolizan a las escamas de la serpiente Amaru.

Para los collas este reptil era considerado Dios del agua y de la vida personificando a la agricultura. Se representaba como una serpiente alada con ojos cristalinos, hocico rojizo, con cabeza de llama, cuernos de taruka (venado andino) y una cola de pez.

Era generadora de sismos cuando salía de la Kay Pacha, de acuerdo con la cosmovisión andina el mundo se divide en tres regiones: Hanan Pacha (Paraíso), Kay Pacha (Tierra) y Uku Pacha (Inframundo) donde vive Amaru. (Fiadone, 2014)

Según la simbología de este pueblo originario, los rombos cuando están dentro de otros rombos indican la piel del yagareté o jaguar.

El Uturunco de acuerdo con su mitología, es el hombre jaguar que en la noche se convierte en felino cuando se revuelca sobre la piel de este animal. Sus correrías duran hasta el amanecer, hora en la que recupera su forma humana. (Fiadone, 2014)

También se usaron guardas figurativas con la imagen de la llama la cual era sacrificada durante las ceremonias realizadas en honor al Dios del Sol o Inti.

Coquena era el duende protector de los ganados camélidos y de los pastores. Se lo simbolizaba como un duendecillo rodeado de llamas. (Flores, 2016)

Se utilizó para la decoración de algunos accesorios guardas con cruces cuyo significado ya ha sido explicado anteriormente.

Se diseñaron accesorios con bordados abstractos que simbolizan festividades, deidades y espíritus malignos pertenecientes a la cosmovisión colla.

Esta cultura, relacionaba la observación de las estrellas con las actividades de la siembra y la cosecha. Los diseños espiralados representan el ciclo de la vida natural de todos los seres tanto humanos, animales o vegetales formado por: el nacimiento, el desarrollo, la reproducción y la muerte. Para este pueblo originario, la vida era un don otorgado por la Pachamama o Madre Tierra. (Fiadone, 2014)

Otros bolsos tienen imágenes figurativas del noroeste argentino tipo tapiz que representan el Cerro de Siete Colores con la flora y fauna característica de la Puna.

Finalmente, las carteras con morfología remiten al cabureí, al cactus y al Cerro de los Siete Colores.

El cabureí es un ave rapaz en peligro de extinción a causa de la deforestación de su hábitat natural. Sus plumas son utilizadas como payé o amuleto para atraer la buena suerte. Los collas creen que fue el Dios Tupá quien le dio vida a este animal. (Santoro, 2016)

El cactus Saguaro (*Carnegiea Gigantea*) tiene una forma que simula a una persona con los brazos levantados hacia el cielo. Se considera al Saguaro como una de las siete variedades cactus más hermosas de la Argentina. En el NOA se hace arropo con la parte carnososa de este cactus. Se trata de un jarabe dulce cuyo uso se recomienda para aliviar afecciones respiratorias. (Douglas, 1978)

6.6- Cuadro de tipologías:

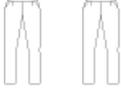
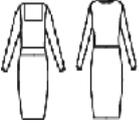
	Vestido	Blusa	Falda	Poncho	Pantalón	Camisa	Mono prenda
Conjunto 1							
Conjunto 2							
Conjunto 3							
Conjunto 4							
Conjunto 5							
Conjunto 6							
Conjunto 7							
Conjunto 8							

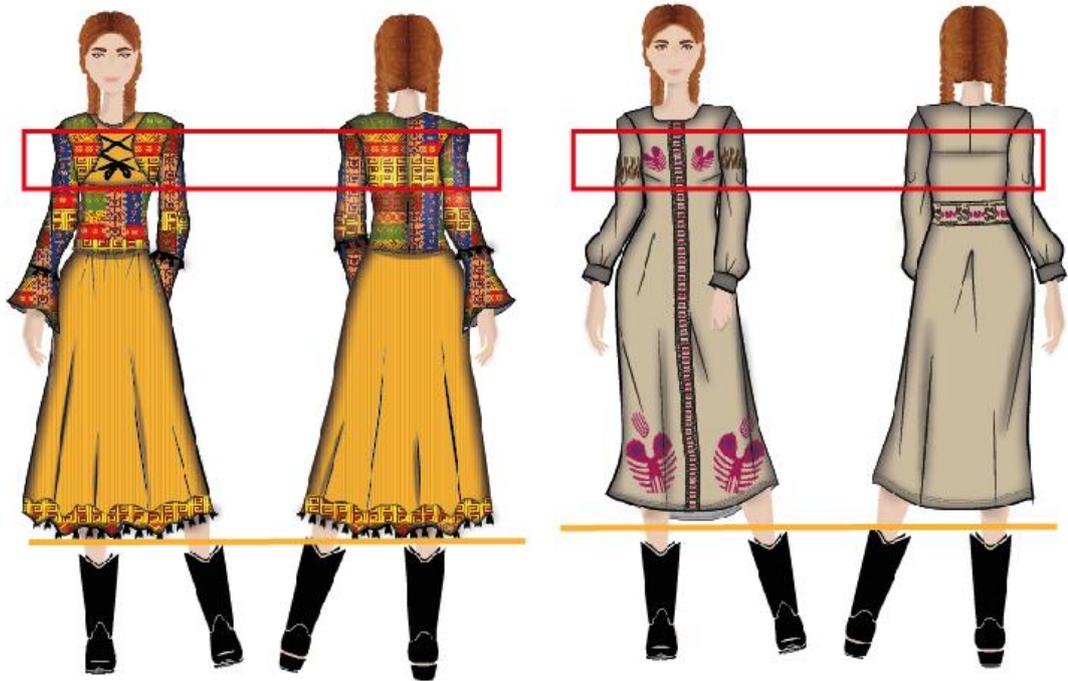
Tabla número 14: Elaboración propia.

	Cartera bandolera	Mochila	Cartera mano	de	Cartera con formas
Accesorio 1					
Accesorio 2					
Accesorio 3					
Accesorio 4					
Accesorio 5					
Accesorio 6					
Accesorio 7					
Accesorio 8					

Tabla número 15: Elaboración propia.

6.7- Cuadro de constantes y variables:

Figura número 39: Constantes y variables.



Siluetas:

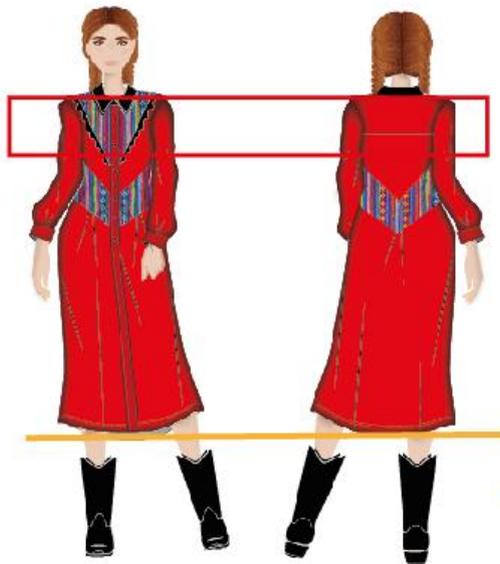


Líneas:
Rectas y
curvas.

Largo modular



Punto de tensión:



Siluetas:



Líneas:
Rectas y
curvas.

Largo modular

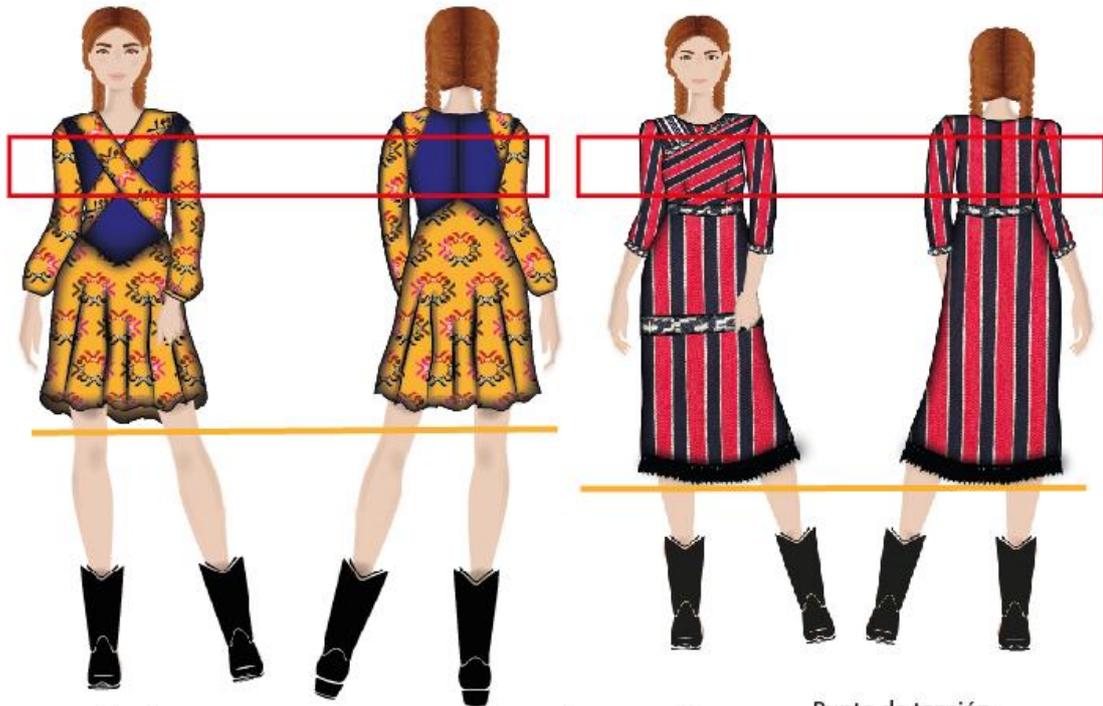


Punto de tensión:



Fuente: Elaboración propia.

Figura número 40: Constante y variables



Silueta:

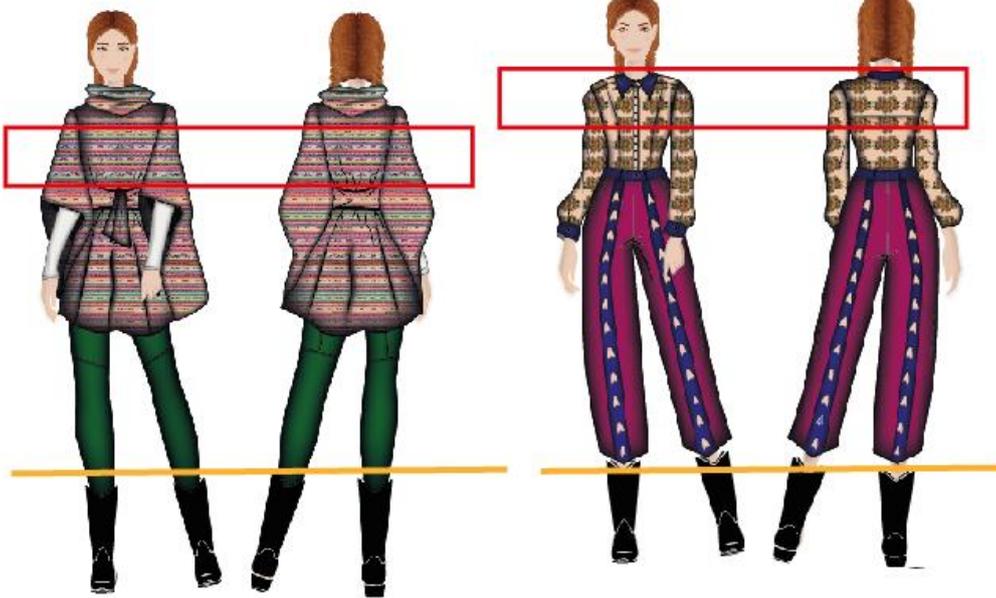


Líneas:
Rectas y
curvas.

Largo modular



Punto de tensión:



Silueta:



Líneas:
Rectas y
curvas.

Largo modular



Punto de tensión:



Fuente: Elaboración propia.

Capítulo 7

7.1 - Propuesta final de diseño: Fichas técnicas

Figura número 41: Ficha técnica.



Siete Colores

Colección: OTOÑO/ INVIERNO 2022

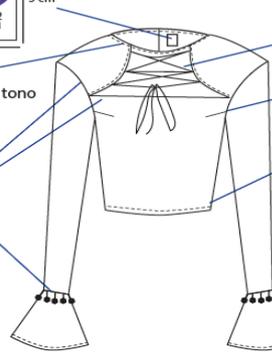
Línea: Mujer

Artículo: 001 Modelo: Blusa sol TELA: frisa de poliéster y simil corderoy con spandex

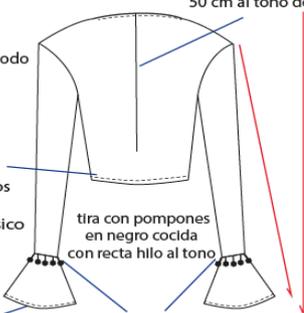
Curva de talles: S/(M) /L/XL

Observaciones:

DELANTERO



ESPALDA



Etiqueta en silver sublimada cocida con recta hilo al tono en espalda

Cuello a la base con pespunte al tono

Recorte en simil corderoy mostaza unidos con OV4H en uniones de recortes y en puño de manga costura OV4H

Cordon de pasamaneria color negro cruzado a modo de aplique.

pinzas de busto de 10 cm

ruedos de 1,5 cm con collareta 4 hilos al tono de la tela doble pespunte basico

Puños acampanados ruedos de 1,5 cm con collareta 4 hilos al tono de la tela

Cierre invisible de 50 cm al tono de la tela

tira con pompones en negro cocida con recta hilo al tono

Paleta de color: Amarillo mostaza Estampa diseñada: Sublimada en frisa de poliéster

Máquina: Overlock y collareta de 4 hilos con pespunte en recta Hilos: al tono de la tela

AVIOS: cordón de pasamaneria en negro / tira con pompones en negro/ cierre de 50 mostaza




Fuente: Elaboración propia.

Figura número 42: Ficha técnica



Siete Colores

Colección: OTOÑO/ INVIERNO 2022

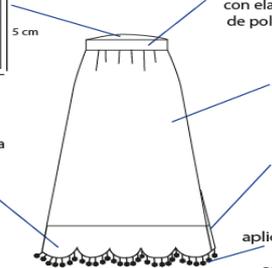
Línea: Mujer

Artículo: 002 Modelo: FALDA sol TELA: simil corderoy con spandex detalle en frisa de poliéster

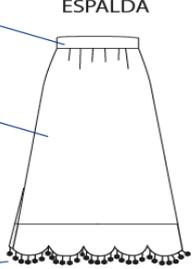
Curva de talles: S/(M) /L/XL

Observaciones: Falda corte en "A" con tajos en lateral

DELANTERO



ESPALDA



Etiqueta en silver sublimada cocida con recta hilo al tono en cintura lado interno

Recorte en frisa sublimada con estampa diseñada, cocida en uniones con costura OV4H al tono de la tela

cintura de 5 cm de ancho con elastico interno de poliéster de 5 cm

falda tipo tubo en simil corderoy color mostaza aterciopelado

tajos de 30 cm en laterales

en ruedo aplicar tira con pompones en negro cocida con recta hilo al tono

1 m de largo

Paleta de color: Amarillo mostaza Estampa diseñada: Sublimada en frisa de poliéster

Máquina: Overlock 4 hilos Hilos: al tono de la tela

AVIOS: tira con pompones en negro / elastico de 5 cm de poliéster




Fuente: Elaboración propia.

Figura número 43: Ficha técnica.



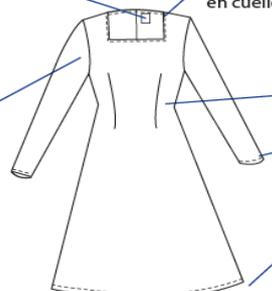
Colección: OTOÑO/ INVIERNO 2022

Línea: Mujer

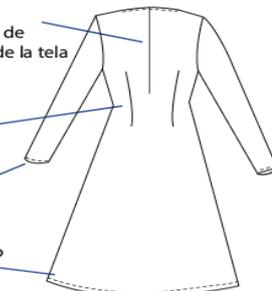
Artículo: 003 Modelo: Vestido Cerro TELA: frisa de poliester

Curva de talles: S/(M) /L/XL Observaciones:

DELANTERO



ESPALDA



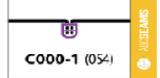
Etiqueta en silver sublimada cocida con recta hilo al tono en espalda



5 cm

3 cm

mangas unidos con OV4H

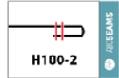


escote cuadrado a la base con envivadora para terminación en cuello

Cierre invisible de 50 cm al tono de la tela

pinzas en cintura

ruedos y puños de 1,5 cm ancho con collareta 4 hilos al tono de la tela doble pespunte básico



LARGO FINAL DE VESTIDO 1.50

Paleta de color: tiza Estampa diseñada: Sublimada en frisa de poliester

Máquina: Overlock y collareta de 4 hilos con pespuntos en recta Hilos: al tono de la tela

AVIOS: cierre de 50 cm al tono de la tela



Fuente: Elaboración propia

Figura número 44: Ficha técnica.



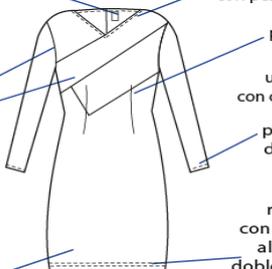
Colección: OTOÑO/ INVIERNO 2022

Línea: Mujer

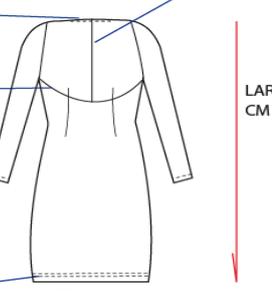
Artículo: 004 Modelo: Vestido Miradas TELA: modal y frisa de poliester

Curva de talles: S/(M) /L/XL Observaciones: vestido al cuerpo con recortes manga larga

DELANTERO



ESPALDA



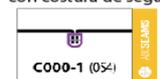
Etiqueta en silver sublimada cocida con recta hilo al tono en espalda



5 cm

3 cm

mangas largas y recortes unidos con OV4H con costura de seguridad



Cuello escote en V terminacion con envivadora con pespunte al tono de la tela

Cierre invisible de 50 cm al tono de la tela

pinzas en cintura

recorte circular unidos con OV4H con costura de seguridad

puños con vivo de 1 cm de alto

ruedo de 3 cm con collareta 4 hilos al tono de la tela doble pespunte básico



LARGO TOTAL 95 CM

Paleta de color: azul y mostaza Estampa diseñada: Sublimada modal y frisa de poliester sublimada en azul

Máquina: Overlock y collareta de 4 hilos con pespuntos en recta Hilos: al tono de la tela

AVIOS: cierre de 50 cm al tono de la tela




Fuente: Elaboración propia.

Figura número 45: Ficha técnica.



Siete Colores

Colección: OTOÑO/ INVIERNO 2022

Línea: Mujer

Artículo: 005 Modelo: Vestido Guarda

Curva de talles: S/ M/ L/ XL

TELA: telar industrial con hilo de poliester

Observaciones: vestido corte en "A" manga 3/4

DELANTERO

Etiqueta en silver sublimada cocida con recta hilo al tono en espalda

5 cm

3 cm

mangas 3/4 unidos con OV4H con costura de seguridad

C000-1 (054)

Falda arriba de la rodilla en forma de "A"

ESPALDA

Cierre invisible de 50 cm al tono de la tela

Cuello a la base terminacion con envivadora con respunte al tono de la tela

pinzas en cintura

puños con vivo y ruedo de 1 cm de alto

ruedo de 3 cm con recta respunte doble al tono de la tela

H100-2

LARGO TOTAL 95 CM

Paleta de color: azul y rojo

Máquina: Overlock y collareta de 4 hilos con respuntes en recta

AVIOS: cierre de 50 cm al tono de la tela

Género de telar industrial hilo de poliester

Hilos: al tono de la tela



Fuente: Elaboración propia

Figura número 46: Ficha técnica.



Siete Colores

Colección: OTOÑO/ INVIERNO 2022

Línea: Mujer

Artículo: 006 Modelo: MONO combinado

Curva de talles: S/ (M) / L/ XL

TELA: telar manual + modal aterciopelado

Observaciones: Mono: remera en modal aterciopelado con pantalón palazo en telar manual

DELANTERO

Etiqueta en silver sublimada cocida con recta hilo al tono en espalda

5 cm

3 cm

mangas y cintura unidas con OV4H con costura de seguridad hilos ala tono

C000-1 (054)

ESPALDA

Cierre invisible al tono de 50 cm

65 cm

Cuello bote con guarda de 10 cm en telar industrial terminacion con respunte con recta A1

pinzas en cintura entallada

remera manga larga y palazo unidos por recorte

Ruedo de 1.5 cm con collareta 4 hilos al tono de la tela

H100-2

Ruedo de 2cm con puntada invisible interna manual

H110

LARGO TOTAL 2.10 metros

Paleta de color: terracota

Máquina: Overlock y collareta de 4 hilos con respuntes en recta

AVIOS: cierre invisible de 50 cm al tono

Género: modal tipo terciopelo y telar industrial



Fuente: Elaboración propia.

Figura número 47: Ficha técnica.

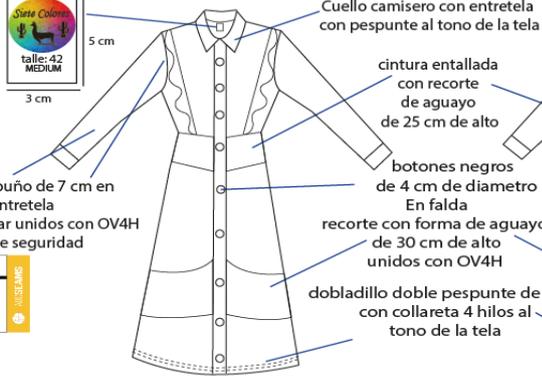


Colección: OTOÑO/ INVIERNO 2022 Línea: Mujer

Artículo: 007 Modelo: Vestido camisero Aguayo TELA: Aguayo + lanilla

Curva de talles: S/(M)/L/XL Observaciones: Vestido largo de lanilla camisero abotonado con recortes

DELANTERO



Etiqueta en silver sublimada cocida con recta hilo al tono en espalda

5 cm

3 cm

mangas con puño de 7 cm en aguayo con entretela fina para pegar unidos con OV4H con costura de seguridad

C000-1 (054)

ESPALDA



Cuello camisero con entretela con pespunte al tono de la tela

cintura entallada con recorte de aguayo de 25 cm de alto

botones negros de 4 cm de diametro En falda

recorte con forma de aguayo de 30 cm de alto unidos con OV4H

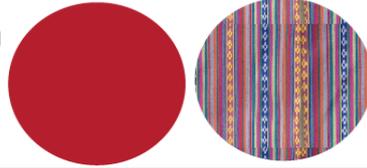
doblado doble pespunte de 2 cm con collareta 4 hilos al tono de la tela

LARGO TOTAL 2 metros

Paleta de color: bordo Género: Aguayo y lanilla

Máquina: Overlock y collareta de 4 hilos con pespunte en recta

AVIOS: 12 botones negros de 4 cm de diametro Hilos: al tono de la tela



Fuente: Elaboración propia.

Figura número 48: Ficha técnica.

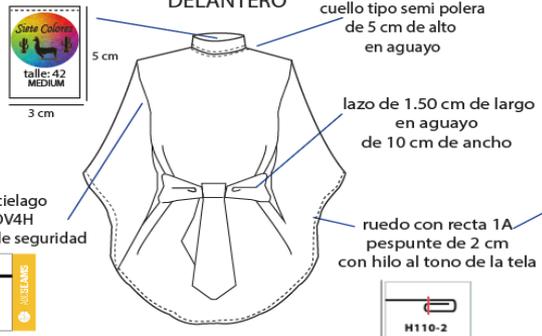


Colección: OTOÑO/ INVIERNO 2022 Línea: Mujer

Artículo: 009 Modelo: Poncho con lazo TELA: Aguayo y jersey de algodón

Curva de talles: S/(M)/L/XL Observaciones: poncho de aguayo con lazo en jersey de algodón

DELANTERO



Etiqueta en silver sublimada cocida con recta hilo al tono en espalda

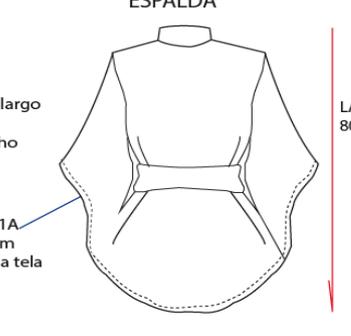
5 cm

3 cm

mangas murcielago unidos con OV4H con costura de seguridad

C000-1 (054)

ESPALDA



cuello tipo semi polera de 5 cm de alto en aguayo

lazo de 1.50 cm de largo en aguayo de 10 cm de ancho

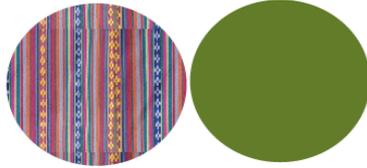
ruedo con recta 1A pespunte de 2 cm con hilo al tono de la tela

H110-2

LARGO TOTAL 80 cm.

Paleta de color: Género: Aguayo

Máquina: Overlock de 4 hilos , recta con hilos al tono



Fuente: Elaboración propia.

Figura número 49: Ficha técnica.



Colección: OTOÑO/ INVIERNO 2022

Línea: Mujer

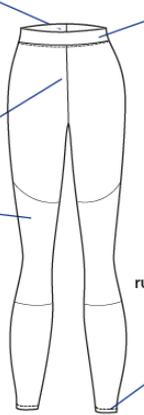
Artículo: 009 Modelo: Calza recortes

TELA: jersey de algodón

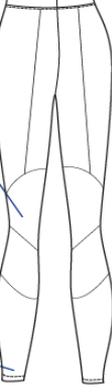
Curva de talles: S/(M)/L/XL

Observaciones: calza con recortes en jersey de algodón

DELANTERO



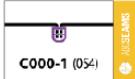
ESPALDA



Etiqueta en silver sublimada cocida con recta hilo al tono en espalda

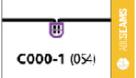


recortes unidos con OV4H con costura de seguridad



pretina de 5 cm de ancho termiada con elastico interno

recortes unidos con OV4H con costura de seguridad



ruedo de 2 cm con collareta de 4H con hilo al tono de la tela



LARGO TOTAL 1.10 cm.

Paleta de color: verde seco

Género: Jersey de algodón

Máquina: Overlock y collareta de 4 hilos con hilos al tono

AVIOS: elastico de de poliester blanco 5 cm de ancho



Fuente: Elaboración propia

Figura número 50: Ficha técnica



Colección: OTOÑO/ INVIERNO

línea: Mujer

Artículo: 001 Modelo: Conjunto camisa con pantalón palazzo.

Curva de talles: S/(M)/L/XL

Observaciones

Entretela en vista exterior de cuello y en vista interior de pie de cuello.

Costura de 1 cm por dentro con refuerzo en esquinas.

Centro derecho horizontal de 8 a 8 cm verticales

Centro izquierdo dobléz de 1 cm, luego dobléz de 2 cm

Centro derecho: Dobléz de 1 cm luego de 2 cm de retención

Unión cuello cuerpo unión 1 cm

Fusión de cuello con entretela, unión con recta 1 A y surfilado con overlock

Unión de hombros, sisa, bajo manga y laterales con recta 1A y surfilado con overlock.

Unión del centro de espalda con recta 1A, se abren costura y se plancha abierto

Pinzas de busto vaciada unida con recta 1A, se abre costura y se plancha

Ruedo 2 cm del borde con recta 1A y surfilado con overlock 3H

Fusión de puño con entretela, unión interna con recta 1A y respunteado con recta 1A

Textura:



Paleta de color: nude con estampa

Género: popelina sublimada

Máquina overlock de 4 hilos con pespunte recta Hilo: al tono de la tela

Fuente: Elaboración propia

Figura número 51: Ficha técnica.



Colección: OTOÑO/ INVIERNO línea: Mujer

Artículo: 001 Modelo: Conjunto camisa con pantalón palazzo.

Curva de talles: S/M/L/XL

Observaciones

Cintura doble con entretela fusionada con plancha unida con recta 1A.

Bolsa de bolsillos unidos con recta 1A a boca de bolsillo

Pinza sin vaciar en delantero para dar forma y caída, plegado con plancha unido a cintura con recta 1A

Recortes

Botamanga de gran tamaño sostenida con puntada invisible manual en ruedo y en altura de botamanga.

Unión de entrepierna y tiro con recta 1A y surfilado con OV 3H.

Pinza sin vaciar en trasero para dar forma y caída, plegado con plancha unido a cintura con recta 1A

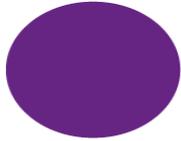
Palazzo simétrico de gran caída con amplia boca de botamanga

Paleta de color: violeta

Género: Lanilla

Máquina overlock de 4 hilos con pespunte recta

Hilo: al tono de la tela



Fuente: Elaboración propia.

Figura número 52: Ficha técnica de accesorio.



Colección: OTOÑO/ INVIERNO 2022 Línea: Mujer

Artículo: 012 ACCESORIO: MORRAL ROMBO

TELA: TEJIDO DE TELAR ARTESANAL

Curva de talles:

Observaciones:

FRENTE

no lleva forro interno

Botón a presión de 1 cm de diámetro cocido a mano

en el centro de rombos un canutillo por rombo color plateado

Botón 6 cm de diámetro con brillantes alrededor y cadena marrón

VISTA 3/4

Tira 1.30cm de largo x 6 cm de ancho tejida a telar color negra

tira de canutillos y mostacilla en color perla

24cm de largo

22 cm de ancho

5 cm de profundidad

DORSO

dorso tejido a telar color negro liso

Paleta de color: blanco y negro

Género: tejido a telar artesanal

Máquina: cocida a mano

AVIOS: boton a presion de 1 cm de / boton de 6 cm de diametro con brillantes y cadena / canutillos



Fuente: Elaboración propia.

Figura número 53: Ficha técnica de accesorio.



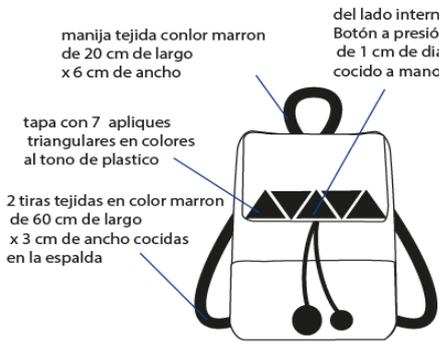
Siete Colores

Colección: OTOÑO/ INVIERNO 2022 Línea: Mujer

Artículo: 014 ACCESORIO: MOCHILA TELA: TEJIDO DE TELAR ARTESANAL

Curva de talles: Observaciones:

FRENTE



VISTA 3/4



DORSO



Paleta de color: marrón, lila, rosa, amarillo y azul Género: tejido a telar artesanal en hilo de algodón

Máquina: cocida a mano

AVIOS: BOTON de canutillo transparente unido a popon de lana color marrón



Fuente: Elaboración propia.

Figura número 54: Ficha técnica de accesorio.



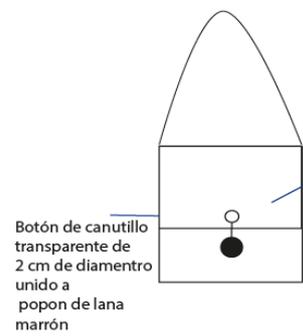
Siete Colores

Colección: OTOÑO/ INVIERNO 2022 Línea: Mujer

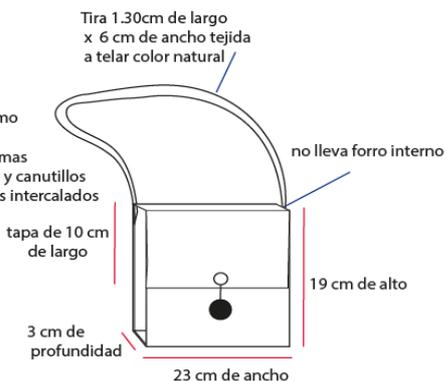
Artículo: 013 ACCESORIO: CARTERA LLAMA TELA: TEJIDO DE TELAR ARTESANAL

Curva de talles: Observaciones:

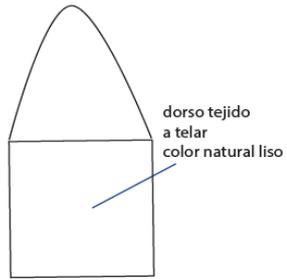
FRENTE



VISTA 3/4



DORSO



Paleta de color: natural y marrón Género: tejido a telar artesanal

Máquina: cocida a mano

AVIOS: BOTON de canutillo transparente unido a popon de lana color marrón



Fuente: Elaboración propia.

Figura número 55: Ficha técnica de accesorios



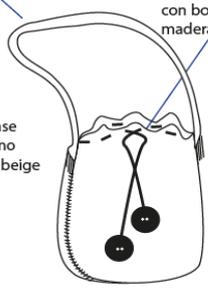
Siete Colores

Colección: OTOÑO/ INVIERNO 2022 Línea: Mujer

Artículo: 015 ACCESORIO: BANDOLERA CERROS TELA: TEJIDO DE TELAR ARTESANAL

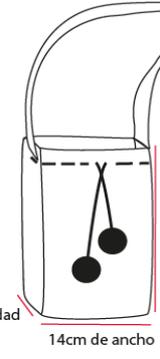
Curva de talles: Observaciones:

FRENTE



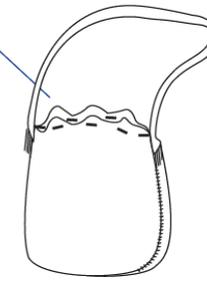
parte frontal, espalda y base unidas con puntada a mano envolvente con hilo color beige

VISTA 3/4



11 cm de profundidad
14cm de ancho
30cm de alto

DORSO



tiras, manija y espalda en tejido a telar color marron lisal liso

Tira tejida color marron claro de 118 cm de largo x 3 cm de ancho con terminación de 4 flecos trenzados

sistema de cierre un cordón en color turquesa de lana con botones marrones de madera de terminación

Paleta de color: marrones, violeta, turquesa, naranja y color maíz Género: tejido a telar artesanal en hilo de algodón

confección cocida a mano con hilo color beige

AVIOS: 2 BOTONES de madera color marrón oscuro



Fuente: Elaboración propia.

Figura número 56: Ficha técnica de accesorios.



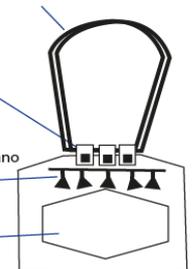
Siete Colores

Colección: OTOÑO/ INVIERNO 2022 Línea: Mujer

Artículo: 016 ACCESORIO: CARTERA TELA: TEJIDO DE TELAR ARTESANAL

Curva de talles: Observaciones:

FRENTE



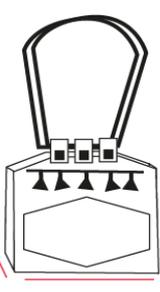
2 manijas de mimbre forradas en lana color beige de 24 cm de largo x 15 cm de ancho

3 tiras con un aplique de tacha cada una a modo de sujetar la manija de mimbre

1 tiras de aplique cocida a mano de flecos en color turquesa y rosado

diseño en telar artesanal

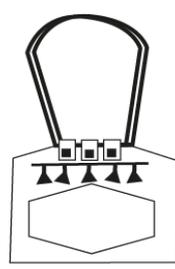
VISTA 3/4



4 cm de profundidad
21 cm de ancho
22 cm de alto

DORSO

vista igual al delantero



Paleta de color: turquesa, terrracota, rojo, amarillo, fuxia Género: tejido a telar artesanal en hilo de algodón

Máquina: cocida a mano



Fuente: Elaboración propia.

Figura número 57: Ficha técnica de accesorios.



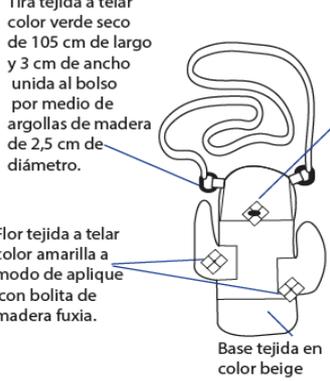
Siete Colores

Colección: OTOÑO/ INVIERNO 2022 Línea: Mujer

Artículo: 017 ACCESORIO: cartera cactus TELA: TEJIDO DE TELAR ARTESANAL

Curva de talles: Observaciones:

FRENTE

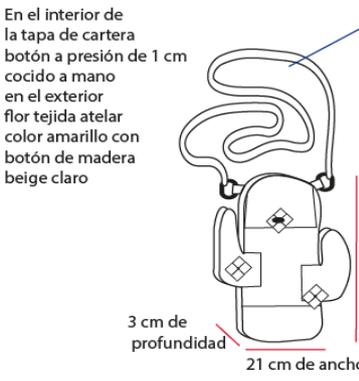


Tira tejida a telar color verde seco de 105 cm de largo y 3 cm de ancho unida al bolso por medio de argollas de madera de 2,5 cm de diámetro.

Flor tejida a telar color amarilla a modo de aplique con bolita de madera fuxia.

Base tejida en color beige

VISTA 3/4



En el interior de la tapa de cartera botón a presión de 1 cm cocido a mano en el exterior flor tejida atelar color amarillo con botón de madera beige claro

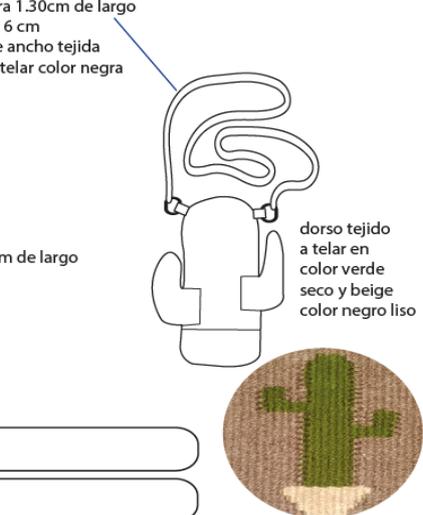
Tira 1.30cm de largo x 6 cm de ancho tejida a telar color negra

40cm de largo

3 cm de profundidad

21 cm de ancho

DORSO



dorso tejido a telar en color verde seco y beige color negro liso

Paleta de color: verde seco y beige Género: tejido a telar artesanal

confección : cocida a mano

AVIOS: botón a presión de 1 cm de diámetro / 2 argollas de madera de 2,5 cm de diámetro, boton de madera en forma de rombo

Fuente: Elaboración propia.

Figura número 58: Ficha técnica de accesorios.



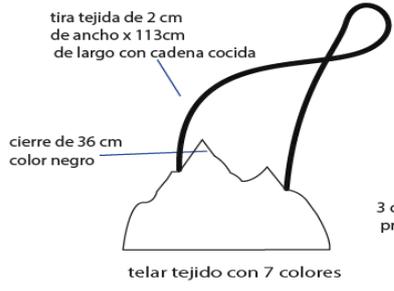
Siete Colores

Colección: OTOÑO/ INVIERNO 2022 Línea: Mujer

Artículo: 018 ACCESORIO: Cartera montaña TELA: TEJIDO DE TELAR ARTESANAL

Curva de talles: Observaciones:

FRENTE

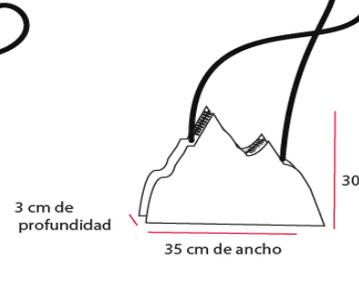


tira tejida de 2 cm de ancho x 113cm de largo con cadena cocida

cierre de 36 cm color negro

telar tejido con 7 colores

VISTA 3/4

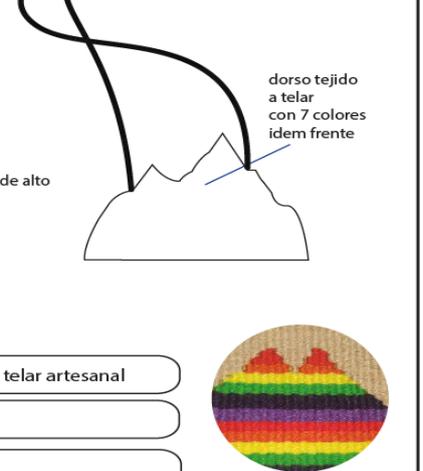


30 cm de alto

35 cm de ancho

3 cm de profundidad

DORSO



dorso tejido a telar con 7 colores idem frente

Paleta de color: azul, violeta, verde, amarillo, naranja y rojo Género: tejido a telar artesanal

Máquina: cocida a mano

AVIOS: cierre de 36 cm color negro / tira de metal color cobre de 36 cm +113 cm

Fuente: Elaboración propia

Figura número 59: Ficha técnica de accesorios.

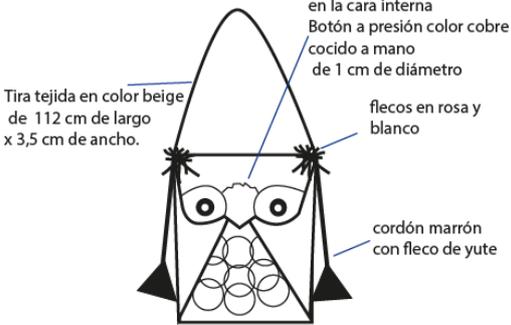


Colección: OTOÑO/ INVIERNO 2022 Línea: Mujer

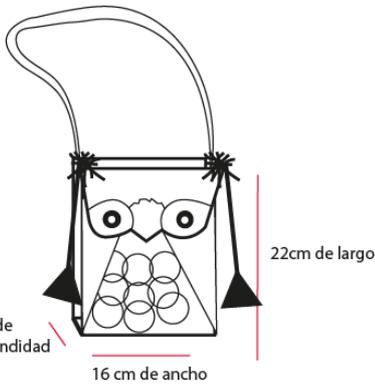
Artículo: 019 ACCESORIO: cartera buho TELA: TEJIDO DE TELAR ARTESANAL

Curva de talles: Observaciones:

FRENTE



VISTA 3/4



DORSO



Paleta de color: beige, marrón, grises, maíz,

Género: tejido a telar artesanal

Máquina: cocida a mano

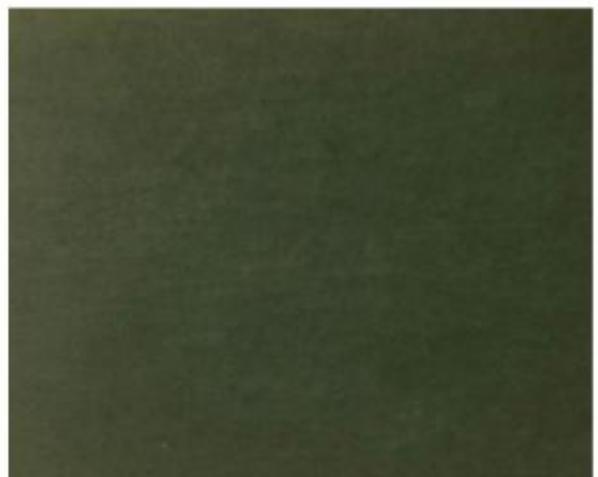
AVIOS: 1 botón a presión de 1 cm de diámetro/2 botones de madera color marrón, lentejuelas de 1 cm en color plateado varias / 2 perlass de 0,5 cm de diámetro/ 2 flecos de yute / cordón marrón de poliéster



Fuente: Elaboración propia.

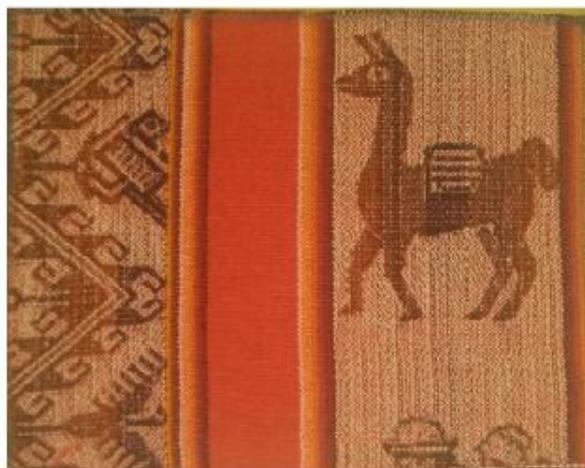
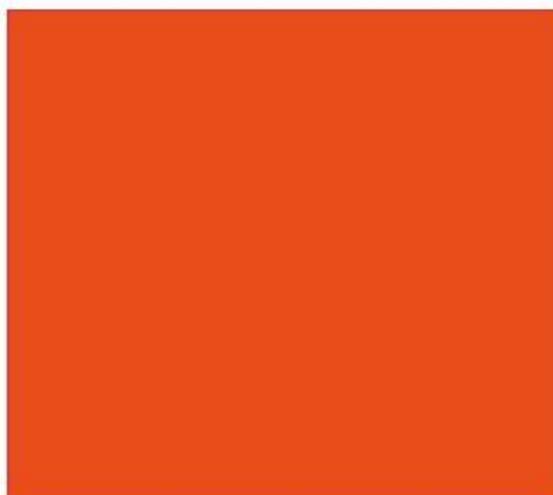
7.2- Cartas de texturas:

Figura número 60: Texturas de la colección



Fuente: Elaboración propia.

Figura número 61: Texturas de la colección de indumentaria.



Fuente: Elaboración propia.

Figura número 62: Texturas de los accesorios.



Fuente: Elaboración propia.

Figura número 63: Texturas de los accesorios.



Fuente: Elaboración propia.

7.3- Prototipos: Fotos Colección de Indumentaria Colores Ancestrales

Figura número 64: Prototipo.



Fuente: Elaboración propia.

Figura número 65 Prototipo



Fuente: Elaboración propia.

Figura número 66: Prototipo.



Fuente: Elaboración propia

Figura número 67: Prototipo



Fuente: Elaboración propia.

Prototipos: Fotos Colección de Accesorios Colores Ancestrales.

Figura número 68: Prototipo de cartera bandolera.



Fuente: Elaboración propia.

Figura número 69: Prototipo de cartera de mano.



Fuente: Elaboración propia,

Figura número 70: Prototipo de mochila.



Fuente: Elaboración propia.

Figura número 71: Prototipo de cartera de montaña cerro de siete colores



Fuente: Elaboración propia.

Figura número 72: Prototipo cartera en forma de tubo.



Fuente: Elaboración propia.

Figura número 73: Prototipo cartera con forma cactus.



Fuente: Elaboración propia.

Figura número 74: Prototipo de cartera con forma de caburei.



Fuente: Elaboración propia

Figura número 75: Prototipo de cartera con diseño geométrico. Manijas de mimbre.



Fuente: Elaboración propia

Figura número 76: Prototipo de cartera con diseño abstracto. Cartera roja.



Fuente: Elaboración propia.

Figura número 77: Collage de accesorios.



Fuente: Elaboración propia.

Capítulo 8: Propuesta final de marca

La marca País Argentina propuesta en este trabajo final de grado, se denomina Siete Colores en alusión al cerro ubicado en Purmamarca el cual es visitado y admirado por una gran cantidad de turistas, tanto argentinos como extranjeros, que diariamente se dirigen a la provincia de Jujuy para conocer esta maravilla de la naturaleza.

Existe una leyenda que explica cómo se originó el Cerro el Cerro Siete Colores y dice así: Hace mucho tiempo en un pueblito llamado Purmamarca no existía el color. Los lugareños, cada vez que miraban a su alrededor, se ponían tristes debido al paisaje monótono.

Entonces a la Pachamama se le ocurrió una idea: Pintaría los cerros con la ayuda de los duendes que habitan en las montañas.

Una noche, los duendecitos comenzaron a pintar con los colores que la Pachamama había elegido. Usaron el rosa de los flamencos, el rojo de los minerales, el verde de los pastos, el ocre de la tierra, el blanco de las salinas y el dorado que Inti, el sol, le regaló. La obra se terminó con la llegada del amanecer y los lugareños cuando despertaron se pusieron felices con el colorido paisaje que la Pachamama les había regalado. (Santoro, 2019)

8.1- Identidad de marca: Análisis FODA para la compañía Siete Colores:

La sigla FODA, es un acrónimo de las Fortalezas o factores positivos con los que se cuentan dentro de la empresa. De las Oportunidades que se pueden aprovechar en el mercado, utilizando las fortalezas. De las Debilidades o factores negativos internos que se deben reducir o eliminar y de las Amenazas o aspectos negativos externos que podrían obstaculizar el logro de los objetivos empresariales.

El análisis FODA, tiene como finalidad la obtención de conclusiones sobre la forma en que un emprendimiento es capaz de afrontar los cambios y las turbulencias en el contexto,

aprovechando las oportunidades y reduciendo las amenazas que se encuentran en el mercado a partir de la maximización de las fortalezas y la disminución de las debilidades internas. (Terragno y Lecuona, 1999).

❶ Las fortalezas de la empresa Siete Colores dedicada a la fabricación de indumentaria Pret-a-Porter y accesorios con simbología colla son las siguientes:

F1- Productos que mantienen una relación adecuada entre la calidad y su precio.

F2- Utilización de Instagram, Facebook y página web para la comercialización de los productos.

F3- Gran variedad de diseños que satisfacen al mercado meta de mujeres urbanas.

F4- Productos versátiles que quiebran los preconceptos con respecto a lo autóctono.

F5- Utilización de marketing social para ayudar a fundaciones que promuevan el bien común.

❷ Las debilidades son las siguientes:

D1- Alta inversión inicial para llevar a cabo el negocio, que requiere la obtención de préstamos bancarios.

D2- Escala de producción reducida.

D3- Como se trata de una empresa pequeña el presupuesto es acotado.

D4- Aumento en los costos de fabricación como consecuencia de los cambios de precios en las materias primas.

D5- Aumento en los precios de venta de los productos debido a la inflación, lo cual reduce el tamaño del mercado meta.

3 Las oportunidades encontradas en el mercado son las siguientes:

O1-Existencia de un nicho de mercado interesado en adquirir indumentaria Pret-a-Porter con simbología colla.

O2- Existencia de ferias a nivel internacional que permiten dar a conocer los productos fabricados.

O3- Promulgación de la ley Marca País Argentina que brinda beneficios para las empresas que forman parte de ella.

O4- Mercado oligopólico dedicado a la fabricación de indumentaria Pret-a-Porter y accesorios con simbología colla.

O5- Existencia de una gran afluencia de turistas que visitan el país y que adquieren indumentaria y accesorios realizados por diseñadores argentinos.

4 Las amenazas son las siguientes:

A1- Solamente un segmento determinado puede comprar productos de diseño de autor.

A2- Disminución del consumo ya que la inflación reduce el poder adquisitivo del dinero.

A3- Caída en los niveles de ingresos de la población como consecuencia de los altos niveles de desempleo

A4- Aumento de la presión impositiva para las empresas y para las familias como consecuencia del aumento del gasto público.

A5- Imposibilidad de planificar a largo plazo por desabastecimiento de materias primas causado por la híper inflación.

FORTALEZAS	OPORTUNIDADES
F1- Productos que mantienen una relación adecuada entre la calidad y su precio.	O1- Nicho de mercado interesado en adquirir indumentaria con simbología colla.
F2- Utilización de Instagram, Facebook y página web para la comercialización.	O2- Existencia de ferias a nivel internacional que permiten mostrar los productos fabricados.
F3- Gran variedad de diseños que satisfacen al mercado meta de mujeres urbanas.	O3- La ley Marca País Argentina brinda beneficios a las empresas intervinientes.
F4- Productos versátiles que quiebran los preconceptos con respecto a lo autóctono.	O4- Pocas empresas dedicadas a este rubro conformando un mercado oligopólico.
F5- Utilización de marketing social para ayudar a las fundaciones que promuevan el bien común.	O5- Gran afluencia de turistas que adquieren productos de diseñadores argentinos.
DEBILIDADES	AMENAZAS
D1-Alta inversión inicial que requiere de préstamos bancarios.	A1- Solamente un segmento determinado pueda comprar productos de diseño de autor.
D2- Escala de producción reducida.	A2- Caída del poder adquisitivo del dinero.
D3- Como se trata de una empresa pequeña el presupuesto es acotado.	A3- Caída de los ingresos como consecuencia de los altos niveles de desempleo.
D4- Aumento en los costos como consecuencia de las materias primas usadas.	A4- Aumento de la presión impositiva como consecuencia del aumento del gasto público.
D5- Aumento en los precios de venta de los productos debido a la inflación, lo cual reduce el tamaño del mercado meta.	A5- Imposibilidad de planificar a largo plazo debido al desabastecimiento causado por la Híper inflación.

Tabla número 16: Aplicación del FODA

8.2- Conclusión resultante del análisis FODA:

Luego de la realización del análisis FODA se encontró como principal amenaza la disminución del consumo del mercado interno como consecuencia en la caída en el poder adquisitivo del peso argentino, sin embargo, puede ser neutralizada con la fortaleza de desarrollar productos que mantienen una relación adecuada entre la calidad y su precio.

La empresa Siete Colores, al utilizar Instagram, Facebook y su página web para comercializar tanto la línea de indumentaria como la de accesorios logra venderlos a personas que viven en el extranjero con lo cual obtiene ingresos extras a las ventas realizadas en el mercado interno lo que se convierte en una importante fortaleza.

Otra amenaza detectada es la inequitativa distribución del ingreso que hace que solamente un segmento determinado pueda comprar el producto.

Frente a esta situación se presentan las siguientes oportunidades: Un nicho de mercado a nivel nacional interesado en comprar indumentaria Pret-a-Porter con simbología colla y la existencia de una gran afluencia de turistas que visitan el país y que adquieren los productos realizados por los diseñadores argentinos y en particular los fabricados por esta empresa.

Otra oportunidad es la presencia de pocos emprendimientos nacionales dedicados a este tipo de negocio, convirtiéndolo en un mercado oligopólico. Esta situación permite que sean rentables las compañías que forman parte del sector.

Finalmente, la promulgación de la ley Marca País Argentina brinda beneficios a todas las empresas intervinientes cuando presentan sus productos en las convenciones que se realizan en otros países.

8.3- Declaraciones de negocio, visión, misión y valores empresariales.

El concepto de negocio permite a la empresa expresar la actividad que realiza en el mercado respondiendo a las preguntas ¿Qué?, ¿Quién? y ¿Cómo?

En su formulación se establece qué se debe vender, quién va a ser el mercado meta elegido y cómo se obtendrán ingresos mediante un producto o servicio que genere valor para los clientes.

La visión son las metas realistas y alcanzables, que se pretenden conseguir a futuro, respondiendo a la pregunta ¿hacia dónde se dirige la empresa? Al momento de formular la visión, se debe tener en cuenta que sea de carácter inspirador y motivador.

La misión expresa la razón de ser de una organización y responde a la interrogación ¿Por qué existe la empresa en el mercado? Es la que permite que se establezcan objetivos, se formulen estrategias y se tomen decisiones coherentes, para hacer realidad la visión previamente formulada por los fundadores de la empresa.

Los valores son los principios éticos, las prioridades, los límites y las pautas de comportamiento que regirán dentro de la organización. Es un código de conducta, que establece los medios que se van a utilizar para alcanzar los fines establecidos previamente por los dueños de la compañía. (Rivera O, 1991).

¿Qué?, ¿Quién? y ¿Cómo?

Negocio: Satisfacer la necesidad de expresar la identidad argentina de las mujeres urbanas a través del diseño, la fabricación y la venta de productos textiles y accesorios de alta calidad con simbología representativa de la comunidad aborigen colla.

¿Hacia dónde se dirige la empresa?

Visión: Ser una empresa reconocida en la venta de indumentaria y accesorios con simbología colla a nivel nacional e internacional proporcionando diseños para que las mujeres se sientan identificadas con la cultura aborígen del noroeste argentino.

¿Cuál es la razón de ser de la empresa en el mercado?

Misión: Ofrecer productos textiles Pret-a-Porter y accesorios con precios acordes a la calidad esperada para el mercado de mujeres urbanas, con el fin que se sientan identificadas con el orgullo de la tradición argentina.

Los medios que justifican el fin de la empresa, son los siguientes Valores:

- **Creatividad e innovación:** en la fabricación de indumentaria Pret-a-Porter y accesorios destinados a fomentar la identidad nacional en las mujeres que viven en las grandes ciudades.
- **Eficiencia:** mediante la demostración constante de actitudes positivas hacia los clientes, aspirando a la calidad de la atención y de los productos.
- **Respeto:** bajo principios éticos y normas empresariales, produciendo una buena comunicación y relación entre los miembros que forman parte de Siete Colores.
- **Trabajo en equipo:** aprovechando las cualidades individuales y articulando las destrezas para producir mejores resultados dentro de la organización.
- **Honestidad:** que guía y asegura la operación transparente de la empresa tanto en sus relaciones internas como externas.
- **Comunicación:** constante y efectiva, entre los proveedores, los clientes y todos los miembros que forman parte de la compañía.

8.4- Logotipo de la Marca País Argentina Siete Colores:

Figura número 78: Logotipo de la marca



Fuente: elaboración propia.

El logotipo que identifica a la marca, hace referencia al Cerro Siete Colores ubicado en Purmamarca provincia de Jujuy. El tipo de letra escogido es Monotype Cursiva, una fuente creada en el año 2015 por *Monotype Typography Inc.* a pedido de la empresa *Microsoft*.

A partir de su aparición fue empleada por los diseñadores gráficos para transmitir un sentimiento de diversión y elegancia en los productos que así lo requieren.

Según su autora Patricia Saunders, esta tipografía fue creada con el estilo de las primeras cursivas italianas del siglo dieciséis, basándose en los trabajos de Ludovico degli Arrighi uno de los grandes maestros de la escritura de este periodo. Se usa generalmente, para dar un toque de elegancia en publicidades gráficas, tarjetas de invitaciones y diplomas.

El isotipo, muestra a una llama entre dos cactus por ser la flora y la fauna característica del Altiplano argentino.

Los colores seleccionados para el imago tipo son el amarillo, el naranja, el rojo, el azul, el morado, el verde y el marrón que remiten al Cerro de los Siete Colores.

8.5- Etiquetas de los productos

Las etiquetas de los talles están realizadas con tela Silver de color blanco, para facilitar el sublimado de la información que lleva impresa. El tamaño es de 3 centímetros de ancho por 5 centímetros de largo. Las mismas van cosidas, en la parte posterior del cuello o cintura de la prenda mostrando el talle S (*Small*), M (*Medium*), L (*Large*) y XL (*Extra Large*).

Las etiquetas de composición están realizadas con tela Silver color beige. El tamaño es de 4 centímetros de ancho por 7 centímetros de largo. Éstas se aplican con una máquina de coser recta realizando pespunte con hilo del mismo color que la prenda.

Las etiquetas colgantes están realizadas en cartulina encapada de color blanco, siendo su tamaño de 6 centímetros de ancho por 10 centímetros de largo.

Tienen impresas el imagotipo de la marca (combinación del nombre con el símbolo) y debajo figura la información de contacto de la empresa (WhatsApp, página web y correo electrónico). En el dorso tienen grabadas líneas de puntos para que allí se coloque el precio de venta de la prenda y debajo se incluye el logo de la Marca País Argentina.

La etiqueta colgante se une al producto mediante un hilo de algodón número 9 de color beige, que tiene una longitud de 18 centímetros de largo.

Se agrega una segunda etiqueta colgante la cual tiene impresa en el frente la explicación de la simbología colla que se ha empleado en el textil y en el dorso la información de contacto de aquellas fundaciones dedicadas a proteger a los animales que están en peligro de extinción como consecuencia de la deforestación de la selva ubicada en el NOA. La etiqueta colgante va unida al producto con un hilo de algodón número 9 de color negro, que tiene una longitud de 18 centímetros de largo. El tamaño de la misma es de 6 centímetros de ancho por 10 centímetros de largo.

Figura número 79: Etiqueta del talle



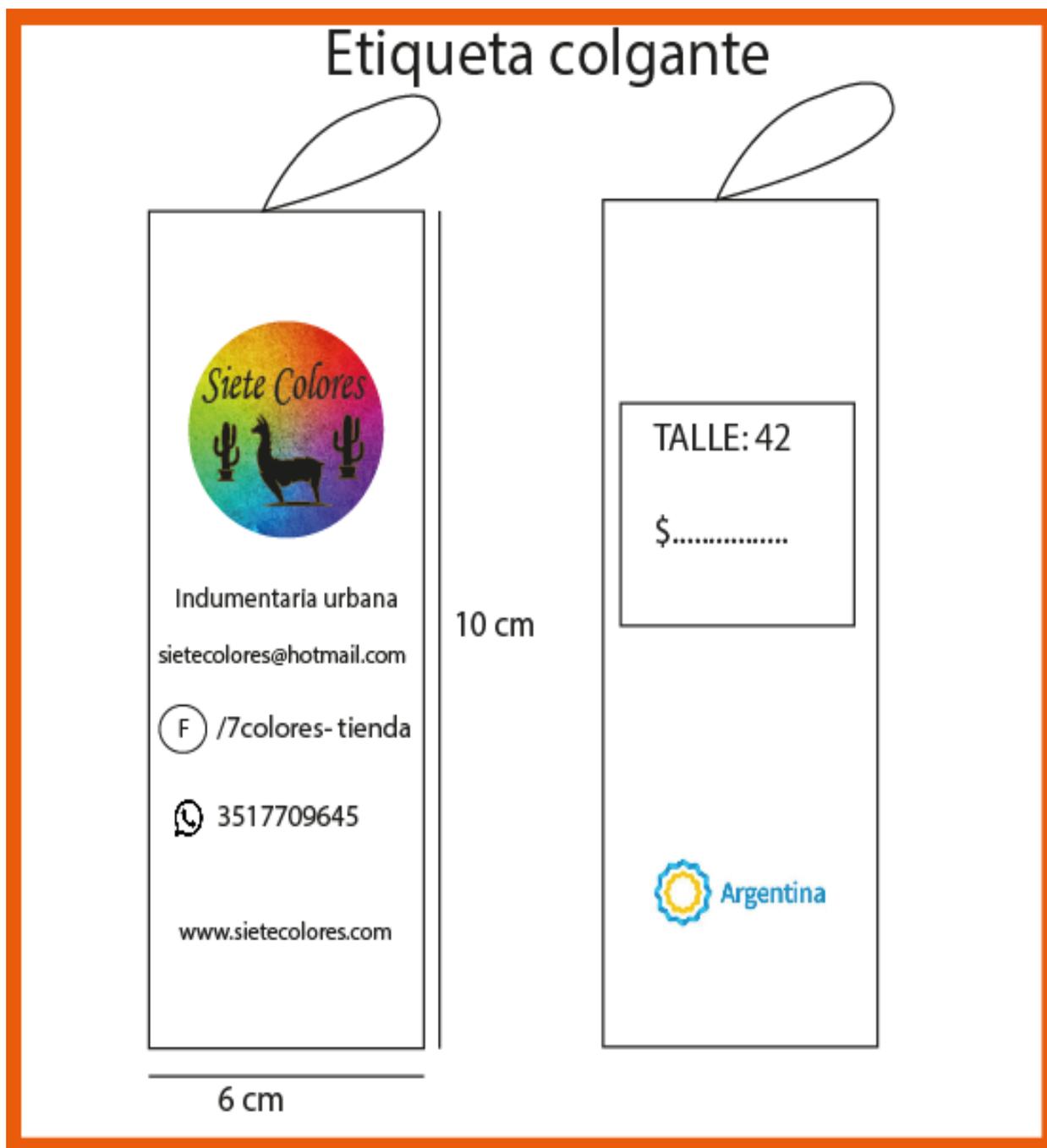
Fuente: elaboración propia

Figura número 80: Etiqueta de composición.



Fuente: Elaboración propia

Figura número 81: Etiqueta colgante del local.



Fuente: Elaboración propia

Figura número 82: Etiqueta colgante con explicación de la simbología Colla.

Etiqueta colgante

Caburei.



La leyenda del caburei:
El Dios Tupá creó un ave de hermosa voz que encantaba a los habitantes del bosque con la magia de su canto. Una noche el diablo Añá lo encontró dormido y transformó su hermoso plumaje en un pobre y deslucido traje el cual usa hasta nuestro días.
Autora: Cecilia Santoro.

10 cm

En el noroeste argentino las plumas del caburei son utilizadas como payé (amuleto) para atraer la buena suerte.
El caburei se encuentra en peligro de extinción debido a la deforestación de la selva chaqueña. Ayudemos a cuidar su hábitat para que esta ave no desaparezca.
Contactarse con:
www.fundacioncaburei.org



PCRAR
PROGRAMA DE CONSERVACIÓN
Y RESCATE DE AVES RAPACES

6 cm

Fuente: elaboración propia

8.6 – Packaging: Embalajes de los productos

Cuando las ventas se realizan a través de la página web, el producto se coloca dentro de una bolsa confeccionada en Friza de poliéster que tiene sublimada en el frente el logo de la empresa Siete Colores y en el dorso el imagotipo de la Marca País Argentina. El tamaño de la misma es de 41 centímetros de largo por 35 centímetros de ancho con cierre a cordel. Luego se introduce la bolsa con el producto, dentro de un sobre plástico cuyas medidas son 30 centímetros de ancho por 40 centímetros de largo y 5 centímetros de alto ya que éste es el embalaje de uso obligatorio para todos los envíos realizados por correo.

Cuando las ventas se realizan en el local comercial, el producto se coloca dentro de una bolsa confeccionada en Friza de poliéster que tiene sublimada en el frente, el logo de la firma Siete Colores y en el dorso el imagotipo de la Marca País Argentina. El tamaño de la misma es de 46 centímetros de largo por 40 centímetros de ancho con manijas de tela.

Figura número 83: Packaging para las ventas online y en el local comercial



Fuente: Elaboración propia.

8.7- Diseño de la Tienda Física

Los productos se venden en el local 36 ubicado en 9 de julio 54, centro comercial de Córdoba Argentina. Además, se los puede adquirir a través de Facebook, Instagram y la página web diseñada por la empresa.

A continuación, se detallan las características de la tienda física anteriormente mencionada:

- 1- El ingreso está planteado con una trama que imita a la esterilla de rattán tipo francés decorado con cactus y llamas.
- 2- La paleta de colores está compuesta por el blanco que se emplea en el techo y el tono arena que se utiliza en las paredes.
- 3- La decoración rústica remite al noroeste argentino utilizando plantas características del altiplano como los cactus y maquetas a tamaño natural de llamas.
- 4- La iluminación es intensa con el fin de resaltar los productos que se venden.
- 5- Las prendas se acomodan por colores para que sean rápidamente identificadas por el consumidor.
- 6- En los estantes se colocan los distintos accesorios que se comercializan como las carteras y las mochilas.
- 7- En el medio del local se ubica una mesa redonda que es utilizada por el vendedor para mostrar los productos que al cliente le interesen ver con mayor detalle.
- 8- Al final de la tienda física se encuentra la zona destinada para el pago, el sector de empaque, el área de entrega del producto y los probadores.

Figura número 84: Exterior del local comercial.



Fuente: elaboración propia

Figura número 85: Interior del local comercial.



Fuente: elaboración propia.

8.8- Estrategias de comunicación y de comercialización

Para realizar la promoción de la marca se ha creado un sitio web cuyo dominio es www.sietecolores.com, el cual difunde las colecciones de indumentaria y accesorios que se están comercializando.

En esta página, se publica la información de la empresa: su historia, la misión, la visión, los valores y la ubicación de los locales físicos, existiendo además la posibilidad de solicitar una franquicia y ser parte de la compañía.

También se promociona la marca a través de Facebook e Instagram donde se suben fotos de los diseños más recientes, videos de los desfiles y se comunican los descuentos y las promociones vigentes.

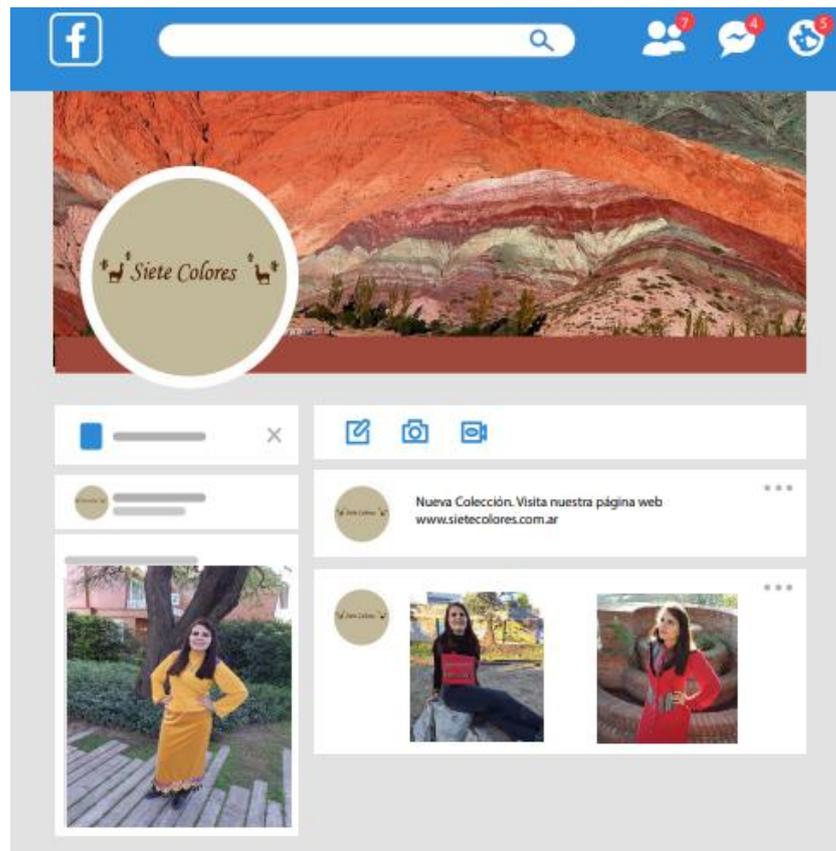
Para los clientes interesados en su imagen se les brinda tips de moda y asesoramiento sobre las prendas que resultan más apropiadas según su tipo de cuerpo.

También se realiza marketing social con la utilización de etiquetas colgantes en cada uno de los artículos que están a la venta. Éstas explican en el frente, la iconografía colla empleada en los textiles como así también los mitos y las leyendas del noroeste argentino.

En el dorso de la etiqueta colgante se difunde la página web de diferentes fundaciones dedicadas al cuidado de los animales en peligro de extinción como consecuencia de la deforestación de sus hábitats e información de las fundaciones que se dedican a promover el desarrollo y la educación de las comunidades aborígenes de Argentina.

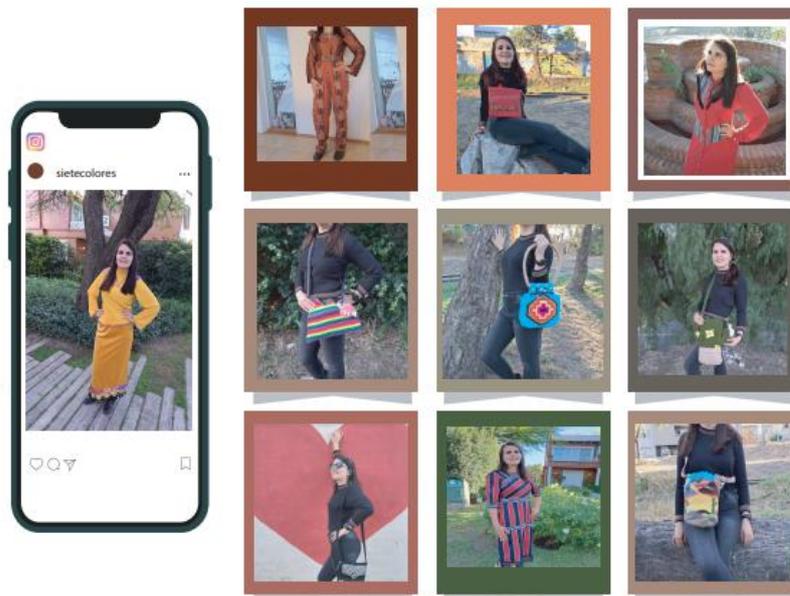
Finalmente, se efectúan sorteos cuando es la fecha del aniversario de la marca para fidelizar a los consumidores.

Figura número 86: Página de Facebook.



Fuente: elaboración propia.

Figura número 87: Página de Instagram



Fuente: elaboración propia

Figura número 88: Página web



Fuente: Elaboración propia.

8.9- Análisis de costos

		Cotización \$ 400 x Dólar
Materias Primas	Costos de Producción	Costos Dolarizados
Rollo de Popelina Poliéster x 100 metros	\$ 56.000	\$140
Tela Algodón rollo x 100 metros	\$ 54.000	\$135
Tela Lino	\$ 28.000	\$70
10 kilos de lana Merino	\$ 40.800	\$102
Sublimación por Rollo	\$ 61.200	\$153
Avios x kilo	\$ 56.000	\$140
Total	\$ 296.000	\$740

Tabla número 17: Análisis de costos de materiales.

La tabla muestra los costos variables en materia prima que se invierte mensualmente para fabricar la línea de productos propuestos en la colección Colores Ancestrales de indumentaria y accesorios. Se observa que los costos de producción son de \$296.000 o el equivalente en dólares a \$740.

Mano de obra directa (costo variable)		Cotización \$ 400 x Dólar
Tipo de MOD	Costos de MOD	Costos Dolarizados
Sueldos x 2 Empleados de Comercio	\$ 260.000	\$ 650
Sueldos x 3 empleados de Taller	\$ 446.400	\$ 1.116
Sueldo x 1 Tejedora	\$ 186.000	\$ 465
Total Sueldos	\$ 892.400	\$2.231

Tabla número 18: Análisis de costos de mano de obra directa.

La mano de obra directa es otro de los costos variables a tener en cuenta. Los sueldos que se pagan mensualmente ascienden a \$892.400 o el equivalente en dólares a \$2.231.

Costos variables		Cotización \$ 400 x Dólar
		Costos Dolarizados
Packaging (Cajas envío + Bolsas cordel y manijas)	\$ 48.000	\$120
Etiquetas (Talle, Composición y Colgante)	\$ 8.800	\$22
Materias primas	\$ 296.000	\$740
Mano de obra directa	\$ 892.400	\$2.231
Total Costos Variables	\$ 1.245.200	\$3.113
COSTOS FIJOS		
Alquiler	\$ 334.800	\$837
Internet, línea fija y móvil	\$ 9.600	\$24
Luz	\$ 18.800	\$47
Posnet	\$ 7.600	\$19
Publicidad	\$ 18.800	\$47
Total Costos fijos	\$ 389.600	\$974
Costos Totales	\$ 1.634.800	\$4.087

Tabla número 19: Análisis de costos variables y fijos.

En esta tabla se muestran los costos totales en los que se incurren mensualmente y que provienen de la sumatoria de los fijos y variables. Este monto es de \$1.634.800 o su equivalente en dólares a \$4.087.

Artículos	Materiales	MOD	Costo unitario por prenda			Ganancia 70%	Precio de venta	Precio Dolarizado	En Dólares
			CIF Variables	Costo x producto				\$400 x dólar	Ganancia 70%
Blusa	\$3.500	\$ 500	\$ 500	\$ 4.500	\$ 3.150	\$ 7.650	\$11	\$ 8	
Vestido	\$4.100	\$ 1.356	\$ 600	\$ 6.056	\$ 4.239	\$ 10.295	\$15	\$ 11	
Monoprenda	\$5.000	\$ 1.200	\$ 100	\$ 6.300	\$ 4.410	\$ 10.710	\$16	\$ 11	
Falda	\$2.800	\$ 1.400	\$ 1.120	\$ 5.320	\$ 3.724	\$ 9.044	\$13	\$ 9	
Poncho lana vicuña	\$15.000	\$ 1.134	\$ 900	\$ 17.034	\$ 11.924	\$ 28.958	\$43	\$ 30	
Pantalón	\$5.000	\$ 1.780	\$ 1.300	\$ 8.080	\$ 5.656	\$ 13.736	\$20	\$ 14	
Bolso con manija	\$3.000	\$ 900	\$ 700	\$ 4.600	\$ 3.220	\$ 7.820	\$12	\$ 8	
Cartera	\$2.000	\$ 1.356	\$ 980	\$ 4.336	\$ 3.035	\$ 7.371	\$11	\$ 8	
Bandolera	\$1.800	\$ 912	\$ 800	\$ 3.512	\$ 2.458	\$ 5.970	\$9	\$ 6	
Mochila	\$4.000	\$ 1.260	\$ 1.000	\$ 6.260	\$ 4.382	\$ 10.642	\$16	\$ 11	
Totales	\$ 46.200	\$11.798	\$8.000	\$ 65.998	\$46.199	\$112.197	\$165	\$115	

Tabla número 20: Análisis de costos por prenda con margen de ganancia.

En esta tabla se muestran los costos totales por artículo a los cuales se les añade un 70% de margen de ganancia. En promedio el precio de venta de cada producto es de \$11.220 o su equivalente en dólares a \$28.

Punto de equilibrio en pesos		Punto de equilibrio en dólares	
Costos totales de producción	\$ 1.634.800	Costos totales de producción	\$ 4.087
Margen de ganancia 70%	\$ 46.199	Margen de ganancia 70%	\$ 116
Unidades	35	Unidades	35

Tabla número 21: Análisis de punto de equilibrio.

En esta tabla se calcula el punto de equilibrio, el cual indica la cantidad de unidades que se deben vender mensualmente para cubrir los costos totales de forma tal que ni se gane ni se pierda dinero. La empresa Siete Colores tiene que vender 35 unidades mensuales o su equivalente a un artículo diario para lograr este punto tanto en pesos como en dólares.

8.10- Conclusión del análisis de costos

Para conocer la viabilidad de la Marca País Argentina Siete Colores, es necesario calcular el ROI (*Return of Investment*) o retorno de la inversión. Este índice hace referencia a la cantidad de dinero que una empresa es capaz de generar tras haber realizado cualquier inversión.

La fórmula empleada para calcularlo se muestra a continuación:

$$\text{ROI} = \frac{(\text{Facturación} - \text{Inversión})}{\text{Inversión}} \times 100 = \frac{(300 \text{ unidades} \times \$11.220) - \$1.634.800}{\$1.634.800} = 1,05 \times 100 = 105\%$$

Vendiendo 300 unidades mensuales a un promedio de \$11.220 se genera un monto de \$3.366.000 restando la inversión mensual que se requiere para llevar a cabo el negocio que es de \$1.634.800, da un monto de \$1.731.200 si se lo divide por la inversión de \$1.634.800 se obtiene un ROI de 1,05 como es mayor a 0 indica que este negocio es rentable. Porcentualmente se genera un retorno del 105% sobre la inversión mensual.

Haciendo este cálculo con montos dolarizados: 300 unidades mensuales a un promedio de \$28 se genera un monto de \$8.400 restando la inversión mensual que se requiere para llevar a cabo el negocio que es de \$4.087, da un monto de \$4.313 si se lo divide por la inversión de

\$4.087 se obtiene un ROI de 1,05 como es mayor a 0 indica que este negocio es rentable.

Porcentualmente se genera un retorno del 105% sobre la inversión mensual.

Todos los cálculos en este análisis se han hecho tanto en pesos como en dólares debido a que los altos índices inflacionarios distorsionan todos los precios de la economía. Para tener valores de referencia estables se recurre a esta moneda extranjera.

Por otro lado, Argentina es históricamente bimonetaria con lo cual es habitual comprar y vender teniendo en cuenta la cotización del dólar.

8.11- Conclusión del trabajo final de grado

En el capítulo 1 se formuló como problema ¿Qué diseños y materiales debe tener una Marca País que represente al noroeste argentino, reivindicando a la cultura Colla?

Para dar respuesta a esta pregunta, se empleó *La metodología proyectual* de Bruno Munari (2000) con el objetivo de llevar a cabo la colección de indumentaria y accesorios presentada en este trabajo final de grado, bajo la Marca País Argentina Siete Colores. A continuación, se detallan las operaciones realizadas:

1- Recolección de datos: Se recopilaron datos cuantitativos para obtener información acerca de los clientes potenciales a través de encuestas a mujeres argentinas de 20 a 50 años.

2- Análisis de datos: Luego de realizar las encuestas, se analizaron los datos y de esta forma, se pudo conocer cuáles fueron las preferencias de los potenciales consumidores.

3- Producción creativa: Moodboard: donde se seleccionaron imágenes, texturas y paletas de colores que sirvieron de fuente de inspiración para la colección de este proyecto.

4- Experimentación de materiales:

○ Se buscaron materiales y texturas diversas.

○ Se hicieron moldes de las diferentes prendas fabricadas.

○ Se diseñaron accesorios complementarios a esta Marca País.

5- Bocetos de figurines: Se dibujaron los figurines, se definió la tipología de cada prenda, se hizo un cuadro de cada una de ellas, bocetos y diseños de los diferentes conjuntos que integraron la colección.

6- Armado de moldería: Se realizaron los moldes pertinentes para cada conjunto de la colección y la progresión correspondiente a cada talle.

7- Armado de ficha Técnica: donde se especificó los talles, avíos y referencias para el armado de las prendas que fueron producidas en el taller.

8- Confección y costos de prototipos: se efectuó el control y la verificación de calce y la calidad de cada prenda prototipada, para evitar la replicación de errores durante la producción que se ha de vender en el mercado.

9- Identidad de marca: se definió la misión, la visión y los valores de la marca:

○ Se creó la imagen de la marca diseñando sus etiquetas, embalajes (*packaging*) y se armó un catálogo de productos para promocionarlos.

○ Se diseñó el local físico y el sitio *web* de la marca.

10- Plan de comunicación, comercialización y costos de marketing: Se desarrollaron las estrategias de los planes anteriormente mencionados, estableciéndose un presupuesto del costo de apertura de un local comercial y del desarrollo de una página web.

La colección de indumentaria y accesorios denominada Colores Ancestrales, se inspiró en las bellezas naturales del noroeste argentino como el Cerro de Siete Colores, Las Salinas Grandes, además de tener en cuenta a la flora y la fauna del Altiplano.

Las creencias del pueblo originario colla fueron plasmadas en las guardas y en el estampado de los textiles utilizados en esta colección.

A través de las entrevistas realizadas a la antropóloga Laura Missetich y a la artesana Cecilia Quispe, ambas descendientes de pueblos originarios Wichis y Colla, se llegó a la conclusión que era necesario acompañar a las prendas y a los accesorios con una etiqueta explicativa sobre la simbología empleada en cada uno de los textiles comercializados.

El objetivo de las mismas fue dar a conocer los mitos, leyendas y creencias que sirvieron de sustento para las guardas empleadas en este trabajo final de grado y que la población alejada de esta zona geográfica no conoce.

Además, se brinda información de contacto de distintas fundaciones sin fines de lucro que ayudan a los pueblos originarios a mejorar su calidad de vida fomentando la educación, el trabajo y la salud en las distintas comunidades aborígenes dispersas a lo largo y ancho del país.

En estas etiquetas se visibilizan otras fundaciones que están dedicadas a evitar la extinción de la flora y fauna nativa causada por la deforestación, los incendios intencionales y la caza furtiva.

Se invita a cada una de las personas que adquieren estos productos a colaborar con aquella institución que sea de su agrado.

El mercado meta al cual se dedica la Marca Siete Colores es un universo de mujeres de 20 a 50 años interesadas por el diseño, que no reniegan de sus raíces, que usan su cuerpo como un lienzo para transmitir su individualidad y que no tienen preconceptos con respecto a lo autóctono.

A futuro se recomienda trabajar con la iconografía de otros pueblos originarios de Argentina e hibridar su indumentaria característica con la urbana, pero realizando una colección que contemple no sólo al universo femenino sino también al masculino.

En cuanto a los accesorios sería conveniente ampliar la colección agregando piezas de orfebrería y *bijouterie*.

Bibliografía

- Abramoff. E (2001). *Etnocidio. Genocidio. Identidad de los Pueblos Indígenas*. Buenos Aires. Caligraf
- Anónimo (2019), Todo lo necesitas saber acerca del Cerro de los Siete Colores. [Versión electrónica] Recuperado de: <https://espaciopurmamarca.com/llegar-cerro-7-colores/>
- Beckett, J (1988) *Past and present: the construction of Aboriginality*. Canberra: Aboriginal Studies Press.
- Bellelli, C. (2011) *La trama Cultural. Textos de antropología y arqueología*. Buenos Aires. Caligraf.
- Briones, C (2005). *Cartografías indígenas: políticas indigenistas y formaciones provinciales de alteridad*. Buenos Aires. Antropofagia.
- Briones, C (1998). *La alteridad del “Cuarto mundo”*. Una deconstrucción antropológica de la diferencia. Buenos Aires. Ediciones del sol.
- Colombes. A (1987) *Sobre la cultura y el arte popular*. Buenos Aires. Colihue
- Colombes. A (2021) *La colonización cultural de la América indígena*. Buenos Aires. Colihue
- Di Lorenzo. S y Manuale. S. (2018). *Fibras, plumas y colores del pueblo ishir. Identidad y resistencia en el Chaco paraguayo*. Estudios Atacameños.
- Douglas, M. (1978). *Símbolos naturales: exploraciones en cosmología*. Madrid. Alianza.
- Eppinger y Ulrich (2009). *Diseño y desarrollo de productos*. Madrid España. Mc Graw Hill.
- Fiadone. A (2001) *El diseño indígena argentino.: Una aproximación estética a la iconografía precolombina*. Buenos Aires. La Marca.
- Fletcher. K y Grose. L (2012) *Gestionar la sostenibilidad en la moda*. Barcelona, España. Blume
- Flores. J (2016). *Educación y desigualdades sociales: análisis de las misiones religiosas protestantes y del proyecto de las unidades educativas del milenio en la Amazonía ecuatoriana*. Buenos Aires: CLACSO.
- Gálvez Gómez. C (2012) *Conociendo la cultura colla*. Santiago de Chile. Quad Graphics
- Giménez. G (2009) *Identidades sociales*. Buenos Aires. Conaculta
- Gleisner. C y Montt. S (2014) *Colla: serie introducción histórica y relatos de los pueblos originarios de Chile*. Santiago de Chile. Ograma.
- Hernández Sampieri.R, Fernández Collado. C, Baptista Lucio. P (2014) *Metodología de la Investigación*. México D.F. McGraw Hill.

Karasik, G. (2010). *Sualternidad y ancestralidad colla: transformaciones emblemáticas y nuevas articulaciones de lo indígena en Jujuy*. Buenos Aires. La Crujía.

Anónimo (2016) La argentina textil [Versión electrónica] Recuperado de: La-argentina-textil.pdf (fnartes.gob.ar)

Lisboa (2021) Kollas pueblo indígena [Versión electrónica] Recuperado de: https://wiki.ead.pucv.cl/Kollas_-_Pueblo_Ind%C3%ADgena

Maffesoli. M (2004) *El tiempo de las tribus: el ocaso del individualismo en las sociedades posmodernas*. México. Siglo XX. Editores.

Munari. B (2000) *La metodología proyectual*. España Madrid. 66 Cisu.

Museo nacional de antropología (2019) [Versión electrónica] Recuperado de: Museo Nacional de Antropología (inah.gob.mx)

Ortiz Garmendia. J (1968) *Simbología de los colores*, Argentina Salta. Quórum

Ramírez León. C (2011). *Experiencia del proceso de diseño, del aula a la praxis y de la praxis al aula*. Colombia. Universidad pedagógica y tecnología de Colombia.

Rivera. O (1991) *Los conceptos de misión, visión estratégica*. Madrid España. Talca Rodgers y Milton A (2011), *Diseño del producto*. Barcelona España. Promopress

Santoro. C (2019) *Ocurrió hace mucho tiempo, leyendas de nuestra patria*. Buenos Aires. Tahlí.

Sarasola. C (1992) *Nuestros paisanos los indios*. Buenos Aires. Emecé

Sarasola. C (2002) *Diseños indígenas en el arte textil de Santiago del Estero*. Buenos aires. Emecé

Saulquin. S (2011), *Historia de la moda argentina del miriñaque al diseño de autor*. Buenos Aires. Emecé

Strobele Gregor. J (1989) *indios de piel blanca*. La Paz. Hisbol

Suarez y Arena (2012) *Plantas y hongos tintóreos de los wichis del gran chaco* [Versión electrónica] Recuperado: (PDF) Plantas y hongos tintóreos de los wichís del Gran Chaco (researchgate.net)

Taranto y Marí (2001) *Textiles argentinos*. Buenos aires. Español.

Terragno. D y Lecuona. M (1999) *Como armar un plan de negocios*. Buenos Aires. Argentina. Coyuntura.

Tripin (2021), 6 destinos escondidos del norte argentino que vale la pena visitar. [Versión electrónica] Recuperado de: <https://tripin.travel/6-destinos-escondidos-del-norte-argentino/>

Wong. W (1995) *Fundamentos del Diseño*. Bueno Aires. Parramón

Índice de Tablas

- ✓ **Tabla número 1:** Página 39- Fuente: Elaboración propia.
- ✓ **Tabla número 2:** Página 40-Fuente: Elaboración propia
- ✓ **Tabla número 3:** Página 40- Fuente Elaboración propia
- ✓ **Tabla número 4:** Página 49- Fuente Elaboración propia
- ✓ **Tabla número 5:** Página 50- Fuente Elaboración propia
- ✓ **Tabla número 6:** Página 51- Fuente: Elaboración propia.
- ✓ **Tabla número 7:** Página 52- Fuente: Elaboración propia.
- ✓ **Tabla número 8:** Página 53- Fuente: Elaboración propia.
- ✓ **Tabla número 9:** Página 63- Fuente: Elaboración propia.
- ✓ **Tabla número 10:** Página 64- Fuente: Elaboración propia.
- ✓ **Tabla número 11:** Página 65- Fuente: Elaboración propia.
- ✓ **Tabla número 12:** Página 69- Fuente: Elaboración propia.
- ✓ **Tabla número 13:** Página 70- Fuente: Elaboración propia.
- ✓ **Tabla número 14:** Página 90- Fuente: Elaboración propia.
- ✓ **Tabla número 15:** Página 91- Fuente: Elaboración propia.
- ✓ **Tabla número 16:** Página 120- Fuente: Elaboración propia.
- ✓ **Tabla número 17:** Página 136- Fuente: Elaboración propia.
- ✓ **Tabla número 18:** Página 136- Fuente: Elaboración propia.
- ✓ **Tabla número 19:** Página 137- Fuente: Elaboración propia.
- ✓ **Tabla número 20:** Página 137- Fuente: Elaboración propia.
- ✓ **Tabla número 21:** Página 138- Fuente: Elaboración propia.

Índice de Figuras

✓ **Figura número 1**- Página 18: Fuente:

Fuente: https://www.mna.inah.gob.mx/detalle_pieza_mes.php?id=201

✓ **Figura número 2**: Página 19 Fuente:

https://www.mna.inah.gob.mx/detalle_pieza_mes.php?id=201

✓ **Figura número 3**: Página 19- Fuente:

https://www.mna.inah.gob.mx/detalle_pieza_mes.php?id=201

✓ **Figura número 4**: Página 20 Fuente:

https://www.mna.inah.gob.mx/detalle_pieza_mes.php?id=201

✓ **Figura número 5** Página 22- Fuente: Elaboración propia.

✓ **Figura número 6**: Página 25- Fuente: Elaboración propia

✓ **Figura número 7**: Página 26 -Fuente: Elaboración propia

✓ **Figura número 8**: Página 27 Fuente: Elaboración propia

✓ **Figura número 9**: Página 28- Fuente: Elaboración propia

✓ **Figura número 10**:- Página 30- Fuente: Elaboración propia

✓ **Figura número 11**: Página 31 Fuente: Elaboración propia

✓ **Figura número 12**: Página 31 Fuente: Elaboración propia

✓ **Figura número 13**: Página 34 Fuente: Elaboración propia

✓ **Figura número 14**: Página 37 Fuente: <https://www.argentina.gob.ar/turismoydeportes/marca-pais>

✓ **Figura número 15**: Página 57 Fuente: Elaboración propia

✓ **Figura número 16**: Página 58 Fuente: Elaboración propia

✓ **Figura número 17**: Página 63 Fuente: Elaboración propia

✓ **Figura número 18**: Página 64 Fuente: Elaboración propia

✓ **Figura número 19**: Página 72 Fuente: Elaboración propia

✓ **Figura número 20**: Página 73 Fuente: Elaboración propia

✓ **Figura número 21**: Página 76 Fuente: Elaboración propia

✓ **Figura número 22**: Página 77 Fuente: Elaboración propia

✓ **Figura número 23**: *Página 78 Fuente: Elaboración propia*

✓ **Figura número 24**: *Página 79 Fuente: Elaboración propia*

✓ **Figura número 25**: Página 80 Fuente: Elaboración propia

✓ **Figura número 26**: Página 81 Fuente: Elaboración propia

- ✓ **Figura número 27:** Página 82 Fuente: Elaboración propia
- ✓ **Figura número 28:** Página 83 Fuente: Elaboración propia
- ✓ **Figura número 29:** Página 84 Fuente: Elaboración propia
- ✓ **Figura número 30:** Página 85 Fuente: Elaboración propia
- ✓ **Figura número 31:** Página 85 Fuente: Elaboración propia
- ✓ **Figura número 32:** Página 86 Fuente: Elaboración propia
- ✓ **Figura número 33:** Página 86 Fuente: Elaboración propia
- ✓ **Figura número 34:** Página 86 Fuente: Elaboración propia
- ✓ **Figura número 35:** Página 87 Fuente: Elaboración propia
- ✓ **Figura número 36:** Página 87 Fuente: Elaboración propia
- ✓ **Figura número 37:** Página 87 Fuente: Elaboración propia
- ✓ **Figura número 38:** Página 88 Fuente: Elaboración propia
- ✓ **Figura número 39:** Página 92 Fuente: Elaboración propia
- ✓ **Figura número 40:** Página 93 Fuente: Elaboración propia
- ✓ **Figura número 41:** Página 94 Fuente: Elaboración propia
- ✓ **Figura número 42:** Página 94 Fuente: Elaboración propia
- ✓ **Figura número 43:** Página 95 Fuente: Elaboración propia
- ✓ **Figura número 44:** Página 95 Fuente: Elaboración propia
- ✓ **Figura número 45:** Página 96 Fuente: Elaboración propia
- ✓ **Figura número 46:** Página 96 Fuente: Elaboración propia
- ✓ **Figura número 47:** Página 97 Fuente: Elaboración propia
- ✓ **Figura número 48:** Página 97 Fuente: Elaboración propia
- ✓ **Figura número 49:** Página 98 Fuente: Elaboración propia
- ✓ **Figura número 50:** Página 98 Fuente: Elaboración propia
- ✓ **Figura número 51:** Página 99 Fuente: Elaboración propia
- ✓ **Figura número 52:** Página 99 Fuente: Elaboración propia
- ✓ **Figura número 53:** Página 100 Fuente: Elaboración propia
- ✓ **Figura número 54:** Página 100 Fuente: Elaboración propia
- ✓ **Figura número 55:** Página 101 Fuente: Elaboración propia
- ✓ **Figura número 56:** Página 101 Fuente: Elaboración propia
- ✓ **Figura número 57:** Página 102 Fuente: Elaboración propia
- ✓ **Figura número 58:** Página 102 Fuente: Elaboración propia
- ✓ **Figura número 59:** Página 103 Fuente: Elaboración propia

- ✓ **Figura número 60:** Página 104 Fuente: Elaboración propia
- ✓ **Figura número 61:** Página 105 Fuente: Elaboración propia
- ✓ **Figura número 62:** Página 106 Fuente: Elaboración propia
- ✓ **Figura número 63:** Página 107 Fuente: Elaboración propia
- ✓ **Figura número 64:** Página 108 Fuente: Elaboración propia
- ✓ **Figura número 65:** Página 109 Fuente: Elaboración propia
- ✓ **Figura número 66:** Página 110 Fuente: Elaboración propia
- ✓ **Figura número 67:** Página 111 Fuente: Elaboración propia
- ✓ **Figura número 68:** Página 112 Fuente: Elaboración propia
- ✓ **Figura número 69:** Página 112 Fuente: Elaboración propia
- ✓ **Figura número 70:** Página 113 Fuente: Elaboración propia
- ✓ **Figura número 71:** Página 113 Fuente: Elaboración propia
- ✓ **Figura número 72:** Página 114 Fuente: Elaboración propia
- ✓ **Figura número 73:** Página 114 Fuente: Elaboración propia
- ✓ **Figura número 74** Página 115 Fuente: Elaboración propia
- ✓ **Figura número 75:** Página 115 Fuente: Elaboración propia
- ✓ **Figura número 76:** Página 116 Fuente: Elaboración propia
- ✓ **Figura número 77:** Página 116 Fuente: Elaboración propia
- ✓ **Figura número 78:** Página 124 Fuente: Elaboración propia
- ✓ **Figura número 79:** Página 126 Fuente: Elaboración propia
- ✓ **Figura número 80:** Página 126 Fuente: Elaboración propia
- ✓ **Figura número 81:** Página 127 Fuente: Elaboración propia
- ✓ **Figura número 82:** Página 128 Fuente: Elaboración propia
- ✓ **Figura número 83:** Página 130 Fuente: Elaboración propia
- ✓ **Figura número 84:** Página 132 Fuente: Elaboración propia
- ✓ **Figura número 85:** Página 132 Fuente: Elaboración propia
- ✓ **Figura número 86:** Página 134 Fuente: Elaboración propia
- ✓ **Figura número 87:** Página 134 Fuente: Elaboración propia
- ✓ **Figura número 88:** Página 135 Fuente: Elaboración propia

Índice de Gráficos Anexos

- ✓ **Gráfico número 1:** Página 155 Fuente: Elaboración propia
- ✓ **Gráfico número 2:** Página 155 Fuente: Elaboración propia
- ✓ **Gráfico número 3:** Página 156 Fuente: Elaboración propia
- ✓ **Gráfico número 4:** Página 156 Fuente: Elaboración propia
- ✓ **Gráfico número 5:** Página 157 Fuente: Elaboración propia
- ✓ **Gráfico número 6:** Página 157 Fuente: Elaboración propia
- ✓ **Gráfico número 7:** Página 158 Fuente: Elaboración propia
- ✓ **Gráfico número 8:** Página 158 Fuente: Elaboración propia
- ✓ **Gráfico número 9:** Página 159 Fuente: Elaboración propia
- ✓ **Gráfico número 10:** Página 159 Fuente: Elaboración propia
- ✓ **Gráfico número 11:** Página 160 Fuente: Elaboración propia
- ✓ **Gráfico número 12:** Página 160 Fuente: Elaboración propia
- ✓ **Gráfico número 13:** Página 161 Fuente: Elaboración propia
- ✓ **Gráfico número 14:** Página 161 Fuente: Elaboración propia
- ✓ **Gráfico número 15:** Página 162 Fuente: Elaboración propia
- ✓ **Gráfico número 16:** Página 162 Fuente: Elaboración propia
- ✓ **Gráfico número 17:** Página 163 Fuente: Elaboración propia
- ✓ **Gráfico número 18:** Página 163 Fuente: Elaboración propia

Índice de Figuras Anexas

- ✓ *Figura número 89*: Página 170 Fuente: Elaboración propia
- ✓ *Figura número 90*: Página 170 Fuente: Elaboración propia
- ✓ *Figura número 91*: Página 171 Fuente: Elaboración propia
- ✓ *Figura número 92*: Página 171 Fuente: Elaboración propia
- ✓ *Figura número 93*: Página 172 Fuente: Elaboración propia
- ✓ *Figura número 94*: Página 172 Fuente: Elaboración propia
- ✓ *Figura número 95*: Página 173 Fuente: Elaboración propia
- ✓ *Figura número 96*: Página 173 Fuente: Elaboración propia
- ✓ *Figura número 97*: Página 173 Fuente: Elaboración propia
- ✓ *Figura número 98*: Página 174 Fuente: Elaboración propia
- ✓ *Figura número 99*: Página 174 Fuente: Elaboración propia
- ✓ *Figura número 100*: Página 174 Fuente: Elaboración propia
- ✓ *Figura número 101*: Página 175 Fuente: Elaboración propia
- ✓ *Figura número 102*: Página 175 Fuente: Elaboración propia
- ✓ *Figura número 103*: Página 176 Fuente: Elaboración propia
- ✓ *Figura número 104*: Página 176 Fuente: Elaboración propia
- ✓ *Figura número 105*: Página 177 Fuente: Elaboración propia
- ✓ *Figura número 106*: Página 177 Fuente: Elaboración propia
- ✓ *Figura número 107*: Página 178 Fuente: Elaboración propia
- ✓ *Figura número 108*: Página 178 Fuente: Elaboración propia
- ✓ *Figura número 109*: Página 179 Fuente: Elaboración propia
- ✓ *Figura número 110*: Página 179 Fuente: Elaboración propia
- ✓ *Figura número 111*: Página 180 Fuente: Elaboración propia
- ✓ *Figura número 112*: Página 180 Fuente: Elaboración propia
- ✓ *Figura número 113*: Página 181 Fuente: Elaboración propia
- ✓ *Figura número 114*: Página 181 Fuente: Elaboración propia
- ✓ *Figura número 115*: Página 182 Fuente: Elaboración propia
- ✓ *Figura número 116*: Página 183 Fuente: Elaboración propia
- ✓ *Figura número 117*: Página 184 Fuente: Elaboración propia
- ✓ *Figura número 118*: Página 185 Fuente: Elaboración propia

- ✓ **Figura número 119:** Página 186 Fuente: Elaboración propia
- ✓ **Figura número 120:** Página 187 Fuente: Elaboración propia
- ✓ **Figura número 121:** Página 188 Fuente: Elaboración propia
- ✓ **Figura número 122:** Página 189 Fuente: Elaboración propia
- ✓ **Figura número 123:** Página 190 Fuente: Elaboración propia
- ✓ **Figura número 124:** Página 191 Fuente: Elaboración propia
- ✓ **Figura número 125:** Página 192 Fuente: Elaboración propia
- ✓ **Figura número 126:** Página 193 Fuente: Elaboración propia
- ✓ **Figura número 127:** Página 194 Fuente: Elaboración propia
- ✓ **Figura número 128:** Página 195 Fuente: Elaboración propia
- ✓ **Figura número 129:** Página 196 Fuente: Elaboración propia

ANEXOS

Anexo número 1

Metodología de la investigación:

La investigación exploratoria ofrece un acercamiento al problema que se pretende estudiar y se realiza para conocer su contexto. El objetivo de ésta, es encontrar todas las pruebas relacionadas con el fenómeno del que no se tiene ningún conocimiento y aumentar la posibilidad de realizar una investigación completa.

La investigación descriptiva consiste en plantear lo más relevante de un hecho concreto, debiéndose definir los procesos de investigación que se involucrarán en la misma.

Las principales etapas son: examinar las características del tema a investigar, definirlo y formular hipótesis, seleccionar la técnica para la recolección de datos y las fuentes a consultar.

La investigación explicativa no solo describe el problema observado, sino que busca las causas y los efectos que originaron la situación analizada y permite arribar a conclusiones que confirman o no, la hipótesis inicial de la teoría planteada. (Hernández Sampieri, 2014)

Existen dos tipos de metodologías: la cualitativa y la cuantitativa, para analizar los resultados de una investigación.

La cualitativa tiene como objetivo la descripción de las cualidades de un fenómeno. Los datos recopilados describen un aspecto, en lugar de medirlo.

Una encuesta cualitativa es menos estructurada, ya que busca profundizar en el tema, para obtener información sobre las motivaciones, los pensamientos y las actitudes de las personas. (Valles, 1999)

El método cuantitativo necesita que haya una relación numérica entre las variables del problema de investigación, por lo que se requiere que los datos analizados siempre sean cuantificables. Las encuestas bajo este método, presentan un marco muestral o lista de elementos que componen el universo que se quiere estudiar y del cual se extrae la muestra.

El muestreo puede ser probabilístico o no probabilístico. El primero, requiere que se cumplan las siguientes condiciones: Todos los elementos de la población tienen una probabilidad mayor a cero de ser seleccionados en la muestra y se conoce de forma precisa la probabilidad de ocurrencia para cada elemento, lo que es llamado probabilidad de inclusión.

El cumplimiento de ambos criterios hace posible obtener resultados no sesgados cuando se estudia la muestra. Ejemplos de muestreos probabilísticos son el censo de un país o el conjunto de direcciones que componen una lista de clientes de una empresa.

Debido al elevado costo de este tipo de muestreo se recurre a otra técnica, denominada muestreo no probabilístico. Una muestra no probabilística informa cómo es un universo, pero no permite establecer con precisión los márgenes de error y los niveles de confianza.

El muestreo no probabilístico accidental o por conveniencia, es un método que permite conocer de manera rápida aspectos relevantes sobre los consumidores utilizando a las personas que se encuentran disponibles en un momento dado. Recoge opiniones, sugerencias, críticas y comentarios de forma fácil y sencilla, aunque sus resultados no son tan sólidos desde el punto de vista experimental.

El muestreo consecutivo es similar al por conveniencia, pero la variación consiste en que el investigador elige a una sola persona o a un grupo como muestra para realizar la investigación durante un periodo de tiempo determinado, luego analiza los resultados y pasa a otro grupo de sujetos si es necesario.

El muestreo por cuotas sirve para comprender mejor a la población que se desea investigar dividiéndola en estratos o grupos con similares características.

En el muestreo intencional o por propósito se elige como participantes de la investigación solamente a los grupos que se consideran adecuados con respecto a los atributos y a la representación de la población que se está analizando.

Finalmente, una variante del muestreo por propósito es el llamado bola de nieve, que ayuda a los investigadores a encontrar muestras cuando son difíciles de localizar, entonces a los sujetos adecuados se les pide ayuda para buscar a personas similares a ellos y así poder formar una muestra de buen tamaño. (Hernández Sampieri, Fernández Collado y Baptista, 2014).

En cuanto a la fuente de investigación existen dos: la primaria y la secundaria. La fuente primaria contiene información nueva y original como las que se encuentran en los libros, las revistas científicas, los periódicos, los documentos oficiales de instituciones públicas y privadas entre otros materiales más.

Las fuentes secundarias contienen información producto del análisis, la extracción o la reorganización de documentos primarios originales. Un ejemplo de fuentes secundarias son las enciclopedias, los libros o los artículos que interpretan a las investigaciones provenientes de otras personas. (Hernández Sampieri, 2014)

Anexo número 2

Gráficos y explicación de la encuesta.

Luego encuestar a mujeres residentes en diferentes ciudades de Argentina en el periodo del 26 de abril al 7 de mayo del año 2022 los resultados obtenidos se muestran a continuación:

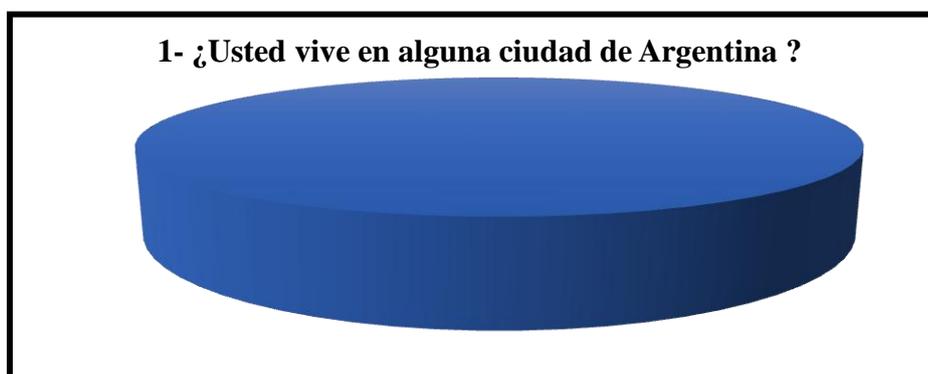


Gráfico número 1- Resultado de la encuesta

El 100% de las personas respondieron que viven en alguna ciudad de Argentina debido a que se trata de una encuesta dirigida a las mujeres urbanas.

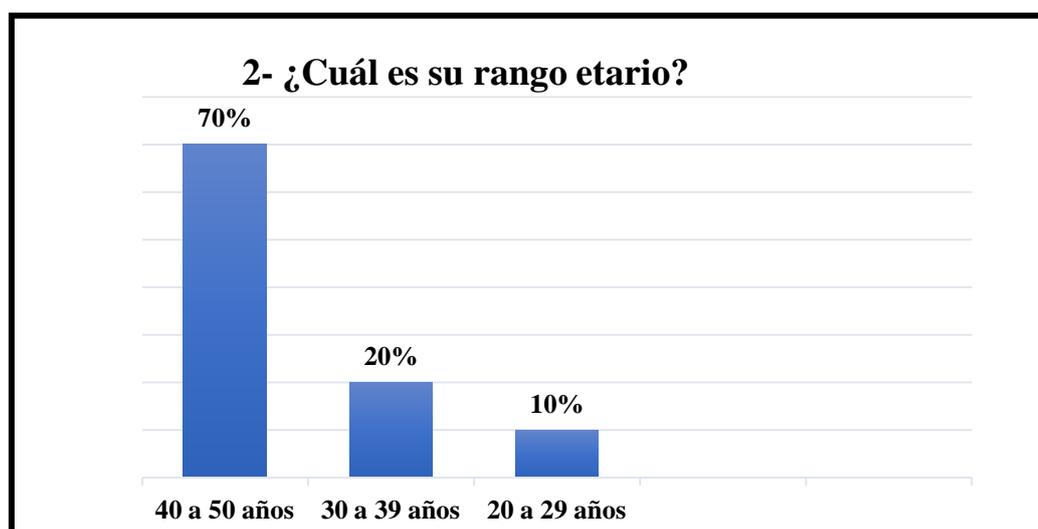


Gráfico número 2- Resultado de la encuesta

De las personas encuestadas, el 70% presentaba un rango de edad de 40 a 50 años, el 20% entre 30 a 39 años mientras que el 10% restante entre 20 a 29 años.

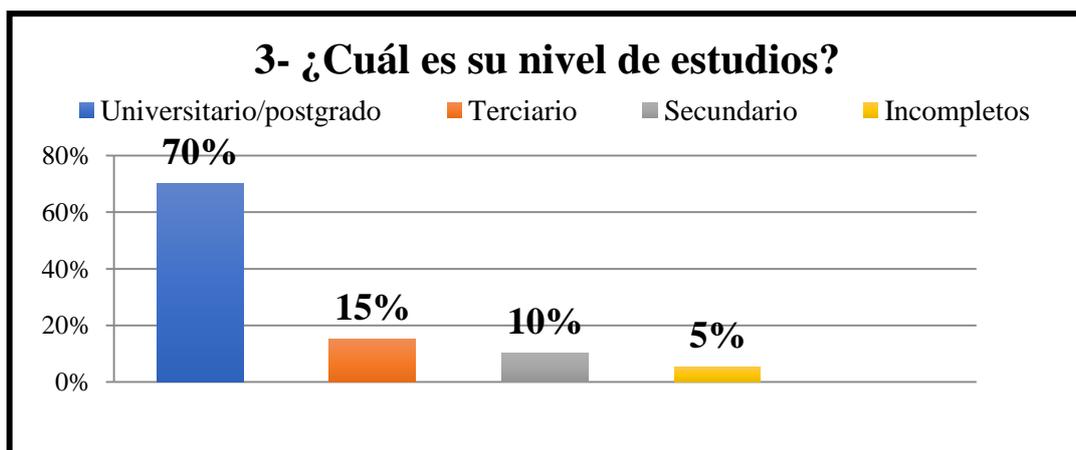


Gráfico número 3- Resultado de la encuesta

De acuerdo con el nivel de escolarización de las personas, el 70% tenía alguna carrera universitaria o post grado, el 15% presentaba estudios terciarios, el 10% estaba finalizando la escuela secundaria y solamente el 5% no había concluido sus estudios por el momento.

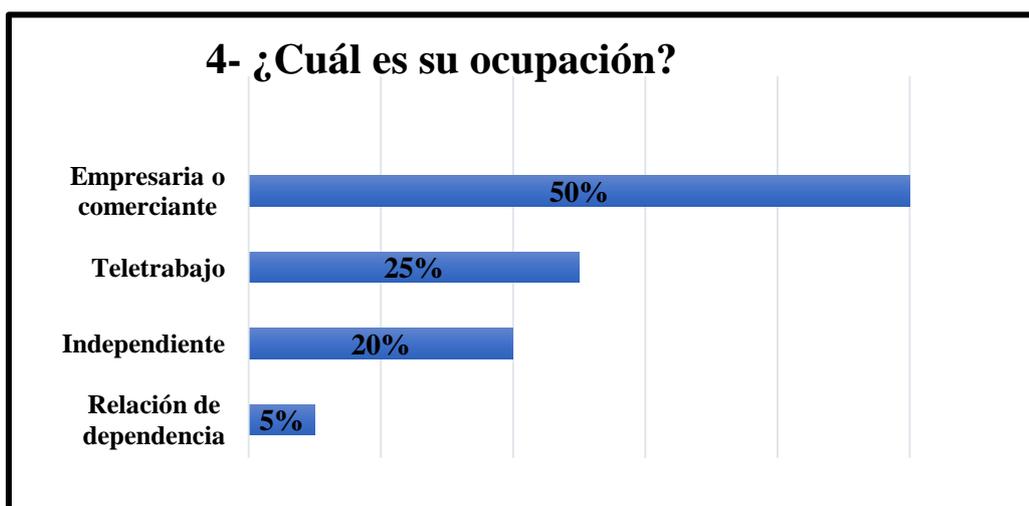


Gráfico número 4- Resultado de la encuesta

En cuanto a la ocupación de las mujeres, el 50% era empresaria o comerciante, el 25% realizaba teletrabajo, el 20% era independiente y el porcentaje restante trabajaba en relación de dependencia.



Gráfico número 5- Resultado de la encuesta

El 70% respondió que alguna vez ha comprado indumentaria o accesorios artesanales y el 30% todavía no.

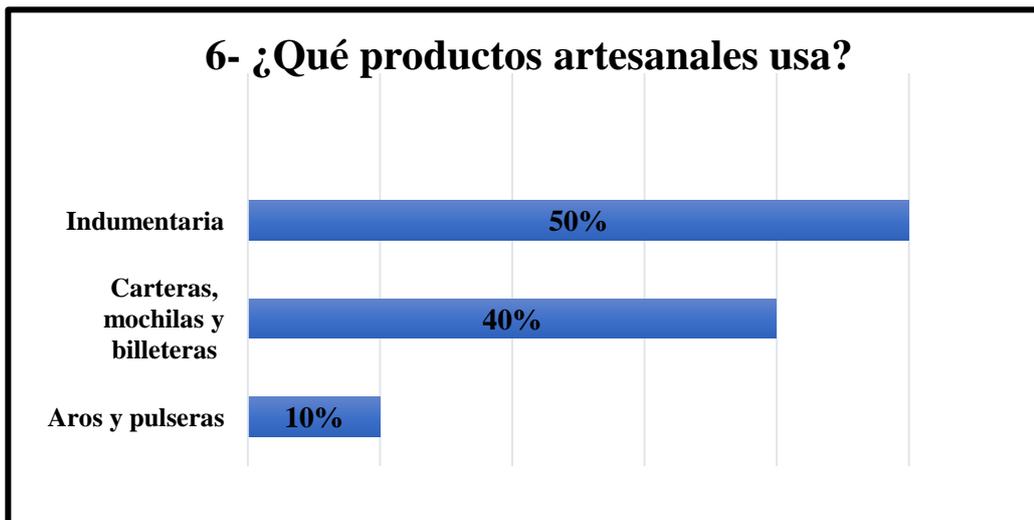


Gráfico número 6- Resultado de la encuesta

El 50% de las encuestadas respondieron que compraban indumentaria artesanal, el 40% carteras, mochilas y billeteras y el 10% restante accesorios como aros y pulseras.

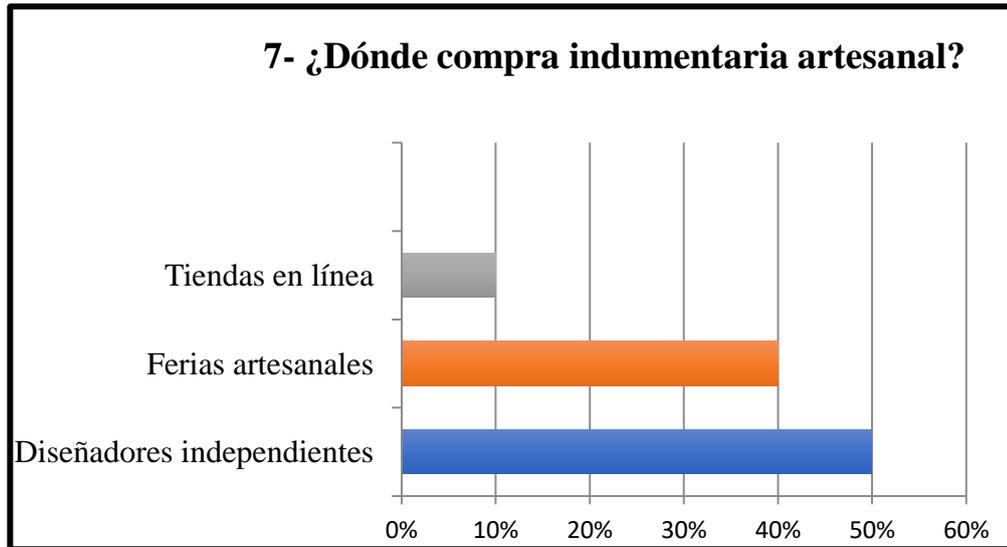


Gráfico número 7- Resultado de la encuesta

El 50% compraba la indumentaria a diseñadores independientes, el 40% en ferias artesanales y el porcentaje restante lo adquiriría en tiendas en línea.

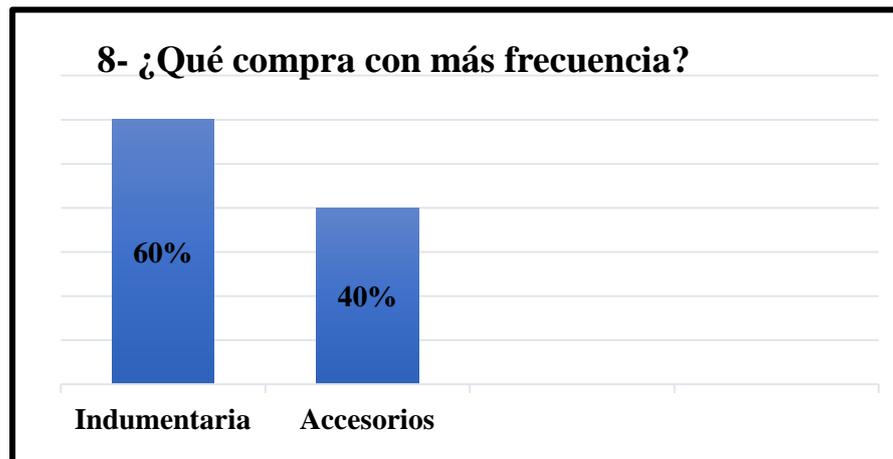


Gráfico número 8- Resultado de la encuesta

Ante la pregunta que compraba con más frecuencia el 60% de las encuestadas respondió que adquiriría indumentaria y el otro 40% accesorios.

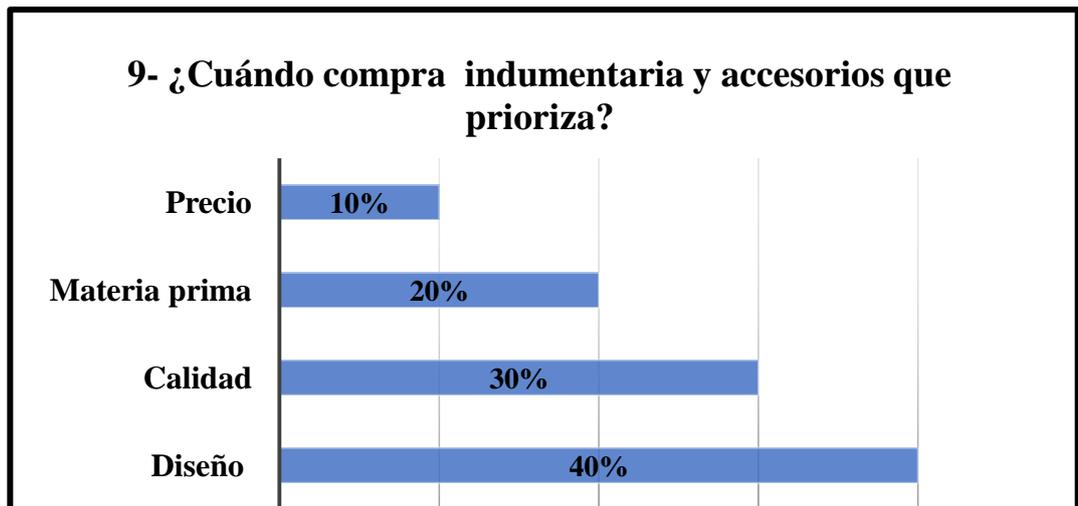


Gráfico número 9- Resultado de la encuesta

El 40% priorizaba el diseño, el 30% la calidad, el 20% la materia prima y sólo el 10% el precio.



Gráfico número 10- Resultado de la encuesta

El 80% respondió que compraría indumentaria Prêt-à-porter que le remita al noroeste argentino y sólo el 20% respondió que no lo haría por el momento.

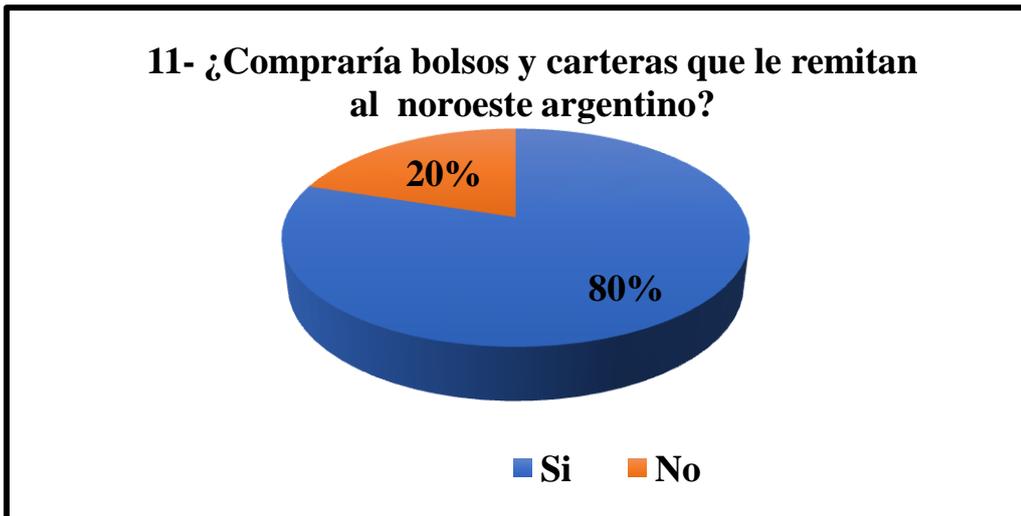


Gráfico número 11- Resultado de la encuesta

El 80% de las mujeres respondió que si compraría bolsos y carteras que le remitan al noroeste argentino, mientras que el 20% dijo que no lo haría por el momento.

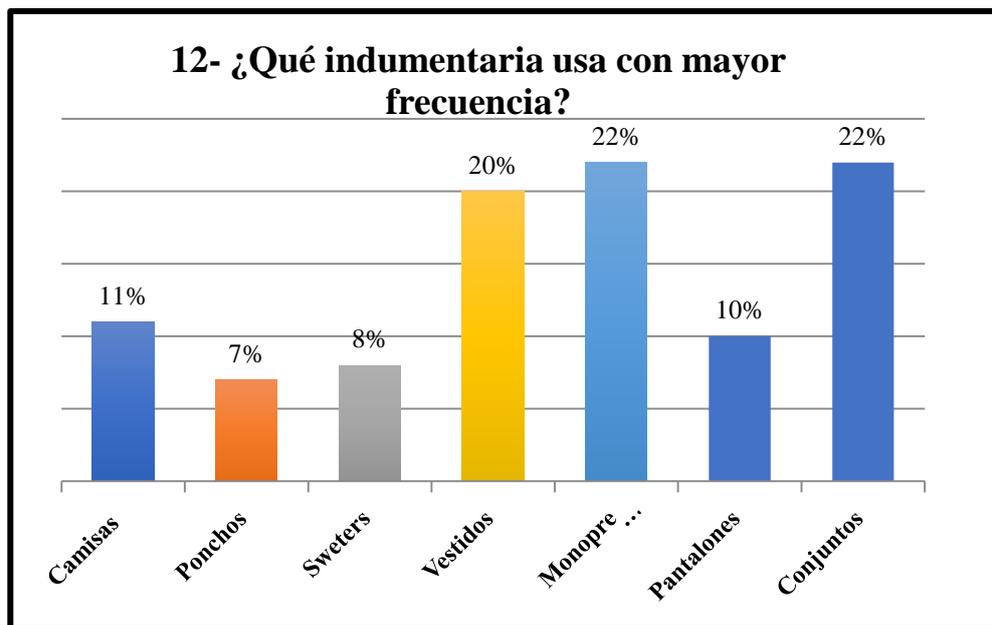


Gráfico número 12- Resultado de la encuesta

Con respecto a que indumentaria usaban con mayor frecuencia el 22% expresó que compraba conjuntos y mono prendas, el 20% vestidos, el 11% camisas, el 10% pantalones, el 8% sweaters y el 7% restante ponchos.

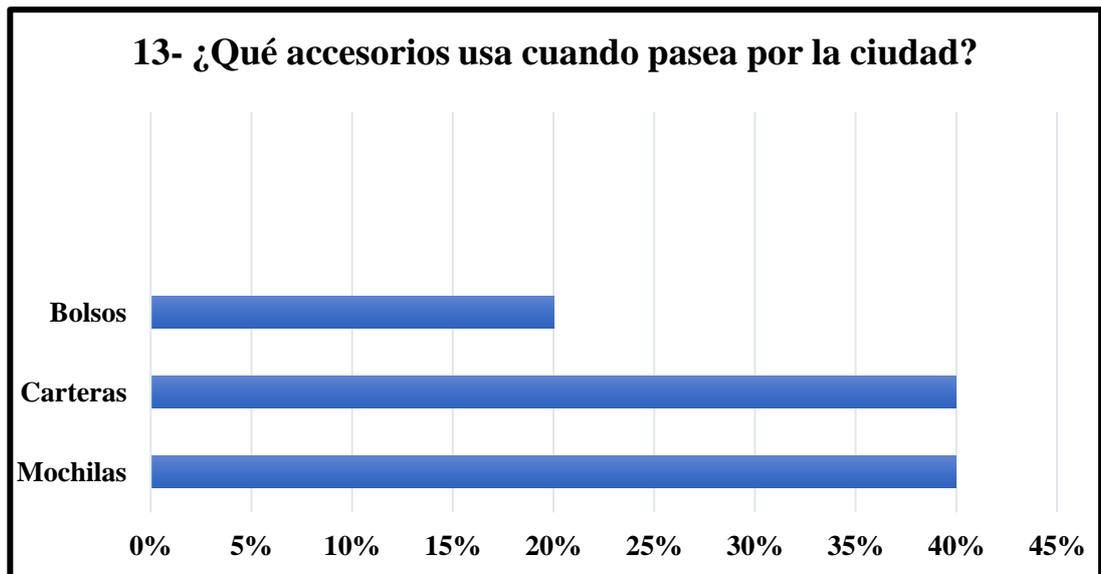


Gráfico número 13- Resultado de la encuesta

El 40% compraba carteras, igual porcentaje prefería mochilas y el 20% restante optaba por los bolsos.

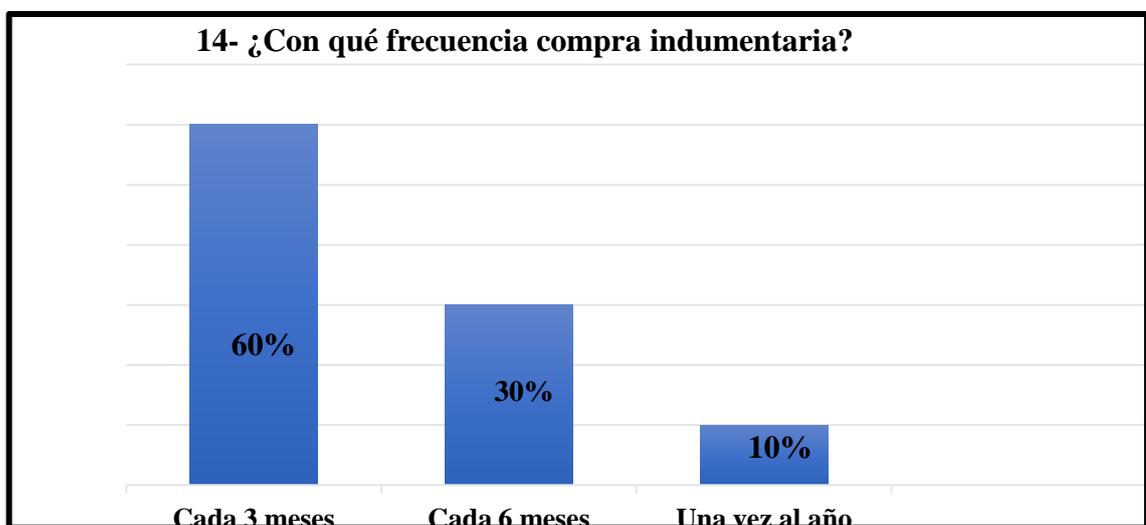


Gráfico número 14- Resultado de la encuesta

De las mujeres encuestadas el 60% compraba ropa cada tres meses con el cambio de temporada, el 30% lo hacía cada seis meses en verano e invierno y el 10% restante lo hacía una vez al año.

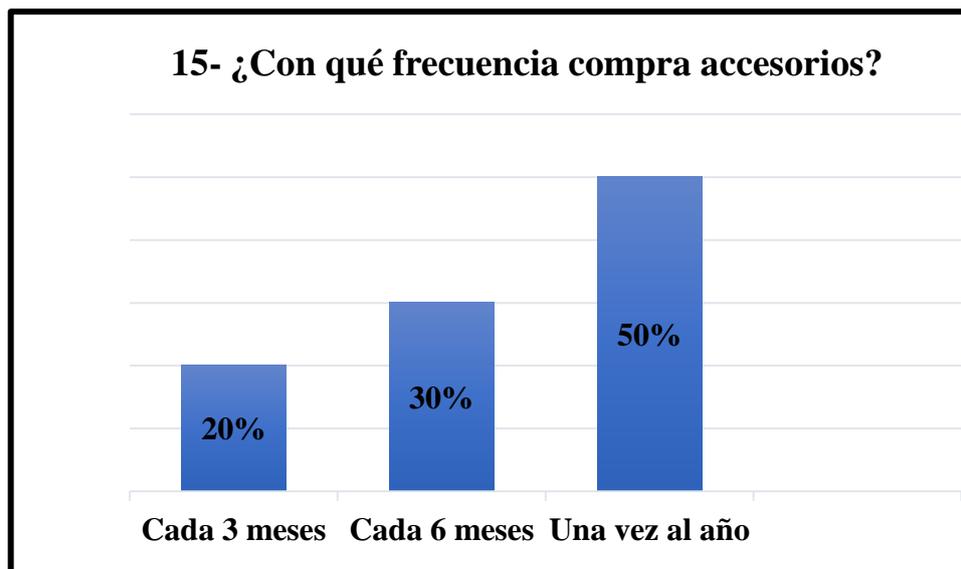


Gráfico número 15- Resultado de la encuesta

El 50% de las mujeres encuestadas compraban accesorios una vez al año, el 30% lo hacía cada seis meses y el 20% restante lo hacía cada tres meses.

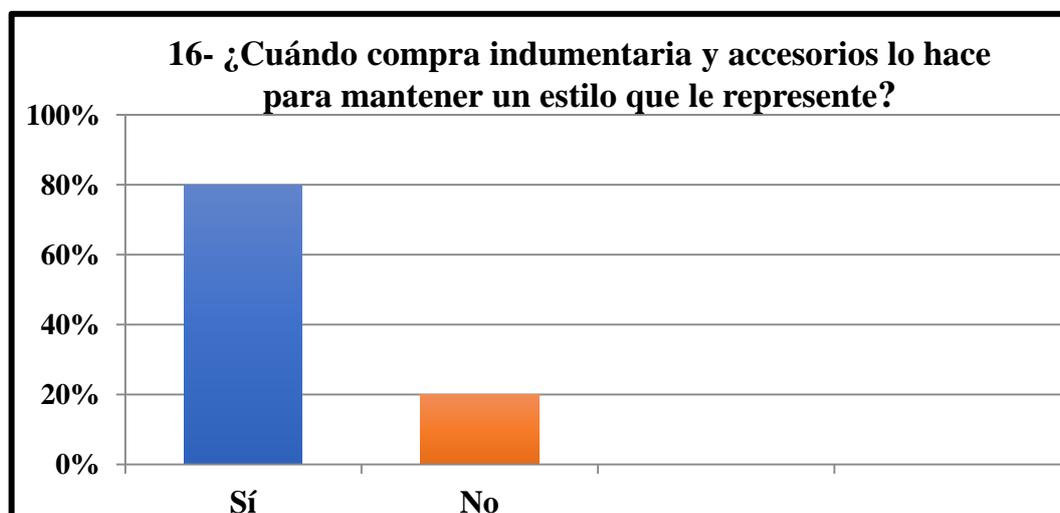


Gráfico número 16- Resultado de la encuesta

El 80% compraba el tipo de indumentaria y accesorios que representaba su estilo, mientras que el 20% lo adquiriría por impulso sin tener en cuenta como se viste habitualmente.

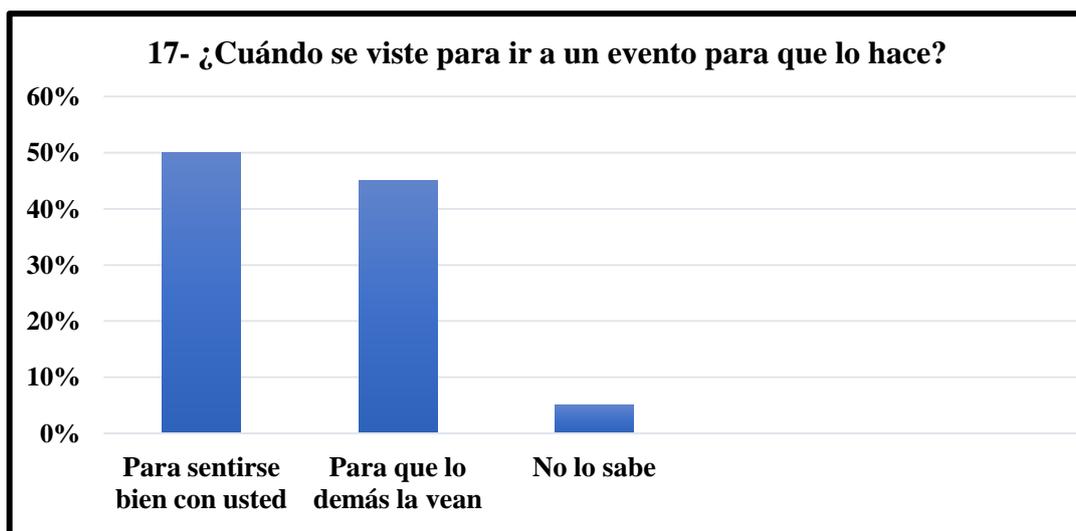


Gráfico número 17- Resultado de la encuesta

El 50% de las mujeres encuestadas al momento de ir a un evento se vestían para sentirse bien consigo mismas, el 45% lo hacía para que las demás mujeres la vean y la halaguen y el 5% restante, no tenía en cuenta los anteriores parámetros.

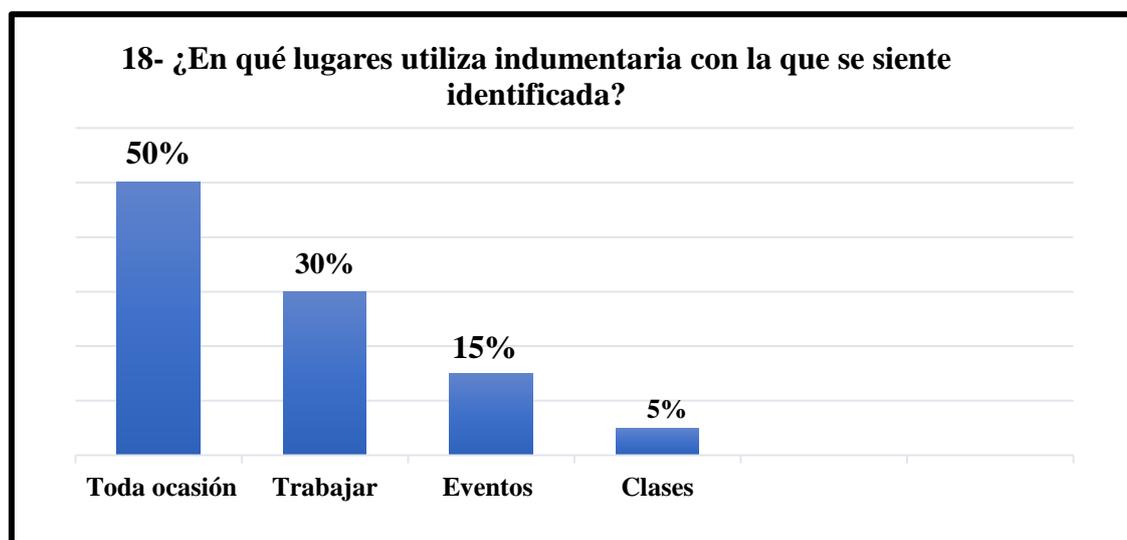


Gráfico número 18- Resultado de la encuesta

El 50% de las mujeres utilizaba indumentaria con la que se sienten identificadas en todas las ocasiones, el 30% lo hacía para ir a trabajar, el 15% cuando tenía eventos sociales y finalmente el 5% restante lo hacía para ir a clases.

Anexo número 3

Entrevista a la artesana

1- ¿Cuál es su nombre?

- Mi nombre es Cecilia Quispe

2- ¿Cuántos años tiene?

- Tengo 46 años

3- ¿Es descendiente de algún pueblo originario?

Si, soy descendiente de una familia Colla que vivía en una comunidad formada por 45 familias llamada El Angosto en la Puna Jujeña.

4- ¿Me puede contar porqué vino a vivir a la ciudad de Córdoba?

- Mis padres dejaron El Angosto donde criaban cabras y cultivaban los alimentos que nosotros comíamos buscando un mejor futuro para mí y mis seis hermanos porque el colegio quedaba a treinta kilómetros y el hospital también.

5- ¿Cómo aprendió este oficio?

- Aprendí mirando como tejía mi madre cosas para la familia ya que en El Angosto no hay nada, todo lo tienes que hacer por tu cuenta. Mis padres no podían vender lo que producían porque el pueblo está muy aislado y es difícil llegar y salir de ahí. Los caminos son de tierra y está lleno de acantilados así que los turistas no visitan esa zona.

6- ¿Hace cuánto tiempo que se dedica a la artesanía?

- Tejo desde los 17 o sea que llevo cerca de 30 años haciendo esto, empecé porque quería tener mi dinero y no pedirle nada a mis padres ni a mis hermanos mayores.

7- ¿Cuántos accesorios produce al mes?

- Depende del diseño y del producto que me encarguen. Por ejemplo, una mochila me lleva cuatro días, una cartera tipo bandolera dos días y una billetera tres horas.

8- ¿Dónde comercializa su producción?

- Tengo un puesto fijo en la Feria de las Pulgas donde vendo lo que tejo, ahí voy todos los sábados, domingos y feriados. Después publico mis productos en Facebook y en Instagram.

9- ¿Qué tipos de puntos emplea en sus diseños?

- Los puntos que empleo en los textiles y accesorios que tejo con telar se llaman: tafetán simple, peinecillo, béton, sobre bordado, oruga, afelpado, copto o nudo celta, ghiordes o nudo turco y flecos.

10- ¿Qué tipos de simbología emplea en sus tejidos?

- Hago diseños geométricos que tienen rombos, rectángulos, triángulos y cuadrados. También figurativos con llamas, cactus, vicuñas y paisajes de la puna. En los diseños abstractos uso líneas curvas como espirales y hago formas que se retuercen y que cambian de color.

11- ¿Tiñe la materia prima con anilinas o emplea tintes naturales?

- Utilizo ambos métodos, cuando no consigo el color que estoy necesitando uso anilina y también empleo tinturas naturales como el jugo de la remolacha y de la zanahoria, la cáscara de la berenjena, hojas de hinojo, de espinaca, entre otras cosas más.

12- ¿Para fijar el color utiliza alguna técnica?

- El mejor mordiente es la sal, el vinagre y el bicarbonato de sodio que fijan a la lana el color de las anilinas y de las tinturas naturales.

13- ¿Qué tipos de telares emplea para tejer los accesorios que fabrica?

- Tengo tres tipos de telares que uso para tejer los diferentes productos que me encargan los clientes. Uso el telar María o de peine para hacer cosas grandes como tapices, ponchos y acolchados. El telar vertical sirve para tejer cosas alargadas como los cinturones, las chalinas y las correas o bandolas de las carteras. El telar de bastidor es útil para confeccionar billeteras, centros de mesa, forros para almohadones y alfombras.

14- ¿Tiene otros familiares dedicados a la tejeduría?

- Mis hermanos se dedican a otra cosa, la única que sigue con la tradición de mis ancestros soy yo.

15- ¿Cuál es la característica distintiva del tejido proveniente del noroeste argentino?

- En el noroeste los artesanos realizan sus tejidos empleando una gran variedad de colores vivos generalmente se hacen cosas con guardas geométricas, también se dibujan llamas, cactus, niños collas entre otros diseños más.

16- ¿Cuál es el accesorio que vende más?

- Lo que más se vende en la Feria de las Pulgas son los accesorios como las carteras, los bolsos, las mochilas, las billeteras y los cintos. También realizo ponchos, acolchados, tapices, alfombras y almohadones a pedido.

Entrevista realizada a la antropóloga

1- ¿Cuál es su nombre?

- Me llamo Laura Misetich

2- ¿Cuántos años tiene?

- Tengo 55 años

3- ¿Cuánto tiempo hace que se dedica a la antropología?

- Me recibí a los 24, así que este año cumplí 31 años de profesión.

4- ¿En qué rama de esta ciencia se ha especializado?

- Me especialicé en la rama social y cultural de la antropología la cual tiene como objeto de análisis a las sociedades y a la diversidad cultural. Toda mi carrera la dediqué al estudio de los pueblos originarios de Argentina, especialmente me ocupé de la cultura colla y de la cultura wichis.

5- ¿Trabaja en algún museo?

- No actualmente. Durante 17 años trabajé en el Museo Antropológico de Córdoba, pero como mi pasión ha sido siempre la docencia decidí dejar el Museo y me dediqué de lleno a enseñar

historia en el Colegio de María. Ya hace 14 años que hago esta tarea que me llena de satisfacción.

6- ¿Me puede contar brevemente lo que sabe de la cultura Colla?

- Bueno el tema es muy extenso como para tratarlo resumidamente, pero voy a intentar hacerlo. Se denomina Colla al conjunto cultural de pueblos originarios ubicados principalmente al oeste de Jujuy, Salta y Catamarca. Actualmente viven en todas las provincias de Argentina y en la región de Atacama en Chile ya que son un pueblo en constante emigración.

La cultura colla no es estrictamente aborigen porque se mestizó debido a la acción colonizadora que les impuso el cristianismo, sin embargo, aún practican algunos rituales y mantienen formas culturales como la Minga que es una especie de cooperativa donde trabajan solidariamente.

7- ¿Ha investigado sobre la simbología de este pueblo originario?

- Si, me he especializado en la simbología empleada por los wichis y por los collas. He realizado diferentes investigaciones de campo donde he visitado a las comunidades y les he preguntado qué significan los diseños empleados en las artesanías tejidas a telar.

Las respuestas que me dieron han sido distintas y contradictorias indicando el desconocimiento del tema en ambos pueblos originarios.

Todo lo que se sabe hasta la actualidad, con respecto a la simbología autóctona está documentado en los museos antropológicos y en la práctica los artesanos usan las distintas iconografías sin tener en claro lo que representaban para sus ancestros.

8- ¿Entonces, usted considera que la simbología que actualmente plasman en sus tejidos las comunidades Collas no tiene el mismo significado que en tiempos pasados?

- Exactamente, según lo que dije anteriormente la mayoría de las comunidades utilizan la simbología de sus ancestros por costumbre y para conservar la tradición familiar pero no saben fehacientemente el significado de los diseños que emplean en sus tejidos.

9- ¿Considera útil la hibridación de la simbología colla con la indumentaria urbana como un medio para evitar que esta iconografía se pierda con el transcurso del tiempo?

- Creo que puede ayudar a la difusión tanto nacional como internacional del arte aborigen este tipo de hibridaciones así que sería útil hacerlo. Tendría que divulgarse, además, el significado de la iconografía para que las personas que utilicen este tipo de indumentaria sepan su significado, entonces se evitaría el olvido.

Anexo número 4

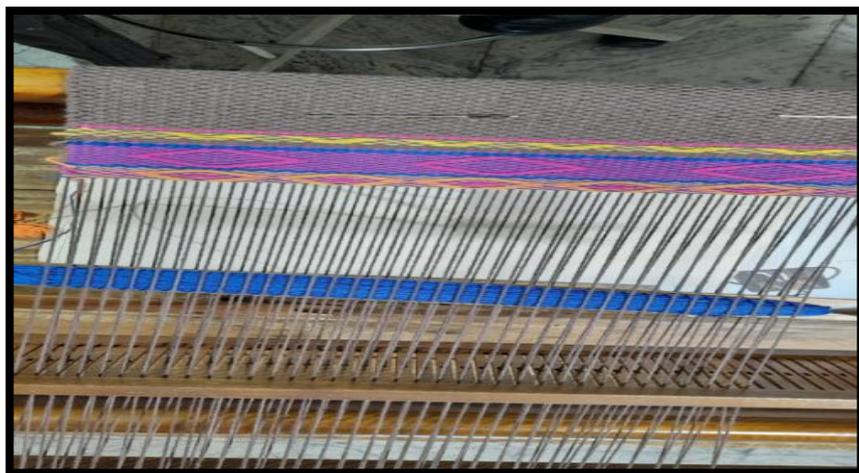
Fotos del proceso de tejeduría

Figura número 89



Fuente: Elaboración propia.

Figura número 90



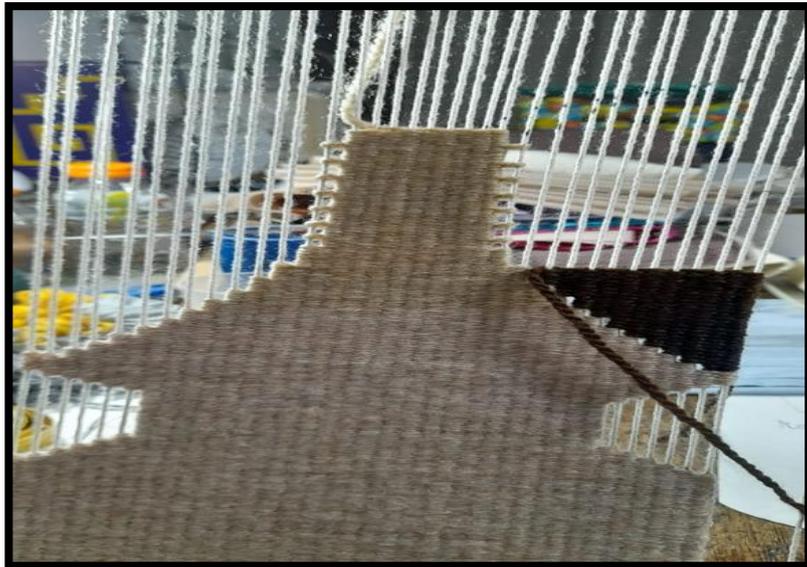
Fuente: Elaboración propia.

Figura número 91



Fuente: Elaboración propia.

Figura número 92



Fuente: Elaboración propia

Figura número 93



Fuente: Elaboración propia.

Figura número 94



Fuente: Elaboración propia.

Figura número 95



Fuente: Elaboración propia.

Figura número 96



Fuente: Elaboración propia.

Figura número 97



Fuente: Elaboración propia.

Figura número 98



Fuente: Elaboración propia.

Figura número 99



Fuente: Elaboración propia.

Figura número 100



Fuente: Elaboración propia

Figura número 101



Fuente: Elaboración propia.

Figura número 102



Fuente: Elaboración propia

Etiquetas Explicativas de la Simbología Colla.

Figura número 103

 <p>La leyenda del cabureí: El Dios Tupa creó un ave de hermosa voz que encantaba a los habitantes del bosque con la magia de su canto. Una noche el diablo Añá lo encontró dormido y transformó su hermoso plumaje en un pobre y deslucido traje el cual usa hasta nuestro días.</p> <p>Autora: Cecilia Santoro, 2016.</p>	<p>En el noroeste argentino las plumas del cabureí son utilizadas como payé (amuleto) para atraer la buena suerte. El cabureí se encuentra en peligro de extinción debido a la deforestación de la selva chaqueña. Ayudemos a cuidar su hábitat para que esta ave no desaparezca.</p> <p>Contactarse con: www.fundacioncaburei.org</p>  <p>PCRAR PROGRAMA DE CONSERVACIÓN Y RESCATE DE AVES RAPACES</p>
--	--

Fuente: Elaboración propia.

Figura número 104

 <p>El Cerro de los Siete Colores es una de las colinas que rodea al pueblo de Purmamarca en Jujuy. Debe su nombre a la compleja formación geológica que le dio su color por la mezcla de elementos marinos, lacustres y fluviales.</p>	<p>El cerro de los siete colores se encuentra en la Quebrada de Humahuaca. El color rosado está compuesto por arcilla roja, fango y arena de 4 millones de años. El blanco se formó hace 400 millones de años, con piedra caliza. La gama de marrones y morados se compone de plomo rico en calcio cuya edad es de 90 millones de años. El color verde se conformó con pizarras de óxido de cobre de 600 millones de años. El rojo está formado por hierro y arcilla que supera los 4 millones de años. La gama de colores tierra se constituyó con roca de manganesio de 2 millones de años y el amarillo con areniscas calcáreas y azufre de 90 millones de años. Desde 2003, la Organización de las Naciones Unidas lo declaró Patrimonio de la Humanidad.</p> <p>(Douglas, 1978).</p>
--	---

Fuente: Elaboración propia.

Figura número 105



El cactus es una planta típica del Noroeste Argentino. Éstos son capaces de resistir cualquier condición climática, edáfica, topográfica o ecológica ya que no necesitan ni agua ni nutrientes. Pueden llegar a crecer hasta veinte metros de altura. Tienen una esperanza de vida de 150 años. Con la parte carnosa del cactus, se prepara el Arrope que es un jarabe dulce, cuyo uso se recomienda para aliviar la tos, la neumonía y otras afecciones respiratorias.

Fuente: Elaboración propia

Figura número 106

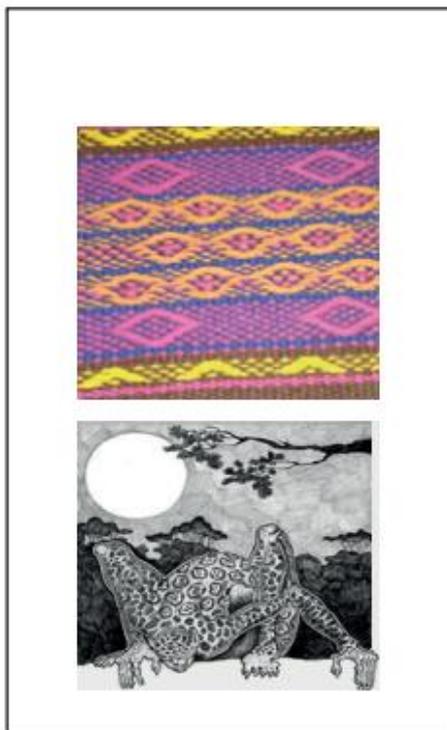


Amaru era la serpiente mitológica que personificaba a la agricultura. Se representaba como una serpiente alada con ojos, cristalinos, hocico rojizo, cabeza de llama, cuernos de taruka (Venado andino) y una cola de pez. Era generadora de sismos cuando salía de la Kay Pacha. De acuerdo con la cosmovisión andina el mundo se divide en 3 regiones Hanan Pacha (Paraíso), Kay Pacha (Tierra) y Uku Pacha (Inframundo) donde vive Amaru. Las guardas collas cuando tienen una sucesión de rombos simbolizan a las escamas de la serpiente Amaru.

Fiadone, 2014.

Fuente: Elaboración propia.

Figura número 107



Según la simbología colla, los rombos cuando están dentro de otros rombos indican la piel del jaguar o yaguareté. El Urutunco de acuerdo con la mitología de este pueblo originario, es el hombre yaguareté que en la noche se convierte en felino, cuando se revuelca sobre la piel del jaguar. Sus correrías duran hasta el amanecer, hora en la que recupera su forma humana. Debido a los cazadores furtivos y a la deforestación, el jaguar está en peligro de extinción. Para proteger a este felino visita: www.redyaguarete.org.ar www.vidasilvestre.org.ar.

QUEDAN 250 JAGUARES EN ARGENTINA

Fuente: Elaboración propia.

Figura número 108

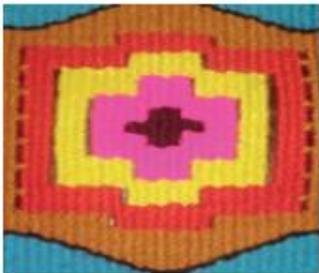


Coquena era el duende protector de los ganados camélidos y de los pastores. Se lo simbolizaba como un duendecillo rodeados de llamas. Este animal era sacrificado durante las ceremonias realizadas en Honor a Inti (Dios del Sol). Los collas veneraban a la llama, a la vicuña y al guanaco porque eran utilizados como alimento, medio de transporte y de carga. Con la lana de estos animales se realizaban tejidos que se emplearían posteriormente en sus vestimentas y utilizaban el cuero para confeccionar sus calzados.

Flores, 2016.

Fuente: Elaboración propia.

Figura número 109

 <p>Para mejorar la calidad de vida de los pueblos originarios a través del fomento a la educación, al trabajo y a la salud. Brinda tu donación a:</p> <p>www.ayudapueblosoriginarios.com</p>	<p>Los collas le daban a la cruz un significado distinto que los católicos. Para ellos, cada extremo representaba una fuerza de la naturaleza: el viento, la nube, el rayo y el trueno. El entrecruzamiento de estos elementos eran los generadores de las lluvias. Luego de la llegada de los colonizadores españoles, la cruz comenzó a simbolizar a la Rosa de los Vientos indicando que el mundo natural estaba dividido en cuadrantes, lo que en la actualidad son denominados como los cuatro puntos cardinales: Norte, Sur, Este y Oeste.</p>
---	--

Fuente: Elaboración propia.

Figura número 110

 <p>Para mejorar la calidad de vida de los pueblos originarios a través del fomento a la educación, al trabajo y a la salud. Brinda tu donación a:</p> <p>www.ayudapueblosoriginarios.com</p>	<p>El suri o avestruz con una cruz en su interior era representado en vasijas y en pinturas rupestres encontradas en el departamento de Cachi en la provincia de Salta. La cruz tenía un significado distinto para los collas que para los católicos. Para este pueblo originario, cada extremo representaba una fuerza de la naturaleza: el viento, la nube, el rayo y el trueno. Creían que el entrecruzamiento de estos elementos eran los generadores de las lluvias. Luego de la llegada de los colonizadores españoles, la cruz comenzó a simbolizar a la Rosa de los vientos.</p> <p>Fiadone, 2014.</p>
---	--

Fuente: Elaboración propia.

Figura número 111

 <p>Para mejorar la calidad de vida de los pueblos originarios a través del fomento a la educación, al trabajo y a la salud. Brinda tu donación a:</p> <p>www.ayudapueblosoriginarios.com</p>	<p>Los motivos abstractos simbolizaban festividades deidades y espíritus malignos de la cosmovisión colla. Esta cultura, relacionaba la observación de las estrellas con las actividades de siembra y cosecha. Los diseños espiralados simbolizan el ciclo natural de todos los seres vivos tanto humanos, animales o vegetales, formado por: el nacimiento, el desarrollo, la reproducción y la muerte. Para ellos la vida era un don otorgado por la Pachamama o Madre Tierra.</p> <p>Fiadone, 2014.</p>
---	--

Fuente: Elaboración propia.

Figura número 112

 <p>Para mejorar la calidad de vida de los pueblos originarios a través del fomento a la educación, al trabajo y a la salud. Brinda tu donación a:</p> <p>www.ayudapueblosoriginarios.com</p>	<p>Los motivos abstractos simbolizaban festividades deidades y espíritus malignos de la cosmovisión colla. Esta cultura, relacionaba la observación de las estrellas con las actividades de siembra y cosecha. Los diseños espiralados simbolizan el ciclo natural de todos los seres vivos tanto humanos, animales o vegetales, formado por: el nacimiento, el desarrollo, la reproducción y la muerte. Para ellos la vida era un don otorgado por la Pachamama o Madre Tierra. Otros motivos representan a los dardos y a las flechas empleadas por el chaman para sacrificar a los animales ofrendados a la Pachamama.</p> <p>Fiadone, 2014.</p>
---	---

Fuente: Elaboración propia.

Figura número 113

 <p>Para mejorar la calidad de vida de los pueblos originarios a través del fomento a la educación, al trabajo y a la salud. Brinda tu donación a: www.ayudapueblosoriginarios.com</p>	<p>La imagen figurativa del noroeste argentino tipo tapiz representa al Cerro Siete Colores con la flora y fauna característica de la Puna. La leyenda que explica como se originó este cerro dice así: Hace mucho tiempo en un pueblito llamado Purmamarca no existía el color y los lugareños se ponían tristes debido al paisaje monótono. Una noche los duendes enviados por la Pachamama comenzaron a pintar los cerros con el rosa de los flamencos, el rojo de los minerales, el verde de los pastos, el ocre de la tierra, el blanco de las salinas y el dorado de Inti el sol. La obra se terminó con la llegada del amanecer dando felicidad a los lugareños quienes agradecieron a la Pachamama.</p> <p>Santoro, 2019</p>
--	--

Fuente: Elaboración Propia.

Figura número 114

 <p>Para mejorar la calidad de vida de los pueblos originarios a través del fomento a la educación, al trabajo y a la salud. Brinda tu donación a: www.ayudapueblosoriginarios.com</p>	<p>La simbología figurativa muestra imágenes características del antiplano como: los collas, las llamas, las vasijas aborígenes y el supay o diablo. Presenta además, una guarda con simbología abstracta. Los diseños espiralados simbolizan el ciclo natural de todos los seres vivos tanto humanos, animales o vegetales, formado por: el nacimiento, el desarrollo, la reproducción y la muerte. Para ellos la vida era un don otorgado por la Pachamama o Madre Tierra. Otros motivos representan a los dardos y a las flechas empleadas por el chaman para sacrificar a los animales ofrendados a la Pachamama.</p> <p>Fiadone, 2014.</p>
--	---

Fuente: Elaboración propia

Figura número 115

 <p>Para mejorar la calidad de vida de los pueblos originarios a través del fomento a la educación, al trabajo y a la salud. Brinda tu donación a:</p> <p>www.ayudapueblosoriginarios.com</p>	<p>Los collas le daban a la cruz un significado distinto que los católicos. Para ellos, cada extremo representaba una fuerza de la naturaleza: el viento, la nube, el rayo y el trueno. El entrecruzamiento de estos elementos eran los generadores de las lluvias. Luego de la llegada de los colonizadores españoles, la cruz comenzó a simbolizar a la Rosa de los Vientos indicando que el mundo natural estaba dividido en cuadrantes, lo que en la actualidad son denominados como los cuatro puntos cardinales: Norte, Sur, Este y Oeste.</p> <p>Fiadone, 2014.</p>
---	--

Fuente: Elaboración propia

Anexo número 6:

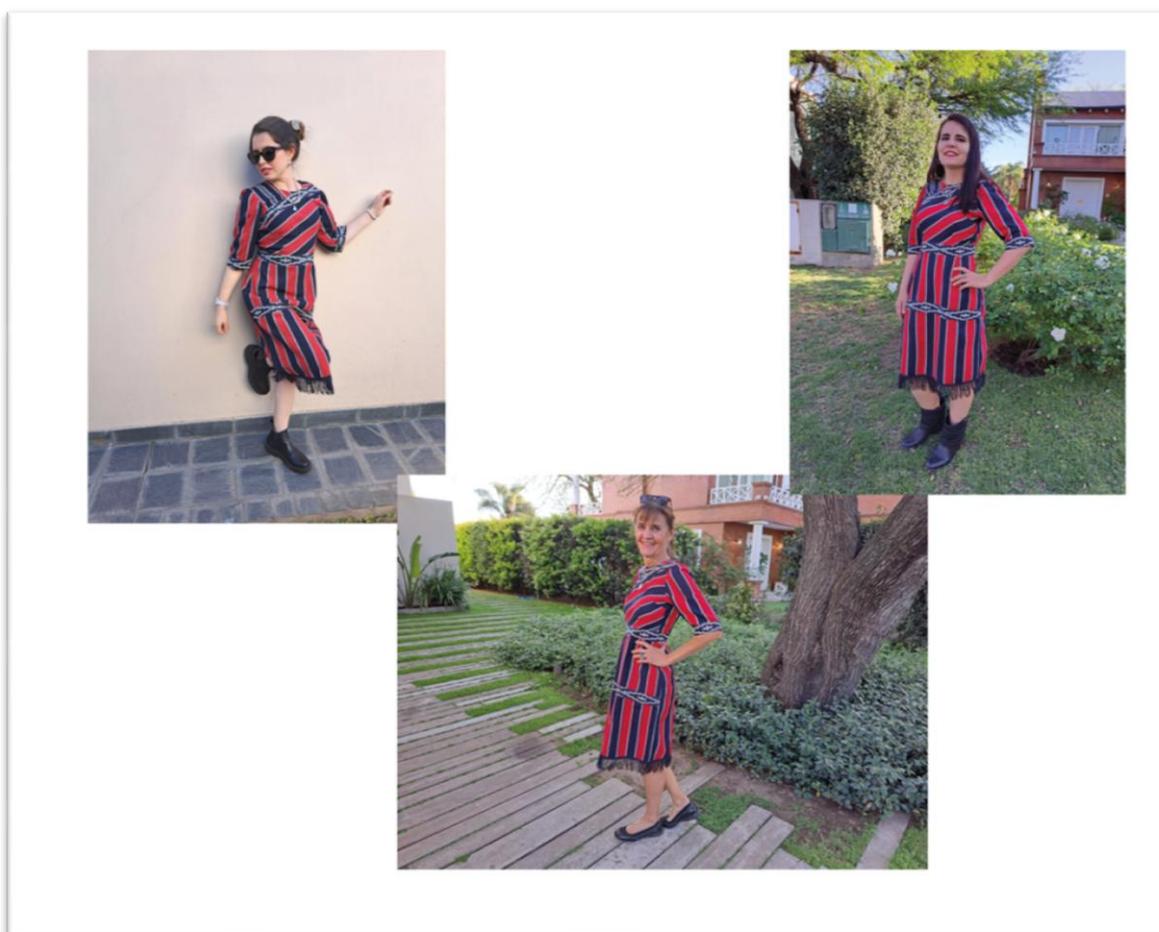
Colección Colores Ancestrales de Indumentaria y Accesorios.

Figura número116: Collage.



Fuente: Elaboración propia.

Figura número 117: Collage.



Fuente: Elaboración propia.

Figura número 118: Collage



Fuente: Elaboración propia.

Figura número 119: Collage



Fuente: Elaboración propia.

Figura número 120: Collage



Fuente: Elaboración propia.

Figura número 121: Collage



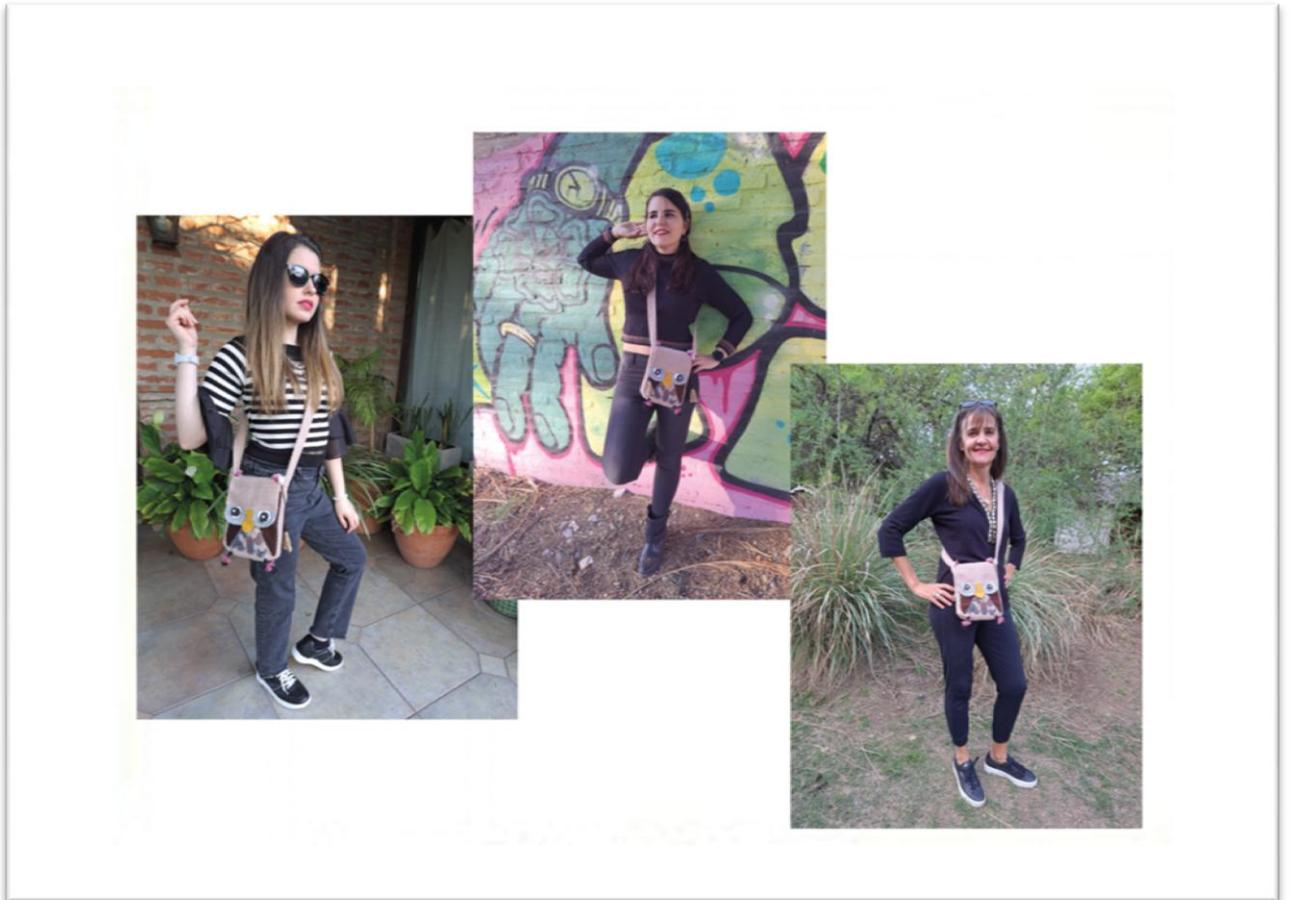
Fuente: Elaboración propia.

Figura número 122: Collage



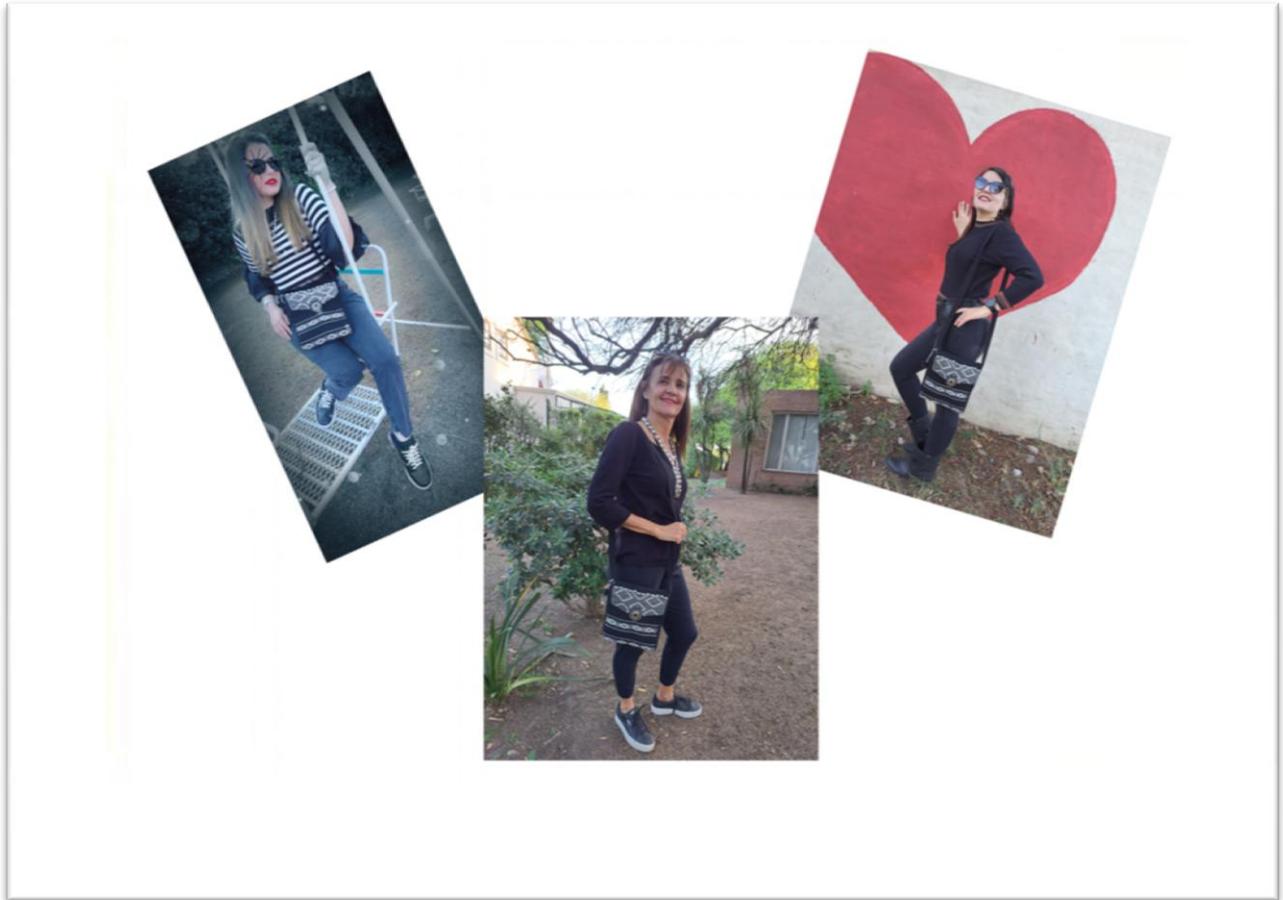
Fuente: Elaboración propia

Figura número 123: Collage



Fuente: Elaboración propia.

Figura número 124: Collage



Fuente: Elaboración propia.

Figura número 125: Collage



Fuente: Elaboración propia.

Figura número 126: Collage



Fuente: Elaboración propia.

Figura número 127: Collage



Fuente: Elaboración propia.

Figura número 128: Collage



Fuente: Elaboración propia.

Figura número 129: Collage



Fuente: Elaboración propia.