

UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

FACULTAD DE EDUCACIÓN, CIENCIA Y TECNOLOGÍA

CARRERA DE DISEÑO Y PUBLICIDAD



TEMA:

IMPLEMENTACIÓN DE UNA GUÍA DE ÍCONOS VISUALES, PARA LA PRODUCCIÓN TEXTIL CON ENFOQUE ETNO-URBANO DEL CANTÓN ANTONIO ANTE 2017-2018.

Trabajo de Grado previo a la obtención del título de Licenciada en Diseño y Publicidad.

AUTOR(A):

Jácome Villalba Karen Liseth

DIRECTOR(A):

Msc. Guamán Mullo Edwin Iván

Ibarra, 2019



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE
BIBLIOTECA UNIVERSITARIA
AUTORIZACIÓN DE USO Y PUBLICACIÓN
A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

1. IDENTIFICACIÓN DE LA OBRA

En cumplimiento del Art. 144 de la Ley de Educación Superior, hago la entrega del presente trabajo a la Universidad Técnica del Norte para que sea publicado en el Repositorio Digital Institucional, para lo cual pongo a disposición la siguiente información:

DATOS DE CONTACTO			
CÉDULA DE IDENTIDAD:	1003969951		
APELLIDOS Y NOMBRES:	JÁCOME VILLALBA KAREN LISETH		
DIRECCIÓN:	ATUNTAQUI		
EMAIL:	karenljacome12@gmail.com		
TELÉFONO FIJO:	062530277	TELÉFONO MÓVIL:	0992901823

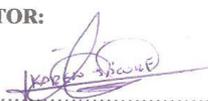
DATOS DE LA OBRA	
TÍTULO:	"IMPLEMENTACIÓN DE UNA GUÍA DE ÍCONOS VISUALES, PARA LA PRODUCCIÓN TEXTIL CON ENFOQUE ETNO-URBANO DEL CANTÓN ANTONIO ANTE 2017-2018"
AUTOR (ES):	JÁCOME VILLALBA KAREN LISETH
FECHA: DD/MM/AAAA	25/02/2019
SOLO PARA TRABAJOS DE GRADO	
PROGRAMA:	<input checked="" type="checkbox"/> PREGRADO <input type="checkbox"/> GRADO
TÍTULO POR EL QUE OPTA:	LICENCIADA EN DISEÑO Y PUBLICIDAD
ASESOR /DIRECTOR:	MSc. IVÁN GUAMÁN

2. CONSTANCIAS

El autor (es) manifiesta (n) que la obra objeto de la presente autorización es original y se la desarrolló, sin violar derechos de autor de terceros, por lo tanto, la obra es original y que es (son) el (los) titular (es) de los derechos patrimoniales, por lo que asume (n) la responsabilidad sobre el contenido de la misma y saldrá (n) en defensa de la Universidad en caso de reclamación por parte de terceros.

Ibarra, a los 25 días del mes de febrero de 2019

EL AUTOR:

(Firma) 
Nombre: Karen Liseth Jacome Villalba

ACEPTACIÓN DEL DIRECTOR

ACEPTACIÓN DEL DIRECTOR

Ibarra.09 de Enero de 2019

Magister
Raimundo López
DECANO FECYT
Presente.

Señor Decano.

En mi calidad de Director del Trabajo de Grado cuyo título es: **“IMPLEMENTACIÓN DE UNA GUÍA DE ÍCONOS VISUALES PARA LA PRODUCCIÓN TEXTIL CON ENFOQUE ETNO-URBANO DEL CANTÓN ANTONIO ANTE 2017-2018”**, de autoría de la señorita Karen Liseth Jácome Villalba, egresada de la carrera de Licenciatura en Diseño y Publicidad, luego del proceso de investigación cumple las normas establecidas para el efecto me permito consignar a calificación de 10/10 (DIEZ).

El presente trabajo se encuentra listo para la sustentación correspondiente ante el Tribunal que designe el H. Consejo Directivo, para lo cual me permito sugerir la confirmación de los mismos docentes, que están integrados por: Msc. David Ortiz, Lcdo. Gandhi Godoy, Msc. Julián Posada.

Particular que informo para los fines legales pertinentes.

Atentamente,

Msc. Iván Guaman
DIRECTOR DE TRABAJO DE GRADO

DEDICATORIA

A mis padres mediante su apoyo incondicional, he logrado cumplir varios logros, también por haberme forjado como la persona que soy en la actualidad.

Y cada una de las personas que me ayudaron y me dieron ánimos para poder culminar mi proyecto de grado.

Karen Jácome V.

AGRADECIMIENTO

A mis padres y mi hermana, quienes me han permitido culminar una etapa profesional, con sus aportes hoy en día se ve reflejado la culminación de mi paso por la Universidad.

Agradezco a la Universidad Técnica del Norte, por haberme permitido formarme en ella, gracias a todas las personas que fueron participes en este proceso

Agradezco a mis docentes con su sabiduría y conocimientos impartidos me han ayudado en este camino de mi formación profesional, particularmente deseo agradecer de una manera especial al Msc. Iván Guamán por todo el tiempo brindado, como amigo y docente ha sido quien me motivo para ser una buena profesional y siempre pensar en grande para lograr todo lo que me proponga. ¡Gracias!

Karen Jácome V.

ÍNDICE

ACEPTACIÓN DEL DIRECTOR	II
DEDICATORIA.....	IV
AGRADECIMIENTO	V
RESUMEN.....	IX
ABSTRACT	XIV
INTRODUCCIÓN	1
ANTECEDENTES.....	2
PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN	3
JUSTIFICACIÓN	6
Objetivos de investigación	7
CAPÍTULO I.....	8
MARCO TEÓRICO	8
1.1 Ubicación y Descripción de Antonio Ante	8
1.1.1Atuntaqui	8
1.1.2 San Roque	9
1.1.3 Chaltura.....	10
1.1.4 Imbaya.....	11
1.1.5 Natabuela.....	11
1.1.6 Andrade Marín	12
1.2 Semiótica.....	12
1.2.1 Semiótica de la cultura.....	13
1.2.2 Hermenéutico semiótico.....	14
1.2.3 Símbolo	15
1.2.4 Signo	15
1.2.5 Índice.....	16
1.2.6 Arquetipos.....	16
1.2.7 Ícono	17
1.2.7.1 Íconos urbanos	18
1.2.7.2 Pensamiento Urbano	19
1.3 Cultura.....	19
1.3.1 Cultura visual	21
1.4 Identidad.....	21
1.4.1 Identidad Cultural	22
1.4.2 Etno – identidad.....	23
1.5 Marca	24
1.5.1 Liderazgo de la marca	25
1.6 Crowdfunding	26
1.7 Publicidad	27

1.8 Comercialización	28
1.9 Ilustración	29
1.9.1 El ilustrador	30
1.9.2 Ilustración Tradicional	31
1.9.3 Ilustración publicitaria	31
1.10 Industria Textil	31
1.10.1 Industria textil en Antonio Ante	32
1.10.2 Tendencias del Diseño Textil	33
1.11 Métodos de impresión textil	33
1.11.1 Estampado	33
1.11.2 Estampado Digital	34
1.11.3 Serigrafía	35
1.11.4 Serigrafía Manual	35
1.11.5 Serigrafía Mecánica	36
1.11.6 Sublimado	36
1.11.7 Bordado	36
1.12 Motivos y Patrones de repetición	37
1.13 Análisis estructural, morfológico de las prendas	37
1.14 Pasar un dibujo al diseño textil	38
CAPÍTULO II	40
METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN Y ANÁLISIS DE RESULTADOS	40
2.1 Tipo de Investigación	40
2.2 Métodos	41
2.3 Técnicas	42
2.4 Muestreo	43
CAPÍTULO III	47
INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS	47
CAPÍTULO IV	74
PROPUESTA ALTERNATIVA	74
4.1 Macro localización	74
4.2 Metodología de diseño	74
4.3 Introducción	75
4.2 Justificación	76
4.3 Fundamentación	77
4.4 Desarrollo de propuesta	77
4.4.1 Objetivos de la guía	77
4.4.2 Diseño y construcción del proyecto	78
4.4.3 Concepto	78
4.4.4 Naming del producto	79
4.4.5 Construcción de la marca	79
4.5 Contenido Información iconográfica	82

4.6 Artes Gráficos.....	96
4.7 Diseño Editorial.....	97
4.8 Socialización.....	105
CONCLUSIONES.....	107
RECOMENDACIONES.....	108
ANEXOS.....	112
Bibliografía.....	109

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Liderazgo de marca: nuevo imperativo	25
Tabla 2. Matriz de variables	44
Tabla 3. Ficha de observación 1	53
Tabla 4. Ficha de observación 2	54
Tabla 5. Ficha de observación 3	55
Tabla 6. Ficha de observación 4	56
Tabla 7. Ficha de observación 5	57
Tabla 8. Ficha de observación 6	58
Tabla 9. Ficha de observación 7	59
Tabla 10. Ficha de observación 8	60
Tabla 11. Ficha de observación 9	61
Tabla 12. Ficha de observación 10	62
Tabla 13. Ficha de observación 11	63
Tabla 14. Análisis de entrevista pregunta 1	64
Tabla 15. Análisis de entrevista pregunta 2	65
Tabla 16. Análisis de entrevista pregunta 3	66
Tabla 17. Análisis de entrevista pregunta 4	67
Tabla 18. Análisis de entrevista pregunta 5	68
Tabla 19. Análisis de entrevista pregunta 6	69
Tabla 20. Análisis de entrevista pregunta 7	70
Tabla 21. Análisis de entrevista pregunta 8	71
Tabla 22. Análisis de entrevista pregunta 9	72
Tabla 23. Un tesoro inolvidable primitivo	82
Tabla 24. Tambos de arrieros	83
Tabla 25. Los cuyes de Chaltura	84
Tabla 26. Jorge Cadena “El Guadapo”	85
Tabla 27. Esthela Jácome	86
Tabla 28. Mama Miche	87
Tabla 29. Fiestas de fin de año	88
Tabla 30. Historia de la molienda de caña	89
Tabla 31. Coches de madera	90
Tabla 32. Pelota de mano	91
Tabla 33. Fábrica Imbabura	92
Tabla 34. Comadronas	93
Tabla 35. La cruz de madera	94
Tabla 36. Los natabuelas	95
Tabla 37. Helado de aguacate	96

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1. 3.5 agenda 21	8
Gráfico 2. El signo lingüístico	16
Gráfico 3. Tricotomía de Percie	18
Gráfico 4. Definición de la UNESCO	20
Gráfico 5. Producción y comercialización de Antonio Ante	33
Gráfico 6. Etapas del diseño	39
Gráfico 7. Fuente Google Maps	45
Gráfico 8. Fuente Google Maps	45
Gráfico 9. Fuente Google Maps	45
Gráfico 10. Fuente Google Maps	45
Gráfico 11. Fuente Google Maps	45
Gráfico 12. Relación de información pregunta 1	47
Gráfico 13. Relación de información pregunta 2	47
Gráfico 14. Relación de información pregunta 2	48
Gráfico 15. Relación de información pregunta 3	48
Gráfico 16. Relación de información pregunta 4	49
Gráfico 17. Relación de información pregunta 5	50
Gráfico 18. Relación de información pregunta 5	50
Gráfico 19. Relación de información pregunta 6	51
Gráfico 20. Relación de información pregunta 7	51
Gráfico 21. Ubicación geográfica de Antonio Ante	74
Gráfico 22. Economías creativas	75
Gráfico 23. Marca de proyecto	79
Gráfico 24. Modular de marca	80
Gráfico 25. Pantones de marca	80
Gráfico 26. Aplicación cromática de marca	81
Gráfico 27. Portada de guía	97
Gráfico 28. Aplicación cromática	98
Gráfico 29. Bocetos	98
Gráfico 30 . Bocetos	99
Gráfico 31 . Aplicación de diseño	99
Gráfico 32 . Aplicación de diseño	99
Gráfico 33 . Aplicación de diseño	99
Gráfico 34 . Aplicación de diseño	99
Gráfico 35 . Aplicación de diseño	100
Gráfico 36 . Diseño y maquetación	100
Gráfico 37 . Diseño y maquetación	101
Gráfico 38 . Diseño y maquetación	101
Gráfico 39 . Diseño y maquetación	101

Gráfico 40 . Diseño y maquetación102
Gráfico 41 . Diseño y maquetación102
Gráfico 42 . Diseño y maquetación102
Gráfico 43 . Diseño y maquetación109
Gráfico 44 . Diseño y maquetación103
Gráfico 45 . Diseño y maquetación103

RESUMEN

Innovación en el área textil incluye optimizar tecnología, ahorrar costos, mejorar estándares de calidad, insertar procesos diferentes y originales utilizando diseño gráfico y de modas, todos estos aspectos a generar una cadena de valor con hábitos de consumo. El sector productivo de Antonio Ante posee una economía abierta especializada en el área textil, en especial la ciudad de Atuntaqui, en ella se elaboran productos textiles de diversos materiales, en su mayoría prendas de vestir de uso diario donde convergen los diferentes grupos sociales en el que un individuo se desarrolla, esto incluye el hogar, la escuela, los espacios al aire libre, etc.; todas estas confeccionadas con originalidad, calidad y precios adecuados, lo que ha hecho de esta pequeña ciudad del Norte ecuatoriano un ícono en la moda nacional.

El presente proyecto de investigación cuenta con varios problemas en este ámbito, el principal radica en la parte gráfica implementada en la vestimenta, debido a que no se le da la importancia que se debe por parte de los productores, pues el diseño y patronaje son considerados hoy en día los pilares fundamentales para el área textil

Los productores textiles carecen de conocimientos en ámbitos de creatividad e innovación, pues dedican sus esfuerzos a los procesos de producción a escala en grandes cantidades para satisfacer las demandas y exigencias del mercado local, nacional y extranjero, razón por la que han obviado la atención a la creación de diseños propios y exclusivos. Un factor a destacarse ha sido la falta de una identidad propia en la moda de Atuntaqui pues se ha llegado a comprobar la adquisición de mercadería en otras ciudades, para comercializarla como creaciones propias, limitándose únicamente al cambio de etiquetas o una ligera alteración en las prendas; esto ha denigrado el nombre del fabricante y de las casas de moda de la ciudad.

¿Qué importancia tiene una línea propia de diseño e imagen en la producción textil del Cantón Antonio Ante?

Al carecer de investigaciones previas con referencia a la iconografía del pueblo anteño, se pone a consideración la importancia de que los datos existentes sean procesados para ser direccionados y contribuir con la responsabilidad social que todo emprendimiento local busca;

generando fuentes de empleo, planteando estrategias de re-posicionamiento de Antonio Ante como el ícono de la moda, llegando a tener a su favor un análisis previo en sus diseños pues se ve necesario dejar lo genérico de lado y poder ingresar a un mercado tan competitivo como el mundo de la moda; por estas razones la presente guía busca adaptar elementos gráficos y demostrar que se puede generar una nueva tendencia en la moda a nivel nacional e internacional.

El desarrollo industrial aprovecha las capacidades y conocimientos de profesionales afines en la rama textil; por ello la sugerencia de crear e impulsar una marca propia, basándose a un proceso de transformación del campo de la moda que está en constante cambio y actualización. Es importante dar a conocer a los productores la importancia en la que Atuntaqui se ha ubicado dentro del mercado textil; destacando siempre el potencial y talento humano, que la han colocado donde se encuentra ahora; esto mediante la incorporación de una guía con íconos visuales que enfocan una imagen totalitaria y el origen de los diseños con enfoque andino y urbano; todo esto formando una personalidad que MUSQ PAYQ refleja y evoca la promesa de valoración cultural.

ABSTRACT

Innovate in the business area is essential. Innovation in the textile area includes optimizing technology, saving costs, improving quality, creating original and different processes using graphic design and fashion trends, all these aspects build a string value with consumption habits. The productive sector of Antonio has an open economy specialized in the textile area, in particular Atuntaqui city, here are produced textile products of different materials.

The research considers several issues in this area, the main lies in the graphical part implemented in clothing, as it is not given the importance, which is due, by the producers, as t design and pattern are today considered the fundamental pillars for the textile area. Textile producers lack knowledge in fields of creativity and innovation, because its efforts engaged in large scale production processes to meet the demands and requirements of the local, national and foreign market, reason without attention creation of own and exclusive designs. A factor to stand out has been the lack of an identity in Atuntaqui fashion limited only to the change in labels or a light alteration in the clothes; this has damaged the name of the manufacturer and sellers in the city.

How important is a brand image line in the textile production at Antonio Ante Canton?

Lack of previous research with reference to the iconography of people from Atuntaqui gets to consideration the importance that existing data are processed to be addressed and contribute to every local enterprise social responsibility being searching; generating jobs, proposing strategies for positioning of Antonio Ante as a fashion icon this guide seeks to adapt graphic elements and demonstrate that a new trend can be generated in fashion at national and international level.

Industrial development takes advantage of the skills and knowledge of professionals related to the textile branch; that is why the suggestion of creating and promoting a brand. It is important to inform the producers the importance that Atuntaqui within the textile market; highlighting the potential and talent by incorporating a guide with Visual icons that focus on a totalitarian image and the origin of designs with Andean and urban approach; creating the MUSQ PAYQ brand which reflects and evokes the promise of proper cultural evaluation.

INTRODUCCIÓN

El presente trabajo de investigación tiene como objetivo manejar un enfoque de identidad sobre los diseños de vestuario en Antonio Ante, mediante la creación de una guía de íconos visuales que revitalice la memoria colectiva e histórica, sin pasar por alto el contexto actual, otorgando un toque urbano dirigida a las nuevas generaciones.

La investigación del proyecto, brinda una gran fuente de información desde una perspectiva cualitativa en el caso de la producción textil y el diseño. Los datos obtenidos, de mayor importancia son los testimoniales, personas conocedoras de la realidad socio - cultural anteña, los cuales aportan a la construcción de una identidad fuerte y a su vez ayudan a configuración de la propuesta. Mediante un análisis exploratorio se ha permitido entablar relaciones sociales que emergen en este escenario de dinamismo textil, para identificar las posibilidades y las limitantes que favorecen a un proceso de desarrollo interno del mundo de la moda dentro del cantón, específicamente de Atuntaqui.

Conocer el manejo de producción y comercialización de pequeñas y grandes empresas, es un punto de interés para tener en claro la consolidación de locales, que han trabajado arduamente y en forma colectiva para dar a conocer sus colecciones de vestuario y han aportado para que Atuntaqui sea conocido con slogans como “ciudad de la moda” o “Antonio Ante te viste de encanto”, siendo estas campañas informativas que causaron gran impacto y contribuyeron a que muchos turistas nacionales y extranjeros conozcan nuestra ciudad y cantón; contribuyendo así al engrandecimiento cultural y turístico del mismo.

Es importante analizar la dinámica textil de Atuntaqui desde el punto de vista social, pues es considerada una ciudad con gente emprendedora que día tras día lucha por sus objetivos, se levanta muy temprano para salir a sus lugares de trabajo y forjar día a día el camino para alcanzar sus sueños. Esta estructura se inicia desde la “La Fábrica Imbabura” pues desde la historia se considera pionera en la producción textil ya que causó una fuerte incidencia en el sector económico y que actualmente se puede apreciar en el progreso de la cabecera cantonal de Antonio Ante evidenciando la construcción y desarrollo de decenas de locales comerciales que se dedican a confección textil y tejidos.

ANTECEDENTES

Imbabura es una de las provincias del Ecuador, con mayor diversidad. Se encuentra ubicada en el centro-septentrional del país; es parte de la región Sierra en total son 10 provincias. Imbabura se limita al Norte con Carchi, al oeste con Esmeraldas, al este con Sucumbíos y al sur con Pichincha; al ser un lugar que cuenta con gran riqueza ancestral es un destino turístico preferido por muchas personas, está formada por seis cantones los cuales son: Antonio Ante, Cotacachi, Otavalo, Ibarra, Pimampiro y Urcuquí (Jácome, 2013).

Atuntaqui, es una de las parroquias de Antonio Ante con mayor reconocimiento debido a que se ha constituido como el centro industrial de la moda. Su historia se remonta al año 1924 con la instalación de la Fábrica Imbabura, su edificación fue el punto de partida para que los anteños se apropien del área textil como fuente de empleo que lo mantienen hasta la actualidad.

Las técnicas, diseños y maquinaria han contribuido para que los habitantes impongan un nuevo estilo de vida para sus habitantes, además de ser el centro de la moda para visitantes nacionales y extranjeros; siendo Atuntaqui una potencia turística del norte del país. En nuestra ciudad se han creado muchas empresas y micro empresas; las primeras con un mínimo de diez a cuarenta empleados dando así vida al sector textil; y las segundas han ayudado a pequeños emprendedores a convertirse en fabricantes y potenciar la producción. Para citar criterios, Arnavat, Posso y Posso, (2016) mencionan que la rama textilera favorece al Cantón Antonio Ante para que año tras año acudan un sin número de visitantes, ellos pueden notar que Atuntaqui tiene muchos elementos para ser visitada y que llaman su atención por su calidad comodidad y buenos precios; al igual las demás parroquias son frecuentadas por turistas que al conocerlas se llenan de encanto con su historia, además, brindan diferentes experiencias a quienes las visitan.

PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

Planteamiento del problema

Ecuador es un país que cuenta con una riqueza multicultural, partiendo desde la variedad de etnias, blancos, negros, mestizos e indígenas. Es aquella diversificación y origen de sus culturas que permite que cada festividad manifieste su cultura y por ende conocer: música, arte, danza, saberes ancestrales y cotidianos, el invariable léxico, acento y frases reconocidas son elementos significativos, así como tradiciones y personajes emblemáticos constituyen propiedades esenciales de nuestra identidad. Todos estos elementos se han convertido en íconos de identidad que a su vez interactúan en formas peculiares dependiendo de la ubicación geográfica donde algunos han sido explorados a profundidad y otros no son objetos de estudio.

Sobresale la importancia de preservar y explotar los íconos ecuatorianos con la finalidad de generar un empoderamiento local y nacional; esta es una tarea que debe sujetarse a la mentalidad de las nuevas generaciones para que sigan manteniendo este sentido de amor y engrandecimiento a su lugar de origen. Aunque un hecho curioso es que conociendo esta enorme riqueza gran parte es pasada por alto, siendo un ejemplo palpable la provincia de Imbabura que pese a poseer sectores donde se localizan un gran bagaje de identidad cultural atribuyendo muchos de ellos a los pueblos indígenas de la zona norte del país, estos no son conocidos en sus adentros despojándonos del privilegio de conocer costumbres y tradiciones ancestrales para acrecentar nuestros saberes culturales.

¿En el cantón de Antonio Ante se ha realizado alguna investigación acerca de la iconografía?

El cantón Antonio Ante es un lugar lleno de íconos no explotados como: las fiestas populares, las tradiciones, pictografía, los personajes, los lugares emblemáticos que no han despertado el interés y no se conocen cómo ser implementados dentro de un sistema de diseño tangible, que destaca que la idiosincrasia y genere la apropiación de una identidad real.

Podemos citar este artículo para pulir el concepto que tenemos sobre nuestra patria chica: Antonio Ante es el cantón industrial del país. (2012, 6 junio) en donde se comenta acerca de la historia de Atuntaqui y los acontecimientos con mayor relevancia giran en torno a la

Fábrica Imbabura, vale acotar que es un lugar declarado patrimonio cultural. En esa época aparecieron los “arrieros”, este fue el nombre que designaron a estas personas porque llevaban las diferentes encomiendas en el lomo de sus mulas, caballos enfrentándose a caminos tormentosos, debido al mal estado de las vías, los cuales pasaban por largas horas de camino para la obtención del producto; su principal actividad era la producción local: gabardinas, telas para vestidos, sábanas, sobrecamas, toallas, cortinas, entre otros.

Ecuador también es reconocido a nivel nacional e internacional por la capacidad textil que posee Antonio Ante, con respecto a la historia que data desde la construcción de la histórica Fábrica Imbabura y la monumental producción textil que desde sus inicios generaron empleo para miles de familias que estaban involucradas de forma directa e indirecta con la productora textil, con lo que se marcó un hito en la transformación social, cultural y económica de la región.

He aquí un poco de historia; la Fábrica Imbabura fue construida el 6 de mayo de 1924, para 1926 está empieza a funcionar y fruto de ello es la producción textil. Debido al crecimiento progresivo del cantón la energía eléctrica fue abastecida durante las largas jornadas de trabajo que desempeñaban los obreros del lugar. La cabecera cantonal lleva consigo una larga historia, los recuerdos prevalecen la mente de los obreros, quienes aún se aferran al recuerdo de la alarma que anunciaba la hora de entrada y salida, esposas e hijos esperaban con sonrisas fuera de la infraestructura, pero la historia también está manchada de sangre por el terrible asesinato del administrador de origen español por parte de los trabajadores, a consecuencia de este terrible episodio tan sanguinario que se dio dentro de las instalaciones, La “Fábrica Imbabura” cierra sus puertas en 1965 (Posso, 2008).

Atuntaqui es una verdadera ciudad industrial, la cual se ha desarrollado a pasos agigantados, actualmente el mayor ingreso económico corresponde a la industria textil, aunque la globalización ha generado que los productos carezcan de originalidad en diseño, volviendo la mirada de los productores textiles a contenidos gráficos externos, para seguidamente reproducirlos, la consecuencia ha sido que el trabajo se vuelto mecánico y procedimental. Quizá la escasa inspiración, la carencia de conocimientos tecnológicos e incluso los regatos de la moda han provocado una crisis de identidad gráfica ya que solo se enfocan en la cantidad más no en brindar un diseño exclusivo, fresco o poco visto; es decir, no poseen un valor

agregado que contribuya a mejorar las estrategias de venta; como lo ha hecho por ejemplo la marca Aeropostal que en sus gráficas presenta composiciones con elementos icónicos de los Estados Unidos, es así que, a través de ilustraciones figurativas, representativas, pictogramas y hasta tipográficas lograron una verdadera tendencia durante años.

Formulación del problema

¿Qué importancia tiene la investigación basada en elementos y signos de identidad aplicados en el diseño en la producción textil que provoque el desarrollo de este tema en el Cantón Antonio Ante?

La evolución del mercado de la moda, es importante ya que cada marca/diseño da a conocer una línea gráfica de productos que son nuevos basados en la innovación, esto conlleva una inversión grande de tiempo y trabajo, pero puede traer muchos beneficios en los proyectos a corto mediano y largo plazo.

La innovación en cuanto a gráficas y patrones destinados a los estampados de las prendas de vestir, pueden generar competencia en el mercado local a través de recursos y medios tecnológicos manejados en la actualidad.

Delimitación del problema basado en los objetivos

Investigan los íconos visuales que tengan relación y puedan ser aplicados en la producción textil en el Cantón Antonio Ante.

JUSTIFICACIÓN

“El sector textil es el segundo de Ecuador que genera 174 125 puestos de trabajo que representa el 21% de los que produce la industria manufacturera del país” Sector textil es el segundo de Ecuador que crea fuentes de trabajo. (2017, 15 marzo). El ámbito textil es una fuente de ingresos económicos de gran importancia para el país que se encuentra en proceso de desarrollo y evolución de las masas sociales, los textiles son productos de consumo masivo formando parte de la vida diaria y generando fuentes de empleo para contribuir con la matriz productiva. Acota (F. Flores, comunicación personal, 14 de diciembre, 2018) servidor público del Ministerio de la Industria y Productividad que Antonio Ante es uno de los cantones que contribuye al desarrollo y crecimiento empresarial del país, en efecto este reconocimiento lo ha logrado gracias a la influencia de la industria textil, igualmente al impulso que genera el sector turístico de la mano de las ferias y fechas importantes y eventos de gran trascendencia, que aparecen en fechas por lo que han sido declarados patrimonio cultural tangible e intangibles.

El potencial creativo y talento humano es de sumo interés para trabajar en los proyectos textiles, la originalidad también viene siendo un factor de alto impacto en el mercado. Para poder contar con un modelo de negocios rentable y sostenible en este sector industrial se tiene que innovar hacia lo espectacular. Durante el año las estaciones, geografía y generaciones desatan un gran número de tendencias de vestir para responder a miles de gustos variados. El diseño es muy afín a esta área textil destinadas a beneficiar el proceso de creación dando a lugar productos innovadores y determinado valor agregado a las empresas, la cual con un manejo correcto en la parte comercial y estratégica dispondrá de estos implementos a la venta para el público (Martínez, 2003).

Surge la necesidad urgente de reafirmar la identidad cultural para ayudar a la matriz productiva, es decir, es importante reconocer el paralelismo entre lo cultural, investigación y diseño textil, pero se la cultura textil empresarial no ocasiona la disrupción de procesos antiguos y nuevos poco haría que hablar o muy escaso sería el esfuerzo que implica interrelacionar estas áreas. Es necesario que el cantón vuelva a denotar como el lugar de la moda, donde los turistas se sientan regocijados al disfrutar de un ambiente agradable rodeados de antepasados amables y amistosos, por otra parte, disfrutar los eventos textiles más

representativos de la zona y finalmente puedan disfrutar de un closet renovado, siendo así una contribución con marca e identidad, todos serán parte del cambio y de igual manera se genere fuentes de empleo permitiendo aportar a la economía. Se tiene como finalidad que los productos elaborados en este cantón puedan ser fruto de exportación, que tengan notoriedad en diseños memorables al mercado de la moda, finalmente los aspectos a tomar en cuenta deben basarse en que exista coherencia visual en cada diseño y denote la historia que existe detrás de todo ese trabajo.

Objetivos de investigación

Objetivo General

- Implementar una guía de íconos visuales para la producción textil con enfoque Etno – Urbano del cantón Antonio Ante 2017 -2018

Objetivos específicos

- Identificar los íconos más sobresalientes de Antonio Ante, realizando una investigación histórica de Antonio Ante.
- Diseñar una guía sobre los íconos visuales para fomentar la producción textil de Antonio Ante.
- Socializar la guía de íconos visuales y proponer un cronograma estratégico de divulgación en sectores textiles del Cantón Antonio Ante.

CAPÍTULO I

MARCO TEÓRICO

1.1 Ubicación y Descripción de Antonio Ante

Al norte de Ecuador se localiza Imbabura conocida como la PROVINCIA DE LOS LAGOS, si es bien es cierto esta parte de la zona Sierra es muy reconocida por su basta riqueza cultural debido a esto las visitas por parte de los turistas aumentan con el paso del tiempo. Dentro de esta se ubica el cantón Antonio Ante el cual se compone por parroquias que cuentan con sus diferentes tradiciones e íconos culturales que resaltan la belleza de un pueblo y el carisma de los habitantes de los incomparables sectores, se encuentra ubicado de forma estratégica, como eje comunicacional entre la Costa y Amazonia.

Organización territorial

UNIDAD TERRITORIAL	POBLACIÓN (Habitantes)	DISTANCIA DE ATUNTAQUI (Km)	NATURALEZA DE PARROQUIA
Atuntaqui-Andrade Marín	19.216		Cabecera Cantonal
Chaltura	2.840	5	Parroquia Rural
Imbaya	1.110	9	Parroquia Rural
Natabuela	4.288	4	Parroquia Rural
San Roque	8.599	4	Parroquia Rural

*Grafico N° 1
3.5 Agenda 21.*

Fuente: Elaboración Equipo Municipal

La organización territorial es manejada por la el GAD de Antonio Ante, se segmenta al pueblo Natabuela como indígenas diferentes a los otavalos, debido a que la cultura y tradiciones son distintas partiendo desde la misma vestimenta.

1.1.1 Atuntaqui

Es aquí donde nace la producción textil con la construcción y funcionamiento de la Fábrica Imbabura, asentada en la parroquia de Andrade Marín facilitando las fuentes de trabajo a muchos anteños en el año 1926.

Los arrieros tenían la responsabilidad de llevar las diferentes encomiendas en el lomo de sus mulas como el principal animal de carga, pero los que eran de una escala social un poco

más elevada iban en sus caballos, pasando por largas horas de camino mediante senderos en mal estado o donde era casi imposible pasar porque la maleza, esta invadía el espacio de circulación, su principal actividad era la producción local, pero estas personas fueron solicitadas para que lleven las piezas de las maquinarias que llegaban de Europa hacia la Fábrica Imbabura, en este lugar se daba la producción de; gabardinas, telas para vestidos, sabanas, sobrecamas, toallas, cortinas, entre otros, a los audaces arrieros en esa época se los conocía como individuos libres, soñadores y con una buena estabilidad económica, la vida de ellos transcurría en viajes constantes pero de cada uno de ellos se llenaban de grandes experiencias y gracias a estas personas y vale mencionar familias enteras se dio paso a la gran productora textil en Antonio Ante (González, Predes, & Morales, 2012).

Atuntaqui en el año 2000, comenzó a posicionarse a nivel nacional luego de impulsar una expo feria que permitió mostrar la calidad de trabajo en indumentaria, prendas de vestir y diferenciando con un grado de competitividad ante otras provincias, de poco a poco el cantón fue creciendo al igual que el comercio textil destacando diferentes estilos en variadas época de año para lanzar sus colecciones.

Este crecimiento permite ampliar los negocios y comercializan la mercadería dentro de la zona ecuatoriana, esto se da gracias a las ferias y exposiciones de las diferentes pasarelas que se presentan en las fiestas de Santa Martha de Atuntaqui que son el 12 de febrero, así también las fiestas de fin de año que se efectúan el 31 de diciembre, este evento que actualmente es declarado patrimonio cultural intangible, nació en las instalaciones de la Fábrica Imbabura, a razón de que los obreros vieron divertido usar caretas destacando los rostros de algunos personajes públicos y hacer mofa tradición que se mantiene hasta la actualidad. Esta costumbre fortalece la identidad del pueblo anteño que en estas fechas se vuelve muy creativo y jocoso con la finalidad de hacer sentir cómodamente a las personas que visitan Atuntaqui (A. Palacios, comunicación personal, 24 de septiembre, 2018).

1.1.2 San Roque

San Roque mantiene vínculos interculturales ya inmersos, los cuales comparte con el pueblo indígena dando como resultado una fusión entre las raíces étnicas, esta parroquia se

caracteriza por la cabuya, el barro, las artesanías, la agricultura y de igual manera quién conoce este lugar quedará deslumbrado al ver los hermosos paisajes naturales.

Según el artículo que habla sobre: La pelota nacional, un juego que no desaparece en Ecuador. (2017, 2 junio). La parroquia que conforma al cantón Antonio Ante, cuenta con la existencia de los icónicos telares para la producción de ponchos, tapices, chalinas y sacos los cuales los sacan a comercialización a diferentes zonas del país. La pelota de mano es el juego tradicional practicado en Ecuador, hasta épocas actuales esta disciplina se mantiene viva y afianza su identidad, esta actividad se la lleva acabo en el parque central de la parroquia, aquí se dan cita los aficionados a este deporte igual curiosos que les agrada pasar un momento disfrutando una tarde tranquila en el partido se demuestra la habilidad que tienen los individuos siendo impresionante el manejo y manipulación de una pequeña pelota.

San Roque se caracteriza por la celebración del Inti Raymi un evento cultural que en pocas palabras lo festejan bailando San Juan, las familias se reúnen a estas fiestas que se celebra cada año.

1.1.3 Chaltura

Los turistas de la zona norte de Ecuador fijan su atención en los exquisitos cuyes que se preparan en la parroquia de Chaltura, los comensales quedan encantados debido a la excelente preparación y sobre todo a sus exquisitos sabores que encantan los paladares. Los cuyes son mamíferos propios de la zona andina, el proceso de preparación del cuy se realiza mediante cocción dando como resultado que quede crujiente, la textura es completamente suave permitiendo que se deshaga en la boca, por ello en Chaltura los aromas se dispersan por las calles, abriendo el apetito de los transeúntes que van por estos caminos en los que no pueden dejar de lado la oportunidad de degustar esta delicia, el plato viene acompañado de tostado, papas, ensalada y ají.

Según el artículo con el título de. Chaltura, pueblo de tradiciones e historias. (2015, 10 octubre) nos habla acerca del aguacate, que brinda reconocimiento a la parroquia, es un excelente acompañado para el cuy como plato autóctono y por otro lado este fruto es utilizado

para la elaboración de helado, los visitantes acuden al parque central a una casa esquinera en donde pueden comprar los deliciosos helados, los dueños desde hace años son fabricantes artesanales de este apetecido postre, los viajeros pueden dar un recorrido por este sitio para dar una vista de la plaza e iglesia. Cuenta la historia que cada uno de los ciudadanos madrugaban y realizaban una minga con la finalidad de construir estas infraestructuras históricas, las mujeres se encargaban de hacer colada de mote para todos los obreros de la localidad.

1.1.4 Imbaya

Esta parroquia es una más de las que conforman el cantón Antonio Ante, los habitantes de este lugar destinan sus labores a la agricultura siendo la caña de azúcar la que impulsa el sector económico a esta zona, por ello cuando se conoce a Imbaya se puede apreciar en el parque central que se encuentra una representación de una molienda, siendo ésta un ícono que da mayor resalte.

Según el artículo de periódico: Imbaya y su desarrollo. (2015, 3 febrero) afirma: Las autoridades piensan siempre en el bien colectivo de los ciudadanos y con respecto a la salud incentivan a los deportes a niños, jóvenes y adultos, la pelota nacional también es rescatada dentro de las instalaciones de las canchas institucionales o en el estadio municipal, los momentos recreativos unen los lazos familiares con la finalidad de pasar momentos amenos y divertidos.

1.1.5 Natabuela

Es la última de las parroquias que constituye el cantón de Antonio Ante, su historia comienza cuando el 9 de noviembre de 1932 cuando fue la parroquialización, estas hermosas tierras forman parte del camino que cruzó el libertador Simón Bolívar, la diversidad cultural está formada por indígenas y mestizos, los pobladores cuentan con fuertes raíces apegadas a su cultura por ende en sus festividades se muestra con claridad como los natabuelas llevan su vestimenta y la música que caracteriza a este pueblo (J. Sisa, comunicación personal, 10 de agosto, 2018)

Además, la vestimenta es un elemento destacado en su identidad y varía en la implementación para hombre y mujer.

Hombre, en los días festivos utilizan sus zaragüelles blancos casi hasta los tobillos, una blusa cuyas anchas mangas llegan a los codos, el poncho de colores vivos encanta a las personas que lo ve cuando bailan, con el mejor desenvolvimiento y manejo escénico deleitando la mirada de las demás personas y su sombrero gigantesco y arremangada falda con una cinta de color rosa vivo.

Mujer, utiliza un anaco negro de lana y blanca camisa, bordada en su corpiño con flores de colores y matices diversas Áureas, cuentas adornan sus cuello y brazaletes de coral sus muñecas. Cubre su espalda con un mantón blanco y en su cabeza exhibe el mismo sombrero de su pareja.

1.1.6 Andrade Marín

La parroquia hace referencia de su nombre al Doctor Francisco Andrade Marín. En cuanto a la historia prehispánica no existen respuestas concretas acerca del origen de Andrade Marín, en la época aborígen discrepan entre conocedores, pero lo que más resalta de es la cantidad considerable de tolas o elevaciones irregulares en donde los pobladores se han asentado, se dice que estas fueron construidas por los súbditos para ser usadas como sepulcros, la tola más famosa es la OROZCO-TOLA, ya que se presume que allí se encuentra sepultado el último Shyri XV, quien valerosamente murió en dicho lugar defendiendo su patrimonio e historia.

La Fábrica Imbabura, impulsada para su creación por los hermanos Dalmau, los moradores no podían ocultar su felicidad, debido a que Andrade Marín fue vista para crear la industria textilera que brindaría grandes frutos durante el tiempo de su funcionamiento, esta ayudó para que la pequeña parroquia marque un punto fuerte en la historia, que actualmente a nivel nacional e internacional se conoce, por ser la fábrica el centro manufacturero más importante de la provincia (Villegas, 2014).

1.2 Semiótica

Esta ciencia permite el estudio y análisis de los signos que tienen presencia en el cantón de Antonio Ante, las raíces y el origen de cada uno, estudiar cada detalle visual al igual que el contexto en el que se desarrolla, para seguidamente conceptualizar el todo en algo simplificado pero que no pierda su esencia ni significado, en otras palabras, se debe mostrar al interprete

una imagen material de la realidad que sea fácil de almacenar en la memoria visual a esto se lo denomina iconicidad.

Chandler (1998) afirma: “La semiótica es el estudio de los signos, y esto involucra tanto los que son conocidos como ‘signos’ del idioma cotidiano, así como cualquier cosa que representa algo más. Los signos pueden incluir palabras, imágenes, sonidos, gestos y objetos”

Ciencia que estudia los diferentes sistemas de signos que se desembocan dentro de un entorno social, permiten la comunicación entre individuos, sus modos de producción, de funcionamiento y de recepción. Este conocimiento surgió en 1906, en manos de Ferdinand de Saussure dando una perspectiva diferente sobre el estado de la lengua, no obstante dejando de lado al signo lingüístico, Saussure nos da a conocer que el signo consta de dos elementos que lo componen, significante es la parte sensitiva, se recepta la información de manera acústica o visual, en la mayoría de los casos son cosas materiales ya que están son percibidas por los sentidos del ser humano y el significado es la idea que evoca la mente, es decir es el concepto o la imagen que asociamos en nuestro pensar, se trata de un objeto no real o no presente en ese momento, por ello el cerebro genera un pensamiento con ayuda del conocimiento previo que cuenta ese individuo (Cobley & Jansz, 2004).

Esta área estudia lo más puro de la comunicación, basados en los procesos de significados, este estudio y práctica es lo que nos separa a los seres humanos de los animales, debido a que nosotros hemos podido desarrollar un lenguaje, es decir realizamos una semiósis, analiza la manipulación y la producción de signos. En si trata de activar las percepciones mentales, de manera que todo lo emitido se quede posicionado en la mente de los receptores para que exista un reconocimiento y una interpretación adecuada por ello esto motiva la necesidad de desarrollar semióticas específicas y diferentes para cada clase de imagen conocido como material visual.

1.2.1 Semiótica de la cultura

La comunicación humana debe ser bidireccional para que exista dinamismo e interacción entre los individuos, se puede decir que todos los seres humanos son comunicativos, se debe fijar que el hombre desde sus primeras etapas de vida se manifiesta de forma no verbal y con el paso del tiempo de manera verbal, dentro de este marco de análisis se pone en consideración que el ser humano es un ente totalmente social, el cual necesita estar en constante

adquisición de conocimientos en el entorno que él se encuentre. Con el paso del tiempo la semiótica ha llegado abarcar muchas ramas de estudio, como la semiótica de la cultura donde se identifica los elementos lingüísticos que conforma la cultura, se debe tomar en cuenta que este análisis va más allá de un sistema de signos también se debe fijar la atención a la significancia la cual nos brinda elementos muy importantes para el estudio.

El estudio de la semiótica cultural debe ir de lo más superficial hasta lo más profundo, en relación con los elementos que son comunes o los diferentes rasgos distintivos que se establecen dentro de un sistema cultural, es esta investigación que fundamenta la distinción entre una sociedad o comunidad de otra. Recogiendo lo más importante para este análisis se debe fijar en tomar en cuenta las estructuras sintagmáticas de la comunicación de la cultura. Los paradigmas van en función de opciones binarias, las expresiones son forma esencial de saber cómo se maneja una determinada índole, para el habla la naturaleza sintagmática nos brinda punto de investigación, ya que el texto en el que se maneja el lenguaje depende netamente de una parte de la sociedad, es decir, ciertas palabras que se usan en esa zona, la entonación y vocalización, pero detrás de todo eso hay una serie de maneras sociales, que se muestran a partir de expresiones de la cultura es saber acerca de su vida real de cada individuo de vestimenta, actitudes, gustos, entre otros.

El procesamiento de este tipo de información da como resultado un programa narrativo cultural, ahora bien, se facilita una estructura profunda de conocimiento acerca de la ideología que determina las secuencias híbridas y da sentido esto lo cumple un sujeto en un determinado tiempo (Pérez H. , 2008).

1.2.2 Hermenéutico semiótico

El estudio de la producción social de sentido —cultura entendida como proceso—, o de los sistemas de significantes realizados —cultura entendida como resultado—, constituye en la actualidad uno de los principales campos de interés de las ciencias humanas y sociales. (González J. , 2016)

La apropiación cultural en América Latina se da a partir del siglo XX gracias a imperialismo estadounidense desde esa época se da paso los pensamientos de un destino, una identidad propia a esto se lo domina mestizaje cultural.

Existe una confusión entre semiótica y hermenéutica, en si el significado de está es la interpretación del significado de palabras que se está buscando para expresar una forma de pensar, vale recalcar que esto depende cada una de las culturas debido que estas tienen lenguajes muy variados dependiendo de las estructuras o las bases en las que se hayan implementado por ello la interpretación varía. Mediante la interpretación que se la haga de forma consciente o inconsciente, sólo así se puede dar sentido al lenguaje con el objeto que se encuentre en el mundo, permitiendo que exista una estructura hermética.

1.2.3 Símbolo

La representación más habitual del símbolo va unida a un marco conceptual que tiene mayor referencia a un valor cultural, pero antes de ello debemos tener muy en cuenta que todo lo que se exponga en frente de un receptor tiene significado, el símbolo en el plano de la expresión y del contenido encierra un significado homogéneo, denominado función simbólica, es decir, es la relación que existe en los objetos, el orden simbólico que se establece la correlación de los elementos y lo espiritual permitiendo que el significado no discrepe y sea homogénea todo está direccionado a un ritmo común (Cirlot, 1992).

El símbolo es un mecanismo fundamental en la memoria de la cultura, los cuales transportan textos, esquemas de argumentos y otras formas semióticas de un estrato a otro de la cultura a través de los símbolos se impide que la memoria de una sociedad se disperse en el tiempo. Los símbolos dominantes son los que dan un valor significativo a las culturas definen de manera esencial las fronteras nacionales y territoriales.

1.2.4 Signo

El signo es el poder comunicarse con otro ser humano con la finalidad de dar a conocer su estado de conciencia generando un significado mental, sin embargo, se debe tomar en cuenta que para que la señal pueda ser bien interpretada todo depende del destinatario al cual se quiera dirigir el mensaje, por ejemplo en el caso de una guerra el grupo que va perdiendo, analiza detenidamente que debe dar paso a que este encuentro cese, se levanta una bandera blanca la cual inmediatamente significa paz y rendición por la parte afectada.

Además de la asociación entre significante y significado, todo signo para que sea tal, debe reunir otros requisitos: a) que lleve en sí la marca de una intención comunicativa, vale decir, que intente dar a entender algo a otra persona, y b) que se base en un consenso o aceptación previa. (Niño, 2007)

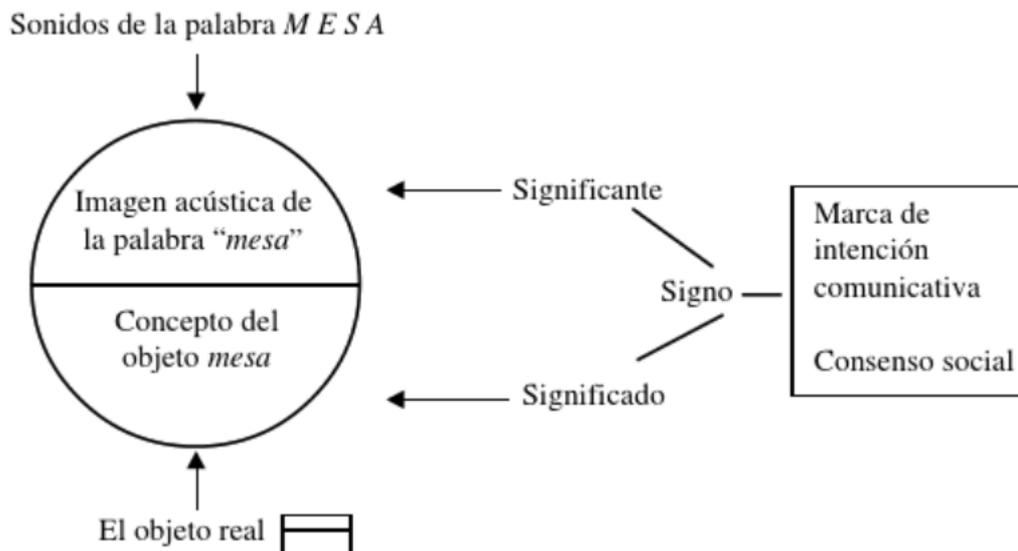


Gráfico N° 2

El signo lingüístico, según Saussure (1961)

Fuente: <https://ebookcentral.proquest.com/lib/utmortesp/reader.action?docID=3219649>

1.2.5 Índice

“Índices: Signos que representan a través de la conexión entre hechos. En el índice existe una conexión, a menudo de efecto y causa, en la que no importa la semejanza física o la interpretación” (Lasso, 2018). Se lo representa a través de hechos que se desarrollan en la vida real, se lo reconoce porque señala directamente al objeto en cuestión, destaca por ser más indicativo, hace uso de las expresiones lingüísticas, nombres propios, los pronombres demostrativos.

1.2.6 Arquetipos

Cuando se tiene un símbolo y se le dan características diferenciadoras evoca o se convierte en un arquetipo, en lo que se refiere a una serie de imágenes e ideas, estos se heredan en la una parte del cerebro, son ideas primarias que se alojan en el inconsciente individual, es decir, se basa en experiencias que le individuo ha vivido en un tiempo determinado que han

creado un impacto emocional, estos son un sistema de patrones de formación de símbolos que se repiten en la historia y las culturas, en este sentido se comprende que todo ser humano consta de ideas y conductas que son universales y que van más allá del sexo, cultura, religión, permitiendo que exista una consistencia entre los elementos llegando a ser un símbolo concreto (Ostfeld, 2015).

Las personas valoran las marcas cuando se sienten identificadas con ellas esta realidad ha servido para construir *branding* que permiten gestionar conductas a través de sentimientos y emociones humanas de forma universal, es una herramienta que contribuye para la segmentación dentro del mercado, finalmente los arquetipos son formas, tendencias propias de la naturaleza que identifica o un grupo de personas selectas que tienen un fuerte apego a la personalidad de la marca.

Para que tenga mejor comprensión sobre el significado de arquetipo se pondrá a consideración un ejemplo tomando como referencia la Fábrica Imbabura. Se la posesiona como un arquetipo de héroe a razón de que la fue la pionera en dar paso a la producción textil rompiendo los esquemas, demostrando fuerza, imponencia y sobre todo el trabajo fuerte que se realizaba dentro de sus instalaciones en donde se logró posicionar al cantón entre unos de los mayores prospectos de la industria textil, además con el paso de los años ha dejado un legado a todos los anteños para que mediante las enseñanzas ambiguas puedan ejercer el negocio de los textiles y dar conmemoración a un gran ícono como es la FÁBRICA.

1.2.7 Ícono

Este tiene que poseer alguna de las características del modelo original, son los rasgos que una sociedad atribuye a la realidad permitiendo que se proyecte la información que tiene guardada, vale resaltar que existe muchas limitaciones del ícono para que sea interpretado por otras personas a diferencia del símbolo que es más fácil saber su significado, por ello para que el ícono trascienda y sea comprendido necesita ser expuesto, también que exista trayectoria, los argumentos correctamente planteados para que de esta manera el ícono sea emblemático para una sociedad (Correa, 2012).

La comunicación va de manera verbal y visual en si existe muchas formas que facilite la interacción entre personas, siendo los íconos una herramienta que contiene una fuerte similitud para sustituir a lo que se quiere representar permitiendo que la comunicación sea facilitada.

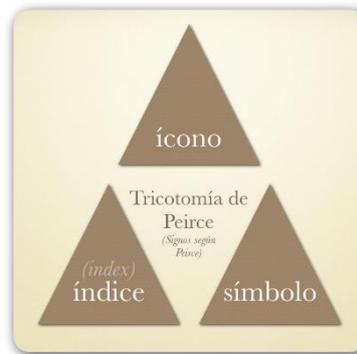


Gráfico N° 3

Tricotomía de Pierce

Fuente: Elaborado por (Colorado, 2013)

1.2.7.1 Íconos urbanos

Las ciudades desde tiempos memorables han estado en la búsqueda de simbología urbana para construir elementos representativos que rememoren los acontecimientos en torno a esa nación. Ciertamente es que un ícono debe tener una total relación con la cultura, es decir, debe contar con características representativas, tal es el caso de los íconos de las urbes deben tener un profundo sentido cultural de igual forma destacar algo emotivo dentro de los conocedores (Vargas P. , 2016).

Las riquezas del pueblo anteño se destacan desde las épocas antiguas, debido a que cada uno de los eventos que han colaborado a forjar la historia, en donde los personajes cobran vida al recordar sus hazañas, de esta manera se obtiene información acerca de la urbe; el paisaje urbano como: infraestructuras son una muestra significativa del arte y de las contradicciones que existen en las parroquias.

El diseño gráfico contemporáneo engloba en sí diferentes dominios de una sociedad, medios, servicios y estrategias de organización, siendo factores muy importantes para la evolución de la identidad visual.

Ejemplo el torreón ubicado en la ciudad de Ibarra es una de las obras emblemáticas e ícono de los estudiantes y ex estudiantes del colegio Teodoro Gómez de la Torre, existe un fuerte enlace emocional por parte de los ciudadanos que se formaron académicamente en este recinto académico, pero con la catástrofe del terremoto que ocurrió en el año de 1900 causó daños en la infraestructura, pero no en la memoria de los pobladores, por ello se busca la renovación y perduración de la memoria que encierra este lugar histórico.

1.2.7.2 Pensamiento Urbano

En cada lugar existe una serie de elementos que se conservan en la memoria, que puede ser una palabra, persona, aroma o rincón que esconde una historia que guarda la humanidad de cada ser vivo reforzando el vínculo con la realidad y las añoranzas de volver a ese sitio simultáneamente todo se vuelve un límite simbólico.

Entre las nuevas corrientes del pensamiento urbano direccionando los procesos mentales consolidando la psicología social, brindando conocimiento sobre la interacción del ser humano que es direccionada a las dimensiones de este tipo de cultura, con la finalidad de obtener una respuesta acerca de los fenómenos haciendo referencia a comportamientos y actitudes brindando información relevante acerca de la comunicación que llevan los individuos. Se conecta con el estudio de narrativas surgidas de la experiencia subjetiva y colectiva de la ciudad, que no sólo es lingüística sino también visual y física. Es transformar un estilo de vida a una realidad anhelada, esto va más allá de realizar diseños por profesionales todo se enfoca en las vivencias personales de cada habitante, dando paso a la creación de nuevos símbolos que refuerzan la identidad cultural (Fernández B. , 2013).

1.3 Cultura

Si entendemos que hablar de cultura es hablar de un “nosotros” que constituye la base de las identidades sociales, fundadas en las formas simbólicas -que son las que permiten observar a los grupos culturales-sociales, reconocerlos, clasificarlos y diferenciar los tendríamos que afirmar que las identidades sociales operan de tal forma, porque existe otro, del que hay que diferenciarse. (País, 2011)

El desarrollo cultural, depende de las interacciones, la cual es la base de los pilares fundamentales de quienes somos dentro de un sistema social, es todo aquello tangible e

intangible de un pueblo, dicho de otra manera, se plasma una forma de vida, costumbres, dialectos, pensamientos, filosofías, en sí es una aglomeración de características que han sido producidas por la mente y puestas en acción por las manos humanas dando como resultado productos culturales

Según (Fernandéz, 2015). El espacio social se entiende como hábitat (comunidades, plazas, instituciones, etc.), el lugar donde se asientan y coexisten diversos grupos/comunidades/clases sociales, desiguales en cuanto al capital económico que poseen, su distribución y herencia cultural que impulsa las diferencias sociales.

Al darse el acercamiento entre los idiomas, costumbres que encierran las diferentes culturas de mundo, en donde los individuos desarrollan hasta adquirir un aprendizaje interculturalidad globalizado, los conocimientos anteriores se esclarecen así también los pueblos mejoran sus niveles organizacionales, hay que mencionar que para que todo esto sea posible mediante la lingüística como medio de comunicación cabe recalcar la importancia puesto que mediante ello se transmite la cosmovisión de los pueblos, es la cuna de la interculturalidad y la etnicidad.

Cultura: es el conjunto de los rasgos distintivos, espirituales, materiales y afectivos que caracterizan una sociedad o grupo social. Ella engloba, además de las artes y las letras, los modos de vida, los derechos fundamentales del ser humano, los sistemas de valores, creencias y tradiciones.

Diversidad cultural: multiplicidad de formas en que se expresan las culturas de los grupos y sociedades. Estas expresiones se transmiten dentro y entre los grupos y las sociedades.

Contenido cultural: sentido simbólico, la dimensión artística y los valores culturales que emanan de las identidades culturales que las expresan.

Expresiones culturales: son las expresiones resultantes de la creatividad de las personas, grupos y sociedades, que poseen un contenido cultural.

Actividades, bienes y servicios culturales: son los que desde el punto de vista de su calidad, utilización o finalidad específicas, encarnan o transmiten expresiones culturales, independientemente del valor comercial que puedan tener. Las actividades culturales pueden constituir una finalidad de por sí, o contribuir a la producción de bienes y servicios culturales.

Interculturalidad: presencia e interacción equitativa de diversas culturas y la posibilidad de generar expresiones culturales compartidas, adquiridas por medio del diálogo y de una actitud de respeto mutuo.

Fuente: UNESCO, Convención sobre la protección y promoción de la diversidad de las expresiones culturales, octubre 2005; Conferencia intergubernamental sobre políticas culturales para el desarrollo, 1998; Convención de la Haya, 1954.

Gráfico N° 4
Definición de la UNESCO
Fuente: UNESCO

1.3.1 Cultura visual

Arnheim (1992) afirma: La percepción visual generaliza y diferencia simultáneamente...”. Una cosa es ver y otra es mirar y por supuesto apreciar es otra, las tres tienen semejanza, pero es lo equivalente para el desarrollo de una cultura visual, que no es más que establecer los códigos y poder duplicar la comunicación visual. (p.273)

La cultura visual es un pensamiento colectivo el cual hace referencia a todo lo existente en torno al ser humano, tal como su ideología, creencias, cosmovisión que hace referencia al relato mítico sobre el origen y la evolución del universo y la percepción del mundo abordando el tema de identidad.

Según (Bermúdez , 2010). La cultura visual, permite pues, la observación de cambios históricos representados por materiales que contengan: emblemas, alegorías, iconografías, monumentos, sellos, escudos e impresos.

Además de analizar detenidamente las imágenes se enfoca en contener un mensaje comunicacional, debe existir emisor, mensaje y receptor para que exista una buena comunicación todo esto se debe sintetizar a una fusión estética del conocimiento colectivo no obstante se debe manejar con un concepto semiótico de la representación; en donde se considera una teoría social de lo visual, dando paso a la comprensión holística de un período determinado en la historia. Lo visual se debate y se transforma como un lugar desafiante de interacción social y definición en términos de clase, género e identidad sexual y étnica.

1.4 Identidad

Fernández (2012) afirma: la identidad permite que el hombre como individuo o como integrante de un grupo tenga conciencia de ser él en forma relativamente coherente y continua a través de los cambios, es la continuidad de él mismo, que a su vez puede mantener un cierto nivel de integridad que lo ayuda a diferenciarse de otros. (p. 5)

El desarrollo de identidad se manifiesta a partir de la vida doméstica que los individuos llevan de manera cotidiana: expresiones, vestimenta, tradición, modo de pensar, entre otras, su formación tiene un fuerte ligue en la actividad y la comunicación a diferencia de otras culturas:

conocimientos y formas de pensar, cada una brinda información para enriquecer y desarrollar la identidad de la otra cultura, todo depende del contexto facilitando la identificación, entre ellas lo cual permite una dinámica funcional donde todo lo aprendido es direccionado a una necesidad.

La identidad es de suma importancia porque permite abrir una brecha con la parte emocional de una persona con relación a un sentido de pertenencia, este lazo implica toda una identificación personal y de hábitos compartidos, los vínculos emocionales son parte elemental generando tendencias grupales, así pues todo ser humano busca sus raíces, el lugar a donde pertenece, tanto a las emociones de las personas que se encuentran en su entorno, es decir, sentirse parte de un todo y la identidad colabora con ello porque genera en esencia el reconocimiento y aceptación hacia un grupo determinado (El Centinela, 2011).

1.4.1 Identidad Cultural

Kravzov (2003) afirma: el deseo de encontrar las bases científicas para establecer una identidad basada en elementos como la raza se apoya hoy en día en la genética y, como en el pasado, se incurre en absurdos tales como: el Proyecto del Genoma Humano ha descubierto que los seres humanos y primates tenemos códigos genéticos similares en un 99%. Esta pretendida igualdad debería de ser evidencia de que el gene no es el único, ni siquiera el principal factor que determina las pro humanos y los primates no somos 99% iguales. Piedades humanas, y mucho menos la identidad, dado que los seres. (p. 239)

El continente Latino Americano tiene una pluriculturalidad diversa que cuenta con un elemento fuerte que son las raíces indígenas generando así un reconocimiento a nivel global, de esta manera se fortalece los cimientos de una cultura, que cuenta con un conjunto de peculiaridades únicas, permitiendo la existencia de una identidad en función de un grupo de individuos.

(Molano, 2007) La identidad cultural comprende el desarrollo también cuentan con aspectos diversos como la lengua que es un medio de comunicación; sistema de valores, doctrinas, tradiciones, actitudes, aptitudes, costumbres o los comportamientos de una comunidad, habrá que decir que gracias a estos diferentes elementos que comprende la

identidad contribuye a que el individuo tienda a desarrollar un sentimiento de pertenencia hacia una colectividad que posee una ubicación geográfica determinada. La identidad cultural no es un concepto fijo sino dinámico, algunas manifestaciones culturales tienden a expresarse con mayor fuerza o intensidad por prevalencia de costumbres arraigadas al pueblo (p. 73).

Un ejemplo sólido de este tipo de manifestaciones son las fiestas de fin de año en la ciudad de Atuntaqui, que cuentan con una trayectoria e historia de cómo las personas salen disfrazadas a las calles principales realizando un sin número de gestos y mofas, en donde la gente activa y llena de energía establece lo que quiere dar a conocer los acontecimientos con mayor relevancia que han suscitado en el año, representando una apropiación del pueblo anteño ante estas festividades en síntesis esta representación cultural cuenta con una repercusión pública voluntaria, la cual convoca cada 31 de diciembre a un número exorbitante de turistas, con el fin de visitar la cabecera cantonal donde se denota la identidad del pueblo anteño se da a conocer como un patrimonio cultural intangible.

Cada año estas festividades se encuentra en constante evolución, puesto que se transforman de manera continua mediante la influencia externa, con la finalidad de buscar maneras o formas de adaptación con dependencia del mundo a su alrededor ya que todo tiene un cambio constante, pero siempre la identidad está ligada a la historia y costumbres que encierran las raíces del pueblo.

1.4.2 Etno – identidad

Velasco (2007) Hablar del espacio desde la perspectiva de la identidad étnica, implica hablar de su relación como construcción cultural y de las múltiples representaciones simbólicas que reflejan la forma y el cómo los pueblos indígenas se vinculan a él, se lo apropian, lo construyen, recrean y lo transforman en conjunción permanente con la vida cuya existencia se nutre en y con relación a las deidades y la naturaleza. (p. 53)

La identidad parte de cómo se compone un pueblo, sus comportamientos todo en un tono integrado y homogéneo fortaleciendo al ámbito de identidad en una sociedad, cada pequeño detalle contribuye a la composición de un entorno, permitiendo que se de paso a un arte icónico que fluctúa constantemente desde la época de los antepasados, con el paso del tiempo se direcciona y complementa con las diferentes vivencias de los individuos a razón de

crear una identificación cultural, es decir, cada signo no es aislado tiene una razón de su apareamiento para el uso progresivo, empoderándose de un objetivo principal que es comunicar en un sentido común.

“Todo el sistema de hechos, acontecimientos y factores económicos, políticos, científicos-técnicos, sociales y antropológicos de la cultura como totalidad compleja han llevado a representar y a redefinir en diferentes épocas y momentos de la historia la identidad cultural” (Rojas Gómez , 2011).

1.5 Marca

En la era del posicionamiento, no solo hay que elegir una marca, el objetivo fundamental es dar vida para obtener una posición y esto se lo logra mediante un modelo de marketing integral, donde todo el manejo comunicacional de un mismo concepto para que no exista interferencia en la comunicación, el mensaje debe ser consistente y claro para que la interpretación se fluctué de la manera que se requiere. Conviene subrayar que el consumidor es un ente emocional y poco racional es por ello se debe apelar a su lado susceptible, por esta razón existe la publicidad con el fin de persuadir (De Russell, 2005).

La marca deja en claro el protagonismo que cumple dentro de una empresa, puesto que lo fundamental es que el cliente perciba la estructura organizacional dentro de la empresa de manera imperceptible, mediante este trabajo cognitivo de identificación que desarrolla el cliente se puede persuadir y posicionar la marca en la mente de los consumidores y en los líderes de opinión. Con el fin de llegar a incentivar al deseo de compra, dicho de otra manera, es elemental crear marcas exitosas.

Según Llopis (2011) afirma: la decisión de apostar por la construcción y gestión de marca debe ser previa a cualquier otra decisión en el enfoque de negocio, dado que va a condicionar la mayor parte de las decisiones estratégicas y operativas de la empresa, en cuanto a que todas deberán ser analizadas desde la óptica de su contribución a la marca. (p. 15)

Además, el posicionamiento de la línea grafica es uno de los factores importantes, a consecuencia de que los clientes se dejan llevar por la familiaridad de un producto, vale recalcar

que la construcción de la marca es continua en el tiempo, esto depende mucho de la empresa y la retroalimentación que ocurra dentro de ella, ya que todo factor de conocimiento ayuda a construirla, mediante un proceso constante y metódico con el fin que gráfica represente la imagen de la empresa.

1.5.1 Liderazgo de la marca

Es importante medir el trabajo que se da en torno a una marca, para que este no sea insuficiente al momento de gestionarla en el mercado exterior tomando en cuenta; obstáculos, complejidades, competitividad y entornos de negocio con el fin de evitar limitante en la identidad, se debe iniciar por un cambio de estrategia siendo necesario conocimientos o bases de administración de un sistema complejo, las habilidades del encargado que deben resaltar para que se dé el éxito de la marca son: táctica y visión, es decir, debe tener un plan de respuesta para comunicar la identidad de manera consistente dependiendo de los consumidores y cambios dentro del mercado en el que se va a desarrollar (Aaker & Joachimsthaler, 2006).

	Modelo clásico de gestión de la marca	El modelo de liderazgo de la marca
Perspectivas Status del Brand Manager Modelo conceptual Enfoque	Tácticas y reactivas. Menos experimentado, orientado al corto plazo. Imagen de marca. Resultados financieros a corto.	Estratégica y Visionaria. Importante en la organización, orientado a largo plazo Activos de la marca. Índices de valor de la marca.
<i>De enfoque limitado a amplio</i>		
Producto-mercado Estructuras de la marca Cantidad de marcas Ámbito país Rol de comunicación de Bran Manager Enfoque de comunicación	Productos y mercados únicos. Simple. Enfoque en marcas únicas. País único. Coordinador de opciones limitadas. Externa/clientes.	Productos y mercados múltiples. Arquitectura de la marca compleja. Enfoque en categorías: marcas múltiples. Perspectiva global. Líderes de equipos múltiples opciones de comunicación. Tanto interna como externa.
<i>De ventas a identidades de marca como estrategia conductora</i>		
Conductor estratégico	Ventas y cuotas.	Identidad de la marca.

Tabla N° 1
Liderazgo de marca: nuevo imperativo
Fuente: Lideres del Management

Las estrategias de negocio se enfocan en el éxito de la marca y en sus diferentes aplicaciones para que estas lleguen a ser y de calidad, es importante desarrollar una cultura organizacional.

1.6 Crowdfunding

(Martínez , 2014). “Gracias a las nuevas tecnologías y a su evolución, con el paso del tiempo se ha impulsado esta nueva forma alternativa de financiación, conocida como Crowdfunding, y que ha ido creciendo cada vez más, pudiendo llegar a todo el mundo”

Emprender es una manera en la que las personas han encontrado la forma de ampliar la visión para el desarrollo de bienes y servicios, se debe partir de una buena idea para que esta contraste en el mercado se deben realizar estudios de factibilidad, a modo de que esta idealización no sea desechada, vale recalcar que para tener una empresa consolidada existe una variedad de obstáculos que delimitaran el desarrollo del emprendimiento en sus primeros meses de creación, pero es necesario desarrollar un análisis de mercadeo exhaustivo con la finalidad de tener ideas innovadoras de negocios que logren satisfacer las necesidades de los consumidores para dar un cambio 180° y aprovechar oportunidades.

Fernández (2013) afirma que: un modelo de financiación donde un grupo de personas o entidades se unen para conseguir o colectivizar ingresos y aportaciones, con fines financieros, para llevar a cabo proyectos comerciales o asociativos. Se trata de una puesta en común de recursos, bien a modo de inversiones o simplemente donaciones.

Lo que la mayoría de personas se temen para buscar nuevas oportunidades de emprendimiento, se debe al ignorar cómo catapultar a la empresa y volverla competitiva ajustándose a las necesidades del contexto actual. La clave del éxito es innovar y saber generar soluciones poco convencionales. Se recomienda manejar un FODA, para conocer oportunidades de negocio y romper los esquemas además para detectar las necesidades de la sociedad y generar a partir de ello un proyecto sólido y valioso.

Existe un universo de oportunidades para desempeñar un emprendimiento, se debe limitar el estudio a un sector observando: manifestaciones, actitudes y aptitudes, a partir de este análisis crear productos y servicios. Algunas limitantes ocasionan el retraso de los proyectos, es decir, de cómo sacarlo al mercado, ganar posicionamiento y normalmente estos comienzos complejos van ligados a la falta de recursos, pero existen trabajos colaborativos,

financiamientos y donaciones a partir de terceros. Por esta razón son cada vez más las empresas que buscan formas de financiación alternativas para poder sacar a la luz sus ideas aplicadas con propuestas sostenibles y viables (Neoscientia, 2016).

1.7 Publicidad

La publicidad se remonta desde las épocas antiguas mediante el uso de los jeroglíficos por parte de los egipcios, igual de los pregoneros que salían a las ferias con estupendas promociones e ideas de venta, siendo este un factor para que la publicidad se vaya modernizando, hoy en día esta disciplina tiene un objetivo comunicacional, siendo una ciencia muy amplia existen varios medios para divulgar o extender un mensaje, el dogma esencial de la publicidad es innovar y tener ideas nuevas para transmitir las de una manera impactante en donde se llega a alterar las emociones de los individuos y se posiciona en el top mind. La correcta segmentación del mercado es importante para el desarrollo y planificación de la idea, porque el rol de la publicidad va más allá de vender un producto o servicio, es saber dar a los clientes satisfacción mediante nuevas experiencias, emociones, adentrándose en un estilo de vida con el fin de fidelizarlos a la marca (Medina, 2015).

La publicidad es una rama en la ciencia del marketing, la cual está enfocada en posicionar una marca. La publicidad utiliza como principal herramienta los medios de comunicación, estos son muy diversos y tienen gran expansión e impacto en el público son fundamentales para el comercio. Actualmente los medios publicitarios se encuentran en varias partes del mundo llegando a ser algo que se encuentra en la vida cotidiana de cada persona, formando parte de las sociedades que pueden acceder a ella para que exista una gran demanda de consumo, siendo una clave de éxito para el crecimiento empresarial (Castelló-Martínez, 2012).

Generar nuevas ideas de negocios o emprendimientos, requiere una planificación y distribución adecuada de esfuerzos puesto que estos son los factores que muchas empresas necesitan en la actualidad, basados en estas necesidades se han ingeniado nuevas y efectivas estrategias de comunicación, el internet es un cumulo de posibilidades hacia una nueva era digital la cual es totalmente diferente a los medios tradicionales, en donde las corporaciones deben admitir una colaboración participativa con los internautas al mismo tiempo, al mismo tiempo se debe captar la atención de los usuarios, de esta manera estos medios les permitirá crecer en forma exponencial su industria. Es fundamental que las empresas con una amplia

trayectoria conozcan de manera profunda cada una de las plataformas, sus características y como cada una de ellas les puede ayudar a lograr sus objetivos, de igual manera brinda una nueva visión de cómo adaptar sus estrategias de comunicación para aprovechar al máximo sus fortalezas de manera integral.

Las redes sociales tienen un papel protagónico en cuanto a comunicación digital, una de las plataformas más conocidas y utilizadas por todo el mundo es Facebook que es una red social con mayor fluctuación de personas por la cual se la utiliza con fines publicitarios, hay que mencionar que existe la posibilidad de segmentar dependiendo de las necesidades de la empresa, esto permite obtener resultados claros y eficaces de la campaña que se emite por este medio, además, debido a que el consumidor social cada vez toma más decisiones de compra y consumo basándose en opiniones, experiencias y comentarios que comparte con otros usuarios.

La Innovación es el eje primordial para diferenciarse de las empresas comunes que existen actualmente, pero va conjuntamente con la creatividad en donde esto contribuye de manera positiva en todas las actividades empresariales: desde la definición de nuevos modelos de negocio o la creación de nuevos productos y servicios, los cambios se hacen muy notorios cuando existen momentos de crisis, debido a que la creatividad, se ponen en marcha en la mente de los empresarios generando ideas de negocios, que a su vez deben ser factibles, el éxito es tener una mente abierta y no parar de crear cosas nuevas.

1.8 Comercialización

“El marketing y la publicidad van de la mano para que una empresa pueda tener éxito o fracaso comercial”.

El cantón de Antonio Ante de la provincia de Imbabura cuenta con un gran reconocimiento en torno a la industria, abarca desde el centro de la ciudad de Atuntaqui hasta sus parroquias más aledañas la actividad textil, con la nueva política de gobierno implementada para proteger la producción nacional y la producción local (Reyes , 2012).

El diseño consolida a un país, ya que las grandes empresas recurren a esta disciplina para ganar espacio en la competencia, esto se hace notorio a razón de que los hábitos de consumo por parte de los individuos volviendo su mirada a cosas diferentes o no antes vistas, es aquí

donde la creatividad explota y revoluciona el mercado tradicional, hay que mencionar que le oportunidades de venta se encuentra permeables a nuevas ideas o propuestas, un buen diseñador debe arriesgarse y sobrepasar las expectativas de los clientes, para finalmente crear un sistema de consumo cotidiano y fidelización a la marca.

(Villegas, 2011). Para la comercialización de un producto, es importante cumplir con los estándares de calidad, cada una de las prendas se verifica minuciosamente, el cumplimiento de estos procesos implica el éxito o declive de la empresa, es fundamental que en la industria se verifiquen de manera detenida los parámetros mostrados posteriormente:

- a) Fallas en el cocido.
- b) Verificar si la prenda tiene un buen acabado.
- c) Falta de algún detalle, el cosido no está recto.
- d) No revisó el tendido correcto para ubicar el patrón.
- e) Las costuras no están rectas.
- f) La puntada no es uniforme.
- g) Finalmente, pasa con el visto bueno, al módulo de empaclado.

En la actualidad Antonio Ante ha sufrido cierto impacto debido a la crisis económica por la que ha pasado el país en los últimos años, afectando de manera importante al cantón, pero con el paso del tiempo y en cada evento que realizan de forma local están logrando salir adelante las grandes empresas y los artesanos de la localidad. El siguiente punto a tratar es la forma en la cual se comercializan las prendas de vestir que son mediante las ferias, en las cuales se presentan pasarelas se da a conocer las prendas que ofertan los diferentes locales al por mayor y menor a nivel nacional y a países vecinos como Colombia y Perú, los canales de distribución van desde el fabricante, seguidamente el minorista hasta culminar la venta con el consumidor.

1.9 Ilustración

Ilustrar es una parte fundamental para el diseño, su función principal es transmitir el mensaje de forma amena y sobria, resultando que sea atractivo a la vista, fijarse detenidamente

en pequeños detalles para diferenciarse un estilo propio, además la ilustración debe tener alguna función que desempeñar, contar algo, vender un producto, entre otros.

La ilustración tuvo una trayectoria difícil, al ser parte de dos disciplinas como el arte y el diseño gráfico, las afirmaciones anteriores recalcan que existió un par de hechos importantes en la historia de la ilustración que permitieron dar paso a que se conozca y se implemente en una disciplina de estudio siendo más creativa e investigativa, la primera sucedió en Reino Unido cuando la revista *The Face* contrató a un ilustrador para que cambie el aspecto total de este medio informativo dando un resultado positivo, el cual fue agradable y extravagante el manejo de: tonalidades, formas, fotografías, todos estos elementos eran ajenos a la época. Simultáneamente en Estado Unidos la compañía *Levi's* puso mucha atención en el cambio de contenidos que tubo mediante su trayecto y la manera receptaban el mensaje las personas, lo cual era por medio del convencimiento, además el grafismo estaban en auge por ello inmediatamente contrataron ilustradores para que generen sus campañas publicitarias dirigidas a sus líneas de moda, sus excelente habilidad de combinar técnicas analógicas y digitales, les abrió territorio a todos los ilustradores del mundo (Zeengen, 2013).

1.9.1 El ilustrador

El trabajo del ilustrador inicia por la interpretación del brief, la documentación de la información necesaria para dar inicio a la generación de ideas, el director de arte debe estar al tanto del trabajo que se piensa realizar, para que este guie de manera correcta la labor del ilustrador co: ingenio, humor, imaginación, recursos gráficos y el uso de los tipos de publicidad son importantes en la elaboración de un buen trabajo, vale recalcar que cada ilustrador debe manejar una técnica que haga diferente y atractivo su producto final. (García, 2014)

El ilustrador es un profesional valiente, a razón de que esta disciplina conlleva arduas horas de trabajo en donde lo importante conocer múltiples técnicas, estar a la vanguardia de nuevos software, saber superarse cada día, también puede desarrollar su propio lenguaje visual, llama mucho la atención que el trabajo de este individuo es sumamente propio, para que el autor no sufra daños por plagios o recopilaciones no admitidas por él, cada una de sus obras están bajo la protección de la Ley de Propiedad Intelectual ya que su trabajo debe ser original y único, esta profesión les permite dar a conocer su forma de pensar, creencias, un buen

ilustrador sabe cómo generar contenidos estupendos con el fin de fundar conciencia o defender un ideal.

1.9.2 Ilustración Tradicional

El valor que se debe dar a la ilustración tradicional va más allá en cuestión de costos a comparación de la digital por los factores que se muestran a continuación:

- La creatividad y la habilidad del ilustrador le permite crear una obra única.
- El grado de error en este tipo de trabajo debe ser mínimo o nulo porque un error representa inmediatamente pérdida de trabajo.
- El tiempo de trabajo es mucho mayor, dependiendo la técnica y los materiales que se use.

1.9.3 Ilustración publicitaria

La comunicación gráfica desempeña un papel importante en la vida diaria tanto para la transmisión de la información la cual es mejor captada por medio del sentido de la vista, por ellos el uso de imágenes en la publicidad cumplen un papel significativo. La ilustración y la fantasía van de la mano, llamar la atención de los consumidores potenciales de igual manera conservar a los clientes es crónico en esta industria. La publicidad conoce acerca del producto o servicio maneja una línea grafica con elementos agresivos causando una serie de emociones, siendo el punto de partida para la existencia un sentimiento de pertenencia hacia una marca.

La era digital se encuentra apoderándose de muchas ramas de la ciencia y la educación por esta razón la ilustración publicitaria no se queda atrás el mundo para los creativos se expande cada día más y con una velocidad espeluznante, quedando en lo ambiguo los medios tradicionales de comunicación. El predominio de las redes sociales y las nuevas tecnologías abren un segmento dentro del mercado integrando a la ilustración, fotografía y cine, la sobrevivencia dentro de esta jungla digital es saber adaptarse a estos cambios exorbitantes en el mundo del arte comercial (Zeegen, 2015).

1.10 Industria Textil

La Industria textil es aquella área de la economía que se encuentra abocada a la producción de telas, fibras e hilos y así mismo incluye a los productos derivados de estos (Ucha, 2013).

Es importante resaltar que la industria textil es la que más ahínco y énfasis pone a cada pequeño detalle en cuestión de insumos, utiliza el diseño y la producción, cabe añadir que todos los productos finales salen a la venta a diferentes lugares del mundo por ello es fundamental tomar en cuenta los estándares de calidad. La maquinaria que se utiliza se ha ido perfeccionando rápidamente a lo largo de los años en donde la incorporación de múltiples funcionamientos con la finalidad de reducir las horas de trabajo y el resultado sea incomparable esto se representa en la satisfacción de los clientes en cuestión de vestirse y adornarse es algo cultural, ya que al utilizar un estilo de ropa se evoca los contextos de las diferentes masas de la sociedad y en el aspecto económico mediante ingresos que representa un crecimiento hacia la empresa para abarcar un mercado más diverso.

Las investigaciones arqueológicas prehispánicas han permitido reconstruir parte del complicado sistema de códigos asociados a la vestimenta. El área textil conlleva consigo mucha historia en los Andes fue una fuente de trabajo sobresaliente, su ejecución se dio antes de la alfarería, la capacidad y habilidades que tenían las mujeres tejedoras para aplicar su trabajo en diferentes materiales fue tomado en cuenta hasta el punto que se reconoce a la mujer como un ícono propio de la localidad

1.10.1 Industria textil en Antonio Ante

El diseño de indumentaria o vestimenta de Antonio Ante, es un universo de glamour y colores, debe irse acoplando a los cambios del mercado, innovar es lo que enaltece. El ROI (*Return On Investment*), es de suma importancia para el crecimiento empresarial, esta disciplina es parte de un engranaje económico y de negocios es un factor para que un país se supere, por ello se debe utilizar las herramientas adecuadas como el diseño ya que es el instrumento diferenciador, de igual manera la publicidad con el fin de satisfacer las necesidades que la empresa en ámbito comunicacional (Marino, 2014).

Antonio Ante es un lugar que ayuda a la economía del país generando empleo a los cantones cercanos como: Ibarra, Otavalo y Cotacachi, en diferentes plazas de trabajo sean de producción o administrativas, el crecimiento de locales en un perímetro de pocas cuadras y cubriendo las calles principales han generado un potencial el desarrollo comercial (Camara de Comercio Antonio Ante, 2010).

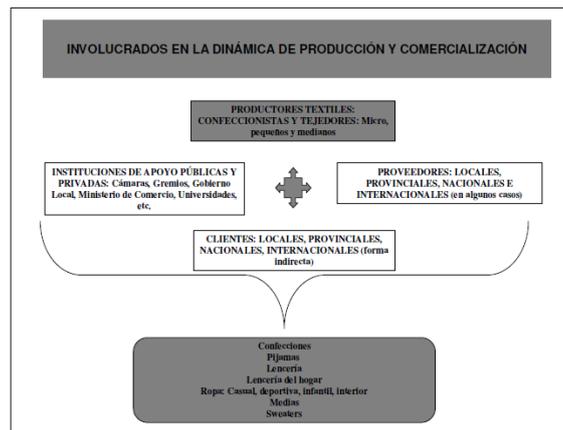


Gráfico N° 5
Producción y comercialización de Antonio Ante
Fuente: María candelaria Reyes García

1.10.2 Tendencias del Diseño Textil

La identidad de una empresa de moda evoluciona conjuntamente con la disciplina que involucrar el diseño, el cual consiste en mostrar a las mentes creativas encargadas de vestir el cuerpo, la innovación contempla los esbozos de la producción, hasta llegar al punto en que la industria textil venda la idea que la vestimenta es como una segunda piel, la cual brinda comodidad y refuerza el pensamiento que el atuendo es una estética, la industria textil es uno de los sectores económicos, se ha dado a conocer gracias a la colaboración conjunta de la gran cantidad de personas en distintas etapas de la cadena productiva, es necesario recalcar como se drapea el tejido, tomando en cuenta todo lo superficial, es decir, todo lo que da un impacto a primera vista, como la caída, textura, color, formas, elementos, estampación o cualquier otra técnica (Udale, 2014).

1.11 Métodos de impresión textil

1.11.1 Estampado

El proceso de estampado puede producirse de distintas formas y en diversos materiales. Es habitual que este concepto se utilice en referencia a un tejido que tiene dibujos impregnados a fuego o en frío. (Pérez & Merino , 2014)

La creación de estampados textiles es una disciplina que se inmiscuye en la gestión de diseño, que se vincula en el ámbito de la moda, hablar de estampado es fijarse en los acabados

que una prenda requiere para finalmente dar paso a la comercialización es un oficio claramente marcado por la industria y sus procesos de fabricación, otros rasgos que cubre la estampación es la tintura parcial o total en la superficie de los tejidos, se destaca: coloración, formas, técnicas, siempre y cuando se siga la línea del patrón de diseño, este aspecto se debe tratar con un enfoque riguroso y un análisis exhaustivo. (Bowles & Issac, 2009).

1.11.2 Estampado Digital

Según (Russell. 2013). Los efectos fotográficos y las transiciones de un color a otro son difíciles de obtener con la estampación serigráfica o los métodos más antiguos, pero sencillos con esta nueva tecnología.

El estampado digital ha revolucionado el mercado de la serigrafía tradicional esta nueva tendencia de trabajo ha generado un gran impacto en el área de estampado textil, facilitando el proceso de aplicar color a la tela de patrones o diseños definidos. Las nuevas tecnologías permiten que personas comunes puedan implementar sus propios negocios con capacitaciones adecuadas de uso de la maquinaria manejo del diseño textil al mismo tiempo se produce el consumo de la moda en producción de masa mediante las nuevas herramientas y métodos de producción.

La primera técnica de estampado fue la impresión con bloques coloreados (la serigrafía para tejidos se desarrolló a mediados del siglo XVII), pero pronto fue sustituida por el estampado mecánico. Los cilindros de cobre grabados se utilizaron por primera vez en Inglaterra en 1785, y a esto siguió un perfeccionamiento rápido que culminó en el estampado mecánico con cilindros de seis colores y registro perfecto. Las actuales estampadoras mecánicas producen más de 180 m por minuto de tejido estampado en 16 colores o más. (Ivester & Neefus, 1998)

La estampación digital brinda muchas facilidades a las demandas actuales, la impresión es más rápida, con buenos resultados cumple los estándares de calidad, carece de limitaciones en el diseño permite imprimir motivos complejos, con amplias gamas de colores, detalles fotográficos, patrones de diseño o repetición y los tirajes tienen un costo no muy elevado.

1.11.3 Serigrafía

La serigrafía es una técnica de impresión empleada en el método de reproducción de documentos e imágenes sobre cualquier material, y consiste en transferir una tinta a través de una malla tensada en un marco, el paso de la tinta se bloquea en las áreas donde no habrá imagen mediante una emulsión o barniz, quedando libre la zona donde pasará la tinta. (Castro , 2013)

La obtención de impresiones óptima y excelente, se refleja en contar con el equipamiento adecuado, cumplir con altas exigencias de producción y calidad, no solo se debe contar con la tecnología sino también con el conocimiento para llevarlo a la práctica.

1.11.4 Serigrafía Manual

Es una actividad antigua en donde se buscaba una forma de plasmar dibujos, elementos o formas en cualquier tipo de soporte, antiguamente se la conocía como arte rupestre, pero se fue perfeccionando, datos históricos expresan que esta disciplina nace en Europa y Estados Unidos, la técnica era usar papel engomado el cual se tensaba en un marco de madera que se encontraba sostenido por grapas a los costados se vertía pintura encima del papel para finalmente arrastrar un cepillo sobre el dibujo, permitiendo así la impresión en el soporte de preferencia. Pero eso no se queda solo ahí los franceses pensaron que esta herramienta se la puede aplicar en el ámbito textil a estampar en tejidos, el gran impacto que generó la serigrafía fue a nivel mundial llegando abarcar diferentes áreas por ende en los años 50 es tomada en cuenta para la publicidad como un sistema de impresión (Navarrete, 2011).

La estampación serigráfica manual, es usada con más frecuencia para la producción en cantidades limitadas y exclusivas en el ámbito artesanal, porque conlleva mucho tiempo y para tiradas cortas, para obtener el resultado del producto con costos moderados, debido a que cada diseño lleva período de tiempo a razón de que se los realiza de forma netamente a mano, ya que la tecnología es ajena a este tipo de disciplina enigmática hasta la actualidad.

1.11.5 Serigrafía Mecánica

La implantación de máquinas cilíndricas adecuadas para el proceso de estampado mediante la serigrafía, se dieron a conocer en 1960, se fueron desarrollando las máquinas serigráficas rotativas, en donde el nivel de producción va en serie, es decir en grandes demandas, se puede realizar varias repeticiones sin perder la definición o la calidad de impresión. El proceso industrializado debe regirse bajos normas de seguridad tanto para los individuos, también reducir el impacto ambiental (Redondo, 2013).

1.11.6 Sublimado

El sublimado es una técnica mediante la cual el diseñador puede dejar explotar su creatividad, permite dar un valor agregado al trabajo dando como resultado originalidad y exclusividad, reproduciendo imágenes en alta calidad en diferentes artículos, pero destacando su aplicación en prendas de vestir, otro rasgo importante es la rentabilidad de esta técnica, tanto para trabajos personalizados y en gran escala, debido a que reduce tiempo y facilita el trabajo de impresión a comparación de en épocas antiguas donde todo era mayormente laborioso (Pacheco, 2015).

1.11.7 Bordado

Los distintos acabados que se dan a cada una de las prendas también transmiten información, siendo esta una técnica que proviene de las tradiciones ancestrales, no se busca perderlos, sin embargo, debido a la aceleración de la tecnología se requiere una manera para hacer uso del bordado en la época modernista como un detalle que emule elegancia y distinción dentro de vestimenta (Diccionario Actual , s.f.)

En estos tiempos modernos se viene recuperando modas de épocas pasadas, pero se las adecua al siglo XXI, se puede notar que los actuales consumidores demandan tejidos de alta calidad y al mismo tiempo que sean fáciles de llevar, lavar, el toque de elegancia y personalización es un eje que mueve actualmente este mercado de la moda, todas estas observaciones aterrizan en que las actuales prendas deben tener un toque artesanal pero deben tener las prestaciones de la tecnología para que el producto tenga un tiempo de vida no limitado.

1.12 Motivos y Patrones de repetición

Patrón se designa a la estructura base construida como plantilla de papel o de cartón, que luego se traspasa a la tela. Este patrón puede desarrollarse a partir de un conjunto individual de medidas o bien siguiendo una serie de medidas estándar. (Gómez, 2012)

Se debe considerar que la mayoría de las partes del cuerpo no son simétricas y los patrones a diseñar deben acoplar las líneas al individuo, la base de todo es manejar una observación detallada en la anatomía del cuerpo.

Pabesi (2011) afirma: un diseño puede definirse como un diseño compuesto por uno o más motivos, multiplicados y dispuestos en una secuencia ordenada, y un motivo singular como una unidad con la cual el diseñador compone un dibujo repitiéndola a intervalos regulares sobre una superficie. (p.1)

Tomar en cuenta la dirección del dibujo y la inteligencia para la construcción de la prenda influye en donde el motivo debe ser colocado en la prenda, para que el diseño sea funcional se debe fijar la atención de cómo se repite el motivo, no hay que complicarse con repeticiones confusas

1.13 Análisis estructural, morfológico de las prendas

El Análisis morfológico es un completo estudio de las proporciones del cuerpo en la que tiene como finalidad ver como adecuar las prendas de vestir, es decir las que mejor sientan a la figura humana, así mismo ver cuales técnicas textiles son las más recomendadas, colores, formas, volumen, para destacar los puntos fuertes y minimizas o camuflar las debilidades buscando la estética, más aún enaltecer la belleza como resultado de una armonía global (López , 2016).

El éxito de cada una de las colecciones que los creativos dan a conocer, siempre tienen bases acordes a lo que se quiere expresar, sea idealizar un pensamiento o una creencia, en este punto es importante tomar en cuenta que tipo de arte se va a manejar para que el mensaje no sea contradictorio o incoherente.

Según (Capurro, 2010). Las transformaciones se basan en re-significar elementos primarios, secundarios, largos modulares, siluetas, líneas de las distintas tipologías, combinación de estas últimas.

1.14 Pasar un dibujo al diseño textil

Para iniciar con el diseño textil, se debe partir por la investigación, con el objetivo de elaborar diseños funcionales, originales y se puedan comercializar, estas prendas deben ser aceptadas y que mediante ella se pueda plasmar las características del comprador, por ello se debe tomar en cuenta escala, textura, color, dibujo, repetición del motivo, colocación y peso.

Imaginárselo y volverlo realidad es un objetivo en el diseño de la moda, para lograrlo se debe dar inicio en la lluvia de ideas siendo una herramienta que es aprovechada en una empresa de producción textil con el fin de crear una nueva colección para lanzarla al mercado.

Una colección es un conjunto de prendas de vestir o accesorios propuestos, basados en un tema y con una relación interna en términos de estilo, destinado a una temporada del año. (Rojas, 2014).

1. Consiste en que el diseñador elabore una propuesta basándose en un concepto el cual sea direccionado para que tenga sentido, la inspiración depende de lugares, eventos, una época específica, personajes, recuerdos, entre otros.
2. La colección es definida bajo un nombre o título que enaltezca el diseño que se va a presentar, el naming debe ser fuerte y generar recordación, fácil de pronunciar y principalmente debe estar direccionado al concepto de trabajo anteriormente.
3. La selección de insumos y tejidos, esto lo realiza el profesional del área, tomando en cuenta cuales son los materiales adecuados para que producto final se vea bien y cumpla con los estándares de calidad que exige el mercado, debe manejarse en la negociación englobando: capacidad, tiempo y coherencia
4. La definición del conjunto de las prendas que formaran la colección, hay que tomar en cuenta el tipo de familias y las referencias a razón de que exista una consistencia y contraste en la presentación del vestuario.
5. Creación absoluta de la colección, para llevarla a cabo se debe realizar una investigación previa con el fin de cubrir las expectativas y exigencias del cliente, el proceso consiste en elaborar fichas técnicas la cual abarque la parte grafica de cada modelo.

6. Realización de los patrones y prototipos. Se inicia creando una talla estándar la cual es destinada como prueba, esta se muestra para seguidamente hacer correcciones finales.
7. Definir el muestrario que será producido en la empresa.
8. Finalmente se expone ejemplos de la colección, se debe contar con un plan de negocios para que el surtido pueda ser comercializado.

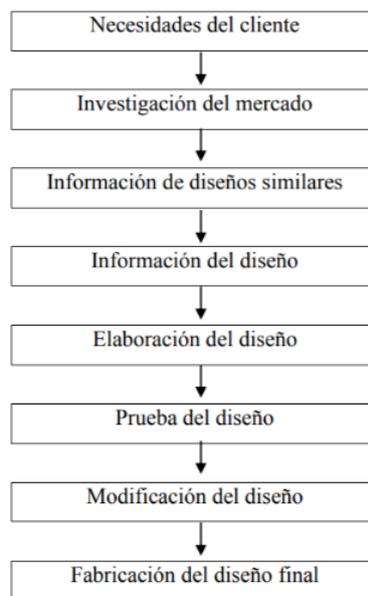


Gráfico N° 6

Etapas del Diseño

Fuente: Carolina Tatham y Julián Reaman, 2004, p.18

CAPÍTULO II

METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

2.1 Tipo de Investigación

Para que un conocimiento sea científico y la información sea analizada, se debe obtener resultados medibles dependiendo de diversas variables, es necesario una investigación sistemática con los objetivos claros para que puedan ser aplicados y representados.

Las herramientas de investigación que se emplearan en el proyecto son las siguientes:

Bibliográfico

La información y datos generales que sustentan el presente trabajo de grado han sido extraído de diferentes textos, documentos, archivos del Municipio de Antonio Ante, revistas científicas, folletos, tesis de otras instituciones de educación superior, circulares, entre otros, lo que ha permitido que exista coherencia y que la investigación este correctamente direccionada.

Investigación Cualitativa

El análisis de cada situación relacionada con el comportamiento entre las personas de Antonio Ante, es la base de la investigación cualitativa. La conducta radica en la relación directa existente entre: entorno, experiencias, conocimientos y contextos. Para lo que se necesita una observación constante y la aplicación de métodos de investigación cualitativo que recojan las consecuencias de conducta del ser humano en relación con la cultura e ideología; generando así una validación a la calidad que presenta el sector de estudio.

Investigación Aplicada

Al ser una investigación que va directamente al problema se establecen una serie de estrategias para dar una o varias soluciones, el proyecto se enfoca en fortalecer la identidad de los moradores del Cantón Antonio Ante mediante la representación de íconos culturales modernos en las prendas de vestir, es decir se creará una línea de moda etno-urbana.

Investigación de Campo

Esta investigación es importante para que la información sea; óptima, verídica, con la finalidad de sustentar y argumentar el proyecto para facilitar la elaboración de una propuesta

fuerte y aplicable, esto se lo conseguirá mediante el acercamiento con encuestas a los turistas que visitan Antonio Ante, principalmente la ciudad de Atuntaqui de esta manera se puede obtener información de la demanda de compra de prendas de vestir y posteriormente aplicar fichas de observación con referencia a los diseños textiles utilizados en la industria, esto permitirá dirigir un análisis de la temática tratada en la propuesta alternativa.

Descriptiva

El objetivo de este tipo de investigación es realizar una descripción completa de un fenómeno para tener una imagen clara de la situación.

Medir las siguientes características de los grupos de masas sociales en las distintas parroquias:

¿Cómo se encuentra forjada su identidad cultural?

¿Cuáles íconos son representativos para cada zona?

Explicativa

Es un tipo de investigación más frecuentes, su objetivo es encontrar una respuesta al problema que se está suscitando; como en el caso de Antonio Ante, el investigador visita las diferentes parroquias, se abastece de información sobre cada cultura, estilos de vida y tradiciones intentando determinar las causas del porque su identidad se aprecia en otros lugares y las consecuencias de utilizar su iconografía dentro del área del diseño textil en la industria como refuerzo de identidad.

2.2 Métodos

Método inductivo: La investigación llevada a cabo según el método inductivo se basa en la obtención de conclusiones a partir de la observación de hechos.

Método deductivo: Este tipo de investigación se basa en el estudio de la realidad y la búsqueda de verificación, esta es muy importante para el desarrollo del marco teórico.

Método analítico: Con este método se analiza e interpreta los resultados de cada una de las técnicas que se aplicaran a los habitantes de Antonio Ante.

2.3 Técnicas

Encuestas

Las encuestas serán aplicadas a los turistas que visitan el cantón Antonio Ante con el objetivo de obtener información relevante en cuanto a la identificación de íconos culturales y el flujo de compra de prendas de vestir.

Entrevistas

Se realizará una entrevista a los funcionarios capacitados en el área cultural del Municipio de Antonio Ante, también a los artesanos y manufactureros de la industria textil que se encuentran asentadas en este cantón.

Fichas de observación

Las fichas de observación son una herramienta eficaz al momento de recabar información, por ello se obtendrá un portafolio fotográfico de: personajes, símbolos, gastronomía y lugares con mayor trascendencia histórica y en cada ficha se colocará una breve historia que contenga información relevante de cada uno.

Instrumentos

Para poder operar las técnicas antes mencionadas, se aplicarán los siguientes instrumentos:

Cuestionarios

Fichas de observación

Entrevistas

Cuadro operacional de variables

La matriz gráfica sirve como guía para que las ideas se relacionen entre sí, tanto variables, indicadores, técnicas y fuentes de información, la misma que nos ayudará para establecer la parte teórica de la investigación para que las preguntas puedan estar direccionadas al objetivo general.

2.4 Muestreo

Muestro sistemático aleatorio simple

Este tipo de muestreo es aplicable cuando los elementos de la población sobre la que se realiza la investigación están ordenados. El muestreo sistemático aleatorio es un proceso muy simple y que sólo requiere la elección de un individuo al azar. El resto del proceso es trivial y rápido. Los resultados que obtenemos son representativos de la población.

Muestreo aleatorio por conglomerados

Para realizar la encuesta no se ha establecido un número de población debido que el grupo de estudio no es constante, es decir, varía dependiendo varios factores, tales como; fechas importantes, fines de semana, por ello se realizará este muestreo para tener un número relevante de objetos de estudio en función de los criterios individuales de cada ente.

Se utilizará conglomerados no naturales que son fijados geográficamente, es decir, un muestreo por las áreas de Antonio Ante. Seguidamente se mostrará el cuadro operacional de variables en las que se ha fijado las preguntas y la ficha de observación para que la información tenga un soporte.

Por sus características, este tipo de investigación no parte de teorías detalladas, sino que trata de encontrar patrones significativos en los datos que se debe analizar a partir de los resultados, para crear explicaciones completas sobre lo que ocurre y los efectos que están produciendo a causa de la problemática.

Variables	Indicadores	Dimensión	Técnicas	Fuentes de información
Contexto en el que se desarrolla el conocimiento de la riqueza cultural de Antonio Ante	*Aspectos socioculturales *Conocimiento general por parte de los pobladores	*Antropología *Íconos *Identidad Anteña *Gestión cultural	ENTREVISTA	Entes activos del Municipio de Antonio Ante.
Impacto de la producción textil	*Número aproximado de locales activos dentro de la zona *Tipos de actividades de las que obtienen beneficios económicos *Imagen social proyectada por Antonio Ante hacia otras ciudades	*Ocupación *Identificación *Clima organizacional *Flujo de producción	ENTREVISTA	Entes activos del Municipio de Antonio Ante.
Conocer el manejo del área textil por	*Construcción y representación mental y tangible de la iconografía en los textiles		ENTREVISTA	Diseñadores de modas que cuenten con experiencia en la

parte de los diseñadores		*Distribución del material		producción de vestuario con iconografías
Nivel de visitas dentro de Antonio Ante	*Conocer el grado de aceptación que tiene el Cantón por parte de turistas locales y externos	*Participación	ENCUESTAS	Turistas y pobladores de Antonio Ante
Percepción acerca de los diseños en prendas de vestir en Atuntaqui	* Conocer cuál es el grado emocional con los íconos que desarrollan los individuos.	*Aprendizaje significativo *Tendencia central	ENCUESTAS	Turistas y pobladores de Antonio Ante
Accesibilidad a la demanda de prendas de vestir	* Ubicación de los locales de ropa con mayor demanda. * Aglomeración de personas en ciertos locales. * Tiempo en lo que los turistas acuden a un local determinado.	* Ubicación * Afluencia de personas * Precios	FICHAS DE OBSERVACIÓN	Locales de venta de prendas de vestir en Atuntaqui.
Estado de confianza al momento de la compra	*El grado de atención que recibe el comprador por parte de los empleados de la tienda de ropa. *Percepción de estado de confianza de ambas partes.	*Atención al cliente	FICHAS DE OBSERVACIÓN	Locales de venta de prendas de vestir en Atuntaqui.
Importancia del diseño textil en las prendas de vestir.	*Manejo en la parte de diseño en ropa. *Grado de importancia que toman los compradores a diseño textil. *Comportamiento de hombres y mujeres en función de diseños nuevos e innovadores. *Uso de diseño cultural en la producción textil.	*Innovación * Psicología del consumidor. *Accesibilidad cultural	FICHAS DE OBSERVACIÓN	Locales de venta de prendas de vestir en Atuntaqui.

*Tabla N° 2
Matriz de variables
Fuente: La autora, 2018*

Sistema de muestreo de encuestas

Sistema

Días: Durante dos fines de semana, exactamente los domingos se acudirá a los lugares de mayor afluencia de turistas para realizar las encuestas, antes de examinar se debe ser muy observador con respecto a las personas idóneas para que respondan las preguntas.

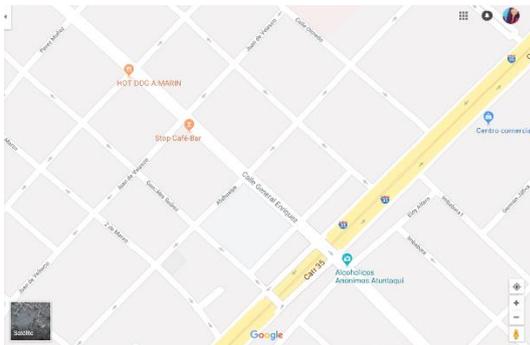
Tiempo: En las calles principales de los lugares de investigación de campo se establece un horario de 30 minutos.

Ubicación: Los sectores para la aplicación de la debida encuesta se los ubica en Atuntaqui y Chaltura en donde los turistas acuden en grandes cantidades.

ATUNTAQUI

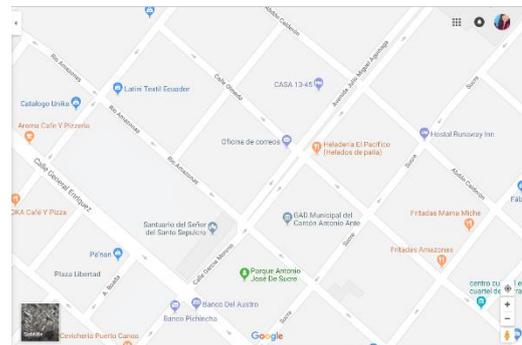
Calle General Enríquez
Tiempo 10:00 – 10:30
Número de encuestados 10

Gráfico N° 7
Fuente Google Maps



Calle Río Amazonas
Tiempo 10:30 – 11:00
Número de encuestados 10

Gráfico N° 8
Fuente Google Maps



Calle Simón Bolívar
Tiempo 11:00 – 11:30
Número de encuestados 10

Gráfico N° 9
Fuente Google Maps



Parque Antonio José de Sucre
Tiempo 16:00 – 16:30
Número de encuestados 10

Gráfico N° 10
Fuente Google Maps



CHALTURA

Parque de la Familia de Chaltura
Tiempo 3:00 – 3:30
Número de encuestados 10

Gráfico N° 11
Fuente Google Maps



Fichas de observación

Muestreo sistemático aleatorio simple

El método de análisis para las fichas de observación, consiste en que cada miembro de la población tiene la misma probabilidad de ser seleccionado para la obtención de información, pero se requiere de un control preciso de marco muestral de individuos seleccionables de forma aleatoria.

Sistema

La investigación de campo se realizará netamente en la ciudad de Atuntaqui en las calles principales donde se encuentran ubicados la mayoría de locales comerciales de vestimenta. El sistema consiste en ir a un local saltar dos y entrar al siguiente y así en cada calle hasta culminar la investigación.

Ubicación

Siendo estas las calles seleccionadas donde se encuentran ubicados los locales más importantes de la zona.

Calle General Enríquez

Calle Rio Amazonas

Calle Simón Bolívar

Entrevistas

Se ha seleccionado a conocedores en el ámbito cultural sobre Antonio Ante, el turismo y el impacto de la producción textil, manufactureras posicionadas en el mercado y a microempresarios para que den su punto de vista acerca de las nuevas tendencias dentro de industria textil.

Además, a diseñadores de moda que utilicen diversos métodos de implante de diseño dentro de las prendas de vestir, para que nos den a conocer las técnicas más adecuadas para dar comienzo a la parte tangible del proyecto.

CAPÍTULO III

INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

ENCUESTA

Pregunta 1

¿Usted conoce las parroquias del cantón Antonio Ante?



Gráfico N° 12
Relación de información de la pregunta 1
Fuente: La autora, 2018

Análisis:

Con referencia a la pregunta el Ing. Carlos Espinosa afirma que Antonio Ante es identificado como un cantón productivo y se puede recalcar que los turistas locales y externos tienen conocimiento de más de dos parroquias, esto ha sido gracias a la gestión publicitaria realizada por la municipalidad permitiendo a los individuos estar al tanto de las nuevas atracciones al decidir un destino al cual viajar y conocer.

Pregunta 2

En el último año ¿Visitó, parques, iglesias, asistió a eventos de trascendencia, disfrutó de platos típicos, asistió a lugares declarados patrimonio cultural de Antonio Ante?

¿Cuántas veces?



Gráfico N° 13
Relación de información de la pregunta 2
Fuente: La autora, 2018

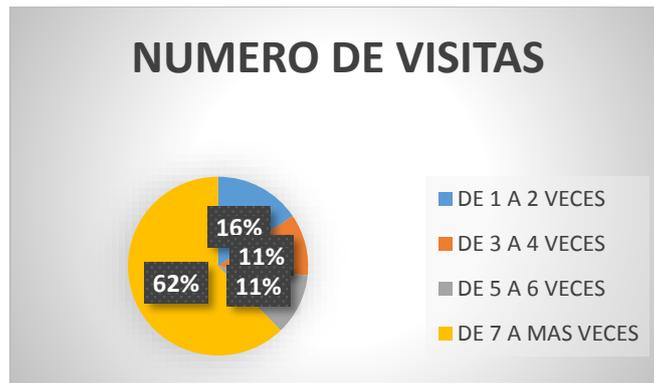


Gráfico N° 14
Relación de información de la pregunta 2
Fuente: La autora, 2018

Análisis:

Un significativo número de encuestados brinda una respuesta positiva a la interrogante, los turistas conocen o han visitado Antonio Ante, porque ha estado al tanto de las festividades o eventos que se realizan durante todo el año y un menor porcentaje no son turistas frecuentes. Haciendo referencia a la entrevista del Ing. Mauricio Ayala argumenta que existen recursos que ya son patrimonio cultural y son los más visitados por los viajeros, Mauricio sugiere mayor interés por la parte arquitectónica, arqueológica y gastronómica del cantón y esto debe ser tomado en cuenta por el Municipio.

Pregunta 3

¿Con qué frecuencia realiza sus compras de prendas de vestir en los locales de Atuntaqui?

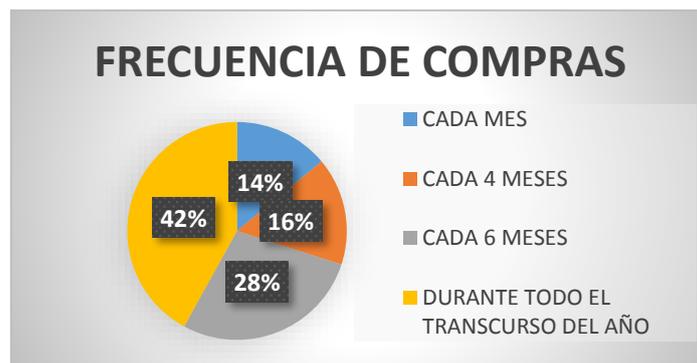


Gráfico N° 15
Relación de información de la pregunta 3
Fuente: La autora, 2018

Análisis:

La producción textil es el segundo factor que mueve la economía del país, en base al número de personas que seleccionaron cada factor dan a conocer que durante el transcurso de todo el año compran por lo menos una prenda en Atuntaqui. Esta ciudad actualmente exporta

indumentaria de forma local y también a países vecinos, pero Andrea Bonilla acota que Antonio Ante no cuenta con una línea de trabajo en función de la innovación ya que solo se basan en producción a escala y no en personalización.

Pregunta 4

¿Con cuál de los siguientes íconos asocia usted a Antonio Ante?



Gráfico N° 16
Relación de información de la pregunta 4
Fuente: La autora, 2018

Análisis:

Con referencia a la pregunta 1 existen varias personas que conocen o ubican geográficamente a Antonio Ante, al contar con este dato los turistas pueden asociar los conocimientos previos y también las publicidades emitidas en diferentes soportes en donde se pronuncia información relevante. De las opciones indicadas se pudo evidenciar que la fritada, la Fábrica Imbabura y la fiesta de inocentes son los tres elementos principales que caracterizan al cantón.

Pregunta 5

¿Además de los mencionados, usted conoce otros lugares, personajes, platos típicos o eventos de gran importancia de Antonio Ante, si su respuesta es sí puede mencionararlos?



Gráfico N° 17
Relación de información de la pregunta 5
Fuente: La autora, 2018

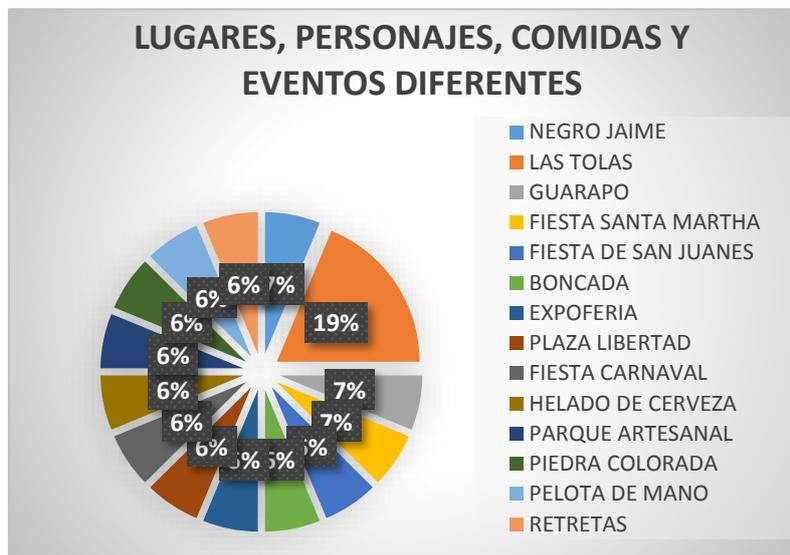


Gráfico N° 18
Relación de información de la pregunta 5
Fuente: La autora, 2018

Análisis:

Se coloca una pregunta donde se indaga acerca del reconocimiento de otros elementos que muestre la identidad del cantón, con referencia a la entrevista realizada al Ing. Lenin Trujillo sugiere que se debe disponer un porcentaje de presupuesto para que se conozca el resto de íconos que son emblema en la historia y de paso se ayudara al desarrollo turístico, las respuestas obtenidas por parte de los encuestados ayudan a direccionar el trabajo de investigación sobre la iconografía en la que se debe enfocar la parte gráfica.

Pregunta 6

¿Cree usted que estos íconos serían de uso relevante en la industria textil?



Gráfico N° 19
Relación de información de la pregunta 6
Fuente: La autora, 2018

Análisis:

El desarrollo de una ciudad, está anclado a los patrimonios tangibles e intangibles con respecto a la identidad y diversidades locales, el 94% de las personas encuestadas, están de acuerdo en fortalecer el significado de Antonio Ante y seguidamente reflejarlo en su producción textil, con la intención del empoderamiento cultural de la zona y la construcción de una memoria histórica, el Ing. Mauricio Ayala argumenta de forma positiva el uso de diseño iconográfico afirmando que pocas empresas desarrollan diseños exclusivos para abrirse espacio a un mercado mucho más importante.

Pregunta 7

Al realizar diseño textil con los íconos preponderantes de Antonio Ante dependiendo de las siguientes variables ¿Porque haría uso de una línea de moda con referencia a las representaciones culturales?

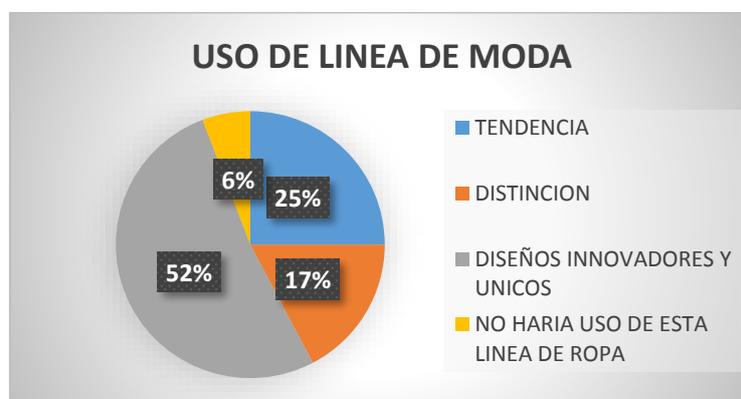


Gráfico N° 20
Relación de información de la pregunta 7
Fuente: La autora, 2018

Análisis:

La creación de una colección de prendas de vestir, debe ser analizada a fin de que esta cumpla su función de utilidad, con referencia a la entrevista realizada a Andrea Bonilla diseñadora de moda argumenta: “Mediante la implementación de una nueva línea de ropa se transmite la identidad, la cultura, en estas épocas modernas es una forma fácil de llegar a los jóvenes ya que la ropa es nuestra segunda piel, entonces si a eso se le pone un concepto cultural, estamos generando un producto diferenciador, por ello los encuestados brindan una información importante acerca del uso de las prendas de vestir deben ser innovadoras y únicas además entrelazando con la pregunta 5 en Antonio Ante existe un sin número de elementos representativos que dan paso a crear cosas diferentes en muchas áreas.”

Fichas de observación

Locales de Atuntaqui

Conffel		
Afluencia de consumidores	Nada Poco Normal Mucho	DESCRIPCIÓN La demanda de compra en conffel va en crecimiento constante, la buena presentación y organización dentro del local seguida por la atención hacia el cliente por parte del personal de venta a generado un reconocimiento y ha influido en la demanda de compra en los turistas.
Tipo de ropa	La ropa de mujer es lo que más se observa en los maniqués, en la estantería y en la parte de atrás hay un porcentaje mínimo de vestimenta para hombre. La línea de producción es para gente joven, es decir, un grupo objetivo de 15 a 25 años.	
Estilo de ropa	La producción textil de este local cuenta con un estilo boho, es una mezcla entre hippies y bohemios, esto aplica para hombres y mujeres. También se maneja un estilo casual, en donde se maneja la imagen de la mujer equilibrada y confiada.	
Diseño de indumentaria	En la ropa femenina se utilizan motivos de flores y naturaleza, figuras geométricas con principios de la Gestalt, también hacen uso de mándalas en gran escala y en la vestimenta de varón el diseño muestra líneas y cuadrados y ciertas prendas son llanas.	
Diseño/ cuenta con iconografía	No se utiliza diseño iconográfico, el diseño es genérico.	
Técnica de producción en tela	Sublimado Estampado Bordado	El sublimado es lo que más destaca en la producción del estilo de ropa femenino, a razón de que los diseños y el color son más perdurables gracias a esta técnica.
Escala cromática	Uso de colores pasteles para mujeres y para hombres azul, gris, negro.	
Precios	Los precios son accesibles y cómodos tanto para turistas locales como extranjeros.	

*Tabla N° 3
Ficha de observación 1
Fuente: La autora, 2018*

Ventury / Karen´s / Zero / Tavi sport		
Afluencia de consumidores	Nada Poco Normal Mucho	DESCRIPCIÓN En la actualidad, las personas se preocupan por su estado físico y salud, por este motivo este cambio en el pensamiento de los individuos, se fomenta el ejercicio de cualquier deporte y para ello es necesario usar ropa adecuada. Se puede resaltar que Tavi sport es uno de los primeros establecimientos dedicados a la elaboración de ropa deportiva y Ventury, debido a su buena ubicación y variedad han logrado la aceptación de los consumidores, estos son los locales que acogen un gran número de compradores, debido a que se manejan casi en la misma línea de producción y con precios accesibles, de igual forma la calidad de sus uniformes en cuestión de las telas que usan, son duraderas y adecuadas para el ejercicio. Los dos locales restantes son de menor impacto en ventas, pero cuentan con un porcentaje de clientes que son fieles a las compras en estos establecimientos.
Tipo de ropa	Estos establecimientos no se enfocan en un solo género, tiene vestimenta tanto para hombres como mujeres. Además, la ropa deportiva se maneja para todas las edades.	
Estilo de ropa	Son fabricantes de prendas deportivas con el uso de las mejores telas.	
Diseño de indumentaria	La ropa deportiva no cuenta con diseño del todo llamativo, ya que se maneja en ciertos casos solo colores o más bien conocidas como prendas llanas en su mayoría para adultos, en la ropa deportiva de niños se manejan artes estampados de flores, corazones, mariposas y también marcas reconocidas como Adidas, Nike, entre otras.	
Diseño/ cuenta con iconografía	No cuentan con algún tipo de iconografía.	
Técnica de producción en tela	Sublimado Estampado Bordado	Es la técnica más usada para este tipo de ropa y los estampados van en ciertos íconos
Escala cromática	Para personas adultas utiliza colores fríos. Para niños, el azul, rojo, rosado son los de mayor preferencia.	
Precios	Los precios son accesibles y cómodos para tanto turistas locales y extranjeros.	

*Tabla N° 4
Ficha de observación 2
Fuente: La autora, 2018*

Bebelandya / Ternuritas		
Afluencia de consumidores	Nada Poco Normal Mucho	DESCRIPCIÓN Estar al pendiente de las etapas primerizas de los pequeños de la casa, requiere estar al tanto de todas sus necesidades y eso también va muchas veces a las prendas de vestir que debe ser las más convenientes.
Tipo de ropa	Ropa para recién nacidos y niños hasta 3 años es lo que nos da a conocer Bebelandya y Ternuritas dentro de su producción textil.	
Estilo de ropa	Personal capacitado en cuanto a las necesidades y funcionalidad que debe tener la ropa de bebe es el punto fuerte que tienen estos locales ya que al momento de realizar la compra se puede apreciar que la vestimenta sea cómoda, no ajustada, las mangas sean fáciles de usar y no tenga dificultad con los broches.	
Diseño de indumentaria	Se busca dibujos, personajes ya establecidos y que los niños los verán durante su niñez siendo esta una forma de familiarizarlos con programas de tv. Lo ideal para los primeros meses es la ropa con velcro o ajustes elásticos y que se abrochen por el frente. La ropa interior es de algodón sin costuras en la parte interna para evitar lastimar la piel del bebé.	
Diseño/ cuenta con iconografía	No cuenta con diseño iconográfico.	
Técnica de producción en tela	Sublimado Estampado Bordado Mixto	En la elaboración de ropa para niños pequeños se utiliza en casi su totalidad todas las técnicas, el sublimado para los personajes, el estampado para algunas marcas o dibujos que van con relieve o escarchado, se toma en cuenta que la ropa es más de algodón por ello el estampado es más usado, el bordado y los apliques de flores, mariposas, corazones, en ropa de niñas.
Escala cromática	Colores cálidos.	
Precios	No es de sorprenderse que la ropa para niños es mucho más costosa que para adultos, debido a la inversión de tiempo en su confección.	

*Tabla N° 5
Ficha de observación 3
Fuente: La autora, 2018*

Lizz abrigo		
Afluencia de consumidores	Nada Poco Normal Mucho	DESCRIPCIÓN La cantidad de personas que visita el local se mantiene equilibrada, debido a que el enfoque de Lizz abrigo es para personas de un estatus social más elevado eso se lo puede notar en la mercadería que se expone al público.
Tipo de ropa	La indumentaria es para mujeres de 16 hasta 40 años de edad. Nivel socio económico medio alto. La elegancia es importante en esta empresa ya que se enfocan en proyectar a una mujer segura de sí misma, sea ama de casa o profesional.	
Estilo de ropa	Estilo clasico es toda la mercadería con la que cuenta el local, respeta un código de vestimenta donde se puede armar conjuntos para mantener una imagen elegante y seria.	
Diseño de indumentaria	La mercadería cuenta en su mayoría con vestidos de randa o encaje y tela stretch. Los decoran con pedrería, cinturones y collares brindando a sus clientes un conjunto ya compuesto y también venden abrigos. Cuentan también con blusas con diseño de flores en mosaicos y llanas.	
Diseño/ cuenta con iconografías	No cuenta con diseño iconográfico.	
Técnica de producción en tela	Sublimado Estampado Bordado	El sublimado es usado en sus blusas y los apliques que se da cada uno de los vestidos.
Escala cromática	Colores fríos como azul, beigs, gama de color rojo, negro y gris.	
Precios	Precios costosos debido al enfoque y al grupo objetivo que se dirigen, este local trabaja con tarjetas de crédito, en muy pocas ocasiones maneja efectivo.	

Tabla N° 6
Ficha de observación 4
Fuente: La autora, 2018

Gabytex / Carlex / Karman		
Afluencia de consumidores	Nada Poco Normal Mucho	DESCRIPCIÓN La elaboración de tejidos en ropa se da a partir de hilos entrelazados que dan paso a la creación de láminas, los diferentes tipos de tejidos se dan con el uso de fibras y de esta manera se crea formas en la vestimenta. Las tres empresas se enfocan la producción de tejidos, son textileras de más renombre dentro del mercado anteño. Al ser netamente de producción de tejidos Karman empieza a marcar diferencia agregando elaboración de blusas acompañadas de collares por otra parte Gabytex, elabora cobertores de cama muy atractivos y finalmente Carlex piensa en expandirse netamente con la elaboración, de sacos, bufandas, ponchos, entro otros.
Tipo de ropa	Ropa para hombres y mujeres de 25 a 60 años de edad. De nivel socio económico medio y alto. Situación geografía Carlex y Karman, tienen enfoque de crecimiento en la parte norte del país y la exportación. Abrigos, Suéteres, Ponchos, Vestidos, Chales, Sacos, Buzos	
Estilo de ropa	Estilo sofisticado y casual, permitiendo vestirse de manera cómoda y en la que se pueda reflejar la personalidad de la persona, para que pueda lucir adecuada para el trabajo o algún evento de importancia.	
Diseño de indumentaria	Las tres empresas cuentan con diseños de figuras geométricas, flores, hojas, es decir, elementos de la naturaleza y también se coloca apliques dependiendo del diseño. Karman, en su colección agrega diseño de blusas las cuales las combina con collares de igual forma la elaboración de vestidos llanos o de formas geométricas, es un valor agregado en el cual la empresa está trabajando. Gabytex, su producto diferenciador es cobertores para camas, decorados de flores o en estilo vintage, con el uso de color rosado, blanco y beige. Carlex, netamente fabrica tejidos, en el ámbito publicitario buscan que su marca sea conocida a nivel nacional, a diferencia de los locales nombrados anteriormente, de esta forma da a conocer la mercadería con la que cuenta.	
Diseño/ cuenta con iconografías	No cuenta con diseño iconográfico.	
Técnica de producción en tela	Sublimado Estampado Bordado Mixto	Los tejidos son de lana e hilo, por ende, ya vienen con colores.
Escala cromática	Colores fríos como azul, beigs, gama de color rojo, negro y gris.	
Precios	Karman es muy costoso ya que los diseños los maneja según las temporadas. Gabytex y Carlex, cuentan con precios accesibles, a razón de esto tienen mucha demanda de compradores.	

*Tabla N° 7
Ficha de observación 5
Fuente: La autora, 2018*

Camisetas 100% algodón		
Afluencia de consumidores	Nada Poco Normal Mucho	DESCRIPCIÓN La elaboración de camisetas, siendo una prenda de uso muy cotidiano para hombres como mujeres sea para uso formal o informal todo depende de la consistencia que se dé al conjunto. El local de camisetas acoge a un número aceptable de clientela que son atraídos por los diferentes diseños.
Tipo de ropa	Camisetas para hombres y mujeres.	
Estilo de ropa	Estilo natural o casual donde se refleje una personalidad enérgica y accesible, se puede combinar con accesorios simples y pequeños.	
Diseño de indumentaria	Cada una de las camisetas tienen diseños diferentes englobando lo precolombino, también cuentan con camisetas llanas, en cuello redondo y en v.	
Diseño/ cuenta con iconografías	Hace uso de diseños precolombinos.	
Técnica de producción en tela	Sublimado Estampado Bordado Mixto	Cada uno de los diseños expuestos, son implantados en la tela mediante un proceso de estampado, a razón de que en grandes cantidades esta técnica es más rentable.
Escala cromática	Colores variados cálidos y fríos.	
Precios	El producto satisface las necesidades del mercado objetivo y cuenta con precios bajos que se encuentran al nivel de su competidor directo D' cache	

*Tabla N° 8
Ficha de observación 6
Fuente: La autora, 2018*

SQR / Only Pop		
Afluencia de consumidores	Nada Poco Normal Mucho	DESCRIPCIÓN La versatilidad y dejando de lado los típicos diseños genéricos que se ven que la mayoría de locales y productoras textiles de Atuntaqui hacen uso, SQR y Only Pop, se enfocan netamente en la moda juvenil, es decir, existe variedad de manera que cada joven cree su estilo se adueñe de las prendas de vestir como algo propio.
Tipo de ropa	Only Pop Ropa para hombres y mujeres. Con toque retro y pop. De 15 a 25 años de edad. SQR Ropa para hombres mujeres y niños. Tiene enfoque urbano. De 15 a 25 años de edad.	
Estilo de ropa	Estilo natural, combinado con un toque hípster, es decir cuentan con un estilo retro, donde se refleje una personalidad enérgica y accesible, se enfocan a un mundo más allá de lo común la originalidad, colores estridentes es lo que marca el tipo de moda.	
Diseño de indumentaria	SQR El diseño tiene un estilo independiente manejándose a un concepto que los jóvenes busquen algo diferente. La ropa para niños, es plasmada con personajes de caricaturas reconocidos. Su trabajo no solo se queda en vestimenta, también elabora cojines, mochilas. Only Pop Limitados diseños con repeticiones. Los diseños que aquí se usan en parte se los encuentra en internet, pero, se les da un estilo más personalizado, de manera que marquen una diferencia. Las camisas de hombre se las maneja con figuras geometrías. También hacen uso símbolos, nombres de bandas de música famosas o reconocidas.	
Diseño/ cuenta con iconografías	No cuenta con iconografía.	
Técnica de producción en tela	Sublimado Estampado Bordado Mixto	Sublimado y estampado.
Escala cromática	Only Pop Combina colores oscuros con luminiscentes. SQR Hace mayor uso de colores fluorescentes.	
Precios	El precio si es un poco elevado, pero, accesible, su costo depende del diseño y el tiempo que se invierte igual que cuentan con etiquetas en cada prenda, para que realce que es producción propia de la empresa.	

*Tabla N° 9
icha de observación 7
Fuente: La autora, 2018*

Santé		
Afluencia de consumidores	Nada Poco Normal Mucho	DESCRIPCIÓN Ropa para mujer, la cual es muy atractiva. Santé lleva muy en claro el concepto de moda y no lo restringe a ninguna edad, debido a que cuenta con tres líneas de producción, para jóvenes, niñas o kids, y mujeres de contextura ancha, creando estilos para resaltar singularidad y la individualidad
Tipo de ropa	Ropa netamente para mujeres de todas las edades.	
Estilo de ropa	Se maneja un estilo Trendy, el cual engloba todo lo que se pone de moda en distintas temporadas y estilo casual atacando estándares de elegancia para lucir apropiadamente.	
Diseño de indumentaria	La contar con tres líneas de producción enfocadas a las mujeres, dejando de lado el estereotipo de figura perfecta la vestimenta para contextura ancha y también la creación de conjuntos acordes a cada época del año, marca diferenciación en su trabajo. Flores, figuras geométricas, respetando las leyes de la gestal, para cada diseño de vestimenta, los apliques con bordados destacan más en los vestidos o también tiene diseños en randa y en ciertos casos son llanos. Las blusas se las adecua con complementos de bisutería	
Diseño/ cuenta con iconografías	No cuenta con iconografía.	
Técnica de producción en tela	Sublimado Estampado Bordado Mixto	Sublimado, estampado, bordado y apliques.
Escala cromática	Maneja colores pasteles y oscuros enfatizando gris, negro y concho de vino.	
Precios	Costo adecuados y accesibles para los consumidores, debido a que es fabrica y por ende los precios son mínimos.	

Tabla N° 10
Ficha de observación 8
Fuente: La autora, 2018

Anitex		
Afluencia de consumidores	Nada Poco Normal Mucho	DESCRIPCIÓN Anitex es una de las empresas de Atuntaqui que expandió sus ventas a otras ciudades, enfocados a la producción y comercialización de prendas de vestir para cada miembro de la familia.
Tipo de ropa	Prendas de vestir para damas, caballeros y niños de todas las edades en las líneas de: Pijamaria Intima Casual Materna Hogar	
Estilo de ropa	El estilo que da a conocer a sus compradores es más natural, en la cual se vea reflejada la comodidad y evitando aglomerar al diseño con elementos o accesorios, permitiendo a las personas que se muevan seguras.	
Diseño de indumentaria	En los pijamas utilizan estampados de personajes para niños y jóvenes y para adultos son llanos o con figuras geométricas. Para el resto de prendas como camisetas, blusas los estampados de diseños genéricos y prendas llanas es lo que cuenta en sus colecciones.	
Diseño/ cuenta con iconografías	Cuenta con algunas iconografías, pero no se sabe exactamente de cual cultura o que quieren reflejar.	
Técnica de producción en tela	Sublimado Estampado Bordado Mixto	Sublimado, estampado, bordado y apliques.
Escala cromática	Maneja colores pasteles y oscuros enfatizando gris, negro y concho de vino.	
Precios	Costo adecuados y accesibles para los consumidores.	

*Tabla N° 11
Ficha de observación 9
Fuente: La autora, 2018*

Elan		
Afluencia de consumidores	Nada Poco Normal Mucho	DESCRIPCIÓN Se puede mostrar un estilo chic al momento de ir a la cama y esto se lo logra gracias a los pijamas que se adecuen a las curvas del cuerpo siendo una prenda de uso extendido en el tiempo, Elan ofrece pijamas en diferentes diseños, con distintos materiales de manera que sus clientes se sientan satisfechos con sus compras.
Tipo de ropa	Ropa de dormir para hombres mujeres y niños. Ropa interior de dormir. Pijamas. Y también están incursionando en elaborar blusas, camisetas y vestidos.	
Estilo de ropa	Estilo es cómodo y requiriendo de las necesidades la lencería es sexy.	
Diseño de indumentaria	Babydolls con estampaciones en tonos malva, melocotón, marfil y grises, sobre microfibras livianas y transparentes. Son diseños más femeninos y seductores. Estampación de rosas, personajes de tiras cómicas, para el público objetivo infantil y también para mujeres divertidas y tiernas El algodón sigue siendo el preferido por su suavidad y frescura, especialmente en clima cálido. La talla: lo ideal es escoger pijamas que no sean ajustadas ni muy holgadas, para asegurar un descanso más plácido y procurar un sueño más reparador.	
Diseño/ cuenta con iconografías	No cuenta con iconografía.	
Técnica de producción en tela	Sublimado Estampado Bordado Mixto	Sublimado, estampado, bordado y apliques.
Escala cromática	Verde, celeste, rosado, beige, verde pastel. Rojo y negro son recomendado al momento de la seducción.	
Precios	Costos normales no son muy costosos.	

*Tabla N° 12
Ficha de observación 10
Fuente: La autora, 2018*

Artica		
Afluencia de consumidores	Nada Poco Normal Mucho	DESCRIPCIÓN En épocas frías se debe renovar el guardarropa, Ártica es una empresa destinada a la elaboración de ropa de invierno, la publicidad que ellos han realizado es muy nula por ello ha causado casi un desconocimiento por parte de los compradores acerca de la existencia de la fábrica.
Tipo de ropa	Hombres, mujeres y niños. Las prendas de vestir están destinadas para la época del invierno o también para personas las cuales vivan en lugares de temperatura baja.	
Estilo de ropa	Un estilo contra el viento y el frío.	
Diseño de indumentaria	Las prendas de vestir están destinadas netamente a cubrir del frío, el diseño se maneja con referencia a las nuevas tendencias y novedades que se den en el mundo de la moda. Cuentan con sweaters, bufandas, gorras, guantes, camperas. No cuenta con diseños en general son más llanos y de un solo color.	
Diseño/ cuenta con iconografías	No cuenta con iconografía.	
Técnica de producción en tela	Sublimado Estampado Bordado	Para gamas de colores y bordados o apliques para colocar algún tipo de marca.
Escala cromática	Colores fríos.	
Precios	Costos normales.	

*Tabla N° 13
Ficha de observación 11
Fuente: La autora, 2018*

Análisis

Las siguientes fichas de observación cuentan con una investigación que recoge los aspectos básicos y profundos que se debieron tomar en cuenta en el diseño e implementación de estos dentro de la producción textil en Antonio Ante. Una vez depurada la información de un porcentaje de empresas destinadas a esta labor, se pudo observar que Atuntaqui, siendo el lugar de comercio textil no cuenta con diseños propios, debido a que la estandarización de la parte gráfica en la mayor parte de la indumentaria, genera un problema de reafirmación de identidad.

Pero una comprensión racional acerca de la importancia de generar diseño, no ha sido desapercibida por tres locales visitados, los cuales buscan salir de lo tradicional y genérico para destacar en este mundo de gran competencia, tales como; camisetas 100% de algodón que se enfoca en el uso de íconos precolombinos, SQR y Only Pop, muestran rasgos diferentes o alteraciones importantes a un diseño, llegando al punto de convertirlo en propio. Pero Atuntaqui no siempre se destinó a la elaboración de prendas de vestir, a razón de que esta pequeña ciudad aun produce en gran escala cobijas, cubre camas, ropa interior y medias.

Entrevistas

Se entrevistó a personalidades conocedoras o inmersas dentro del tema de producción textil en Antonio Ante, los resultados obtenidos fueron bastante alentadores para el desarrollo del proyecto de investigación, diseño y socialización para pequeñas y grandes productoras de prendas de vestir.

Pregunta 1. ¿Cuán grande es el impacto de la industria textil dentro y fuera de Antonio Ante?

Entrevistado	Respuesta
Ing. Mauricio Ayala	Realmente el tema de la industria textil ha sido el puntal fundamental del desarrollo económico del cantón Antonio Ante, partiendo de la Fábrica Imbabura que hoy es un ícono cultural muy importante desde ahí nace el legado de los productores textiles, hay que tomar en cuenta los locales existentes, la promoción y difusión fuerte que se dio hace unos 10 años, por parte de la administración municipal, se ayudó a repuntar el tema textil mediante las ferias.
Artesana textil Sra. Silvana Garzón	Hace tiempos se puede decir que Antonio Ante, partiendo desde la historia de la Fábrica Imbabura se catapultó como pionero en la producción textil y tuvo mucha acogida la gente de otras provincias quienes llegaban a la ciudad y era súper agradable el auge en la tasa de empleo y el crecimiento turístico, Antonio Ante revolucionó tanto por su cultura, su gente y la calidad en sus prendas de vestir.
Ing. Lenin Trujillo	Es bastante grande porque Antonio Ante es conocido a nivel nacional como la capital textil.
Ing. Carlos Espinosa	Es considerablemente grande el impacto de la industria textil, a nivel local, provincial, nacional y porque no decirlo internacionalmente por el gran número de fábricas y la cantidad de producción que estas generan.
Diseñadora de modas. Andrea Bonilla	Antonio tiene un punto fuerte que es la exhibición de sus colecciones mediante pasarelas en un buen lugar donde la aglomeración de gente, se reúne y sabe en su mayoría de lo que se va a tratar, al presentar de forma directa el producto, se crea un impacto y es una herramienta más útil que solo presentar un catálogo.
Artesano. Germán Potosí	Durante muchos años todos los textiles que se elaboran han sido mencionados a nivel nacional e internacional, permitiendo la exportación del producto.

*Tabla N° 14
Análisis de entrevista, pregunta 1
Fuente: La autora, 2018*

Análisis

El cantón hace años pasados se logró promocionar a nivel nacional y eso fue gracias a los gobiernos de turno, quienes se interesaron tanto por el sector textil y su crecimiento. La consolidación y despunte de la industria textil en Antonio Ante, ha generado que un gran número de turistas visiten dicho lugar en fechas específicas del año, permitiendo la generación de ingresos y que cada una de las actividades sean acogidas, igualmente muchos de los dueños de dichos establecimientos generan empleo a personas de zonas aledañas.

Pregunta 2. ¿Cuáles son las tendencias actuales en la industria textil en Antonio Ante?

Entrevistado	Respuesta
Ing. Mauricio Ayala	La tendencia que se conoce de los empresarios que han ido trabajando, es enfocarse en el diseño porque aquí no había, solo se realizaba contrataciones a gente ajena al país, los cuales contaban con conocimientos más avanzados en el tema de moda, el reto que los anteños están viviendo actualmente es generar diseños exclusivos en cada empresa, pero eso recién lo están empezando hacer, hay algunas empresas que lo hicieron con anterioridad, pero mantienen sus ingresos en exportaciones.
Artesana textil Sra. Silvana Garzón	Lastimosamente no se manejan tendencias, por decirlo de esta manera cada empresario se dedica a una rama de producción y se mantienen durante largo tiempo en lo mismo o solo comercializan lo hecho en otros lugares y lo venden como propio poniendo solo etiqueta.
Ing. Lenin Trujillo	La tendencia va según la época, se limitan a estados climáticos, más no generan tendencia ni moda.
Ing. Carlos Espinosa	Las tendencias siempre van en crecimiento, en actualización de diseños de modelos. Pero se ha visto un poco afecta por las políticas de turno que han frenado en producción y aumento de maquinaria.
Diseñadora de modas. Andrea Bonilla	Antonio ante no cuenta con una línea de trabajo en función de innovación, se crea solo en escala de producción y no personalización o diferenciación.
Artesano. Germán Potosí	No es una tendencia lo que se maneja, en si trabajan en función de los tejidos las empresas que tienen mayor empoderamiento.

Tabla N° 15
Análisis de entrevista, pregunta 2
Fuente: La autora, 2018

Análisis

Cada una de las personas entrevistadas en su mayoría están de acuerdo que el área textil va en declive por la falta de innovación, refrescar ideas ha dejado de ser importante en su trabajo, contar con tendencias propias o manejarse por estilos únicos es lo que va a diferenciar al sistema de diseño y producción del cantón, pero los empresarios y productores actualmente destinan sus esfuerzos a reproducir en escala uno o dos diseños existente en el mercado, la calidad en cuestión de diseño se pasa por alto y no se potencializa el mercado interno.

Pregunta 3. ¿Qué comprende cómo identidad?

Entrevistado	Respuesta
Ing. Mauricio Ayala	Identidad el legado que año tras año se ha venido teniendo y recibiendo de nuestros abuelos, antepasados y lo que hasta hoy prevalece de ese conocimiento que nos han dejado.
Artesana textil Sra. Silvana Garzón	Es un conjunto de rasgos, cualidades que diferencia una persona de otra.
Ing. Lenin Trujillo	Lo propio de cada persona su origen cualidades y características que forjan una identidad.
Ing. Carlos Espinosa	Identidad algo que le hace conocer un lugar, en este caso la industria textil le identifica a Antonio Ante como productivo.
Diseñadora de modas. Andrea Bonilla	Identidad es todo lo que está arraigado a nuestras raíces, costumbres lo que somos como seres que estamos dentro de la historia y es súper chévere la parte étnica porque a través de eso podemos transmitir la identidad.
Artesano. Germán Potosí	Es lo que uno es, de donde proviene, sus raíces, por decirlo en otras palabras su origen y como lo transmite a otras personas.

*Tabla N° 16
Análisis de entrevista, pregunta 3
Fuente: La autora, 2018*

Análisis

Tener claro que es identidad es un punto de partida, para saber qué es lo que queremos proyectar, como queremos que la gente nos conozca, que permitimos que sepan de nosotros, es mostrarnos tal y como somos, pero siempre dando paso un cambio y crecimiento personal.

Pregunta 4. ¿Cree usted que el diseño textil en Antonio Ante posee identidad cultural?

Entrevistado	Respuesta
Ing. Mauricio Ayala	La identidad es textil si hablamos del tema productivo y económico, iniciando de la Fabrica Imbabura, la identidad parte desde que se inició su construcción, también el tema de arrieros, comercialización fue una manera en la cual los anteños sobrevivían y se ganaban el diario, desde épocas antiguas el comercio prevalecía en Antonio Ante.
Artesana textil Sra. Silvana Garzón	No, el diseño se ha vuelto genérico en casi toda la ciudad, y se desvaloriza el trabajo de jóvenes diseñadores de moda por ende ellos deben emigrar a cualquier otra provincia o país donde se valore su trabajo, un cambio de perspectiva a lo que actualmente se realiza es muy difícil hacerlo debido a que las personas se acostumbran a seguir un lineamiento fijado.
Ing. Lenin Trujillo	No, porque la tendencia es copiar entre productores o en el peor de los casos bajan los diseños de internet y lo impregnan en la ropa, es una competencia desleal entre los empresarios
Ing. Carlos Espinosa	Que identifique a la cultura de nuestro cantón “NO”, es muy diferente a Otavalo, el diseño identifica a su raza indígena, esto gusta mucho a nivel europeo, americano, pero la tendencia que maneja netamente Antonio Ante no va dirigido a ese mercado, todo lo contrario, al no contar con identidad, tiene como función satisfacer la demanda de compra de vestimenta sin ningún apego hacia la moda.
Diseñadora de modas. Andrea Bonilla	Se debe reforzar la identidad porque mediante la iconografía se trasmite la cultura.
Artesano. Germán Potosí	La identidad que se vende publicitariamente es textil, basándose a la historia de la Fábrica Imbabura, pero el resto de elementos que forman lo que es el pueblo de Antonio Ante, es pasado por alto.

Tabla N° 17

Análisis de entrevista, pregunta 4

Fuente: La autora, 2018

Análisis

El desapego a la identidad anteña es señal, que existe un déficit de trabajo en cuestión de los recursos que posee Antonio Ante, la discontinuidad de enseñanza a los productores ha causado un desconocimiento de lo propio e ignorancia de la identidad.

Pregunta 5. Considerando que Antonio Ante es reconocido por su producción textil, sus fiestas y sobre todo los lugares que han sido considerados patrimonio cultural. Según su opinión. ¿Cuáles son los iconos más representativos de Antonio Ante?

Entrevistado	Respuesta
Ing. Mauricio Ayala	Hay muchos recursos que pueden trabajarse aparte de los que están posicionados, la Fábrica Imbabura que es declarado patrimonio en el 2001 como acuerdo ministerial, posteriormente en el año 2005, el tema arqueológico la Pailatola, es un ícono cultural, las Tolas son de gran importancia en la historia y eso es lo que aun Antonio Ante tiene mucho que trabajar en la parte arqueológica, Qhapaq Ñan, el volcán Imbabura, casas arquitectónicas, gastronomía, son íconos importantes que no se han ocupado mayor interés en muchos sectores industriales, se debería dar un tratamiento para el desarrollo turístico, cultural y económico de la zona.
Artesana textil Sra. Silvana Garzón	Existe un sinnúmero de íconos, personajes, infraestructura, que forman parte de Antonio Ante y la caracteriza de otros lugares, su gastronomía es deliciosa, las tolas, los bellos paisajes en Imabaya hasta llegar a la molienda y degustar de los derivados de la caña de azúcar, tenemos diversidad y recursos sólo falta trabajo y sacar provecho de lo nuestro.
Ing. Lenin Trujillo	Lo más representativo es las ferias y las comparsas de fin de año, se debería disponer de un presupuesto para que se conozca los demás íconos que son emblema de la historia de cada anteño y fomentar el desarrollo turístico de la zona.
Ing. Carlos Espinosa	Como patrimonio tenemos la fábrica Imbabura, de donde nace el sindicalismo la tendencia textil de la gente, las fiestas de fin de año, las tolas que son parte de la identidad.
Diseñadora de modas. Andrea Bonilla	Yo he trabajado con mucha iconografía prehispánica, sobre todo con mujeres que conocen la riqueza de sus pueblos ancestrales, el bordado es una forma artesanal de presentar cualquier tipo de vestimenta o indumentaria al momento de exportar, cada zona conoce su historia, el empoderamiento y trascendencia que tiene fuera de ella, Antonio Ante sólo se manifiesta con ciertos íconos limitados es más no se busca una manera de explota el resto de recursos.
Artesano. Germán Potosí	Las comparsas del 31 de diciembre, es la festividad que mayor demanda de gente, igualmente genera un impacto en todos los turistas y el pueblo anteño, debido a que se presentan las caretas de oro, plata y bronce para los participantes, las caretas y su elaboración están pensadas para transmitir todo lo que es Antonio Ante.

*Tabla N° 18
Análisis de entrevista, pregunta 5
Fuente: La autora, 2018*

Análisis

Cada una de las personas entrevistadas conoce de diferentes íconos en su mayoría los ya posicionados, ahora se debe realizar cambios significativos en el área textil ya teniendo en cuenta los recursos que se encuentran a disposición y con la colaboración de las personas afines a las actividades o al ícono representativo, se adopta la inspiración de la zona de Antonio Ante para poder generar los conceptos y crear líneas de ropa.

Pregunta 6. ¿Usted considera que se deberían aplicar estos íconos culturales en la industria textil de Antonio Ante?

Entrevistado	Respuesta
Ing. Mauricio Ayala	Claro, el tema de diseño les hace falta a muchos empresarios por trabajar, ya que sólo se manejan copiando lo ya existente, puede ser por la demanda de mercado en el punto de cantidad en vez de calidad, entonces se trabaja en función de eso, pero muy pocas empresas desarrollan diseño exclusivo para abrirse espacio a un mercado mucho más importante.
Artesana textil Sra. Silvana Garzón	Depende como se los aplique, es decir, que técnica o de una manera atractiva que resalte y denote la forma del ícono, tomando en cuenta que sea fácil de comercializar y que la gente cuando lo vea sienta el deseo de comprar.
Ing. Lenin Trujillo	Sí, es bueno reproducir lo nuestro vender lo que es propio de la ciudad.
Ing. Carlos Espinosa	No, porque lo que producimos ya nos identifica. No en la producción textil, porque nuestro producto ya lo conocen como tal, pero en Otavalo ellos si representa en sus tejidos la cultura indígena, nuestra producción no está identificada por lo que somos si no por lo que producimos.
Diseñadora de modas. Andrea Bonilla	Si, se transmite la identidad la cultura, en estas épocas modernas es una forma fácil de llegar a los jóvenes ya que la ropa es nuestra segunda piel, entonces si a eso se le pone un concepto cultural, estamos generando un producto diferenciador. Y para dar inicio a la creación de una nueva colección tenemos que tener en cuenta algunos factores, la inspiración, temporada, colores, texturas a manejar.
Artesano. Germán Potosí	Como en San Antonio se usa el tallado para dar vida a lo existente, destacando la belleza de un elemento, es lo mismo que sucede en la industria textil, comercializar una prenda única, original y se vuelve versátil si lo implantado en ella cuenta una historia o tiene una razón de ser, por ello al momento de la producción hay que tener en cuenta que el mercado está compuesto por clientes exigentes y se deben ayudar de un grupo de personas que este actualizados en el tema y así se pueda obtener productos de calidad.

*Tabla N° 19
Análisis de entrevista, pregunta 6
Fuente: La autora, 2018*

Análisis

Se debe vender lo nuestro, adaptarse a las novedades que surgen en torno a moda o no basarse a una sola idea o un estilo, crear es una fusión de lo aprendido y sobre todo es experimental, el proceso depende de cada persona la creación de dibujos y módulos textiles, para así potencializar el sector.

Pregunta 7. ¿Antonio Ante cuenta con algún plan mantenimiento o actualización de vanguardia en función del trabajo textil, de manera que atraiga la mirada de los posibles compradores?

Entrevistado	Respuesta
Ing. Mauricio Ayala	No, definitivamente Antonio Ante no cuenta con eso y lastimosamente con la desaparición de la cámara de comercio ha sido el punto para que existan estas falencias de los empresarios textiles, ya que era un eje fundamental del desarrollo de capacitaciones para los empresarios, a razón de esto el gobierno municipal ha descuidado el tema de la parte productiva se ha limitado exclusivamente a solo hacer feria cada intervalo de meses dejando muy aparte el de tema fundamentación técnica que hacia los empresario, esto lo realizaba la cámara de comercio
Artesana textil Sra. Silvana Garzón	No, Antonio Ante limita todos sus esfuerzos y presupuesto a las ferias textiles dentro de la ciudad.
Ing. Lenin Trujillo	No, los turistas llegan gracias a la publicidad y promoción que se hizo tiempos atrás, logrando un reconocimiento a la ciudad, pero con el paso de los años y la mala planificación técnica a generado que la capital de la moda pierda fuerza y mercado.
Ing. Carlos Espinosa	La producción textil se maneja de manera independiente, no hay una política nacional que ayude a desarrollar tendencias en cuanto a la producción, en referencia al Municipio de Antonio Ante no hay ninguna política que ayude al desarrollo del área textilera en función de producción, eso se maneja por iniciativa de cada una de las fábricas.
Diseñadora de modas. Andrea Bonilla	Se debe tener claro la cultura la identidad y tener actitud, porque la ideología del pueblo anteño en su mayoría se basa en que lo autóctono es más para el pueblo indígena y por ende los bordados es solo para uso de ellos, para cambiar este pensamiento se debe ir por medio de una inmersión sutil en referencia a los acabados textiles en su mayoría artesanales, es decir, introducir nuevas técnicas de poco a poco u otro punto industrializando, pero no es lo más adecuado por que se pierde el valor cultural.
Artesano. Germán Potosí	No, los anteños se encuentran estancados en una misma línea de producción repetitiva.

Tabla N° 20
Análisis de entrevista, pregunta 7
Fuente: La autora, 2018

Análisis

El valor agregado es importante es un sello distintivo de una empresa y Antonio Ante tiene falencias en este aspecto técnico, la falta de capacitación en la mano de obra y las restricciones existentes o limitantes al momento de la producción son factores que han causado un daño en el sector textil, se debe no escatimar esfuerzos, esto recae en la responsabilidad de los empresarios para garantizar el éxito en la calidad productiva para seguidamente socializar y crear planes estratégicos de comercialización para posicionarse para que el mercado sea sostenible en el tiempo.

Pregunta 8. ¿Considera que la identidad de Antonio Ante se gestiona adecuadamente para dar conocimiento pleno a nivel nacional?

Entrevistado	Respuesta
Ing. Mauricio Ayala	No, pero si se han hecho pequeñas cosas por la parte pública, falta trabajar marca ciudad, eso ayuda primordialmente a parte textil, y a todos los comercios en el plano turístico-cultural. La parte de promoción y difusión solo se lo hace solo por feriado, pero no como un trabajo planificado y con fundamento técnico
Artesana textil Sra. Silvana Garzón	No, de forma colectiva no, cada empresa busca la manera de salir adelante ante la competencia dándose a conocer y exportando fuera de la provincia o del país, no existe un plan estratégico en donde exista una asociación de productores textiles para que trabajen de forma conjunta para retomar las riendas del sector.
Ing. Lenin Trujillo	No y el problema radica desde la marca ciudad, la cual no refleja en ninguna parte el desarrollo textil como pilar fundamental de trabajo de los antenños.
Ing. Carlos Espinosa	Si se gestiona adecuadamente, pero más por la parte privada que por la pública, nuestros productos son conocidos por los productores a nivel nacional e internacional.
Diseñadora de modas. Andrea Bonilla	No, la idea es crear algo nuevo, ya que existe un mercado de masas, al implantar una línea étnica, genera un impacto cultural y social ya que se trabaja directamente con las comunidades.
Artesano. Germán Potosí	Si se gestiona, pero no de forma adecuada, el mensaje que se quiere transmitir no es el adecuado, se debe vender más allá de un sector textil, lo importante es llegar a la gente de otra manera y generar mayor turismo.

*Tabla N° 21
Análisis de entrevista, pregunta 8
Fuente: La autora, 2018*

Análisis

Se debe considerar el desarrollo económico de todo Antonio Ante al momento de vender de forma pública una identidad, en efecto la ausencia de la Cámara de Comercio ha generado que los productores tengan desconocimiento acerca de datos importantes en su área para así poder mejorar la calidad de su trabajo, de igual manera se debe considerar en vender al cantón partiendo de una marca ciudad basada en un concepto y argumentos fuertes, con el fin de consolidarse como promotores textiles.

Pregunta 9. ¿Sería de utilidad un instrumento que sirva como una guía de diseño identitario de Antonio Ante?

Entrevistado	Respuesta
Ing. Mauricio Ayala	Claro, el documento que usted está realizando, debe ponerse en conocimiento de las autoridades, se debe vender la idea en el tema empresarial, va tener cabida en la parte textil.
Artesana textil Sra. Silvana Garzón	Si, sería útil para recordar a la gente que, con ingenio y buenas ideas, podemos cambiar el contexto de moda existente que se ha vuelto una copia.
Ing. Lenin Trujillo	Si, sería útil para que se conozca la identidad de Antonio Ante y denotar las capacidades y habilidades del empresario en la creación de nuevas tendencias de moda.
Ing. Carlos Espinosa	No creo que es muy necesario Atuntaqui solo se basa en incrementar la producción y ventas, más no crear diseños propios.
Diseñadora de modas. Andrea Bonilla	Sí, porque se causa un movimiento de masas, pero al momento de pasarlo a la tela debemos fijarnos en aplicar productos de calidad que sean amigables con el medio ambiente, fibras naturales, porque como no se debe poner un trabajo artesanal tan particular en una tela sintética, se debe tener un conocimiento y buen manejo de los materiales.
Artesano. Germán Potosí	Claro, pero primero se debe educar a los empresarios en la importancia de procesos de desarrollo creativo.

*Tabla N° 22
Análisis de entrevista, pregunta 9
Fuente: La autora, 2018*

Análisis

Poner en conocimiento una guía de íconos reforzando la historia y las raíces de todos los pobladores de Antonio Ante, es una buena idea para crear un vínculo emocional con lo nuestro

y por ende colaborar al sector textil con una visión diferente en el área de diseño para refutar el mal manejo que existe actualmente y reconocer la situación real que sin innovación Atuntaqui está perdiendo su fuerte en el ámbito textilero y para dar una solución se debe dar un cambio, generando espacios de crecimiento económico y transformando una idea en diversos procesos creativos.

Factibilidad del proyecto

Al aplicar los diferentes instrumentos de investigación, la información que se obtuvo, transitó por diferentes filtros con la finalidad de obtener la concepción del proyecto, en conclusión, el trabajo es viable y se enfoca en solucionar el grave problema de apropiación y empoderamiento de la identidad, a través de un producto editorial. Esta guía es un punto de partida para que los artesanos y grandes productores tengan una pauta y puedan crear tendencias propias en la industria.

Viabilidad técnica y operativa

Partiendo del marketing mix, es una estrategia interna que cada empresa debe tomar muy en cuenta al momento de sacar un producto y comercializarlo, el punto fuerte es conocer la situación de la empresa y poder desarrollar una estrategia de posicionamiento. Como en el caso de ser autónomos y crear sus diseños deben enfocarse el precio, producto, distribución y promoción.

CAPÍTULO IV

PROPUESTA ALTERNATIVA

4.1 Macro localización

Antonio Ante se encuentra en la zona norte de Ecuador, dentro de la provincia de Imbabura, la cabecera cantonal es la parroquia de Santa Marta de Atuntaqui, junto a la parroquia de Andrade Marín. Las parroquias rurales son: San Roque, Natabuela, Chaltura e Imbaya.

La historia se remonta a las épocas cuando la Fábrica Imbabura, era potencia en producción de textiles, desde ese tiempo el pueblo anteño se apropió de esta profesión hasta la actualidad siendo esta una fuente de empleo para muchas personas.

UBICACIÓN GEOGRÁFICA

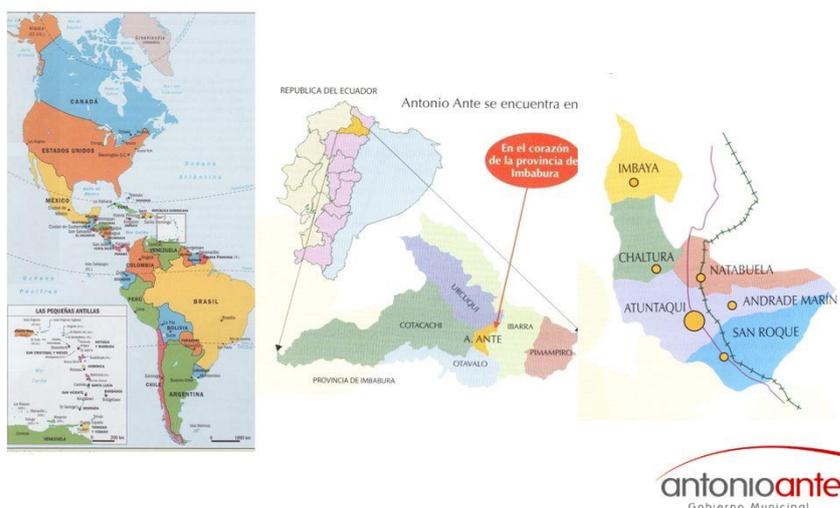


Gráfico N° 21

Ubicación geográfica de Antonio Ante

Fuente: http://images.slideplayer.es/33/10230124/slides/slide_3.jpg

4.2 Metodología de diseño

Recopilar la iconografía, personajes, cuentos o leyendas de trascendencia en el tiempo, historia, lenguaje autóctono de cada una de las parroquias del cantón Antonio Ante, sin alterar su esencia, forma, color, textura y sonido. Es el propósito que cumple este proyecto es satisfacer

la necesidad de registro gráfico cultural a través del desarrollo de una obra editorial que identifique y diferencie a Antonio Ante de las demás provincias.

4.3 Introducción

Esta propuesta partió de una investigación de campo, para que el nivel de desarrollo de información sea veraz.

La historia olvidada, la falta de fuentes de información ha causado que muchos jóvenes busquen su identidad o raíces en íconos ajenos a su cultura, desde los años 1924 cuando se fundó la Fábrica Imbabura, históricamente los anteños se dedicaron a la elaboración artesanal de vestimenta.

La idea nace a partir de reforzar la identidad del cantón Antonio Ante tomando en cuenta su riqueza cultural, conducta y valores de sus pobladores, el valor agregado que se requiere compartir con la guía es las diferentes manifestaciones folclóricas que puedan acoplarse gráficamente a las nuevas generaciones, por ello se utiliza el diseño etno- urbano, para que se acentúe en el entorno cotidiano marcando tendencia, justificando al diseño como un fenómeno creativo y productivo direccionado a una verdadera identificación ecuatoriana.

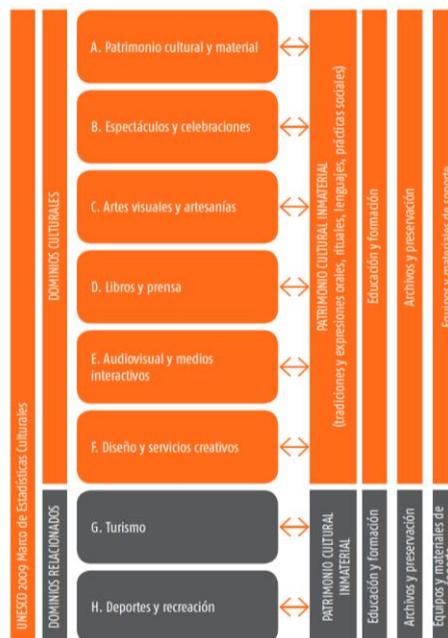


Gráfico N° 22
Economías Creativas

Fuente: Imagen de Felipe Buitrago (Reporte de las Economías Creativas 2010 según la ONU)

La economía naranja es el factor que mueve una masa social, logra diferenciar de la competencia mediante tres elementos que son: cultura, creatividad e identidad; es una cadena en donde todo se encuentra enlazado y es valorado el trabajo intelectual, compartir ideas y talentos con la intención de crear productos diferentes e innovadores es lo que las industrias creativas buscan transformar el mundo como se conoce, con la ayuda de mentes abiertas, con buenas ideas, se crea un modelo de negocios sostenible que sea social y comunicativo.

Es un sector económico de alto impacto en la generación de empleos y exportación de bienes creativos, existe un aumento notorio de ingresos a comparación de otras actividades y el beneficio es significativo para el desarrollo social, inclusivo y de identidad cuyo el propósito es generar crecimiento sostenible.

4.2 Justificación

Atuntaqui tiene fama nacional como centro de la moda, desde hace años se vive una verdadera cultura industrial porque casi la totalidad de sus pobladores se dedica a esta actividad y genera réditos rentables en su economía. Aunque es curioso que no exista una tendencia generada desde esta matriz.

Desde hace años, Atuntaqui se dedicó hacer reproducciones de diseños populares con el fin único de vender y hacer una producción en gran escala y esto trajo consigo el uso de referencias de marcas ajenas, no consolidar un estilo o tendencia predominante que a su vez signifique apropiamiento de sus empresarios y equilibrio dentro del mercado mediante una estrategia de transformación, desarrollo tecnológico y cambios socio- culturales.

La guía será un impulso positivo para las empresas dedicadas a la producción textil, muestren diseños referentes al cantón Antonio Ante con un énfasis etno-urbano, la edición limitada es muy importante para no saturar al mercado de un monologo gráfico en la vestimenta, debido a que se quiere dejar en el olvido la copia entre los productores y que todos se apropien de su identidad para crear un propio estilo, la idea de este emprendimiento es plasmar los conocimientos en un sector que influye en la economía local y nacional. Posicionar la calidad de contenidos, es lo que debe causar mayor impacto en los consumidores, hay que mencionar que innovar es la ruta correcta en el mundo de la moda.

4.3 Fundamentación

En la elaboración de la propuesta alternativa en torno a la producción textil en Antonio Ante, se considera los siguientes aspectos dentro de la investigación: patrimonios culturales tangibles e intangibles, datos históricos, personajes relevantes, cultura, tradición y gastronomía, de esta manera podemos localizar a grupos focales importantes en la obtención de datos, mediante el uso de diferentes recursos de criterio racional y visuales. El campo de acción es directamente la producción textil, se debe conocer profundamente a los productores y remarcar que la falta de originalidad en el diseño de las prendas de vestir, es un factor que causa problemas entre los productores textiles, que sólo se fijan en la producción en gran escala, dejando de lado la innovación.

El uso del diseño gráfico con un estilo Etno-urbano, permite plasmar un enfoque moderno y juvenil sin perder la esencia de lo que se quiere transmitir mediante un lenguaje visual, que brinda una identidad propia al proyecto. Para la correcta elaboración de las artes gráficas, se utilizó dos softwares Adobe Illustrator para vectorizar y Photoshop para el manejo de colores y dar detalles, finalmente el soporte en el cual se elaboró la guía fue en Adobe InDesign para mantener una buena diagramación y maquetación.

El material es idóneo para las personas que se dedican a la elaboración de prendas de vestir, ellos contarán con una guía para que puedan direccionar su trabajo y notar la diferencia que marca un diseño en la identidad del negocio. El uso de medios análogos o digitales para la difusión del material editorial, se debe manejar una comunicación relativa en aspectos sociales que genere aceptación en los rasgos culturales de Antonio Ante.

4.4 Desarrollo de propuesta

4.4.1 Objetivos de la guía

Objetivo General

- Realizar una guía de íconos visuales para la producción textil con un estilo etno-urbano que resalten la riqueza y diversidad cultural en Antonio Ante.

Objetivos Específicos

- Recopilar información histórica y actual, sobre íconos más importantes de las parroquias de Antonio Ante.
- Determinar el método adecuado para realizar una guía favorable para la producción textil.
- Desarrollar una estrategia de promoción, para socializar los beneficios del uso de la guía a productores artesanales e industriales.

4.4.2 Diseño y construcción del proyecto

La construcción y maquetación de la guía de íconos visuales, tiene como principal meta demostrar a los productores textiles que el diseño es un área importante que permite el desarrollo de la innovación, dicho brevemente el trabajo que ellos realizan no está mal, pero copiar causa un daño de gran magnitud en la industria e ingresos económicos de la misma.

Una propuesta estética y agradable al ojo humano, sin perder las raíces que identifica a cada parroquia es lo que se presenta como propuesta alternativa, se manejará por etapas:

4.4.3 Concepto

Determinar la personalidad de la marca en la cual se va a trabajar es un lineamiento importante, debido a que, mediante al impacto causado se generan clientes fieles a ella y de esa manera se puede direccionar la comunicación para consolidar el concepto del negocio. La marca lleva consigo una historia, un punto diferencial, que la identifica y contrasta ante el profundo océano de marcas existentes en el mercado actual.

La marca destinada como identificación de la guía, fue trabajada en base a una idea de revitalización cultural considerando un concepto de origen, particularmente el estudio se asienta en el cantón de Antonio Ante, cada una de las investigaciones se ha realizado específicamente en las parroquias, de una manera puntual analizando diversas historia, puesto que estas han facilitado que se forje características que identifican a cada zona, permitiendo el florecimiento de íconos representativos, para dar paso al desarrollo de una identidad que está anclada a los patrimonios tangibles e intangibles, se relaciona también en las vivencias y memorias históricas de los pobladores.

4.4.4 Naming del producto

El diseño de un proyecto de gestión cultural en este caso enfocado al área de producción textil, debe tener un nombre que lo identifique, también debe reflejar la esencia de la investigación realizada. Antonio Ante tiene dos pilares que son los mestizos e indígenas principalmente los Natabuelas que dan sentido a la producción de elementos representativos. Al ser un lugar donde se hablan dos idiomas como el quichua y español; partiendo de este punto al momento de la construcción del naming, se ha analizado escritura y pronunciación, dando como resultado:

MUSUQ PAYQ

4.4.5 Construcción de la marca

La creación de la marca refleja la riqueza andina y los recuerdos quedados en la memoria de las personas que vieron crecer el cantón. A razón de lo dicho anteriormente las palabras MUSUQ PAYQ, son dos palabras que se extrajo del lenguaje quichua de la traducción de MODA y NUEVO.

La marca está constituida totalmente por tipografía experimental andina desarrollada en base a iconografía anteaña, consta de detalles suaves y estilizados también permite apearse a la identidad visual de Antonio Ante. Se implementó un slogan publicitario, para representar la idea central del proyecto, persuadir al público y crear comunicación entorno a la guía bajo un sistema de campaña publicitaria para garantizar el acercamiento del producto con el público objetivo.



*Gráfico N° 23
Marca del proyecto
Fuente: La autor, 2018*

Modulación

El logotipo de MUSUQ PAYQ, se escribe en una superficie modular de proporciones de 23x16.

Siendo “x” la unidad de medida, para asegurar un formato correctas y proporcional de la marca, se debe mantener y respetar las medidas para que no exista ninguna alteración, para que de esta manera se pueda asegurar la óptima aplicación y percepción del logotipo.



Gráfico N° 24
Modular de marca
Fuente: La autora, 2018

El color es lo que define valores emocionales que se requiere que las personas los perciban al momento de estar ante la presencia de dicha marca, por otro lado, la gama cromática que utilizada debe ser adecuada para su acoplamiento en los diferentes soportes publicitarios.



Gráfico N° 25
Pantones de marca
Fuente: La autora

Aplicación cromática



Gráfico N° 26
Aplicación cromática de marca
Fuente: La autora

4.5 Contenido Información iconográfica

Recolectando información histórica y actual, se ha elaborado fichas técnicas, cada una de ellas es analizada y luego se resaltan las características de mayor importancia para luego extraer los íconos representativos

Muestra gráfica del ícono	
<	
Localización	Andrade Marín
Nombre de ícono	Un tesoro inolvidable primitivo
Contexto	Dentro del perímetro donde se asienta la Parroquia de Andrade Marín, se encuentran diseminadas muchas tolas con una topología desigual, esto es como consecuencia de que, centenares de indios, se reunían para construir estas cuantiosas elevaciones de mayor o menor volumen, que realmente se constituían en sepulcros como única finalidad. Todas estas estructuras funerarias eran construidas de acuerdo a la categoría y condición de los súbditos, lo demuestra el volumen y tamaño de cada tola, los súbditos de baja condición, constituían pues innumerables “cementeros”, por lo que existe todo el fundamento para deducir que la densidad de población aborigen en esta área maricense era populosa y abigarrada, por cuanto todos estos seres vivientes residían como es lógico y natural junto a estos innúmeros sepulcros de sus mayores idolatrados. Y para mayor comprobación de este acierto histórico, se explica que, de entre los túmulos funerarios enunciados, sobresale con singular belleza y perfección la más grande de estas elevaciones, sea por su forma prismática y por el grado de significación que tiene; lleva el título de “Orozco-Tola”, nombre que le fue impuesto como homenaje a un ilustre religioso mercedario, el Padre Juan de Orozco, historiador de los primeros tiempos coloniales, es autor de la pre y proto historia de los aborígenes especialmente de los caras, quien resaltó de manera singular el valor incalculable que encierra este grandioso Monumento Histórico, ya que allí está sepultado el último Shiry X, héroe que murió valerosamente en el campo de batalla.
Análisis de importancia iconográfica	Las tolas son la representación aborigen de los antiguos pobladores en la zona de Imbabura, su lucha contra la esclavitud hacia la libertad en los albores de la historia ecuatoriana. Se puede apreciar que Andrade Marín, es la cuna de muchas tolas los secretos que se encuentran enterrados en ellas ha captado la atención de los arqueólogos quienes visitan esta pequeña parroquia ubicada en Imbabura, también como dato importante se muestra el sepulcro de Reina Pacha hija del Rey Cacha donde indica la distancia de dos amores reales, no se entiende el por qué si se amaron tanto estaban separados en vez de estar frente a frente como muestra sus tumbas reales.

Tabla N° 23

Un tesoro inolvidable primitivo

Autor: Jorge Ubidia

Fuente: Texto Monografía histórico- confidencial de Andrade Marín

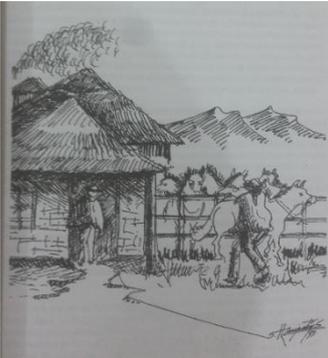
Muestra gráfica del ícono	
<p>“ARRIEROS SOMOS Y EN EL CAMINO NOS ENCONTRAMOS”</p> 	
Localización	Atuntaqui
Nombre de ícono	Tambos de arrieros
Contexto	<p>“ARRIEROS SOMOS Y EN EL CAMINO NOS ENCONTRAMOS” Era la frase preferida de los arrieros y con ella querían manifestar como el mundo da vueltas y como los hombres deben ser cuerdos y respetar las buenas costumbres, no ser egoístas si no solidarios.</p> <p>Se cuenta historias llenas de aventura de los arrieros de Atuntaqui que llegaban por los caminos hasta llegar a la Costa, se encontraban después de cada etapa en un tambo donde aproximadamente se daba alojamiento para 40 individuos era un momento para descansar y compartir, el frío lo calmaban con el uso de ponchos, allí se extendían los manteles y se convidaba a todos los arrieros a servirse la comida que se traía de diferentes sitios. Los del Norte se interesaban por la comida del Sur y viceversa. Los arrieros serranos esperaban ansiosos el pescado frito y los mariscos. Las relaciones humanas eran lo más importante para los halcones del camino en sus diferentes paraderos, debido a esto el criterio actual del turismo en el Ecuador tiene que ver con los arrieros, ya que ellos son los forjadores de las primeras vías y de la existencia de estaciones para sueños y recuerdos. La hospitalidad de los hacendados es digna de resaltar en la historia por su forma de recibir a los viajeros con las expresiones como “está en su casa” o “está servido”</p>
Análisis de importancia iconográfica	<p>La iconografía constituye el mejor medio para contar la historia, habría que decir que los halcones del camino es un fuerte icono del pueblo de Antonio Ante, fueron hombres de alma enérgica y convicción, también conocidos como los arrieros, siempre pensando en su familia y el bien de la sociedad.</p> <p>Los arrieros transitaban caminos en mal estado y durante varias horas con el fin de traer encomiendas muy valiosas y gracias a ellos inicio la época de desarrollo y modernización; otro rasgo de importancia de este periodo, es que estos hombres contribuyeron a transportar las piezas de las maquinarias existente en la Fábrica Imbabura ubicada en Andrade Marín, siendo la parte sustancial para el movimiento económico local. Y actualmente en las fiestas de Atuntaqui, se revive el tiempo de los arrieros con el objetivo de homenajearlos, muchas personas siguen el sendero, a razón de revivir la tradición y sentirse orgullosos por estos hombres de antaño.</p>

Tabla N° 24
Tambos de Arrieros
Autor: Luis Rivadeneira Játiva
Fuente: Texto Historias Olvidada

Muestra gráfica del ícono	
	
Localización	Chaltura.
Nombre de ícono	Los cuyes de Chaltura.
Contexto	<p>En el cantón Antonio Ante existe la tradición popular para servir a los visitantes su plato típico “Los Cuyes”. En Chaltura aún se conserva la tradición de elaborar este delicioso plato acompañado de ají de chocho y una cerveza nacional. En las fiestas de la cosecha se acostumbraba que los partidarios tenían la obligación de brindar a los dueños de las tierras la comida durante las fiestas y el plato de cuy era el preferido. En las mingas de Atuntaqui se servía esta delicia en la construcción de la escuela católica “José Ricardo Vásquez” del pabellón de aulas de la escuela “Santa Luisa de Marillac”, del puente de madera de la quebrada de Tumbibiche y del techo de la iglesia matriz.</p>
Análisis de importancia iconográfica	<p>La gastronomía ecuatoriana, mezcla diferentes sabores, pero la gastronomía es lo que identifica y diferencia a cada zona del Ecuador que tienen sus secretos al momento de la preparación.</p> <p>Un plato típico de la provincia de Imbabura, es el cuy es un animal andino exquisito, la cocina en esta zona ha favorecido en gran escala en el sector económico de los chaltureños siendo un pilar importante para la subsistencia de la parroquia.</p>

Tabla N° 25
Los cuyes de Chaltura
Autor: Luis Rivadeneira Játiva
Fuente: Texto Historias Olvidadas

Muestra gráfica del ícono	
	
Localización	Andrade Marín
Nombre de ícono	Personaje “El Guadapo”
Contexto	<p>“El Guadapo” cuenta con la edad de 70 años es un personaje reconocido en las parroquias de Andrade Marín y Atuntaqui, es un hombre que siempre le gusta pasar sonriendo y saludando a las personas mediante gestos o dando la mano, debido a que carece del habla, su familia se encuentra ubicada en Andrade Marín, su madre María Rosario Enríquez una anciana de 97 años que lo cuida, cuenta que la discapacidad de Segundo Jorge Cadena, inicio cuando tenía ocho meses de nacido y lo llevaron a una montaña y ese día la lluvia fue su acompañante no ceso, luego de eso notaron que el niño tenía un problema.</p> <p>Los vecinos lo cuidan y protegen, él se ha ganado el aprecio de los pobladores, y su particular vestimenta es lo que lo hace diferente y único.</p> <p>Un hombre sencillo con carisma y felicidad que contagia a quien lo conoce.</p>
Análisis de importancia iconográfica	<p>En cada localidad existe un personaje típico que lo diferencia de otras urbes, llegando a constituir la identidad e idiosincrasia de un pueblo.</p> <p>Jorge Cadena, mejor conocido como “el Guadapo”, es natal de Andrade Marín, su buen humor y ganas de vivir siempre con una sonrisa lo demuestra cada día es lo que lo caracteriza, todos los ciudadanos lo conocen, lo saludan. Cuando él sale recorrer los caminos de la tierra que lo vio nacer y desarrollarse, aun siendo una persona con discapacidad, no ha sido un impedimento para interactuar con otras personas.</p> <p>Un hombre de avanzada edad, siempre vistiendo traje militar, en los pregones de la ciudad se antepone en el primer lugar, conduciendo el desfile, su gestos emiten alegría a los visitantes que año tras año en los recibe con los mejores ánimos, poniendo todo su esfuerzo y talento para sacarles una sonrisa, también los habitantes del centro de Atuntaqui lo reconocen porque cuando son las retretas él con una guitarra en mano se sube a una de las bancas y asemeja a estar cantando o dando un concierto, los curiosos se reúnen para verlo.</p>

Tabla N° 26
 Jorge Cadena “El Guadapo”
 Autor: Diario El Norte

Fuente: <http://www.elnorte.ec/deportes/67616-el-%E2%80%9Cguadapo%E2%80%9D,-un-personaje.html>

Muestra gráfica del ícono



Localización	Atuntaqui
Nombre de ícono	Esthela Jácome
Contexto	<p>De mirada inquieta, rostro cansado pero lucido, un sombrero negro del que sale sus dos trenzas de cabello plateados.</p> <p>A sus 84 años, ella recuerda cuando era niña hilaba cabuya, sus tías vendedoras de habas en el antiguo mercado que funcionaba en la Plaza Libertad, le sugirieron que deje este oficio, que cocine choclo, frejol y vaya al puesto para que al igual que ellas, se dedique a vender estos granos cocidos.</p> <p>El tiempo transcurrió y pese que el mercado dejó de funcionar en aquel lugar ella continuó vendiendo chochos, tostado y habas todas las tardes, de lunes a domingo durante los últimos 70 años.</p> <p>Un banco una mesa de madera de 50 cm y un canasto donde coloca los granos, constituye un muy sencillo puesto desde el que satisface paladares de los jugadores vóley y las obreras de las fábricas textiles cercanas al lugar. Sus delicias cuestan 0.25 a 0.50 centavos.</p> <p>Desde su casa hasta el puesto de venta Esthela tarda una hora en llegar, camina con total equilibrio pese a cargar el pesado canasto con los granos. Es madrugadora se despierta a las 6h00 am, prepara su desayuno, el de su hija y nieta, mientras toma su agua de manzanilla piensa en los ingredientes que le hace falta para comprarlos en el mercado.</p>
Análisis de importancia iconográfica	<p>La señora Esthela o reconocida por el hermoso color de sus ojos azules, lleva años vendiendo granos cocidos y lo acompaña con exquisito ají de piedra, es el sustento de su familia, con un sueldo mínimo ella crio a 7 hijos, la labor nunca le pareció pesada es más con lo que le brinda la tierra, es decir, cosas naturales alimentó y alimenta a los anteños que se dan cita en la Plaza Libertad, sea para jugar vóley, disfrutar de algún evento y a la hora de la salida de las escuelas y colegios los estudiantes la visitan y no dudan en probar sus manjares. No es sólo una distracción es su estilo de vida y hasta el final de sus días se siente orgullosa de su medio de trabajo, el lugar que ha ocupado durante 70 años se ha vuelto como su segundo hogar, una mujer luchadora, constante y responsable es la señora Esthela Jácome.</p>

Tabla N° 27
Esthela Jácome
Autor: Diario El Norte
Fuente: Revista Manos Anteñas

Muestra gráfica del ícono	
	
Localización	Atuntaqui
Nombre de ícono	Mamá miche (Fritadas)
Contexto	<p>Mama Miche fue socia de la Cooperativa Atuntaqui Ltda. En sus primeros años de vida institucional. Solicitó un préstamo para la compra de chanchos. Vencido el plazo para saldar su crédito, entrevisto al presidente de la entidad en su oficina. Saludando cortésmente solicitó prórroga porque aún no faenaba a los cerdos. Ni presidente ni gerente negaron. Ella liquidó el préstamo en el tiempo pactado por el favor merecido y con modestia, esta fritada preparada por su Mama Miche. El presidente agradecido por el gesto le insinuó a ella que coloque un rótulo en su negocio. Desde entonces el sitio es conocido como “Fritadas Mama Miche”, en la calle Bolívar, donde sus clientes saborean la exquisita fritada, lo típico de la gastronomía criolla que ofrece Atuntaqui. El secreto del sabor está en el movimiento que le da a la carne en la paila de bronce que permite que la fritada este en su punto, es decir, del color preferido del público, formando carnes coloradas con hilachas para los paladares más exigentes las saboreen.</p>
Análisis de importancia iconográfica	<p>Aromas primorosos se dispersan por las calles, es inevitable intentar evitarlos más aún si es de la fritada de Mama Miche la que es preparada y ofrecida a los comensales desde hace muchos años atrás, su delicioso sabor los envuelve en momentos felices, su color dorado y su particular forma de preparación o mejor dicho su secreto gastronómico encanta a más de uno, este plato es ideal para compartirlo en familia, su costo no es muy elevado.</p>

Tabla N° 28
Mama Miche
Autor: Gustavo Jiménez Aragón
Fuente: Texto Vivencias de mi Tierra

Muestra gráfica del ícono	
	
Localización	Atuntaqui
Nombre de ícono	Fiestas de Fin de Año
Contexto	<p>Anualmente Atuntaqui despide al Año Viejo con desfile de comparsas, algarabía y con espectacularidad se proclama el bando y lectura de testamento, del 28 de diciembre hasta el 6 de enero de todos los años se desarrolla la temporada de inocentes y Atuntaqui ha logrado reconocimiento en toda la provincia.</p> <p>No solo es manifestar una broma de buen gusto o hacerle ilusionar a una persona, sino que supone imitar a personajes y dramatizar hechos.</p> <p>En dramatizaciones se cumple diferentes roles, a las personas que hayan hecho noticia en todo el transcurso del año.</p> <p>El testamento de año viejo, elaborado por un equipo muy escogido de anteños, dejan herencia a todos y de nadie se olvidan.</p>
Análisis de importancia iconográfica	<p>Las festividades de Fin de Año en la ciudad de Atuntaqui han trascendido hasta llegar al punto de tener reconocimiento a nivel nacional, muchos turistas visitan esta pequeña ciudad, sea por la novedad o por encontrarse con festividades diferentes, las comparsas se toman las calles principales, emiten alegría, jocosidad por parte de los disfrazados, el bagaje cultural se transmite.</p> <p>El acuerdo ministerial No. 35 emitido el 11 de diciembre de 2007 las festividades de Fin de Año se declaran Patrimonio Intangible por el Instituto Nacional de Patrimonio Cultural.</p>

Tabla N° 29
Fiestas de fin de año
Autor: Luis Rivadeneira Játiva
Fuente: Texto Historias Olvidadas

Muestra gráfica del ícono	
	
Localización	Imbaya
Nombre de ícono	Historias de las Moliendas de Caña
Contexto	<p>El ruido del trapiche que molía la caña de azúcar utilizando la fuerza de la yunta de bueyes, se llenaba en moldes de madera la miel para elaborar la panela y batirla con paletas en forma continua hasta que llegue al punto para los llamados “santos”, empanizados con dulces de color blanquecino que se asemejan a los santos de la Iglesia Católica.</p> <p>Desde los años 40 hasta los 60 el mejor negocio de Imbabura era producir panela en las moliendas de las principales haciendas: San Ignacio, Chaltura, Natabuela y Pinsaquí. Cuando salía el sol llegaban caminando los visitantes de la ciudad de paseo a las moliendas a compartir y recrearse, a servirse el jugo de caña. El “otavalillo”, caldo espumante que se forma cuando el jugo pasa del primer al segundo caldero; otros caminantes llegaban por el “guarapo”, compuesto en el tanque de madera que recoge el agua para lavar las paletas y las herramientas de la molienda, más la “cachaza” hasta encontrar su fermentación, base para el trago puro de caña. Había también el “socrocio”, resultado de la condensación de la miel pura, a manera de los suspiros, pero más duros y con sabor a caña, con gotas de limón y bicarbonato.</p>
Análisis de importancia iconográfica	<p>Con un clima tropical y una tierra fértil en la parroquia de Imbaya se encuentran grandes extensiones de cañaverales, desde épocas antiguas el trapiche ha sido una fuente de trabajo destinado a la producción de panela y algunos derivados de la caña de azúcar, eran consideradas golosinas. Actualmente en las fiestas de Atuntaqui se coloca una molienda en la Plaza Libertad, se permite ver de cerca el proceso hasta llegar a la obtención de los productos terminados, los caminantes se acercan a degustar sea de los santos, el otavalillo, la cachaza o el guarapo, esta labor ancestral no se la quiere perder.</p>

Tabla N° 30
Historia de las Moliendas de Caña
Autor: Luis Rivadeneira Játiva
Fuente: Texto Recuerdos de Imbabura y del Cantón Antonio Ante y sus valles

Muestra gráfica del ícono	
	
Localización	San Roque
Nombre de ícono	Coches de madera
Contexto	En San Roque desde hace 24 años se realizaban estas carreras, pero no eran puestas en un ojo focal de valor cultural, pero hace 16 años se incluyeron en las festividades, la pista que deben recorrer los competidores cuentan con sus grados de dificultad como el empedrado, a razón de que estos decendiendo es lo que llena de adrenalina a todos los espectadores, estos pequeños coches de madera es una actividad se dan a conocer las habilidades de cada conductor.
Análisis de importancia iconográfica	<p>Los delegados de la parroquia apoyan con mucho gusto esta competencia, es una forma de diversión sana y ayuda al turismo en la ciudad, permite fortalecer y rescatar la tradición de estos intrépidos pilotos.</p> <p>Las familias esperan con ansias la competencia, se reúnen y fabrican el coche de madera siempre con la mentalidad que ese año el suyo será el ganador.</p>

Tabla N° 31
Coches de Madera
Fuente: Franklin Renato Buitrón Lomas
PRESIDENTE DE LA JUNTA PARROQUIAL DE SAN ROQUE

Muestra gráfica del ícono



Localización	San roque
Nombre de ícono	Pelota de mano
Contexto	<p>San roque lo juega desde hace muchos años atrás, se debe dar una preparación especial para evitar daños o fracturas en la mano.</p> <p>Es un deporte centenario que consiste en armar dos equipos de 7 jugadores, 5 en cancha y 2 suplentes, es una recreación sana que junta a personas mayores y jóvenes apasionados de los deportes tradicionales.</p>
Análisis de importancia iconográfica	<p>El juego es una actividad propia de los seres humanos es una forma de vincular sus emociones con su infancia, son momentos de alegría infinita, diversión y es una forma de interacción con otras personas.</p> <p>La comunidad sanroqueña y los turistas que se dan cita los fines de semana o en sus fiestas, ellos pueden ser partícipes del tradicional juego de pelota de mano el cual se efectúa en la calle principal frente a la iglesia matriz de San Roque, los jugadores se divierten y demuestran ante los espectadores sus habilidades ante una pequeña pelota de cuero.</p>

Tabla N° 32

Pelota de mano

Fuente: Franklin Renato Buitrón Lomas

PRESIDENTE DE LA JUNTA PARROQUIAL DE SAN ROQUE

Muestra gráfica del ícono	
	
Localización	Andrade Marín
Nombre de ícono	Fábrica Imbabura
Contexto	<p>En el año 1910 proviene de Girona, los hermanos Franacesc y Dalmau, instalaron la Fábrica textil la industria algodonera en la ciudad de Ambato, pero su espíritu aventurero y visionario, hizo ampliar su empresa; es así que deciden instalar una fábrica textil en Imbabura y puntualmente en el caserío de Luordes en la parroquia de Atuntaqui, ya que antes era perteneciente al cantón Ibarra. El pueblo de Atuntaqui se vistió de fiesta el 6 de mayo de 1924. Se organizó un programa solemne de colocación y bendición de la primera piedra para la construcción del edificio donde funcionaría la Fábrica Textil Imbabura.</p> <p>Había que dotar a la fábrica de energía eléctrica para el funcionamiento de la maquinaria, por tal razón desde julio de 1924 se inicia la construcción de la hidroeléctrica del río Ambi, a unos cuantos kilómetros obra monumental para la época que además daría energía a varias parroquias del sector. La producción de la fábrica comenzó a inicios de 1926, con la llegada de las primeras máquinas para la sección hilatura. Para esta fecha el tren todavía no llegaba al caserío de Luordes, por lo que algunas máquinas fueron transportadas desarmadas desde Quito a lomo de mulas por los arrieros anteños. Fue en las instalaciones de este centro textil donde los técnicos alemanes e ingleses volvieron a armarlas. Para el año 1930 se contaba con una planta administrativa considerable y los obreros superaban los 300.</p>
Análisis de importancia iconográfica	<p>El objetivo que tuvo el ex presidente Rafael Correa, fue la reconstrucción absoluta de la Fábrica Imbabura con la finalidad de convertirlo en un museo interactivo, de esta manera los visitantes pueden disfrutar de las sorpresas que allí dentro se encuentran y revivir el pasado del legado textilero del Ecuador. La restauración contribuyo a que la Fábrica se convierta en un ícono de patrimonio cultural para la ciudad de Atuntaqui, pero algo que recuerdan con mucha lucidez los ex trabajadores es el pito de la sirena para la entrada y salida de trabajo, eran tan potente que se lo escuchaba hasta los alrededores, esta época marco a muchas familias, mientras existe aún este lugar la historia no se dejara morir.</p>

Tabla N° 33
Fábrica Imbabura
Autores: Albert Arnavat, Miguel Posso y Ángela Posso
Fuente: Texto Fábrica Imbabura pasado y presente en imágenes

Muestra gráfica del ícono	
Localización	Chaltura
Nombre de ícono	Comadronas
Contexto	Desde 1900 doña Encarnación Quilca era la comadrona del pueblo. Los hombres acudían con sus esposas para que les asistiera en el parto. Se hizo muy conocida por curar a personas que estaba desahuciadas por los médicos: quienes luego de tratamiento se restablecían completamente. La tradición fue medicina mágica a base de aguas hechas de diferentes hierbas, la misma que viene de generación en generación. Así crecía su fama y gente de muchos lugares del país y hasta de Colombia asistían a su casa por enfermedad y en varias ocasiones le toco ir a otros pueblos a curar dolencias. Ella vio nacer a casi toda la población de Chaltura por muchos años hasta que falleció a la edad de 115 años, solo una de sus hijas continuo con esta práctica y es doña Amelia Limaico, pues ella conserva los conocimientos de su madre
Análisis de importancia iconográfica	<p>Son historias contadas en el tiempo con personajes que dejan huella.</p> <p>Esta mujer es muy importancia para un gran número de chaltureños, considerando que antiguamente acceder a los cuidados médicos era un poco complicado, sobre todo para las mujeres en cinta, pero en esa época las comadronas era las que procuraban dar un seguimiento hasta que llegue el momento del parto.</p> <p>Doña Encarnación, fue considerada como una persona milagrosa, quizá por sus conocimientos o porque realmente hacia milagros, ella con sus agüitas de remedio lograba sanar hasta el más enfermo. Recordar a esta figura del pasado y recabar en la memoria que fue quien les ayudó a ver una luz, a dar su primer suspiro al nacer y saber que todo salió bien, el pasado y el presente tiene una inevitable relación y una historia que contar.</p>

Tabla N° 34

Comadronas

Autor: Prof. Nibo Villaruel

Fuente: Texto Monografía de la parroquia "San José de Chaltura"

Muestra gráfica del ícono	
Localización	Chaltura
Nombre de ícono	La Cruz de Madera
Contexto	<p>Una cruz de madera, aproximadamente de 2 metros de alto, fue plantada en la base del cemento, un 3 de mayo de 1938, en la esquina del terreno de señor Luis Antonio Terán, como recuerdo de los “Padres Misioneros”, que pernoctaron en San José de Chaltura, en la época del Padre Jaime Justicia. Pasando algún tiempo, algunos pobladores comenzaron a reunirse cada año en este lugar, el 2 y 3 de mayo, con la finalidad de jugar las tradicionales tortas, con naipes y perinolas y de paso homenajear a la cruz en su día.</p> <p>Mientras duraba este sano esparcimiento, a la luz de la luna o con lámparas de kerosene, no faltaba los sabrosos canelazos y una que otra copa de agua ardiente, para abrigar el cuerpo del frío de la noche.</p> <p>Algún tiempo duro la distracción; pero, al pasar de los años, la cruz se fue envejeciendo y dañándose su madero, al igual que sus primeros pobladores declinaban su salud y las nuevas generaciones encontraban otras formas de divertirse.</p>
Análisis de importancia iconográfica	<p>Los buenos recuerdos se mantienen en el ayer; la diversión, la interacción para que se produzca intercambio de ideas, esta historia mantiene su peculiaridad y distinción porque en esos años el mínimo detalle y hasta una minga eran motivos de salir a divertirse, en si la temática era de rendir homenaje a la cruz fue el inicio para que las familias inviertan su energía en los juegos tradicionales. Ahora los adultos mayores recuerdan con nostalgia su pasado.</p>

Tabla N° 35
La Cruz de Madera
Autor: Prof. Nibo Villaruel
Fuente: Texto Monografía de la parroquia “San José de Chaltura”

Muestra gráfica del ícono	
	
Localización	Natabuela
Nombre de ícono	Los Natabuelas
Contexto	<p>La historia de Natabuela no es muy concisa, en otras palabras, en la época de los arrieros muchos de los hombres se dedicaban a esto con la finalidad de sacar adelante a su familia, pero un día se realizó un viaje a Quito con motivo de civismo, es decir, querían un informe de que Natabuela conste como una parroquia civil, pero el fundador enfermó en el camino y muriendo y esa información nunca pudo llegar a esta ciudad, por esta razón la falta de documentación ha causado problemas en la historia.</p> <p>La vestimenta del pueblo de los indígenas natabuelas, es muy llamativa donde prevalecen los sombreros grandes para ambos sexos, los bordados llenos de detalle y multicolores en sus camisas blancas y fajas para el vestido de la mujer, cada color tiene su significado, negro para la tierra, verde da un enfoque hacia la naturaleza, amarillo representa el maíz y rojo significa flor. En el caso del hombre usa ponchos de colores, es por la alegría la fortaleza, donde se refleja la propia esencia del indígena, por eso solo utiliza colores vivos.</p> <p>La historia del lenguaje quechua, se dice que emigró de otros cantones donde el número de indígenas era relevante y mayoritario y ellos fueron los que enseñaron a los natabuelas, pero como antiguamente Natabuela estaba compuesta por haciendas sus dueños eran personas extranjeras que no sabían del idioma milenario, llegando al punto de prohibirles hablar en su lengua natal, bajo el pensamiento que los pueden estar insultando o planeando algo, ya que los indígenas natabuelas trabajan en las haciendas, siendo ese el detonante para que se pierda casi en su totalidad esta lengua.</p>
Análisis de importancia iconográfica	<p>El encuentro de saberes, costumbres, tradiciones ancestrales representa este asentamiento de un pueblo indígena que se puede visibilizar aun en el cacique de edad avanzada el señor Sanipatín es el Gobernador de Consejo de Alcaldes de Natabuela, el cual utiliza el atuendo autóctono de los natabuelas lo viste con mucho orgullo, él comparte los saberes con las nuevas generaciones</p> <p>Indígenas y mestizas son uno solo, es una fortaleza de esta parroquia.</p>

Tabla N° 36
Los Natabuelas
Fuente: Jorge Sisa

PRESIDENTE DE LA JUNTA PARROQUIAL DE SAN JOSÉ DE NATABUELA

Muestra gráfica del ícono	
	
Localización	Chaltura
Nombre de ícono	Helado de aguacate
Contexto	Es un fruto que en la mayoría de los casos se utiliza en platos de sal, pero los habitantes de Chaltura lo convirtieron en un exquisito postre, en muchas de las casas se encuentran plantados muchos árboles de aguacate y el mejor uso que se le puede dar uso es dentro de la gastronomía y en la fabricación de helados
Análisis de importancia iconográfica	Pueda que exista algún secreto para elaborar este delicioso y cremoso helado de aguacate o como lo conocen los propios de la zona como oro verde, la heladería dispensadora del postre se encuentra ubicada en la esquina del parque, se encuentra en funcionamiento hace 18 años, tiene mucha variedad de sabores de helados, pero el más novedoso y apetecido por los turistas es el de aguacate.

Tabla N° 37
Helado de aguacate
Fuente: Marco Vega
 PRESIDENTE DE LA JUNTA PARROQUIAL DE CHALTURA

4.6 Artes Gráficos

El proyecto se compone por diferentes piezas de artes de diseño gráfico, llevadas a cabo mediante el uso de Adobe Ilustrador para la creación de íconos y patrones de diseño y Adobe Photoshop en edición fotográfica con uso de efectos profesionales, cabe señalar que se ha recopilado historias, personajes, tradición, platos típicos de Antonio Ante, toda esta información tuvo un proceso creativo adecuado para que cada arte refleje la esencia, de manera que no exista riesgo de pérdida y este legado permanezca en la historia.

El proceso de obtención de los diferentes módulos para las prendas dio inicio desde bocetos claros y preciosos que reflejen cada ícono de las parroquias.

4.7 Diseño Editorial

La industria de la moda es muy competitiva, solo los que saben innovar en sus creaciones son los que sobreviven en este mundo, estos aspectos confirman la importancia de desarrollar de forma integral una marca propia, la creación de diseños que se ajusten a las demandas de compra y aporta un valor agregado de manera que se convierta en un principal atractivo para los empresarios.

Portada

El proceso de edición editorial inicia desde la portada, su apariencia denota la calidad del trabajo y cobrar vital importancia en la imagen visual. Se selecciona una tipografía de tamaño adecuado para su fácil lectura



*Gráfico N° 27
Portada de guía
Fuente: La autora, 2018*

Selección cromática

Para generar una estética visual e impacto se ha considerado usar las tonalidades rojas, para simbolizar la vitalidad del cantón Antonio Ante ya que es un pueblo donde su gente pasa de la acción a cumplir las metas que se proponen anteponiendo coraje y valentía.

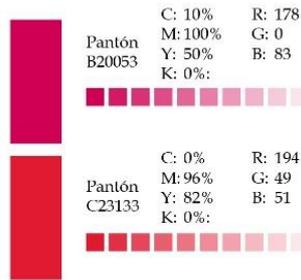


Gráfico N° 28
 Aplicación cromática
 Fuente: La autora, 2018

Diseño de páginas interiores

Para el diseño de las páginas internas de la guía se utilizó conceptos básicos de diseño tomando en cuenta el equilibrio visual que se quiere transmitir a los lectores.

Secciones de edición

El objetivo del diseñador es capturar la esencia del proyecto para reflejarla en una publicación exitosa, por esta razón no sólo debe fijarse en la calidad y cantidad de su contenido sino en todos los aspectos de diagramación, maquetación y presentación.

A. Bocetos

De manera esquemática se realizó trazos generales para obtener un boceto simple de cada uno de los íconos y luego para vectorizar en ilustrador.

Es el primer proceso para desarrollar un sistema creativo. Los íconos de cada parroquia, cuentan con un contexto al costado de la página

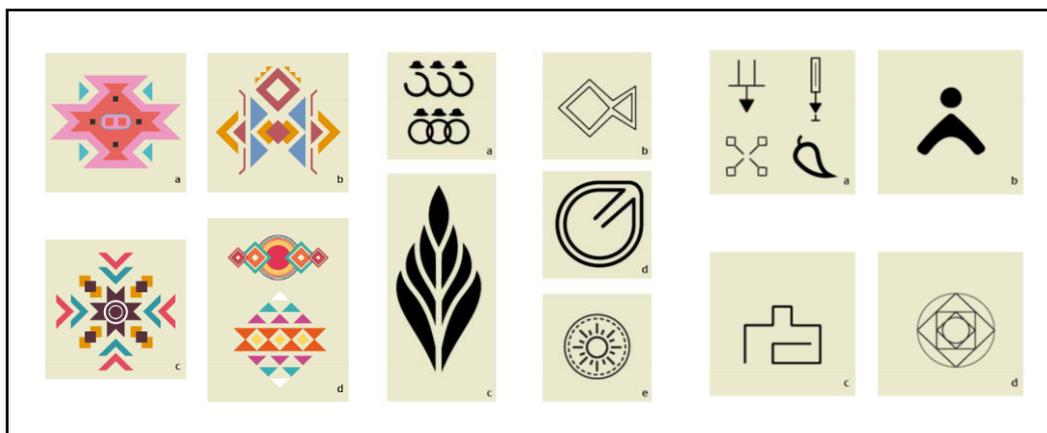


Gráfico N° 29
 Bocetos
 Fuente: La autora, 2018

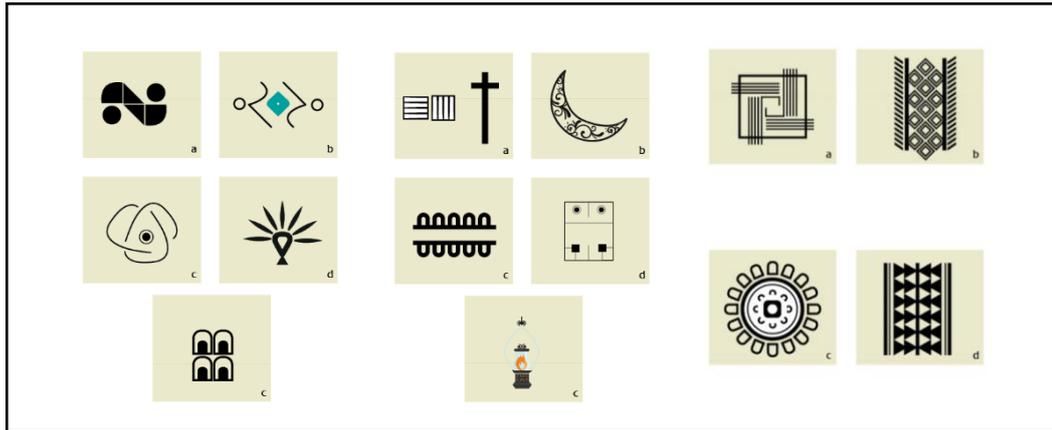


Gráfico N° 30
Bocetos
Fuente: La autora, 2018

B. Módulos de diseño

Se debe tomar en cuenta los factores necesarios que generan éxito a la publicación, por ello se armó cada una de las composiciones de una manera atractiva y conceptual para que el lector consiga coherencia visual en los contenidos de modo que la publicación refleje: calidad y buena imagen.

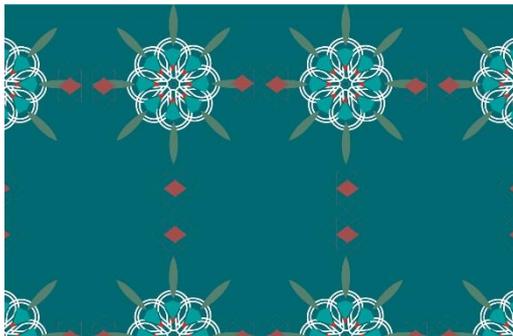


Gráfico N° 31
Aplicación de diseño
Fuente: La autora, 2018

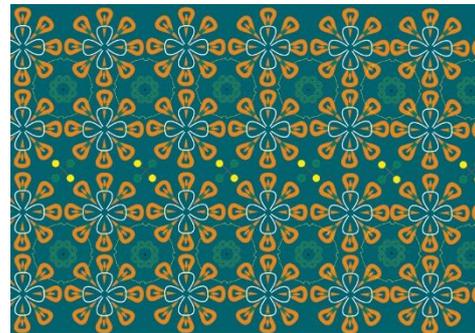


Gráfico N° 32
Aplicación de diseño
Fuente: La autora, 2018



Gráfico N° 33
Aplicación de diseño
Fuente: La autora, 2018



Gráfico N° 34
Aplicación de diseño
Fuente: La autora, 2018

C. Aplicaciones

La incorporación grafica en distintas prendas de vestir, es también una muestra variada de los soportes en los que los íconos pueden ir.

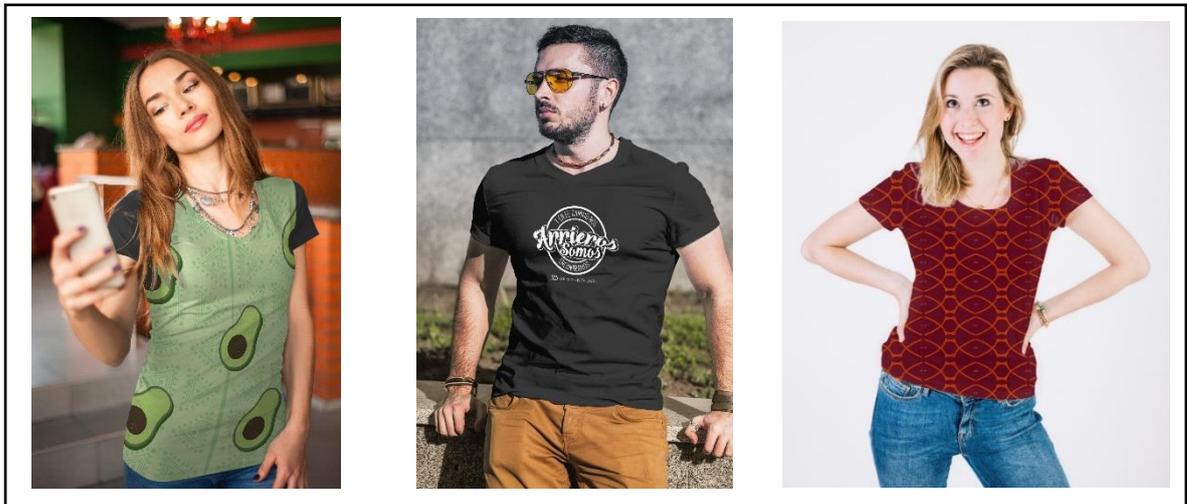


Gráfico N° 35
Aplicación de diseño
Fuente: MockupWorld

Diagramación y maquetación

Para la diagramación y maquetación los aspectos comunes en el área de diseño editorial. La diagramación del libro ha sido basada en un método muy antiguo, pero denota elegancia y equilibrio en la posición de los elementos permitiendo una fácil interpretación del contenido; siendo éste usado por grandes escribas como Gutenberg y Tschicholde

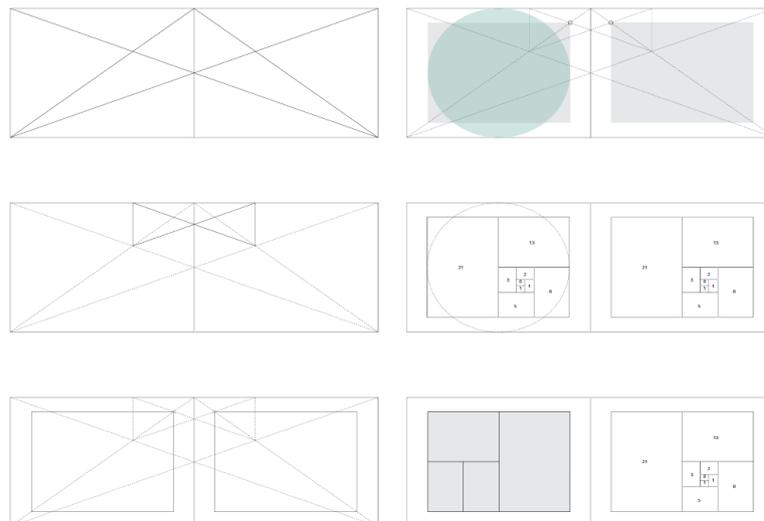
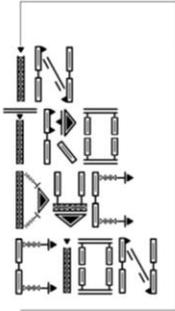


Gráfico N° 36
Diagramación método de Van de Graaf



El presente trabajo de Investigación tiene como objetivo manejar con un enfoque identitario al diseño de indumentaria en Antonio Arte, mediante el aporte de una guía de íconos visuales que revitalice la memoria colectiva e histórica, sin pasar por alto el contexto actual, otorgando un toque urbano para que la propuesta sea íntima con comodidad en las nuevas generaciones.

La investigación dentro del presente proyecto, nos ha brindado una gran fuente de información partiendo desde una metodología cualitativa del caso de la producción textil y como es el manejo del diseño. Los datos brindados, de mayor importancia fueron los testimoniales, por individuos conocedores de la realidad cultural artesanal, los cuales aportan a la construcción de una identidad fuerte y a su vez ayudan a configurar la propuesta que mediante el análisis exploratorio ha permitido entablar relaciones sociales que emergen en este escenario de dinamismo textil, y de esto identificar las posibilidades y los límites para favorecer un proceso de desarrollo endógeno o interno del mundo de la moda dentro del cantón y específicamente de Atuntaquí.

Conocer o tener en claro como es el manejo de la producción y comercialización de las pequeñas y grandes empresas, es un punto focal y de interés para tener en claro la consolidación de cada uno de los locales que trabajan en conjunto como lo han hecho desde tiempos atrás para tener el nombramiento de la "Ciudad de la moda" o "Antonio Arte la vista de encanto" que fue una campaña que impactó en la sociedad artesanal y generó que muchas personas sepan de la existencia de este lugar y conozcan la calidad de trabajo que se realiza.

Es importante ver y analizar la dinámica textil de Atuntaquí desde una dimensión más social, considerando al pueblo emprendedor, luchador que día a día se levanta muy temprano para salir a sus lugares de trabajo, podemos condensar lo dicho hasta aquí que esta labor ha venido desde épocas antiguas desde la Fábrica Imbabura que fue la pionera en esta disciplina textil, pero como los tiempos cambian con ella las preferencias y los pensamientos, todo ha ido evolucionando además acoplándose a las demandas de nuevos mercados y no dejando de lado la incidencia en el factor económico.



A mis padres y mi hermana, quienes me han permitido culminar una etapa profesional, con sus aportes hoy en día se ve reflejada la culminación de mi paso por la Universidad.

Extiendo un agradecimiento especial a cada uno de las personas que me brindaron una mano en la investigación de mi proyecto de grado, gracias por tomarse el tiempo y brindarme un poco de sus saberes y conocimientos, gracias a ellos este proceso se volvió más fácil.

¡Gracias!

Karen Jácome V.



Gráfico N° 37
Diseño y maquetación
Fuente: La autora, 2018



Es aquí donde nace la producción textil con la construcción y funcionamiento de la Fábrica Imbabura, asentada en la parroquia de Andrade Marín facilitando las fuentes de trabajo a muchos artesanos en el año 1965.

La labor de los arrieros era llevar los diferentes encomiendas en el lomo de sus mulas, pasando por largas horas de camino para la obtención del producto, su principal actividad era la producción local, pero estas personas fueron solicitadas para que llevaran las piezas de las maquinarias que llegaban de Europa hacia la Fábrica Imbabura, en este lugar se daba la producción de galanditas, telas para vestidos, sabanas, sobrecamas, toallas, cortinas, entre otros, a los andinos arrieros en esa época se los conocía como individuos libres, soñadores y con una buena estabilidad económica, la vida de ellos transcurrió en viajes constantes pero de cada uno de ellos se llenaban de grandes experiencias y gracias a estas personas y vale mencionar familias enteras se dio paso a la gran productora textil en Antonio Arte (González, Piedra, & Morales, 2012).

Atuntaquí en el año 2000, comenzó a posicionarse a nivel nacional luego de impulsar una expo feria que permitió mostrar su competitividad, permitiendo darse a conocer para que cada uno de los artesanos asentados en este cantón puedan crecer permitiéndoles ampliar su negocio e importar su mercadería dentro de la zona ecuatoriana, esto se ha dado gracias a las ferias y exposiciones de las diferentes parroquias que se presentan en las fiestas de Santa María de Atuntaquí que son el 10 de febrero, así también las fiestas de fin de año que se efectúan el 31 de diciembre, este evento que actualmente es declarado patrimonio cultural intangible, made en las instalaciones de la Fábrica Imbabura, a razón de que los obreros vieron divertido usar carretas destacando los rostros de algunos personajes públicos y hacer mucha de ellos hasta el presente, esta tradición fortalece la identidad del pueblo artesanal que en estas fechas se vuelve muy creativo y jocoso con la finalidad de hacer sentir y reconocerle a las personas que visitan Atuntaquí.

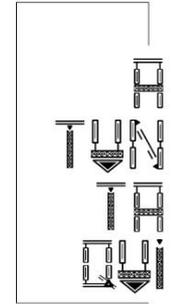
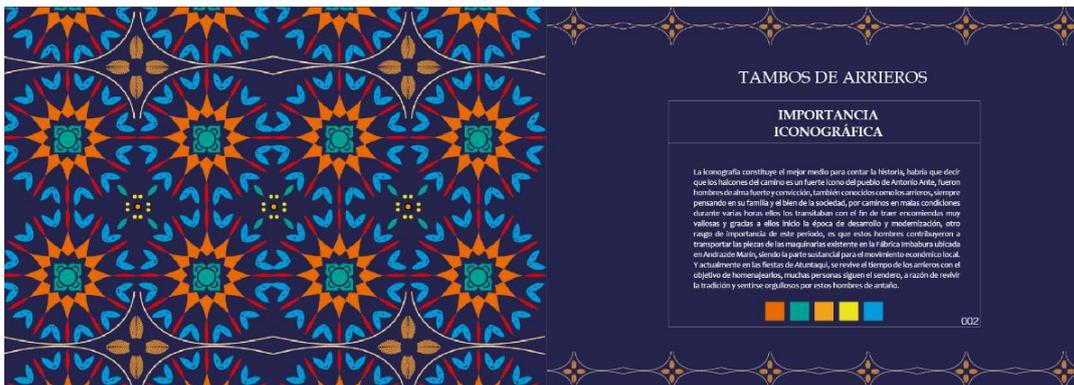


Gráfico N° 38
Diseño y maquetación
Fuente: La autora, 2018



TAMBOS DE ARRIEROS

IMPORTANCIA ICONOGRAFICA

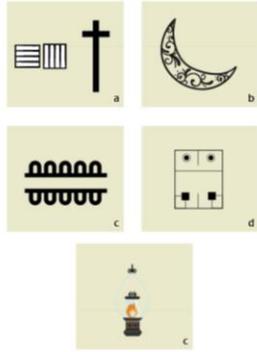
La iconografía constituye el mejor medio para contar la historia, hablo que decir que los halcones del camino es un fuerte ícono del pueblo de Antonio Arte, fueron hombres de alma fuerte convicción, también conocidos como los arrieros, siempre pensando en su familia y el bien de la sociedad, por caminos en malas condiciones durante varias horas ellos los trasladaban con el fin de traer encomiendas muy valiosas y gracias a ellos inició la época de desarrollo y modernización, otro rango de importancia de esta tradición, es que estos hombres contribuyeron a transportar las piezas de las maquinarias existentes en la Fábrica Imbabura ubicada en Andrade Marín, siendo la puerta principal para el movimiento económico local. Y actualmente en las fiestas de Atuntaquí, se revive el espíritu de los arrieros que el objetivo de homenajearlos, muchas personas siguen el sendero, a razón de revivir la tradición y sentirse orgullosos por estos hombres de antes.



002

Gráfico N° 39
Diseño y maquetación
Fuente: La autora, 2018

Antonio Audo



- a. La cruz de madera con su textura, dio inicio al "día de la cruz" en Chaltara.
- b. Los chaltareños se reúnan a jugar los juegos tradicionales en la noche bajo la luz de la lana.
- c. Personas destinadas a ser partícipes o solo de observadores.
- d. Un sano esparcimiento, momentos de entretenimiento para niños, jóvenes y adultos, pero el frío de la noche era una buena excusa para tomar un canelazo, en vaso pequeños.
- e. La escasez de luz pública, no era un problema al momento de realizar sus concentraciones alrededor de a cruz, las lámparas de kerosene, ayudaban a iluminar el lugar.



Gráfico N° 40
Diseño y maquetación
Fuente: La autora

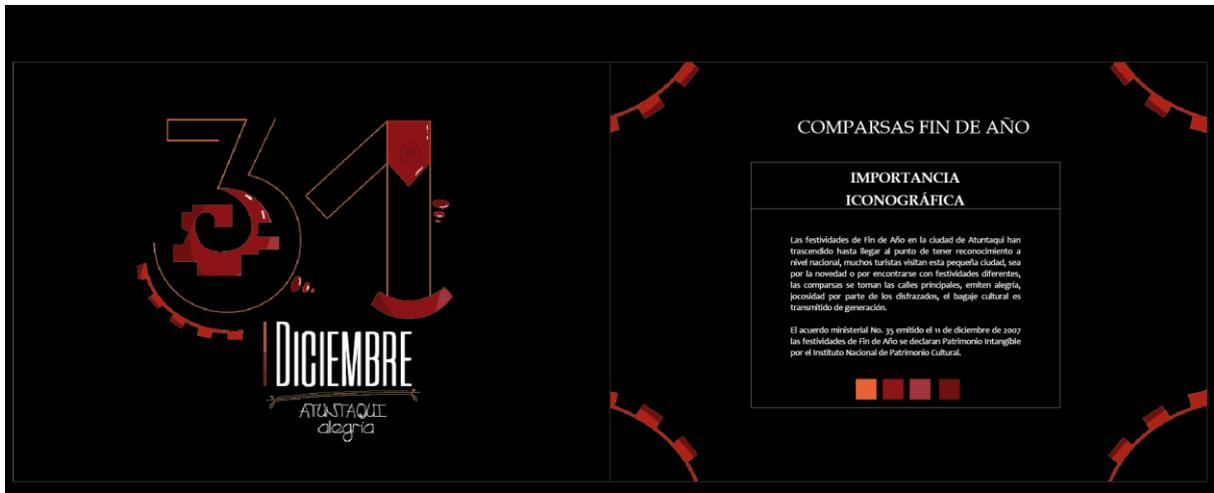


Gráfico N° 41
Diseño y maquetación
Fuente: La autora, 2018



Gráfico N° 42
Diseño y maquetación
Fuente: La autora, 2018



Gráfico N° 43
Diseño y maquetación
Fuente: La autora, 2018



Gráfico N° 44
Diseño y maquetación
Fuente: La autora, 2018



Gráfico N° 45
Diseño y maquetación
Fuente: La autora, 2018

Formato: La presentación física de la publicación, es en un formato A4 horizontal, para evitar el desperdicio de pape al momento de la impresión, el uso correcto de espacios es fundamental para lograr una buena organización.

Diagramación: Toda publicación debe tener una retícula interna organizada y coherente, ordenar y equilibrar es lo que le da elegancia a la guía, su correcta distribución genera proporciones visuales agradables.

Texto: Considerando el aspecto de legibilidad, se consideraron familias tipográficas como Helvéticas, que resultan idóneas para desarrollar la obra y luego darla a conocer.

Se implementaron todas las versiones de la fuente, en una medida de 10/12 puntos, proporcionando mayor grado de legibilidad.

Familia tipográfica: La tipografía seleccionada para texto ha sido candara regular, por su estilo no tan estático permitiendo cierto dinamismo en la guía.

Candara Regular

A B C D E F G H I J K L M N Ñ O P
Q R S T U V W X Y Z
a b c d e f g h i j k l m n ñ o p q r
s t u v w x y z
1 2 3 4 5 6 7 8 9 # ! % \$ &

Book Antiqua

A B C D E F G H I J K L M N Ñ O P
Q R S T U V W X Y Z
a b c d e f g h i j k l m n ñ o p q r
s t u v w x y z
1 2 3 4 5 6 7 8 9 # ! % \$ &

Impresión y encuadernación

El papel marfiliza de 150 grs. Es adecuado para una buena presentación del trabajo, este soporta la impresión reflejando un alto contraste con el texto e ilustraciones y colaborando a una lectura óptima. La encuadernación se realizó con encolado, de tapa dura, para asegurar la protección de las hojas interiores.

4.8 Socialización

Es importante socializar los resultados del proyecto de investigación, a través de una campaña de difusión y promoción.

Plan estratégico de socialización

Para que exista éxito dentro de una campaña, se debe tomar en cuenta el grupo objetivo a quienes va dirigido, para que el mensaje pueda ser captado e interpretado correctamente.

¿Cuál es nuestro grupo objetivo?

Grupo primario: Productores textiles de Antonio Ante

Grupo secundario: Distribuidores de prendas de vestir y conocedores de moda.

¿Qué vamos hacer?

Realizar una campaña de socialización para el intercambio de información y conocimientos, para fomentar el trabajo organizacional interno.

¿Cómo lo haremos?

El propósito de esta socialización es juntar a un gran número de productores textiles de Atuntaqui, para que puedan relacionarse entre ellos y mediante charlas acerca de la innovación e importancia de la autenticidad en la creación de prendas de vestir, puedan darse cuenta del grave problema que está suscitando, para que tomen medidas de acción y se logre re posicionarse al cantón como el “lugar de la moda”, esto se logrará mediante la distribución y ejemplificación de la guía como base exploratoria de diferentes ideas y las usen para proyectos futuros.

¿Dónde se lo va hacer?

Fábrica Imbabura, ubicada en la parroquia de Andrade Marín.

Cronograma de actividades

		Marzo																
		Semana 1					Semana 2					Semana 3						
		L	M	M	J	V	L	M	M	J	V	L	M	M	J	V		
Actividades	Fuente de verificación																	
Ubicar a los fabricantes de mayor trayectoria en el mercado e invitarlos a un conversatorio.	Plan – informe																	
Gestión de recursos humanos para el conversatorio. “El valor de nuestra historia”	Reporte técnico																	
Charla fomentando la innovación en el área textil.	Material fotográfico																	
Presentación grafica de a propuesta alternativa de proyecto.	Material fotográfico y video																	
Presentación de guía de íconos visuales a municipalidad del cantón.	Plan -informe																	

Tabla N° 38
Cronograma de actividades
Fuente: La autora, 2018

CONCLUSIONES

Mediante la aplicación de instrumentos de investigación se pudo conocer varios factores que contribuyen con la problemática, pero también se recopiló información idónea sobre algunos íconos históricos que han sido ignorados por la sociedad moderna, pero que han contribuido con el desarrollo de la identidad de cada parroquia de nuestro cantón.

La estructura esencial y conceptual de la guía está basada en un diseño andino; la creación de los contenidos, imágenes o textos históricos; la extracción de símbolos y colores, constituyen lo más representativo de la zona. Por ende, la parte medular del proyecto es dar un vistazo a las costumbres ancestrales y transformarlas en contemporáneas; creando un estilo diferente y una línea gráfica genuina.

En su primera etapa de desarrollo la guía cumplió sus objetivos, pues ha contribuido a una reafirmación en nuestra identidad cultural; hemos considerado entonces una correcta difusión del material editorial mediante una efectiva socialización para lograr un correcto manejo técnico en el campo de la industria, razón por la cual se tiene planificada una reunión estratégica con entidades pública para la presentación formal de los resultados obtenidos con el presente trabajo.

RECOMENDACIONES

Se sugiere a las autoridades públicas y privadas un correcto incentivo al desarrollo de la identidad local; además, brindar capacitaciones constantes sobre las últimas innovaciones y tendencias modernas en el campo del diseño y el desarrollo de la creatividad, ya que es importante crear un distintivo a cada colección para lograr así un inmediato reconocimiento.

Se pide a la academia centrar su atención en los resultados del presente proyecto de investigación; así comprenderemos mejor el manejo y el cambio del diseño en función de la modistería. Iniciaremos entonces una experiencia en base a lo nuevo, a una identidad genuina, y los anteños estarán invirtiendo en un desarrollo de innovación; generando un sistema de patentes que evitará la copia de ideas y productos entre fabricantes.

Se recomienda a los artesanos textiles hacer extensivos sus conocimientos, exponer y trabajar en nuevos modelos de negocios para crear una moda sostenible e integral en una ciudad que avanza a pasos agigantados en el mundo de la moda. La comprensión exacta del proyecto debe generar resultados inmediatos en la producción de material tangible para satisfacer las demandas de compra.

Bibliografía

- Antonio Ante es el cantón industrial del país. (2012, 6 junio). *El Norte Diario Regional Independiente*. Recuperado de <http://www.elnorte.ec/index.php/imbabura/antonio-ante/17082-antonio-ante-es-el-canton-industrial-del-pais.html>
- Aaker, D., & Joachimsthaler, E. (2006). *Liderazgo de Marca*. Barcelona, España: Deusto.
- Arnavat, A., Posso, M., & Posso, A. (2016). *Fábrica Imbabura Pasado y Presente en Imágenes*. Ibarra, Ecuador: Editorial UTN.
- Arnheim, R. (1962). *Arte y Percepción Visual*. Buenos Aires, Argentina: EUDEBA.
- Ayala, C. (2012). *Estudio de factibilidad para la creación de un Hotel tres estrellas en la ciudad de Atuntaqui, provincia de Imbabura*. (Tesis pregrado). Universidad Técnica del Norte. Ibarra
- Bermúdez, J. (2010). Cultura Visual. *Revista Nodo*, 4, 8.
- Bowles, M. & Issac, C. (2009). *Diseño y estampación digital*. Blume. Barcelona.
- Cámara de Comercio Antonio Ante. (2010). *10 años para contar*. Quito, Ecuador: Imprenta Noción.
- Castelló-Martínez, A. (2012). Los portales verticales de marketing y publicidad en los medios sociales. *Revista de Comunicación Vivat Academia*, 14, 970-990. Recuperado de <http://webs.ucm.es/info/vivataca/numeros/n117E/PDFs/ACaste.pdf>
- Castro, D. (2013, 1 octubre). Producción y técnicas de serigrafía. Recuperado de <https://www.gestiopolis.com/produccion-y-tecnicas-de-serigrafia/>
- Capurro, I. (2010). *El pasaje diseñado* (Tesis pregrado). Universidad de Palermo. Argentina.
- Cirlot, J. (1992). *Diccionario de Símbolos*. Aragón: Labor, S. A.
- Cobley, P., & Jansz, L. (2004). *Semiótica para Principiantes*. Buenos Aires, Argentina: Era Naciente SRL.
- Correa, J. (2012). *Semiótica*. Viveros de la loma tlalnepantla, México: Red Tercer Milenio.
- Chaltura, pueblo de tradiciones e historias. (2015, 10 octubre). *La Hora lo que necesitas saber*. Recuperado de <https://lahora.com.ec/noticia/1101872430/chaltura-pueblo-de-tradiciones-e-historias>
- Diccionario Actual. (s.f.). Diccionario Actual Actualiza tus conocimientos. Recuperado de <https://diccionarioactual.com/bordado/>
- El centinela. (2011, 5 enero). Sentido de pertenencia e identidad [Publicación en un blog]. Recuperado de <https://centinela66.com/2011/01/05/sentido-de-pertenencia-e-identidad/>
- Fernández, B. (2013, 3 septiembre). Esquinas, avenidas y la ciudad global. Metáforas del pensamiento urbano. Recuperado de <http://www2.ual.es/RedURBS/BlogURBS/esquinas-avenidas-y-la-ciudad-global/>
- Fernández, I. (2012). Aproximación Teórica a la Identidad Cultural. *Ciencias Holguín*, 18, 1-13.
- Fernández, M. (2013, 31 octubre). El Crowdfunding, la revolución de la empresa [Publicación en un blog]. Blog Corporativo de IMF. Recuperado de <https://www.imformacion.com/blog/corporativo/finanzas/6333/>
- Fernández, B. (2013, 3 septiembre). Esquinas, avenidas y la ciudad global. Metáforas del pensamiento urbano. Recuperado de <http://www2.ual.es/RedURBS/BlogURBS/esquinas-avenidas-y-la-ciudad-global/>
- García, H. (2014). Ilustración Publicitaria [Publicación en un blog]. Escuela de arte Murcia. Recuperado de <http://ilustrandoenlaescueladearte.blogspot.com/2014/10/ilustracion-publicitaria.html>
- Gómez, C. G. (2012). *El lenguaje de los patrones en la moda*. Recuperado de <https://ebookcentral.proquest.com>

- González, P., Paredes, T., & Morales, C. (2012). *Los Arrieros*. Quito, Ecuador: Imprenta Noción.
- González, J. (2016). *Análisis Cultural Hermenéutico*. Buenos Aires, Argentina: Círculo Hermenéutico.
- Imbaya y su desarrollo. (2015, 3 febrero). *El Norte Diario Regional Independiente*. Recuperado de <http://www.elnorte.ec/editorial/editorialistas/54621-imbaya-y-su-desarrollo.html>
- Ivester, L., & Nefus, J. (1998). Industria de productos textiles. In J. Mager (Ed.), *Enciclopedia de salud y seguridad en el trabajo* (pp. 89-89). Madrid, España: Ministerio de Trabajo y Asuntos Sociales Subdirección General de Publicaciones.
- Jácome, Y. (2013). *Diseño de un sistema de control interno administrativo y contable para la empresa Metálicas Villalba de la parroquia de Andrade Marín, cantón Antonio Ante, provincia de Imbabura*. (Tesis pregrado). Universidad Técnica del Norte. Ibarra.
- Kravzov, E. (2003). Globalización e Identidad Cultural. *Revista Mexicana de Ciencias Políticas y Sociales*, 187, 237-245.
- La pelota nacional, un juego que no desaparece en Ecuador. (2017, 2 junio). *El Universo*. Recuperado de <https://www.eluniverso.com/noticias/2017/06/02/nota/6210265/pelota-nacional-juego-que-no-desaparece>
- Lasso, S. (2018, 29 abril). Representación: Icono, índice y símbolo [Publicación en un blog]. About Español. Recuperado de <https://www.aboutespanol.com/representacion-icono-indice-y-simbolo-180293>
- López, L. (2016). *Análisis morfológico, para el diseño de una prenda interior superior que responda al cuerpo de las mujeres plus size en condición de obesidad en Antioquia*. (Tesis pregrado). Recuperado de <https://repository.upb.edu.co/handle/20.500.11912/3015>
- Llopis, E. (2011). *Branding y Pyme*. Recuperado de <https://www.bubok.es/libros/207168/BRANDING-amp-PYME-Un-modelo-de-creacion-de-marca-para-pymes-y-emprendedores>
- Marino, P. (2014). *Diseño de la Indumentaria de autor Argentina 2014*. Recuperado de https://www.inti.gob.ar/textiles/pdf/EstudioDiseu00F1odeIndumentariadeAutorenARG2014_vd.pdf
- Martínez, M. (2014). *Crowdfunding: una alternativa de financiación online*. (Tesis de pregrado). Recuperado de <http://repositorio.upct.es/bitstream/handle/10317/4147/tfg378.pdf?sequence=1>
- Martínez, M. (2003). *La gestión empresarial: equilibrando objetivos y valores*. Madrid, España: Ediciones Díaz de Santos S.A.
- Medina, A. (2015). *Introducción a la Publicidad*. Madrid, España: Piramide.
- Molano, O. (2007). Identidad cultural un concepto que evoluciona. *Revista Opera*, 7, 69-84.
- Navarrete, L. (2011). *Estudio del proceso de serigrafía para disminuir el tiempo en el estampado de camisetas de poli algodón en la empresa Produtexti*. (Tesis pregrado). Recuperado de <http://repositorio.uta.edu.ec/jspui/handle/123456789/2099>
- NeoScientia. (s.f.). Aprende a financiar tus proyectos científicos con CrowdFunding [Publicación en un blog]. NeoScientia. Recuperado de <http://www.neoscientia.com/ciencia-crowdfunding/>
- Niño, V. (2007). *Fundamentos de Semiótica y Linguística* (5ª ed.). Bogotá, Colombia: Ecoe Ediciones.
- Ostfeld, G. (2015). Arquetipos y Símbolos Una perspectiva desde la Psicología Junguiana. *Botica*, 32, 1-4. Recuperado de <http://botica.com.ve/PDF/arquetipsB32.pdf>

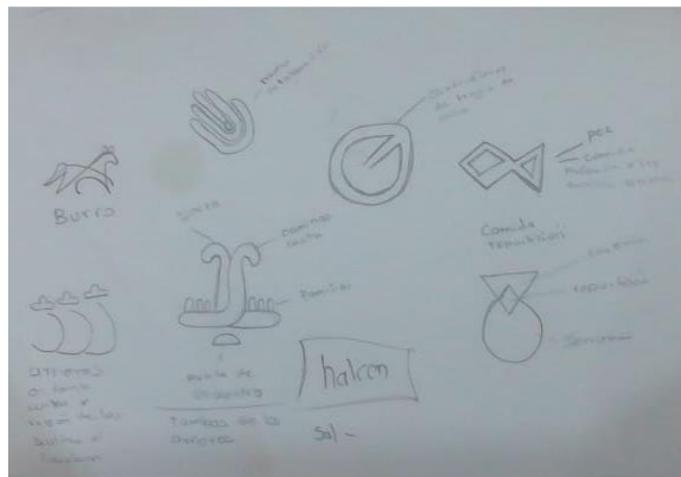
- Pacheco, A. (2015). *Sublimado Textil Experimentación sobre diferentes bases textiles*. (Tesis pregrado). Recuperado de <http://dspace.uazuay.edu.ec/handle/datos/4780>
- Pabesi, L. (en prensa). Tecnología y Materiales II. *Palladio*, 1. Recuperado de <http://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:DOzbn7uDNyWJ:xa.yimg.com/kq/groups/20710834/1450774207/name/Apunte%2BN%25C2%25B0%2B1.%2BResoluciones%2Bde%2Brepetic%25C3%25B3n%2Btextil.doc+&cd=1&hl=es&ct=clnk&gl=ec>
- País, M. (2011). *Cultura, Juventud, Identidad: una mirada socioantropológica del Programa Cultural en Barrios*. Buenos Aires, Argentina: Estudios Sociológicos Editora.
- Posso, M. (2008). *Fábrica Textil Imbabura ¡La Historia! y los acontecimientos más relevantes de Antonio Ante*. Quito, Ecuador: Cámara Ecuatoriana del Libro – Núcleo de Pichincha.
- Pérez, H. (2008). Hacia una semiótica de la comunicación. *Comunicación y Sociedad*, 9, 35-40.
- Pérez, J., & Merino, M. (2014). Definición de Estampado. Recuperado de <https://definicion.de/estampado/>
- Redondo, D. M. D. M. (2013). *Impresión en serigrafía (uf1524)*. Recuperado de <https://ebookcentral.proquest.com>
- Reyes, M. (2012). *La producción textil en Atuntaqui, Antonio Ante, provincia De Imbabura, ecuador: un estudio exploratorio desde lo Endógeno y el capital social 1998-2008*. (Tesis maestría). Universidad Latinoamericana de Ciencias Sociales Sede Ecuador. Quito.
- Roja, M. (2005). *Identidad Cultural e Integración* (16ª ed.). Bogotá, México: PRENTICE HALL MEXICO.
- Roja, M. (2011). *Identidad Cultural e Integración*. Bogotá, Colombia: Editorial Bonaventuriana.
- Russell, A. (2013). *Principios básicos del diseño textil*. Retrieved from <https://ebookcentral.proquest.com>
- Sector textil es el segundo de Ecuador que genera más empleo. (2017, 15 marzo). *El Comercio*. Recuperado de <http://www.elcomercio.com/actualidad/sectortextil-ecuador-feria.html>
- Ucha, F. (2013, 15 octubre). Definición de Textil. Recuperado de <https://www.definicionabc.com/economia/textil.php>
- Udale, J. (2014). *Diseño textil: tejidos y técnicas (2a. ed.)*. Recuperado de <https://ebookcentral.proquest.com>
- J. Sisa. (comunicación personal, 10 de agosto, 2018)
- Vargas, P. (2016, 1 septiembre). Íconos urbanos. *La Razón*. Recuperado de http://www.la-razon.com/index.php?_url=/opinion/columnistas/lconos-urbanos_0_2556344348.html
- Velasco, J. (2007). Espacio y territorio: ámbito de la etno-identidad. *Revista del CESLA*, 10, 53-70. Recuperado de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=243316417004>
- Villegas, M. (2011). *Capacitación del talento humano para la industria de la confección en prendas de vestir de tejidos de punto en la ciudad de Atuntaqui, cantón Antonio Ante y propuesta alternativa para su mejoramiento*. (Tesis maestría). Universidad Técnica del Norte. Ibarra.
- Zeegen, L. (2015). *Principios de ilustración* (2ª ed.). Barcelona, España: Gustavo Gili.
- Zeegen, L. (2013). *Principios de Ilustración*. Barcelona, España: Gustavo Gili.
- Villegas, T. (2014). *Andrade Marín SU HISTORIA, SU GENTE*. Quito : Impresión Studio21.

ANEXOS

Encuestas en las parroquias de Antonio Ante



Bocetos de los íconos





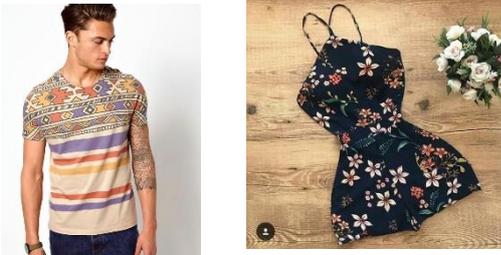
UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

FACULTAD DE EDUCACIÓN, CIENCIA Y TECNOLOGÍA (FECYT)

OBJETIVO: Implementar una guía de iconos visuales para la producción textil con enfoque Etno – Urbano del cantón Antonio Ante 2017 -2018

Encuesta dirigida a turistas que visitan, disfrutan de los paisajes, degustan los platos típicos y realizan compras de prendas de vestir en Antonio Ante.

La presente encuesta tiene como finalidad dar cumplimiento al objetivo propuesto con referencia al proyecto establecido, por ello se le solicita de la manera más comedida que marque con (X) la respuesta que considera adecuada desde su punto de vista.

Indicaciones Generales	
La línea de moda que se piensa crear, va a usar lo que es patrones en diseño textil por ello se realizara una breve explicación para que el encuestado tenga conocimiento sobre lo que trata la encuesta.	
<p>Diseño con Patrones Se toma una parte de mayor relevancia del objeto en cuestión, seguidamente se realizada duplicaciones, reflejo, etc.</p>	
<p>Diseño tradicional Se plasma en la tela el elemento con alteración mínimas.</p>	

1) ¿Usted conoce las parroquias del cantón Antonio Ante?

- Al menos una
 Más de dos
 Ninguna

2) En el último año ¿Visitó, parques, iglesias, asistió a eventos de trascendencia, disfrutó de platos típicos, asistió a lugares declarados patrimonio cultural de Antonio Ante? ¿Cuántas veces?

--	--	--

N° de visitas

Sí

No

3) ¿Con qué frecuencia realiza sus compras de prendas de vestir en los locales de Atuntaqui?

Cada mes

- Cada 4 meses
- Cada 6 meses
- Durante todo el transcurso del año

4) ¿Con cuál de los siguientes íconos asocia usted a Antonio Ante?



Fábrica Imbabura



Pelota Nacional



Cuy



Molienda o trapiche



Fiestas de inocentes



Helado de aguacate



Pueblo Natabuela



Fritada

5) ¿Además de los mencionados, usted conoce otros lugares, personajes, platos típicos o eventos de gran importancia de Antonio Ante, si su respuesta es sí puede mencionarlos?

- Si
- No

6) ¿Cree usted que estos íconos serían de uso relevante en la industria textil?

- Si
- No

7) Al realizar diseño textil con los íconos preponderantes de Antonio Ante dependiendo de las siguientes variables ¿Porque haría uso de una línea de moda con referencia a las representaciones culturales?

- Tendencia
- Distinción
- Diseños innovadores y únicos
- No haría uso de esta línea de ropa



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

FACULTAD DE EDUCACIÓN, CIENCIA Y TECNOLOGÍA (FECYT)

OBJETIVO: Implementar una guía de iconos visuales para la producción textil con enfoque Etno – Urbano del cantón Antonio Ante 2017 -2018

La entrevista tiene como grupo objetivo a funcionarios del área cultural y de turismo del Municipio de Antonio Ante, también a dueños de las fábricas textiles con mayor trascendencia.

La presente estructura de la entrevista tiene como finalidad recopilar información importante para el trabajo de grado.

1. ¿Cuán grande es el impacto de la industria textil dentro y fuera de Antonio Ante?
2. ¿Cuáles son las tendencias actuales en la industria textil en Antonio Ante?
3. ¿Qué comprende cómo identidad?
4. ¿Cree usted que el diseño textil en Antonio Ante posee identidad cultural?
5. Considerando que Antonio Ante es reconocido por su producción textil, sus fiestas y sobre todo los lugares que han sido considerados patrimonio cultural Según su opinión,
O los lugares que han sido reconocidos como patrimonio cultural.
¿Cuáles son los iconos más representativos de Antonio Ante?
6. ¿Usted considera que se deberían aplicar estos íconos culturales en la industria textil de Antonio Ante?
7. ¿Antonio Ante cuenta con algún plan mantenimiento o actualización de vanguardia en función del trabajo textil, de manera que atraiga la mirada de los posibles compradores?
8. ¿Considera que la identidad de Antonio Ante se gestiona adecuadamente para dar conocimiento pleno a nivel nacional?
9. ¿Sería de utilidad un instrumento que sirva como una guía de diseño identitario de Antonio Ante?

ABSTRACT

Innovation in the business area is essential. Innovation in the textile area includes optimizing technology, saving costs, improving quality, creating original and different processes using graphic design and fashion trends, all these aspects build a string value with consumption habits. The productive sector of Antonio has an open economy specialized in the textile area, in particular Atuntaqui city, here are produced textile products of different materials.

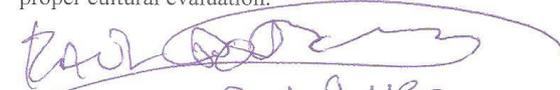
This research considers several issues in this area; the main is in the graphical part implemented in clothing, as it is not given the importance, which is due, by the producers, as design and pattern are today considered fundamental pillars for the textile area.

Textile producers lack knowledge in fields of creativity and innovation, because its efforts engaged in large scale production processes to meet demands and requirements of the local, national and foreign market, without attention to the creation of own and exclusive designs. A factor to stand out has been the lack of an identity in Atuntaqui fashion, limited only to the change in labels or a light alteration in clothes; this has damaged the name of the manufacturer and sellers in the city.

How important is a brand image line in the textile production at Antonio Ante Canton?

Lack of previous research with reference to the iconography of people from Atuntaqui gets to consideration the importance that existing data are processed to be addressed and contribute to every local enterprise social responsibility being searched; generating jobs, proposing strategies for positioning of Antonio Ante as a fashion icon this guide seeks to adapt graphic elements and demonstrate that a new trend can be generated in fashion at national and international level.

Industrial development takes advantage of the skills and knowledge of professionals related to the textile branch; that is why the suggestion of creating and promoting a brand. It is important to inform the producers the importance that Atuntaqui within the textile market; highlighting the potential and talent by incorporating a guide with Visual icons that focus on a totalitarian image and the origin of designs with Andean and urban approach; creating the MUSQ PAYQ brand which reflects and evokes the promise of a proper cultural evaluation.


Victor Rodriguez

