



COLEGIATURA

**Tú te acreditas,
Colegiatura se acredita.**





ΛWΛTΛΛ

Tejemos historias, vestimos metáforas

PROMESA DE MARCA

Más que crear prendas de vestir, esta marca busca brindar una experiencia. Transportar al individuo a ese espacio íntimo e imaginario donde se configuran los sueños y la identidad. Crear narrativas y metáforas que se materializan a través de los diversos tejidos y prendas. Llevar al individuo a la reconexión con su ser, con sus historias, con su origen, para así poder llegar a la máxima expresión de su identidad.

FILOSOFÍA DE MARCA

Somos una marca emergente de diseño de autor. Nos caracterizamos por ofrecer al consumidor prendas versátiles y diferenciadoras, logrando un balance entre lo vanguardista y lo ancestral, lo formal y lo casual.

En Awataa, encontramos la emoción de vivir el día a día, rompiendo la monotonía y añadiendo un toque de onírico y ecléctico a la cotidianidad a través de la creatividad. Además, creemos que cada persona es una recopilación de innumerables historias y que es posible materializar las historias que queremos contar mediante los diversos tejidos y formas, de manera que podamos convertir al cuerpo en el manifiesto de nuestra identidad, a través del vestir.

Consideramos, como parte fundamental de esa búsqueda del origen y la identidad, los saberes ancestrales, por lo cual hace parte de nuestra esencia trabajar en conjunto con diversas comunidades que nos transmiten sus saberes, historias y su cosmogonía.

SOSTENIBILIDAD

- Unos de nuestros pilares fundamentales son el trabajo en comunidad y el comercio justo y local. Las piezas de tejido artesanal son elaboradas por artesanos de diversas partes del país. En la colección que se presentará a continuación, fueron elaboradas por artesanas de Santa Elena y de San Cristobal, al igual que algunos de los souvenirs de marca.
- En la línea diurna, empleamos tejidos con hilos reciclados y fibras 100% naturales, como algodón y lino.
- Todas nuestras prendas se elaboran con patronaje digital para optimizar al máximo el desperdicio de papel y tela, y son confeccionadas por mujeres cabeza de familia.
- Nuestra marca se caracteriza por realizar colaboraciones con diversos artistas, artesanos y demás creativos, para generar una experiencia más completa al consumidor y, a su vez, dar visibilidad tanto a la marca como a otras marcas o creativos locales.

CONSUMIDOR

- La marca se dirige, principalmente, hacia un público femenino, sin embargo también tiene prendas genderless.
- Rango de edad aproximado: 27 - 37 años
- Personas de estrato medio en adelante, con capacidad adquisitiva suficiente para vivir bien, para darse sus gustos y tener pasatiempos además de su trabajo. Versátiles, emprendedoras y apasionadas por lo que hacen, perseverantes y perseguidoras de sus sueños. Viven la vida en coherencia con como piensan. Aman aprender un poco de todo, conocer gente de diferentes culturas, visitar lugares nuevos, probar de todo, son de mente muy abierta y no se dejan limitar. Buscan, más que comprar una prenda o accesorio, identificarse con ella, lo importante no es que sea de marca, les interesa lo que sienten a la hora de encontrarse con ella, del significado que ellas mismas le dan a la hora de usarla, que esta se convierta en un medio de expresión de ellas mismas. Además, buscan que la indumentaria que utilizan se destaque como piezas originales y diferenciadoras.

INTERPRETACIÓN DE TENDENCIAS



CUESTIONAR EL PODER

NUEVOS MITOS +
NATURALEZA SURREALISTA

Hallar nuevos
significados en la
sabiduría ancestral para
un presente incierto.
¿Cómo entender un mundo
que se fragmenta ante
nosotros?



LO NATURAL Y
LO TECNOLÓGICO



SLOW FASHION



LO VIEJO Y
LO NUEVO



ARTESANAL Y
LOCAL



PRODUCCIÓN CIRCULAR
Y RECICLAJE



MIRAR AL PASADO

PARA CONSTRUIR EL FUTURO

DESDE LO CONCEPTUAL

INTERPRETACIÓN DE TENDENCIAS

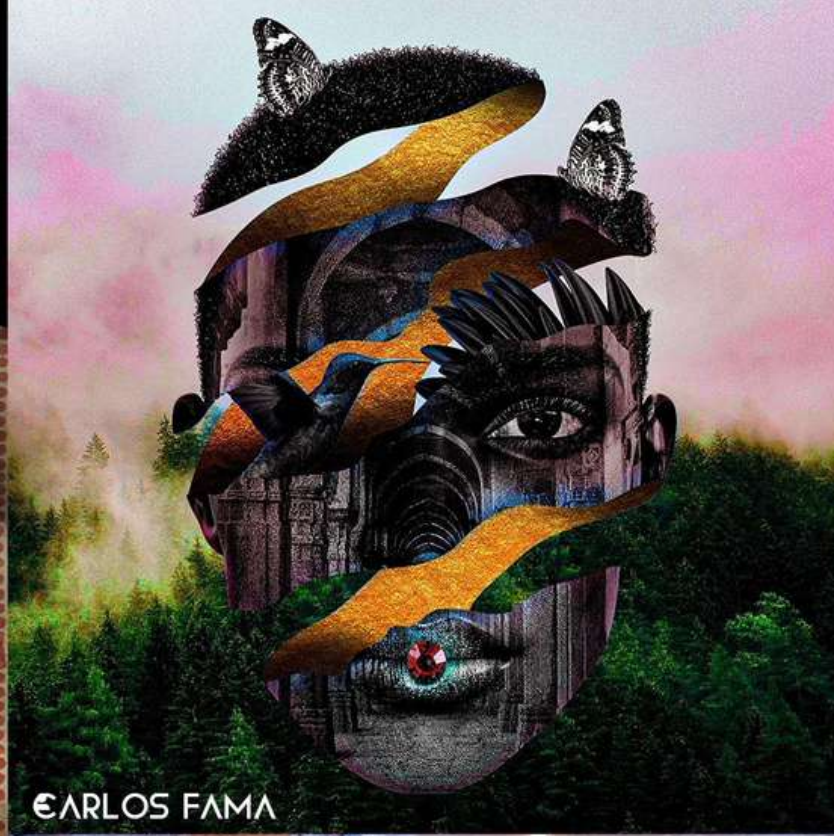


DESDE LA MATERIALIZACIÓN

INTERPRETACIÓN DE TENDENCIAS



TATIANA PARCERO



CARLOS FAMA



ALAMBIQUE RESTAURANTE



ROTH ARCHITECTURE



INDAGACIÓN DE REFERENTES

AMBIVALENCIA PROGRAMADA

Gisela Sánchez Fernández

Diseño Comercial - 202I.2

NARRATIVA DE COLECCIÓN

Disonancia. La humanidad estaba sumergida en una arrasadora carrera por el llamado "progreso", perdiendo cada vez más su conexión con la naturaleza y con sus orígenes. Sin embargo, el grito de auxilio del planeta era cada vez más difícil de ignorar. La pandemia fue la gota que rebasó la taza. La humanidad, por fin, comenzó a entender que es necesario disminuir la velocidad, lograr un equilibrio, mirar hacia el origen, tecnología pero también naturaleza, tejer el futuro con la armonía de los opuestos.

MOMENTO 1: DISONANCIA

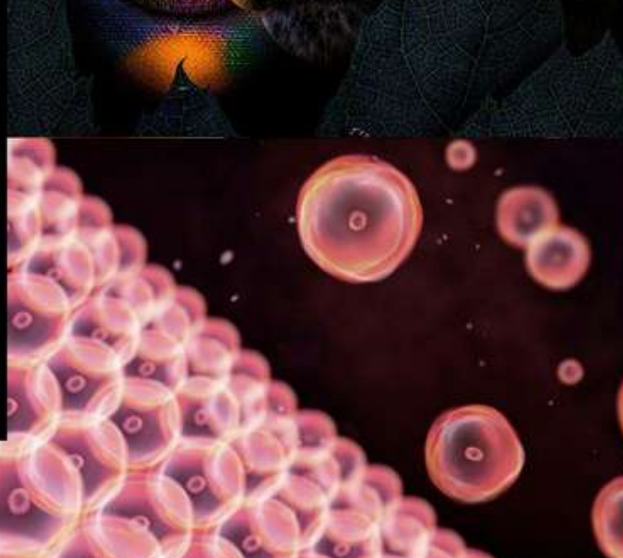
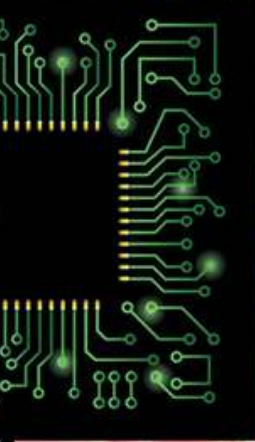
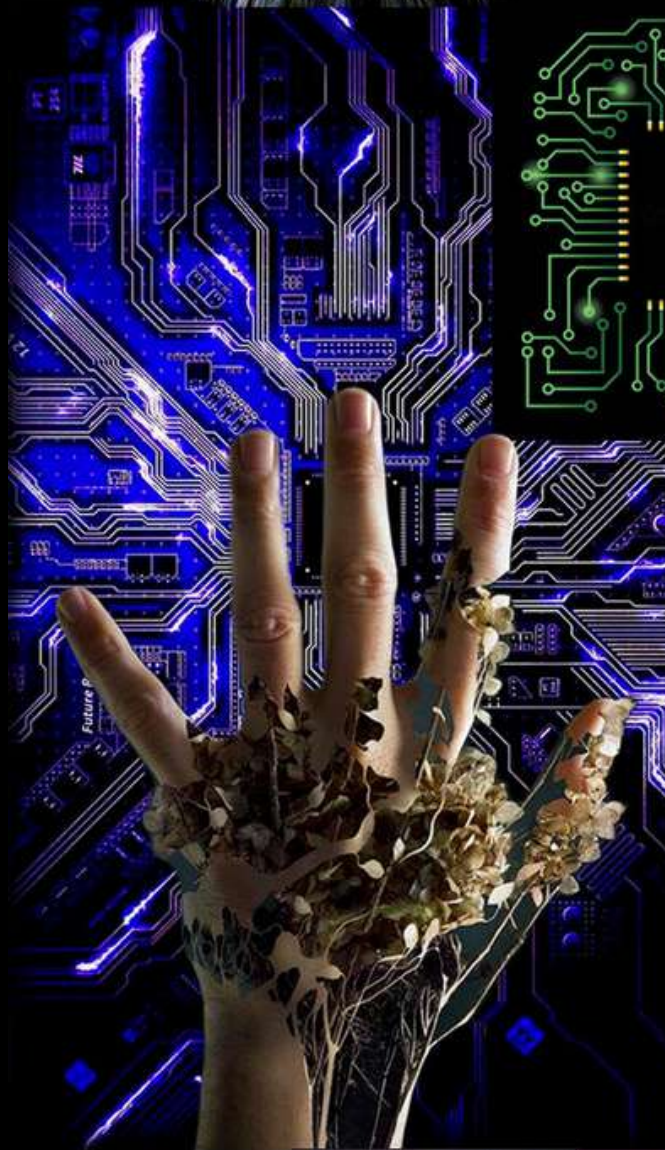
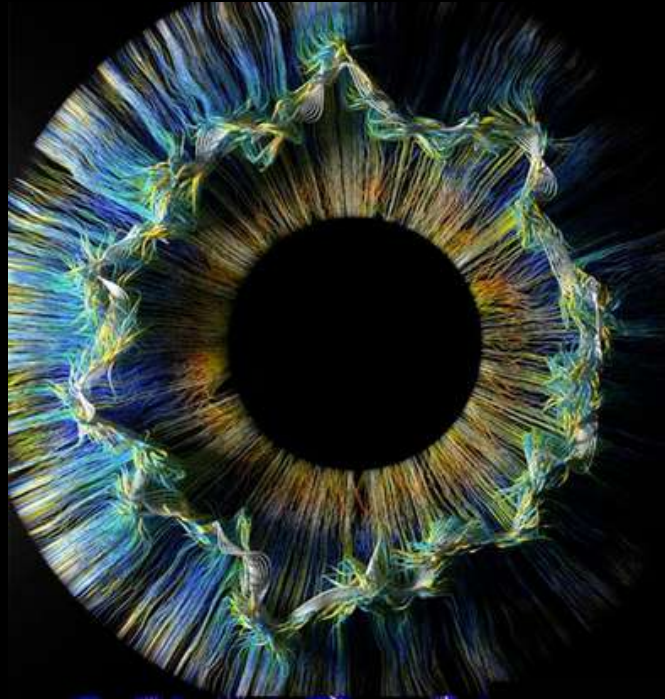
- La humanidad sumergida por completo en la carrera, enfrascada en su obsesión por el progreso y la tecnología, ignorando el impacto ambiental y sociocultural de esto.
- Los opuestos funcionando por separado.
- Prendas "antinaturales" o industriales, con textiles de fibras sintéticas, con procesos de sublimación y/o acabados satinados, metalizados, tornasoladas, con grafías y colores más saturados.
- Mayor porcentaje de prendas vanguardia y moda.
- Menor porcentaje de básicos.

MOMENTO 2: ARMONÍA

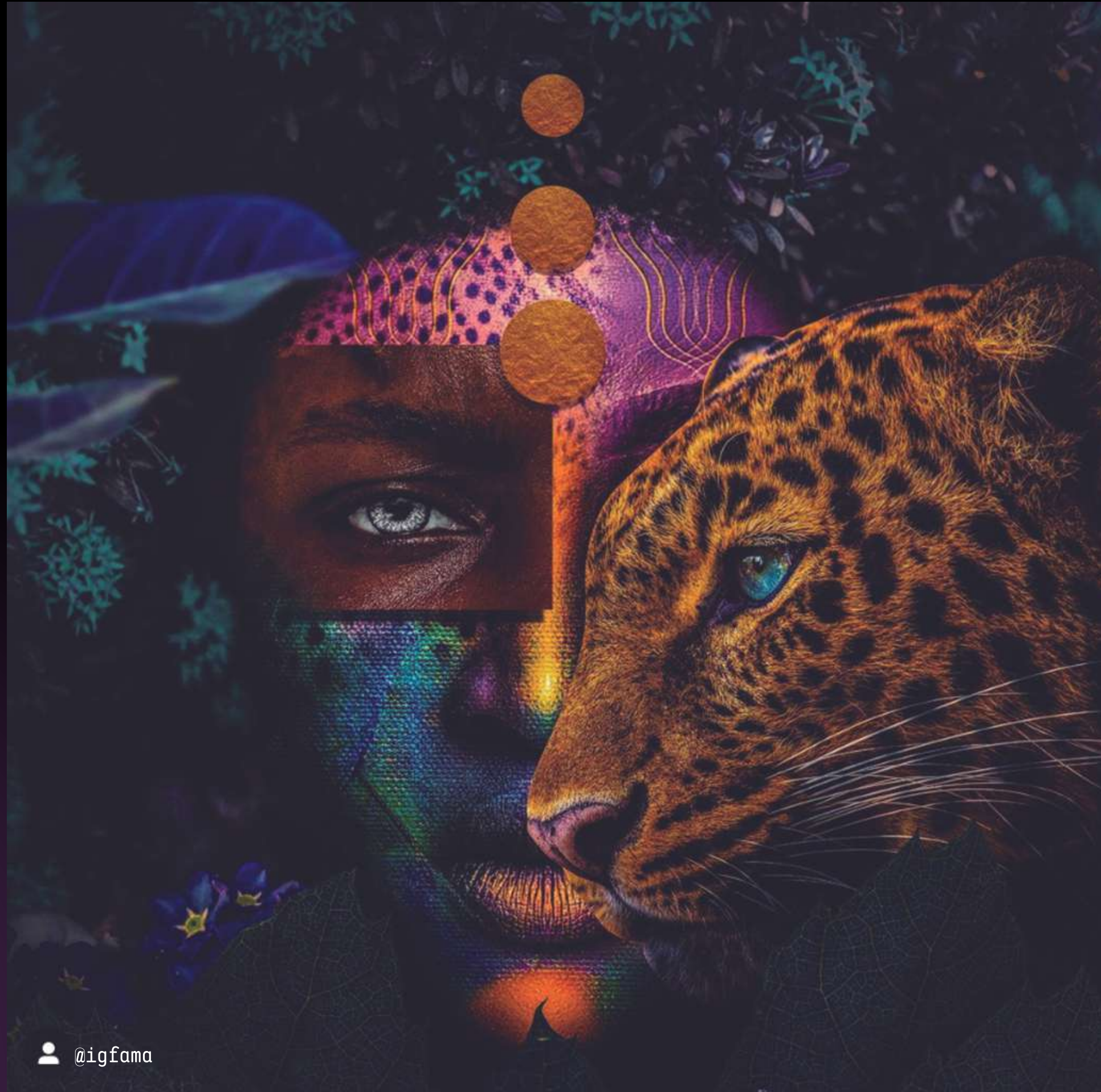
- La humanidad escucha el grito de alerta de la naturaleza y comienza a bajar la velocidad para poner atención, no solamente al futuro, sino al presente y a revalorar el pasado.
- Los opuestos se fusionan, comienzan a manifestarse juntos en prendas que combinan lo artesanal y lo industrial, lo natural y lo tecnológico, lo ancestral y lo moderno.
- Predominan los textiles e insumos de fibras naturales y recicladas, con procesos artesanales como tejido, bordado y/o teñido natural.
- Se mezclan los colores, materiales y técnicas para representar la convergencia armónica de los opuestos.
- Mayor porcentaje de prendas básicas y moda. Menor porcentaje de vanguardias.



MOODBOARD NARRATIVA



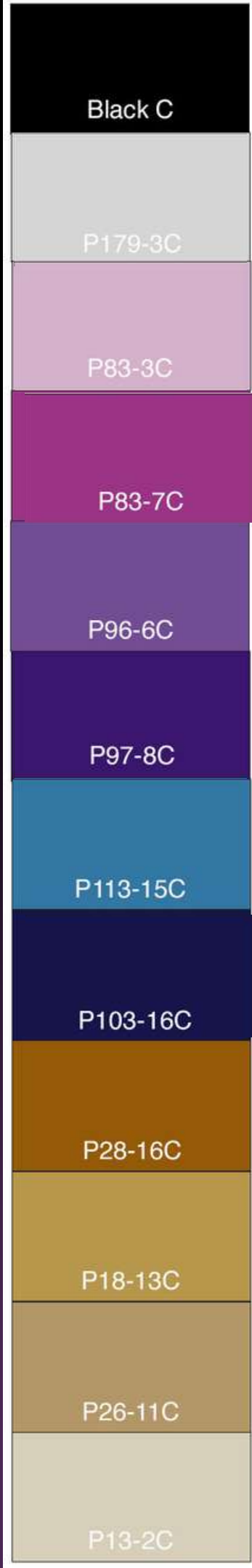
CARTA DE COLOR GENERAL



Black C
P179-3C
P83-3C
P83-7C
P96-6C
P97-8C
P113-15C
P103-16C
P28-16C
P18-13C
P26-11C
P13-2C

PANTONE CMYK COATED

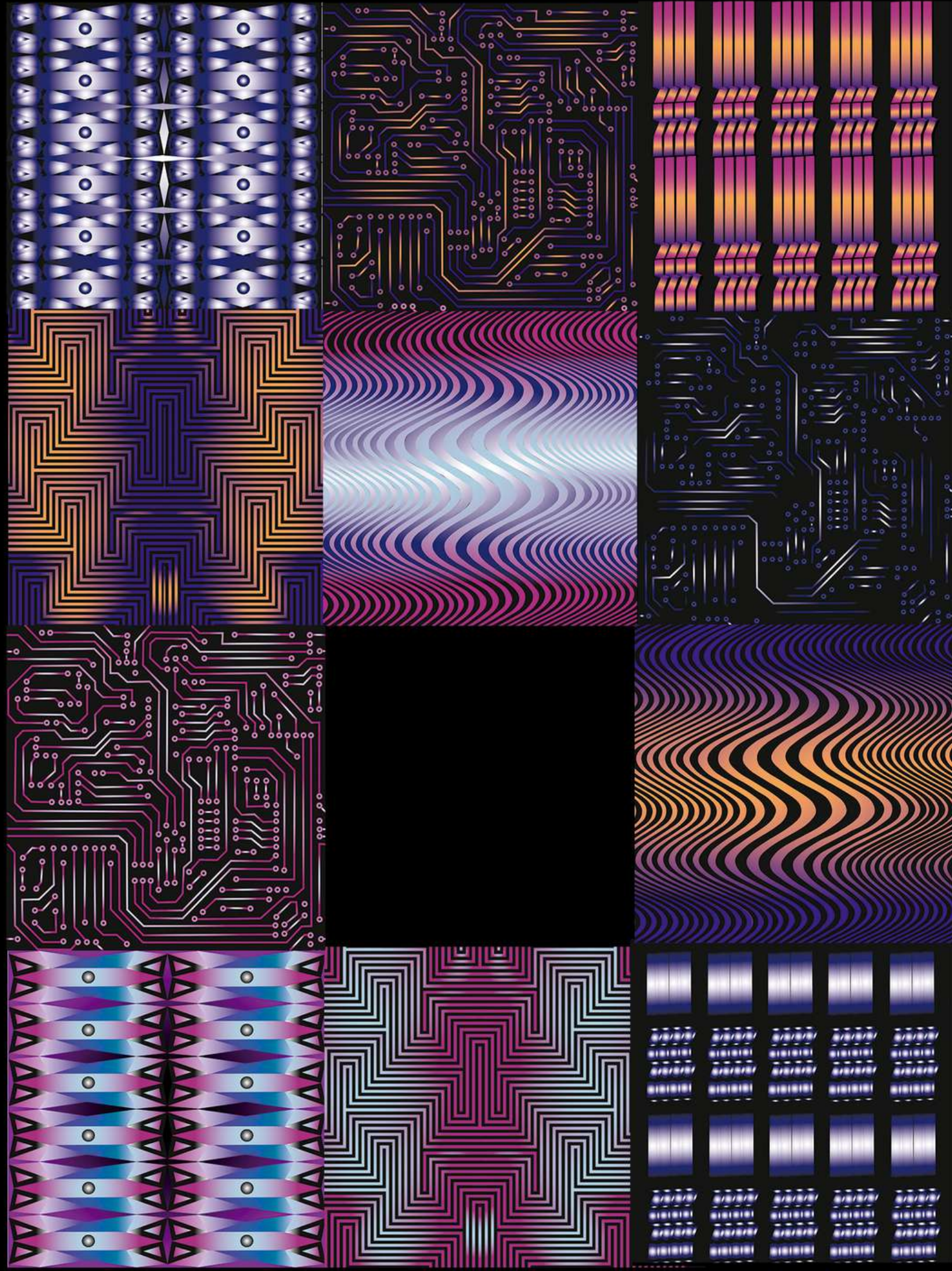
COLORES DE COLECCIÓN



PANTONE CMYK COATED



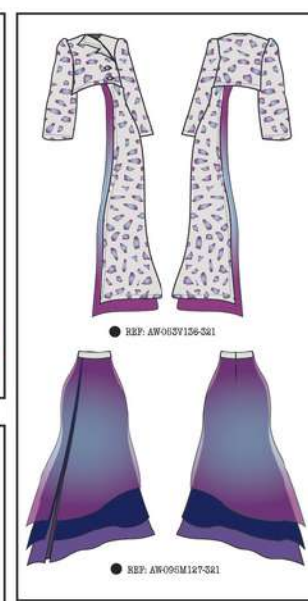
HISTORIAS DE ESTAMPACIÓN



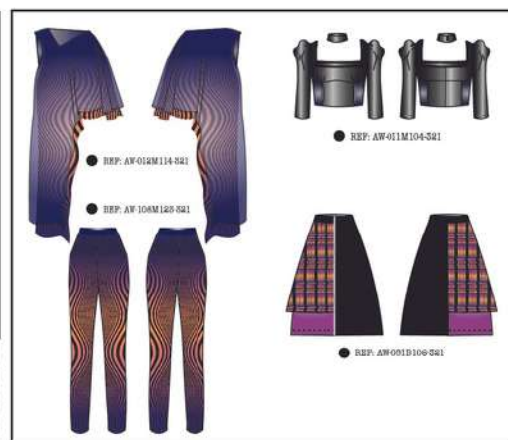
A H O E A E O H O

A H O E A E O H O

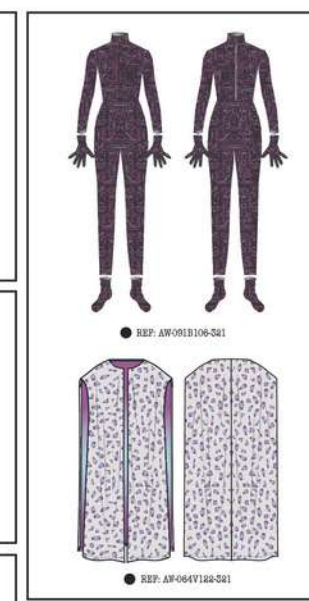
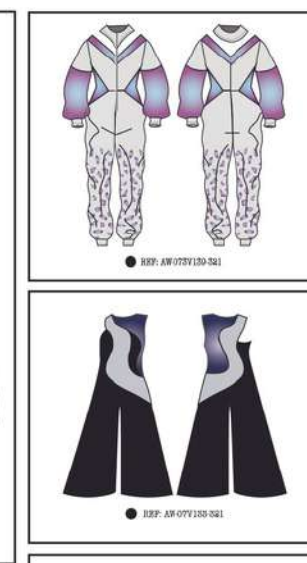




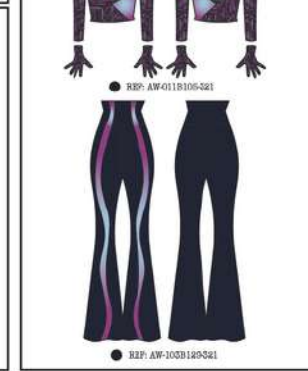
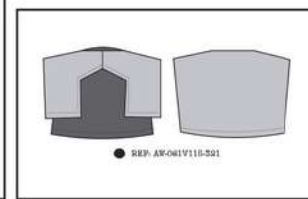
DESPACHO · 1
DISONANCIA



DESPACHO · 2
DISONANCIA



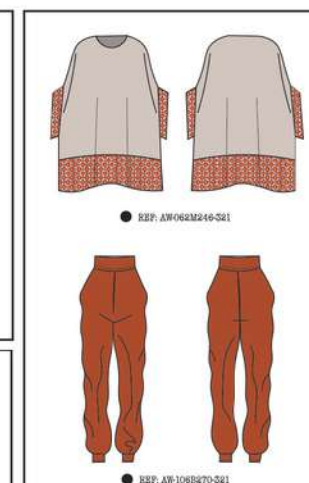
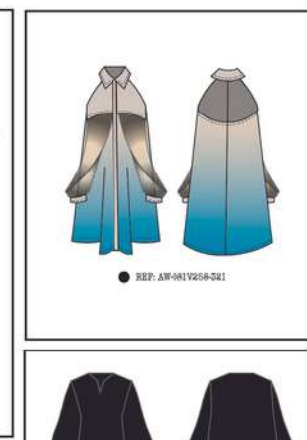
DESPACHO · 3
DISONANCIA



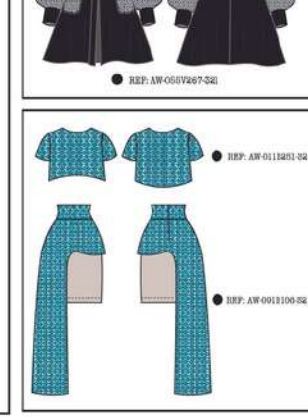
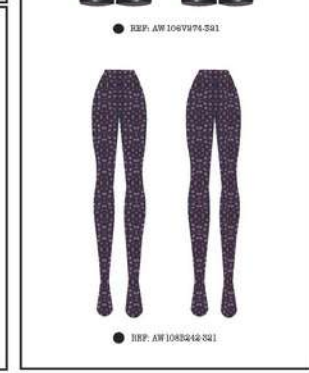
DESPACHO · 1
ARMONIA



DESPACHO · 2
ARMONIA



DESPACHO · 3
ARMONIA



FIGURINES



ESTILISMO

