



**UNIVERSIDAD
DEL AZUAY**

Facultad de Diseño, Arquitectura y Arte
Escuela de Diseño de Productos

**DISEÑO DE UNA LÍNEA DE CALZADO
DEPORTIVO
MASCULINO EN BASE A LA TENDENCIA
STREETWEAR**

TRABAJO DE GRADUACIÓN PREVIO
A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE:
DISEÑADOR DE OBJETOS



AUTOR
AGUILAR CÓRDOVA JEYSON STALIN

DIRECTOR
DIS. DANILO SARAVIA VARGAS MGT

CUENCA ECUADOR

2021



AGRADECIMIENTO

A Dios por permitirme vivir y culminar una meta importante.

Este proyecto no habría sido posible sin el apoyo constante de mis padres Víctor Aguilar y Lupe Córdova que junto a mis hermanos me encaminaron hacia la meta.

A mi tutor Danilo Saravia, quien ha fortalecido mi carácter y dedicación en la elaboración de este proyecto, dirigiéndome positivamente.

Agradezco a mi esposa Darly Ramírez y hermana Katherine Aguilar, pues su aporte profesional ha sido fundamental en la construcción de este proceso de titulación.

DEDICATORIA

El valor del esfuerzo y sacrificio es inconmensurable, la recompensa y satisfacción aún más, sin embargo, es más gratificante cuando puedes compartirlo con quienes realmente quieres y eres querido.

Este trabajo dedico a mi esposa Darly Ramírez y mi hijo Jason Caleb Aguilar Ramírez, por quienes nunca me rendí a pesar de lo duro del camino y sobre todo porque su imagen aportó significativamente a mi proyecto de vida.



RESUMEN



El diseño y la producción de calzado en el Ecuador tiene como base las tendencias que predominan en el mercado exterior, es por esto que se producen en su mayoría diseños extranjeros. La tendencia Streetwear, es una de ellas, que tiene su base en las novedades de las redes sociales, orientada a un mercado muy amplio donde el juvenil es el más consumidor. Generar nuevas alternativas con la base de esta tendencia es la idea central, se plantearon crear tres propuestas de calzado que se apoyan en los grafitis y en la realidad ecuatoriana. Además, se adoptan conceptos como: el styling y diseño de calzado para lograr elaborar estas propuestas de diseño de calzado con cierta identidad nacional.

Palabras claves: CANVAS, styling, modelo de negocio, estética, empaque, principios del diseño de calzado

ABSTRACT



The production of footwear in Ecuador is based on the trends that predominate in the foreign market, which is why foreign designs are mostly produced. The Streetwear trend is one of them, adopted by the use of social networks and is characterized by being linked to a youth market. With the aim of generating new alternatives based on this trend, it was proposed to create three footwear proposals that are based on concepts such as graffiti and part of the Ecuadorian dialect linking to this trend. Likewise, concepts such as styling and shoe design are adopted. Managing to build three footwear design proposals with authentic national identity.

Key words: CANVAS, styling, business model, aesthetics, packaging, principles of shoe design

ÍNDICE

Introducción	9	Propuestas	46
Problemática	11	Ideas seleccionadas	49
Objetivos:	12	Calzado estilo Hip Hop con piezas sublimadas	49
Objetivo General	12	Calzado streetwear alineado a la estética urban chic	49
Objetivos Específicos	12	Tipología del dialecto ecuatoriano	50
Justificación	13	Partidas de Diseño	51
Capítulo 1	14	Partida Formal	51
Contextualización	15	Partida funcional	51
Historia de la industria del Calzado	15	Características de protección	51
Tipos de calzado	17	Partida tecnológica	52
Calzado Deportivo	18	Capítulo 4	54
El calzado con respecto a las tendencias	19	Documentación técnica	55
Tendencia Streetwear	19	ILUSTRACIÓN 1	63
Colección cápsula Supreme x Louis Vuitton	21	ILUSTRACIÓN 2	64
Homólogos	21	ILUSTRACIÓN 3	65
Vans EVENT Ultimate Waffle	22	BOCETOS	66
Nike React Element	23	DISEÑO DE LA GRÁFICA	67
Capítulo 2	25	Prototipos terminados	68
Marco Teórico	26	Empaque	70
El diseño del calzado	27	Distribución del troquel	71
Principios del diseño de calzado	28	Empaque final terminado	72
Procedimientos para la elaboración de calzado	29	Cálculo de costos	73
Las tendencias e identidad	32	Costo total del producto	75
La tendencia	32	Protocolo de Validación	76
Identidad	33	Detalles del desarrollo del protocolo	77
El movimiento o tendencia Streetwear	34	Detalles técnicos	77
Definición y descripción	34	Objetivos del protocolo de la validación	77
Estética del grafiti	36	Objetivos del protocolo de la validación	79
Definición	37	Análisis de validación	80
El styling	37	Bibliografía	82
Capítulo 3	40	Anexos	88
Ideación	41		
Persona Design	43		

ÍNDICE GRÁFICO

Ilustración 1	15
Ilustración 2	21
Ilustración 3	22
Ilustración 4	23
Ilustración 5	29
Ilustración 6	30
Ilustración 7	30
Ilustración 8	31
Ilustración 9	31
Ilustración 10	35
Ilustración 11	36
Ilustración 12	37
Ilustración 13	49
Ilustración 14	49
Ilustración 15	50
Ilustración 16	50
Ilustración 14	50
Ilustración 17	50
Ilustración 19	68
Ilustración 18	68
Ilustración 20	69
Ilustración 21	69
Ilustración 22	69
Ilustración 23	70
Ilustración 24	72
Ilustración 25	72
Ilustración 26	77
Ilustración 27	78
Ilustración 28	80

Introducción

La producción y el diseño de calzado tiene un importante historial en la industrialización, desde la época de los egipcios ya se conoce del uso y diseño de calzado, allá por el siglo IV a.C., pues son considerados entre los primeros pueblos que utilizaron este tipo de indumentaria con la idea de proteger los pies al comienzo y luego como parte de su distinción o estatus; utilizaban lo que se conoce como sandalias hechas con juncos o con fibras vegetales para el común de la gente, pero los faraones y clase noble utilizaban el calzado de otros materiales, como cuero trenzado y con todo tipo de adornos, rematándose en una punta encorvada hacia arriba. La clase sacerdotal las usaba de papiro (Museo del Calzado, 2019). La evolución del calzado ha crecido de acuerdo a la época y a las diferentes culturas y tendencias que se han presentado a lo largo de la historia de la humanidad.

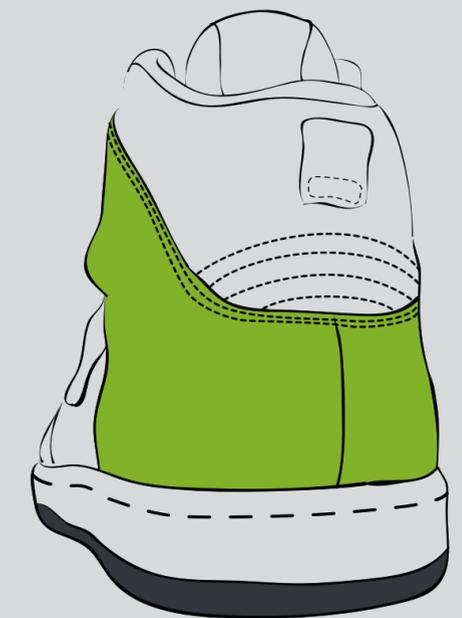
En el Ecuador la historia es parecida, se conoce de la utilización de calzado y de su diseño desde la época colonial, con la conquista española se introdujo este tipo de accesorio poco a poco en la población regional, pero ya en la época republicana a principios del siglo XX, más exactamente en 1909, Don Jaime Castells fundó la fábrica de "Calzado Nacional" en Guayaquil, siendo la primera empresa dedica-

da a la fabricación de calzado. Posteriormente, en 1919, Don Evangelista Calero fundó en Guayaquil la Casa Matriz de la Organización Calero, la misma que se dedicaba a la venta de calzado; cabe anotar que la marca Calero fue la marca más representativa del país desde 1930 por sus modelos innovadores (Diario El Universo, 2010).

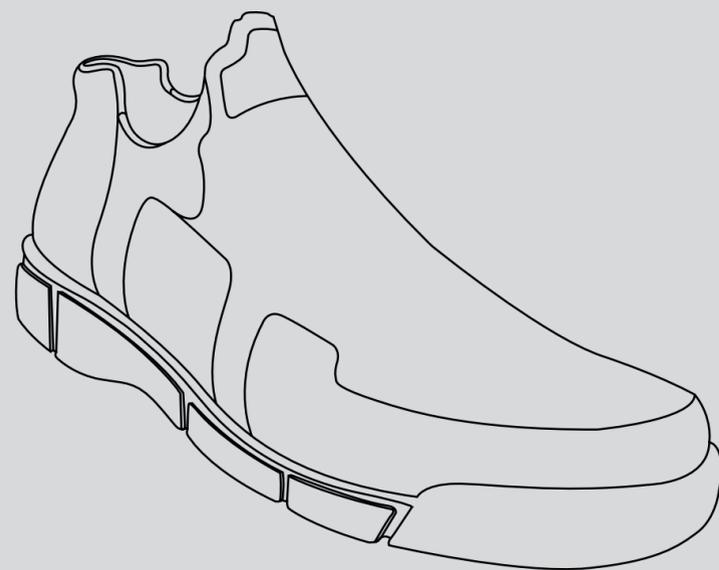
La evolución del diseño y fabricación del calzado ha sido muy importante en el país. En la actualidad, las redes sociales han sido utilizadas para exponer variedad de modelos que se ofrecen a domicilio por el problema de la pandemia, despertando el interés de los usuarios por adquirir un producto innovador que brinda identidad, calidad y confort.

Diseñar una línea de calzado deportivo masculino basado en la tendencia streetwear con un estilo casual, semiformal y apto para la actividad física es la propuesta que se emprende con la seguridad de ofrecer un producto que acapare la atención de los consumidores.

La investigación ha sido estructurada en 4 capítulos y las conclusiones finales. Capítulo 1 Contextualización: para enmarcar dentro del tema de la investigación se desarrollarán los siguientes subtemas: historia de la industria del calzado, tipos de calzado, el calzado depor-



tivo, el calzado respecto al diseño y el calzado respecto a las tendencias, la tendencia streetwear y homólogos. Capítulo 2 Marco teórico: para una mejor comprensión de conceptos y palabras que son claves en la investigación se procederá a definir todos los componentes del proceso investigativo partiendo de una breve introducción, luego se clarificarán los subtemas implicados: el diseño del calzado, principios del diseño del calzado, procedimientos para la elaboración de calzado, las tendencias e identidad, el movimiento o tendencia streetwear, la estética del grafiti y el styling. Capítulo 3 Ideación: personas design. Propuestas: Ideas seleccionadas: calzado estilo hip hop con piezas simuladas, calzado streetwear alineado a la estética urban chic, tipología del dialecto ecuatoriano. Partidas de diseño: partida formal, partida funcional, características de protección, y partida tecnológica. Capítulo 4 Documentación técnica, hace referencia al trabajo del diseño del calzado objetivo del trabajo práctico de la tesis: prototipos terminados, empaque, cálculo de costos, costo final o total del producto, protocolo de validación, detalles del desarrollo del protocolo y detalles técnicos, resultado de la validación, análisis de la validación y Conclusiones finales.



Problemática

El streetwear es una tendencia que nace en las redes sociales y se caracteriza por ir en contra de los estereotipos; ante lo cual, Godio (2017) remarca que el Streetwear es una tendencia que genera un gran impacto, ya que propone una vestimenta deportiva que se adapta a un estilo casual, semiformal, que también se presta para hacer actividades deportivas y laborales. Además, no solo se trata de un estilo, sino más bien de un fenómeno cultural, que se relaciona íntimamente con las redes sociales y la moda que se transmite a través de las mismas.

La tendencia streetwear se relaciona directamente con el traslado a la calle, de aquella vestimenta diseñada específicamente para prácticas deportivas, llevando a esto el uso del naciente estilo para todo tipo de ocasiones y prácticas en el día; estos movimientos son el resultado de una juventud aburrida que se vuelve creativa e inspirada, que hace las cosas por sí misma y experimenta un crecimiento orgánico.

Por otra parte, al surgimiento de esta tendencia, existe comúnmente el uso de zapato deportivo; sin embargo, no se produce en su mayoría, alternativas de calzado enfocado en esta tendencia, considerando el hecho de que el zapato para el streetwear requiere una personalidad que se acomode a un estilo semiformal. Mediante el estudio y miramiento hacia el diseño de esta tesis, se utilizan los conceptos de estética, diseño del calzado, styling y tendencia streetwear. Lo que se propone es diseñar una línea de calzado deportivo bajo el concepto de la tendencia streetwear, generando una nueva alter-

nativa de uso para los consumidores. ¿Será posible elaborar un diseño de calzado deportivo masculino basada en la tendencia streetwear que capte la atención, el interés y la compra de los consumidores ecuatorianos con cualidades que prometan algo parecido o mejoren detalles de los modelos existentes en el mercado vigente, ofreciendo a la par: confort, identidad, originalidad, novedad, elegancia y precios cómodos?



Objetivos:

Objetivo General

Diseñar una línea de calzado deportivo masculino basado en la tendencia streetwear que permita desarrollar un nuevo estilo casual, semi-formal y adecuado para la actividad física.

Objetivos Específicos

■ Describir las características básicas de la tendencia streetwear que permita desarrollar la propuesta con una base cierta y un estilo orientado a captar la atención y el interés del consumidor.

■ Conceptualizar en el marco teórico, los términos técnicos que se utilizarán para una mejor inteligenciación de los contenidos investigados.

■ Proponer una línea de calzado deportivo masculino funcional, cómodo y atractivo basada en la tendencia streetwear para captar la atención de los

Justificación

usuarios.

En el Ecuador y en el mundo contemporáneo, debido a la corriente de las redes sociales, existe una gran variedad de modelos de calzado que captan la atención de los usuarios y cada vez la innovación es un imperativo porque el consumidor masculino busca algo único, auténtico y con identidad, la tendencia streetwear reúne estos requisitos y promueve innovadores modelos. El trabajo está encaminado a brindar una alternativa de calzado basado en esta orientación estética que permita al cliente usar y disfrutar de la comodidad, diseño y vistosidad de un zapato deportivo con carácter propio y a un costo asequible, con una identidad que le permita ser lo que es, lucir bien y experimentar el confort en sus

actividades diarias.

El aporte que se pretende con la propuesta de esta línea de calzado es un nuevo diseño, pero innovador que convierta a un zapato común en algo novedoso, llamativo y cómodo, que rompa paradigmas en el sector industrial y comercial, generando genuinos modelos y competitividad para incursionar en el mercado nacional especialmente en el costeño con un producto a satisfacción del cliente con identidad y a un precio módico, además con características adecuadas para una utilización eficiente en la práctica deportiva.





Contextualización

Describe el desarrollo de la industria del calzado desde su origen y su evolución en el tiempo hasta nuestros días, los tipos de calzado que han surgido, haciendo énfasis en el calzado deportivo y su incidencia en las diarias actividades humanas. Se incluyen contenidos como el calzado con respecto al diseño y la tendencia Streetwear.

Historia de la industria del Calzado

Destacando el hecho de que el origen del calzado data de miles de años atrás, se ha podido evidenciar, a lo largo del tiempo, que el hombre creó por primera vez una protección para sus pies desde hace unos 15.000 años, según lo referencian Caliz y Miranda (2015). Cabe mencionar que, estos diseños primitivos tenían como único enfoque, el de protección, sin embargo, también se utilizaban también distintos tipos de calzado, es decir que a la par también se practicó el diseño del calzado.

Es así que aparece la industria del calzado, que ha venido evolucionando con el pasar del tiempo. Según lo expone el autor Brito (2019), todo se inicia con la confección de calzado básico, elaborado a partir de paja trenzada, láminas de hoja de palmera, juncos, fibras vegetales, papiros, cuero trenzado y con adornos según la exigencia de la época; para convertirse en lo que hoy en día conocemos con diferentes estilos y tipos de calzado y, según la necesidad o exigencia del usuario donde la estética, la materialidad y características tecnológicas priman al momento de valorar su costo. El objetivo no solamente es atender necesidades básicas de protección, sino también el desa-

rollo de una identidad o distinción donde el diseño y su impacto en los modelos es fundamental, donde las tendencias y gustos que predominan son los más apetecidos en el mercado.

De acuerdo con Sáenz Zapata (2008) consecuentemente, al surgir más necesidades para el uso del calzado, se han desarrollado diversos tipos del mismo, entre ellos tenemos: calzado doméstico, laboral, deportivo, con tendencias de moda y calzado para ocasiones especiales, entre otros

El uso regular del calzado se conoce efectivamente desde el siglo IV a. C., los egipcios usaban una espe-



Ilustración 1
Fuente: (Morant, 2014)

cie de alpargatas elaboradas con palma, y como se ha mencionado anteriormente, al inicio el calzado solo se usaba por protección de los pies, pero poco a poco se fue introduciendo en las costumbres de los pueblos y de las personas, no solamente como protección sino como moda y distinción.

En la época de los romanos se comenzó a confeccionar calzado con diferentes materiales como el cuero y con adornos de metales preciosos como el oro, con el devenir del tiempo fueron evolucionando los materiales para proporcionar mayor resistencia y distinción entre las diferentes clases sociales, cambiaron los diseños, colores e indudablemente la forma de confeccionarlos según avanzaba la ciencia y la técnica (Revista de Artes, 2007). En el siglo XVII con el comienzo de la Revolución Industrial empiezan a confeccionar calzado mediante un proceso productivo, con mayores detalles en la costura, aunque seguían siendo zapatos pesados e incómodos. En el año de 1840 (siglo XIX) se confecciona la primera bota para la reina Victoria, lo que constituyó una novedad y motivo de imitación, necesariamente se iba mejorando las herramientas de trabajo para facilitar la confección por las necesidades propias de la

elaboración, que cada vez eran más exigentes.

Gracias a la aparición de la industria del caucho, plásticos y telas sintéticas en el siglo XX, el zapato se enrumba hacia la comodidad, diferentes tallas, variedad de matices, colores y modelos que causan gran impacto. La confección se industrializa mediante maquinaria especial para la elaboración de los diferentes tipos de zapatos, como los deportivos, casuales, botas, etc. En el siglo XXI, es decir en nuestra



época, la revolución tecnológica es mayor, quizá violenta y muy acelerada porque día tras día hay innovaciones novedosas que exigen a los productores mayores inversiones para ser competitivos, para no quedarse fuera del desarrollo vertiginoso que el mundo actual exige (Revista de Artes, 2007).

Tipos de calzado

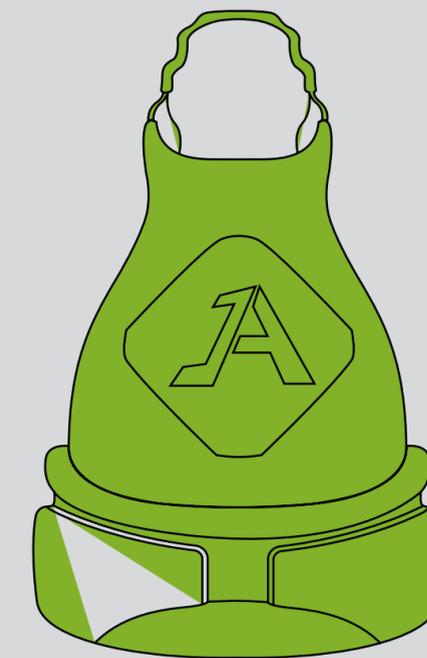
Para clasificar el calzado, es importante determinar de qué tipo es y si tiene una finalidad especial. Algunos de los tipos de calzado más comunes para hombres y mujeres son los siguientes:

Zuecos: los cortes suelen ser de una pieza y estar fijados a la suela mediante remaches. **Alpargatas:** la suela está hecha de fibras trenzadas y no tiene más de 2,5 cm de grosor; además, carecen de tacón.

Chanclas: también llamadas chanquetas; las correas o tiras se fijan mediante tapones insertados en los correspondientes orificios de la suela. **Botas de marcha:** las cuales no se clasifican como calzado de deporte. **Sandalias indias:** tienen la suela exterior y el corte de cuero; el corte consiste en unas tiras que cruzan el empeine y rodean el dedo gordo. **Mocasines,** están hechos de una sola pieza de material, tradicionalmente cuero blando, que forma tanto la suela como el corte.

Calzado de neopreno: se utiliza típicamente en submarinismo y deportes acuáticos. **Calzado de seguridad:** el que tiene la puntera hecha de metal. **Sandalias:** la parte frontal del corte está hecha de tiras de material, o bien de un material del que se han cortado uno o más trozos.

Zapatillas: incluye las chinelas y otros calzados de uso en interiores, como las zapatillas de ballet y los zapatos de baile de salón. Zapatos en general, tanto casuales como de fiesta, en las mujeres con tacos de diferente tamaño que elevan la estatura y brinda cierta elegancia, son de cuero natural o sintético y en una enorme



variedad de modelos (ISPAF, 2021). Este término, modelos, abarca todo tipo de calzado, incluido el deportivo utilizado para la práctica deportiva, pero también para el uso diario como zapato sport o casual, viene en modelos o marcas innumerables, siendo este tipo de calzado en que ocupará el resto de la investigación.

Calzado Deportivo

Como se ha expuesto hay varios tipos de calzado, uno de ellos, el deportivo. El mismo data sus inicios desde 1852, inicia con la fabricación de los primeros calzados destinados para correr, sin embargo, los materiales utilizados eran rústicos (Coimbra, 2015). Además, "fueron confeccionados con cuero y con una suela fuerte también de cuero rústico. Las suelas tenían clavos, conocidos como spikes, hechos de madera porque ofrecían un mayor agarre" (Coimbra, 2015).

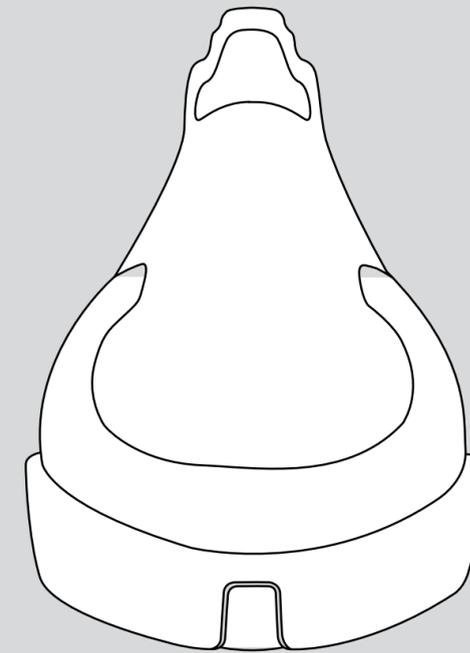
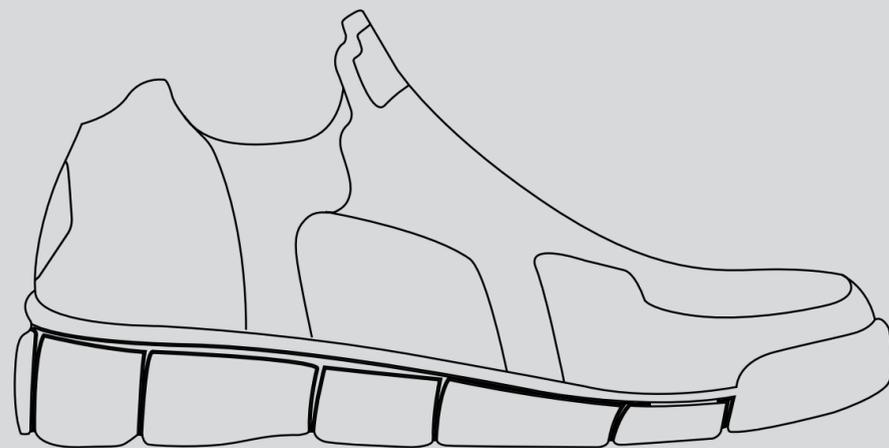
Parreño y González (2016) expresan que, después de la Segunda Guerra Mundial, la comercialización de este producto se direccionó a desarrollar calzado para actividades del deporte, dando continuidad a la importancia de vestir a los atletas desde esa época. Pautinamente, el calzado deportivo se ha convertido en la prenda de vestir más usada por la comodidad

y bondades que ofrece sin importar la ocasión o actividad a realizar, por lo que es común ver a distinguidas autoridades vestidos con trajes elegantes y zapatos deportivos también muy elegantes y muy cómodos.

En el año de 1951, se popularizó el calzado deportivo con consideraciones como la ergonomía y anatomía del pie para su diseño y, modelo de fabricación, permitiendo la facilidad de los movimientos al realizar el ejercicio (Generación Vitnik, 2018).

En nuestro país, los zapatos deportivos son el tipo de calzado que más se usa. Según Carrera y Arroyo (2019), el uso de este calzado se da mayormente en el público joven. Puesto que, en la actualidad el estilo urbano deportivo es el que se encuentra de moda, debido a sus diseños modernos y lo versátil que es para usarlo.

Según relatan mis abuelos, el calzado deportivo aparece en las primeras décadas del siglo XX, principalmente para la práctica del fútbol, deporte muy popular desde siempre. Por el año 1931 aparecen los zapatos Venus, hechos de goma para todo uso, pero en especial para los deportes. Además, por 1960 hubo zapatos de paja de mocora para mujer, la mocora es una fibra natural ancestral que proviene del zapán o vena de plátano. Avanzado el siglo XX tomó vigencia el calzado plástico, representado por las marcas 7 Vidas y Bata; ahora existe la marca Kit, igualmente de lona y caucho, se conoce también la marca Bunky muy popular entre los escolares. Pero, el calzado más famoso del siglo XX fue el denominado Pichurca, zapatos de fútbol que utilizó el legendario Alberto Spencer como todos los que practicaban este popular deporte. Se comenta que el mismo fabricante de los Pichurca le obsequió al Rey Pelé un par de zapatos cuando visitó Quito con el Santos de Brasil para jugar con Liga de Quito. Allí por el año 1962, el calzado era de cuero unido a un puente de suela en la planta, cosido al cuero que cubre los pies por encima, en el que se clavaban los pupos que eran también de suela en forma de pirámide, elaborados a mano y con cuero de calidad que según decían duraban entre 40 y 50 años, esta exageración se debía a lo durables que habían sido (Diario El Universo, 2010).



El calzado con respecto a las tendencias

La tendencia es una corriente o preferencia hacia determinados fines. Según el diccionario de la Real Academia Española (2020), tendencia se define como preferencia o inclinación en las personas y en las cosas hacia determinada idea, fin o concepto. La tendencia es un estilo, que en moda se manifiesta a través de la ropa y los complementos, que queda plasmado de forma continua, durante un período de tiempo, en un lugar concreto.

En este sentido, las tendencias de calzado son catalogadas como un estilo de moda por la buena aceptación de los consumidores, ya que acoge gran expectativa y aceptación de los mismos que requieren que se integren diseños actuales que representan una cultura y le proporcionan identidad.

Ante esto, Rodríguez (2020) expresa que, los consumidores se identifican con productos que les permitan reflejar su cultura y que a la vez les proporcione satisfacción, y no solo por el confort, sino por la tendencia actual, es decir por aquello que la mayoría se inclina por usar. Pudiéndose exponer que el diseño de calzado debe estar enfocado en las tendencias actuales, desarrollando y reflejando todas estas necesidades y gustos en un solo producto, con la finalidad de que se convierta en atractivo ante los consumidores.

Tendencia Streetwear

Una de las tendencias que están en boga en la actualidad es la llamada Streetwear. Esta tendencia que significa 'ropa de calle', tal como su nombre lo indica, está presente en nuestra sociedad y ha adquirido bastante popularidad en la industria de la moda debido a lo ver-

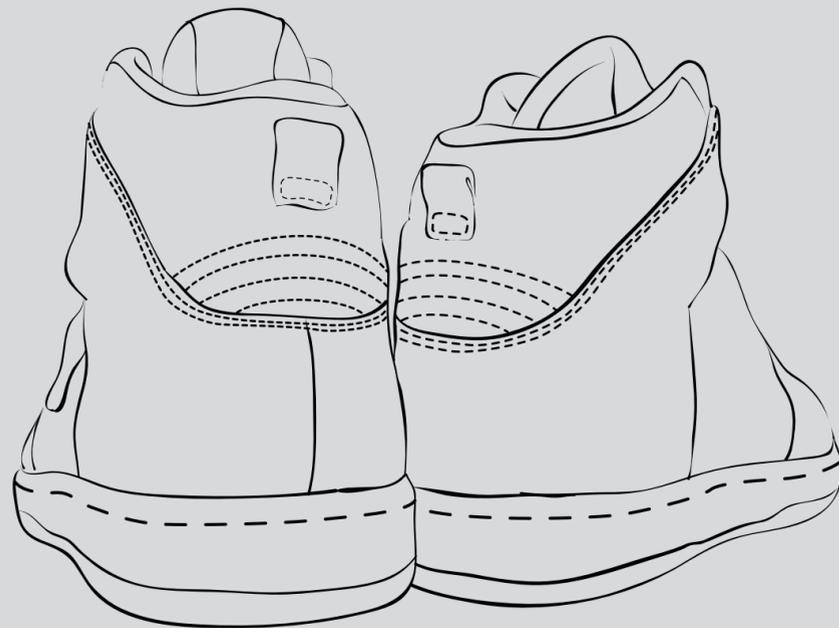
sátil que es, es decir tiene la capacidad de adaptarse con rapidez y facilidad a distintas funciones, gustos o preferencias lo que le da una característica muy valorada. Según Pazos (2017) a inicios de los años 70 varias ciudades estaban influenciadas por la música y el arte en general, especialmente en Nueva York, y diferentes grupos juveniles cobraron fuerza con su estilo y cultura, creando comunidades formadas por el skateboard, hip-hop, reggae y el movimiento artísti-

co cultural, creando un estilo único de moda denominado streetwear.

La tendencia streetwear conlleva un estilo de vestimenta destacado por sus diseños y mensajes a través de la ropa. Busca denotar exclusividad en cuanto a un estilo de autoexpresión marcando un antes y un después en el mundo de la moda (Pazos, 2017).

En cuanto a versatilidad, implica la constante transformación de esta

tendencia, pues no existen códigos de vestimenta, sino simplemente el llevar un estilo propio a la calle. Esto según las necesidades de cada persona que se inclina a dicha tendencia. Pues, si el trabajo de una persona requiere de ropa semiformal y la misma debe tomar transporte público, entonces está muy bien usar calzado urbano deportivo con accesorios que le den un estilo único, distinción y comodidad.



Homólogos

Colección cápsula Supreme x Louis Vuitton

Según el autor Johnson (2020), James Jebbia en 1994 creó la marca Supreme, una de las marcas actuales que se destacan por la confección de productos basados en la tendencia streetwear. Recientemente se lanzó al mercado el modelo perteneciente a la colección cápsula denominada Louis Vuitton. El mismo cuenta con características que resaltan esta tendencia, como lo son el uso de piezas mediante la tecnología de serigrafía es decir la técnica de impresión que graba imágenes por medio de una pantalla de seda o tela metálica muy fina. Además, se manejó el uso de colores primarios que captan la atención de un usuario juvenil, razón por

la cual se agotaron en pocos minutos de haber sido lanzado.

Es importante indicar que el diseñador ha logrado representar en el calzado, características importantes basadas en la tendencia streetwear, razón por la cual el diseño permitió generar propuestas que vayan en función a conceptos que determinen una identidad, a través del manejo de piezas claves, el uso de color, tipografías y diferentes detalles que conforman la creación de un modelo, con el fin de brindarle a un segmento del mercado el valor de un producto auténtico y genuino.



Ilustración 2
Colección Supreme x Louis Vuitton
Fuente: (Girela, 2021)

Vans EVENT Ultimate Waffle

Vans es una empresa creada para la elaboración de calzado urbano, también se caracteriza por la confección de ropa, como sudaderas y camisetas; fundada por Paul Van Doren en 1966 en California. Su principal mercado se encuentra en el skateboarding, y demás deportes urbanos (Carranza, 2021).

Según la autora Afonso (2021), las zapatillas Vans EVENT han sido creadas bajo el concepto de llevar la funcionalidad de un calzado apropiado para el skate hacia el uso cotidiano. Y para conseguirlo, se ha diseñado el calzado en su capellada bastante cómoda y transpirable apropiada para las temporadas de calor, se ha reforzado en sus partes más frágiles y se le ha

añadido el rasgo característico y simbólico de la marca, con el fin de no perder su origen.

Es importante mencionar que, el manejo de materiales y nuevos rasgos característicos del deporte se pueden incluir en el calzado para permitir agregarle un valor único en la mente de los consumidores, asimismo nos lleva a incrementar los cambios en el diseño del calzado en base a estas actividades y poder llevarlo al consumo sobre usuarios que pretenden el uso cotidiano (Afonso, 2021).



Ilustración 3
Las Vans EVENT Ultimate Waffle
Fuente: (Afonso, 2021)

Nike React Element 87

El calzado Nike React Element 87, también se destaca sobre la línea de Sneakers, los cuales a manifestación de Borrás (2018), es un zapato con unas características muy particulares. Lo cual es bastante evidente, pues es una marca que se acoge bastante entre los jóvenes, debido a las tendencias actuales como el uso de estampados reflectantes, detalles transparentes, suela que se mantiene en la línea de la tendencia actual; y demás características que las hacen atractivas al consumidor juvenil.

Es por esto, que el manejo de productos que incrementen el valor de adquisición sobre los gustos que predominan actualmente se basan en función al manejo

de redes sociales y la globalización, para lo cual es necesario incrementar estos valores y rasgos característicos sobre las propuestas que se evaluarán y así lograr proyectarse hacia un mercado planeado.

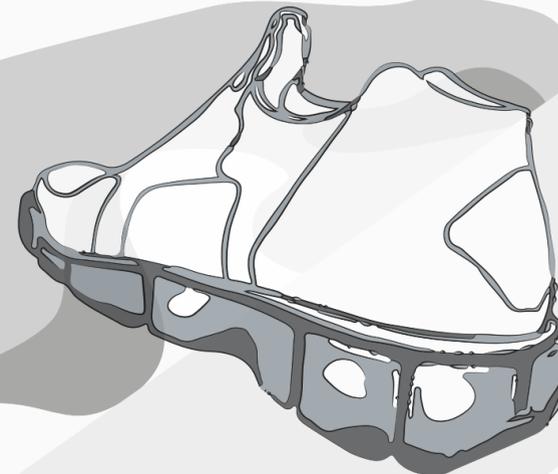
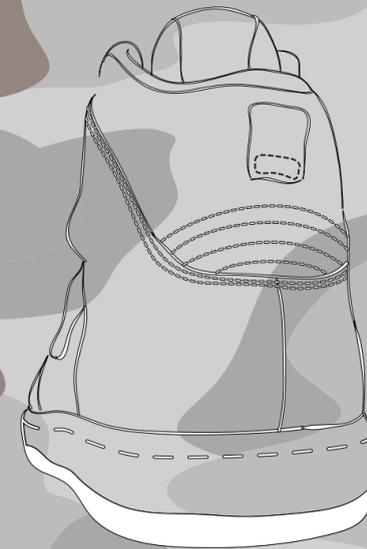


Ilustración 4
Detrás del diseño de Nike
Fuente: (Nike, 2021)

CONCLUSIÓN

La historia del calzado en el mundo y la historia del calzado en el Ecuador tiene un paralelismo que va desde la protección del pie hacia la utilidad y finalmente la comodidad, la moda y la distinción del usuario, por ello que la innovación ha sido un denominador común en todas las épocas vividas hasta hoy. Dentro de este proceso de innovación, han tenido un papel fundamental los conceptos de comodidad, elegancia y distinción y, de ahí se deriva el costo que tienen cada uno de los modelos y sobre todo las tendencias, es importante anotar que las tendencias también tienen un inteligente ingrediente tomado muy en cuenta, que es el poder adquisitivo del consumidor, para que nadie se quede fuera de la tendencia, por ello hay zapatos para todos los gustos y de todos los precios, las tendencias tienen también esta orientación, eso es lo bueno de la innovación.

La tendencia streetwear modelo del diseño de la línea de calzado deportivo objeto de esta investigación, es la inspiradora del trabajo que se realizará. Una vez expuesto como han sido sus características, permitirá una vía muy importante para el desarrollo del diseño y confección de un zapato deportivo masculino que llevará por el derrotero adecuado a la feliz culminación de este proyecto.



SNEAKERS

CAP
2

Marco Teórico

El diseño del calzado que nació como una forma de protección del pie se ha integrado al mundo del diseño, de la moda, de las tendencias y de los negocios con gran rapidez. El calzado deportivo es el que más actualizado está en esta vertiginosa evolución. Por lo cual, para esta manifestación humana, se forman profesionales capacitados para la ideación y el diseño del producto, armando de prototipados, moldería, producción y fabricación.

Para comprender mejor el tema, se ha planteado un temario a definir y desarrollar, una seria investigación que aclare conceptos y encamine de mejor manera a la comprensión teórica del tema, donde se abordará los siguientes aspectos: el diseño del calzado como tema principal, los principios del diseño de calzado, los procedimientos para la elaboración del calzado, las tendencias e identidad, el movimiento o tendencia streetwear como influencia de la moda urbana que es una de las

tendencias en el mundo retail; el mundo retail es conocido también como venta al detalle o comercio minorista en español, que más impulso está adquiriendo y, el styling que es un fenómeno profundamente enraizado en la mentalidad y en el contexto estadounidense y que ha permitido diversificar la apariencia del producto para hacerlo atractivo y de fácil negociación.

El diseño del calzado

El diseño del calzado es una actividad científica, técnica y artística. Es la creación de nuevos modelos. El diseñador de calzado establece la altura adecuada del talón, el color o colores del calzado, los materiales más amigables con la anatomía del ser humano, una plantilla cómoda y anatómica, la forma del zapato y el acabado, para que sea confortable, elegante y llamativo. Ahí también son importantes detalles como las marcas, punteras, ojales, cordones, gráficos, leyendas y adornos (Velastegui, 2011).

El diseño de calzado es un trabajo multidisciplinario que debe ser abordado con conocimientos sólidos de base, lo que en el diseño se establece como requerimientos y condicionantes. Es decir que, como requerimiento es todo aquello que el calzado debe cumplir sin defectos para solventar la necesidad y condicionantes, siendo todo aquello en lo que el diseño puede aportar para optar de todo tipo de conceptos al calzado (Barretto, 2006).

Según las autoras Medina y Trávez (2017), el diseño de calzado consiste en transformar al calzado en un producto de identidad y estilo generando una valoración simbólica, el cual marque tendencia cumpliendo con su función principal, que es la protección de los pies y el confort.

En este mismo sentido, Fárez y Gálvez (2011), añaden que la técnica del diseño de calzado es un proceso complejo, pues su origen parte de convertir piezas bidimensionales que son adaptadas al paso tridimensional, con el fin de cubrir necesidades como mejorar prestaciones, mejorar las técnicas de patronaje, reducir procesos y simplificarlos, así como, agregar nuevas líneas y estilos vanguardistas que anteriormente no se consideraban.

Dos factores son determinantes para el diseño del calzado: los técnico-económicos de los objetos y los factores culturales, los mismos que buscan una tendencia transfor-

madora e innovadora, ya que sin estos el diseño no sería posible de llevarse a cabo (Martínez, 2006).

Por lo que, el calzado en la actualidad trata de un producto líder que marca tendencias, identidad y un objeto que expresa comunicación, sin dejar de acatar con sus funciones de uso, calidad, confort y reconocimiento, pues el calzado es adaptado también a la imagen que se requiera (Choklat, 2012).

Se puede determinar que el diseño de calzado, además de tratarse de lo estético, engloba un gran conjunto de variables que parten desde la transformación del diseño a un objeto tridimensional considerando factores técnicos y culturales,



teniendo como principio la identidad, confort y la necesidad de proteger al pie. En la actualidad, existen diseñadores que se preocupan de los defectos que presentan los pies y la anatomía del ser humano, creando también zapatos deportivos ortopédicos y accesorios para diferentes disfuncionalidades del pie que tiene incidencia en el funcionamiento de la columna vertebral.

Principios del diseño de calzado

Se entiende por principios del diseño a las reglas que el diseñador debe seguir infaliblemente para crear una estructura efectiva y atractiva, que en el diseño del calzado se deben ejecutar con estricto cumplimiento. El diseño del calzado es una especialidad importante dentro de la industria de la zapatería, para cada una de las fases de la elaboración del calzado existen personas que se especializan en los diferentes procesos que conlleva obtener el producto y, claro el fundamental es el proceso de diseño. Una vez diseñado, se procede a hacer los moldes para cada una de las partes del calzado, según la talla, de igual forma la horma sobre la que se empotrará el calzado ya armado y debidamente cosido para proceder a darle la forma final y pegar la suela, en el caso de los zapatos deportivos (Velastegui, 2011).

El diseñador es siempre muy sensible y conocedor de las tendencias y modelos de actualidad, por lo que buscará impactar con un modelo que ofrezca mejores ventajas que

los modelos existentes. Algunos estudiosos exponen sus ideas y procesos que se deben cumplir sobre este tema.

El autor Choklat (2012), explica el diseño como la habilidad de trazar y delinear con precisión las diferentes partes que conforman un modelo, basados en sistemas técnicos de diseño con un margen máximo de perfección, a través de un plano de ejecución que posteriormente será utilizado como un elemento principal para la guía sobre la confección o patronaje, y por procesos que varían de acuerdo con el concepto propuesto por el diseñador, quien se encarga de llegar a una sección de dominio sobre la estética y la proporción de los objetos.

De acuerdo a diversos autores, se establece que para la elaboración de calzado es necesario considerar varios puntos que determinan la producción en donde se denotan tres fases fundamentales:

Fase creadora: es donde se plasma en el papel la idea del diseño pensado en todas las especificidades ideadas. Se refiere a la expresión de las ideas bajo técnicas de estudio aplicadas hacia una derivación, tendencia, ideología e inclusive gustos o condicionamientos en donde se establecen características y conceptos que determinan el diseño (Sáenz, 2008).

Fase estética: busca darle el toque mágico al producto. Se refiere directamente al cuidado por mantener la belleza y el acabado del modelo que impera en todo y de esta forma obtener una impresión agradable a la vista del cliente; por

lo que, también se entiende como una fase en la cual, se inicia una serie de condicionantes que determinan la estética del producto, empezando por un proceso investigativo sobre cambios, tendencias o moda que se pretende dotar al producto (Natalio, 2016).

Fase técnica: es la fase de precisión y ejecución práctica. Aquí es donde se pone a disposición las facultades del diseñador para ejecutar todos los procedimientos para la elaboración de calzado con la tendencia streetwear que se propone; empezando desde las características que trae el diseño hasta un zapato terminado y listo para su venta, así como el manejo de tecnologías y materiales necesarios son parte

fundamental, debido a que se engloba varios indicadores principales como hormas, calidad y colores de los textiles, sintéticos y demás productos vinculados al tipo y criterio del calzado que se está ejecutando (Barretto, 2006).

Los procesos o el proceso para la confección del calzado tienen una base lógica, claro que se parte del diseño y con la asistencia de los moldes para cada talla.

Procedimientos para la elaboración de calzado

La elaboración del calzado es sistemática, sigue una estructura que tiene el objetivo de llegar al producto terminado con eficiencia y en lo posible con excelencia, dependiendo del tipo de calzado que se va a producir.

Barretto (2006) explica que los procesos que remiten a la obtención del calzado que se está proponiendo, suelen ser los siguientes:

Proceso de Corte: etapa del trabajo que consiste en cortar todas las piezas que forman parte del calzado diseñado según el modelo propuesto.

Es el paso posterior al diseño del calzado donde se procede a cortar el material con la base de moldes o plantillas en las que ya están consideradas las tolerancias adecuadas para la confección del mismo que va desde las piezas que conforman la capellada, talón, hasta incluir forros y contrafuerte (Natalio, 2016).

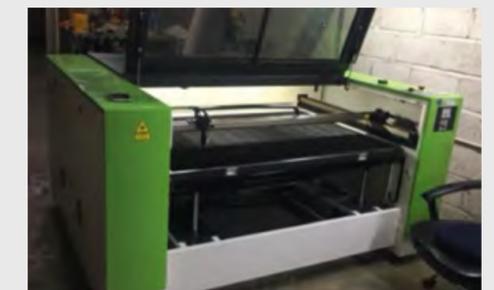


Ilustración 5
Fuente: elaboración propia

Habilitado: en esta fase se procede a dejar preparado todo el material cortado para que pueda pasar a la siguiente etapa, la del aparado.

Ramirez et al. (2015) detallan que este procedimiento consiste en preparar la cantidad de cortes analizar sus cantos, si son visibles pigmentarlos del tono del material exterior, si es necesario realizar marcas en donde se sobreponen piezas, y el más importante proceso en donde se destalla. Éste se define como la acción de adelgazar el grosor del material sobre el área donde circulan las costuras que básicamente ayudan a la unión de las mismas.



Ilustración 6
Fuente: elaboración propia

Aparado: es donde se procede a unir las partes del calzado con todas las características propuestas.

Gómez et al. (2018) describen este proceso como uno de los más importantes dentro de su producción, en donde se requiere básicamente el sobreponer, pegar y unir las piezas habilitadas del procedimiento de corte para ser construido en su totalidad, logrando conformar una sola capellada; por lo que, es en este proceso donde se encuentran ya incrustados o cosidos detalles como: marcas, sellos, costuras, ojales y cualquier tipo de aplique extra.

Este proceso es seccionado en dos partes principales: el trabajo sobre mesa que es donde se encajan las

piezas, se establece los tipos de doblado, el embolsado que el calzado obtendrá; y, por último, trabajo de máquina, que es la acción del colaborador de unificar las piezas a través de costuras.



Ilustración 7
Fuente: elaboración propia

Armado o montaje: el material unido entre en la horma o la horma se introduce dentro del material que se ha configurado.

Reyes et al. (2016) establecen que el montaje consiste en preparar la horma en función al corte, limpiar el área de montaje en donde se recorta el excedente del forro, posteriormente colocar puntera y contrafuerte para después aplicar el pegante. Es necesario manipular el corte sobre la horma logrando que el corte tome la forma de la horma y de esta manera poder perfilar

la parte posterior para así aplicar pegamento y de esta forma centrar bien la planta para obtener un calzado conformado.



Ilustración 8
Fuente: elaboración propia

Terminado y empaque: es el paso final donde se liman las asperezas, se quita lo que está demás y se empaqueta de tal manera que llegue como el diseño soñado.

Pacheco et al. (2015) expresan que el acabado es un paso que empieza desde el primer proceso de fabricación, es decir, necesariamente cada persona que está dedicada a cada proceso debe manipular correctamente las piezas y manejar bien sus procesos, con el objetivo de dotar de un acabado óptimo. Y una vez finalizados las técnicas anteriores, pasan a ser tratados pequeños detalles como borrar líneas de marca, pigmentar algún material, colocación de plantillas y pasadores, así como cortar varios hilos que a través del trabajo se alojan en el producto.

Con respecto al empaclado Pacheco et al. (2015), establecen que cuando el producto está listo para su venta, es llevado al empaque con la finalidad de ser protegido desde su transporte hasta la venta del mismo, el envase suele ser compuesto por un papel o tela protectora que aísla el producto de su caja y esta suele ser de cartón. Estos envases son productos, que cuentan con un proceso de fabricación independiente del calzado. Por lo cual, varias empresas se preocupan de que el empaquetado tenga un gran impacto sobre el cuidado del medio ambiente, pero siempre destacando el estilo del calzado, lo cual dota de gran valor al producto.

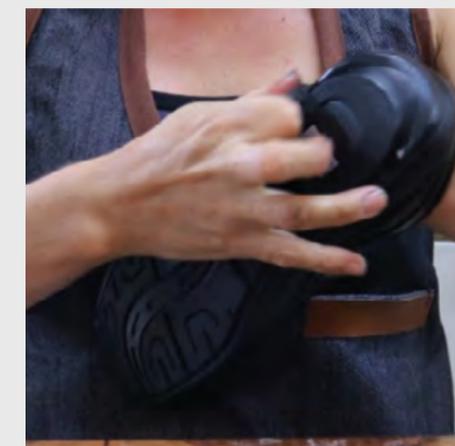


Ilustración 9
Fuente: elaboración propia

Las tendencias e identidad

La tendencia

La tendencia se ha conceptualizado como un estilo o una forma de expresión, que en moda se manifiesta a través de la ropa y sus complementos, en los que está incluido el calzado y dentro del calzado en particular el que ha logrado una gran notoriedad por su practicidad y preferencia, esta moda queda impregnada de forma continua en la mentalidad y uso de la gente, durante un periodo de tiempo y en un lugar concreto, pero por la globalización de la comunicación trasciende y llega a todas partes. Tendencia puede definirse como el conjunto de cambios que la moda sufre durante un periodo de tiempo.

De acuerdo con Fiorini (2015) Las tendencias son fenómenos que se aplican específicamente en el contexto y que simbolizan e ingresan como nuevos productos que por lo general suelen ser inesperados, en lo que respecta a objetos de diseño y consumo. Los productos en el campo de las tendencias son impulsados a través del periodismo de moda y diferentes canales que distribuyen información o muestran

un estilo de consumo, inclusive surge bajo el criterio de dejar el pasado y generar nuevas alternativas, nuevas imágenes y estéticas a ser consumidas.

Fiorini (2015) manifiesta que existen dos formas en las que se establecen tendencias, la primera parte por un análisis del consumidor que son aplicados por especialistas consultores de tendencias en donde se encargan de lanzar al mercado diseños, colores y texturas que han sido pensadas para el consumo masivo y por otro lado, se plantea en modo inverso, que básicamente las tendencias surgen de manera espontánea desarrollada desde la calle, a partir de diferentes estilos y propuestas que imparten los usuarios que de alguna manera se convierten en iconos y homólogos sobre el uso y consumo de sus mismos objetos, permitiéndole así a los diseñadores ser influenciados bajo estos estilos, que seguidamente son evaluados por espacios críticos. De esta forma las tendencias se vinculan hacia el desarrollo de una identidad en la cual se denota la importancia de dotar de identidad a los productos que son a realizarse con el fin de proponer alternativas que generen interés adquisitivo.

Identidad

La Identidad se convierte en una forma de expresión de la personalidad tanto del diseñador como del usuario y buscan que los consumidores se identifiquen con esta expresión porque de alguna manera está formado parte de su forma de ser y actuar, el diseñador intenta interpretar o identificar la personalidad de los usuarios y el estilo que les pueda gustar buscando una íntima relación con su ego, se basa en la observación que el diseñador ha realizado en el conglomerado urbano, que mira lo que llevan puesto los posibles consumidores de acuerdo a su edad y procedencia para lograr el efecto deseado. (Generación Vitnik, 2018)

La identidad es el conjunto de características propias de una persona o de un grupo de personas que permiten distinguirlos de otras. La identidad es la concepción que tiene una persona o una sociedad sobre sí mismo en relación a los demás. (Johnson, 2020)

Dar identidad a un producto es fundamental, es la marca del creador y lo que representa su creación, en el caso del calzado que se diseña para una población masculina

deportiva es importante darle esa identidad para que sea un producto auténtico y diferenciado y, eso es lo que se ha propuesto y, a ello se llegará.

La identidad es el conjunto de características ya sean tangibles e intangibles, es decir que pueden ser tocados o no, denominados como atributos que nos diferencian entre los demás, en los cuales se cuestiona el: ¿quién soy?, ¿cómo soy?, ¿de dónde vengo?, y ¿a dónde voy? Es un análisis somero sobre cuál es nuestra conceptualización de las cosas, el ¿cómo piensan?, ¿qué somos y cómo creemos que somos? (Bernabel, 2016).

La identidad es parte de la conciencia que posee cada uno, y que te hace diferente a los demás; visto como un conjunto de rasgos propios de una persona o un grupo de personas. (Iglesias, 2015)

La identidad, es una táctica de la marca reconocida, avalada por sociedades que crean atributo a múltiples productos o marcas, que intentan diferenciar e identificar a esa marca del resto, provocando un valor añadido que hará que ese grupo de productos se mantenga un

El movimiento o tendencia Streetwear

paso adelante frente a la competencia.

Definición y descripción

La tendencia streetwear es un fenómeno cultural que ha revolucionado la forma de ver la moda y la industria de la moda. El movimiento streetwear surge entre los años 1980 a 1990 en los grupos sociales urbanos con el objetivo de crear una moda sin artificios y anteponer la comodidad en el caminar o transitar por la calle, a la elegancia, lo que es algo fundamental para las nuevas generaciones y cada vez los consumidores dan más importancia a la hora de elegir sus prendas de vestir, sobre todo en lo que a calzado se refiere, en especial en el calzado deportivo, no basta con que sean bonitos, deben ser agradables en todos los sentidos, cómodos o confortables y que se identifiquen con su personalidad. El movimiento streetwear refleja una cultura que exige adaptarse a las diferentes situaciones de la vida, sin dejar de lado la comodidad y el lujo (Pazos, 2017).

Streetwear es uno de los movimientos de autoexpresión más importantes, el origen de la moda urbana continúa generando un intenso debate entre sus seguidores. Las primeras señales de este fenómeno viral se remontan a la década de los 70, cuando el surfista Shawn Stussy empezó a grabar su apelli-

do en tablas de surf, camisetas o gorras para luego venderlas. En los 80 se produce el siguiente paso para el nacimiento del streetwear: las colaboraciones entre marcas deportivas y artistas de hip hop. A partir de este momento, esta tendencia vivió un auge sin precedentes a nivel internacional y las firmas comenzaron a desarrollar moda y calzado que representasen su cultura. En la actualidad es una industria muy expandida, lo cierto es que mantiene una de su premisa más importante: expresar su identidad única y diferente de la persona a través de la ropa (Pazos, 2017).

La moda urbana que en inglés se escribe streetwear es una de las tendencias emergentes más impactantes de los últimos años en el mundo de la industria la moda. Este fenómeno, centrado en la ropa casual: zapatos, zapatillas, camisetas, sudaderas y otros elementos, está trastocando los canales tradicionales y cambiando la forma de hacer del retail, es decir vender al por menor en distintos ámbitos, como la producción, la promoción, la venta y la reventa. El movimiento ha permitido la creación de nuevos modelos de producción y distribución, así el calzado se ha visto influenciado por esta tendencia y sobre todo el calzado deportivo, por ello se ha tomado como modelo



Ilustración 10
Fuente: (Aliexpress, 2019)

de diseño de la propuesta que se encamina hacia la elaboración de un diseño único y diferente para el consumo masculino, que seguramente tendrá mucho éxito (Pazos, 2017).

Méndez (2020) menciona que una de las influencias más importantes del streetwear trata sobre un estilo oversize que consiste en usar ropa de tamaño superior al de la persona que lo usa. De esta cultura se adoptan factores principales como el estampado en camuflaje en prendas de vestir, la preferencia por zapatos deportivos caña alta del tipo baloncesto, cadenas, gorras planas y demás accesorios colgantes.

La tendencia streetwear en algunas marcas importantes empezó a copiar el estilo minimalista adaptado a la vestimenta de personas jóvenes permitiendo incrementar sus ventas aplicando las características establecidas. Por esta tendencia el estilo urbano va hacia tipologías que demuestran sencillez y utilidad, que básicamente permite estar en diferentes escenarios sin estar desorientado estéticamente, y con comodidad, una cualidad necesaria para adoptar esta tendencia (Martinelli, 2017).

La tendencia streetwear, se carac-

teriza más bien a una cultura que se origina en función a varios deportes como lo es el surf y el skate, llevando su uso al diario vivir como vestimenta informal.

Los autores Ibarra y Quishpe (2021) exponen que, en el Ecuador, se han ido posesionando en la calle términos adoptados de varias subculturas como, el graffiti, el skate, y el bmx, los mismos se han establecido en grandes ciudades como Quito, Cuenca, Guayaquil, convirtiéndose en ejes de conceptos principales para ilustradores, diseñadores y personas inmersas en la moda, mediante colores llamativos, chompas con cortes diferentes y camisetas con estampados muy expresivos. Todo esto, debido a que esta tendencia se transmite a través de las redes sociales.

La tendencia streetwear se expresa con bases textiles y colores que reflejan libertad y va creando conceptos que se adaptan a lo vintage, brillos, transparencias, procesos industriales y manuales, así como efectos novedosos y futuristas. Los colores que predominan en este tipo de vestimenta son los que cuentan con mucha luz y brillos, estampados, bordados y aplicacio-

Estética del grafiti

nes (Barretto, 2006). Cabrera (2015) expresa que el grafiti es un arte visual que proviene de las calles originándose en Italia y posteriormente siendo usado como un método de protesta sobre la expresión de disconformidad con los movimientos o grupos políticos, consecutivamente estableciéndose como estética.

De acuerdo con Araiza et al, (2008) detalla que los contenidos que se aplican son relacionados a la cultura hip-hop de las décadas del 70 y 80, se representan motivos o esbozos abstractos, inclusive se remontan a nombres donde pueden incluirse modismos, etiquetas, nombres en clave o mensajes demandantes, donde se aplica una gran variedad de colores y de formas que por lo general el proceso es bastante detallado.

De acuerdo con Fernández y García (2008) el grafiti moderno es una expresión de arte urbano, en el que el irrealismo social coloca según aspectos de acciones que se han situado dentro de su contexto, donde los grupos generadores de este arte pueden exponer a la so-

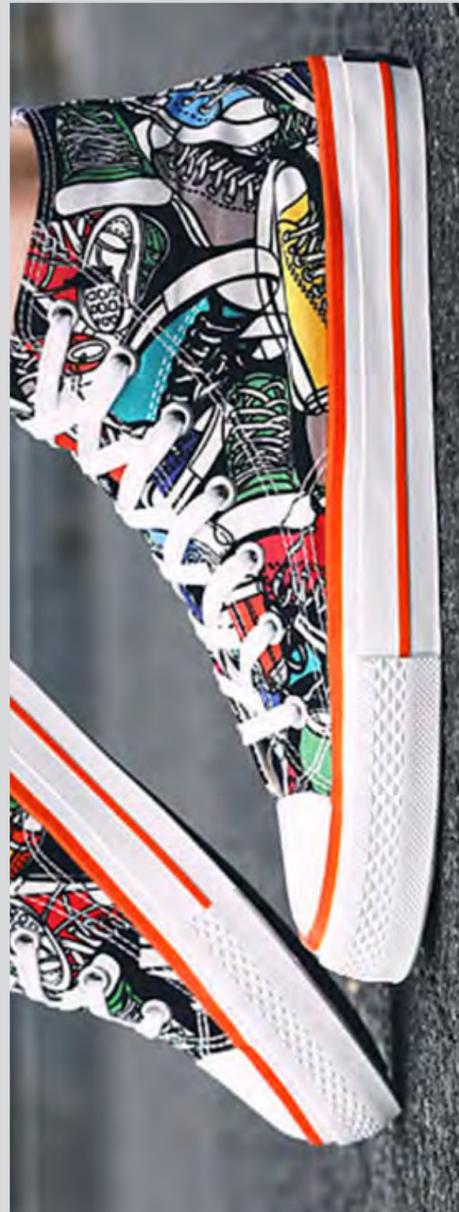


Ilustración 11
Modelo RTS lona
Fuente: (Alibaba, 2016)

iedad lo que manifiesta una comunidad o grupo social inclusive lo que se desarrolla actualmente bajo la influencia de las redes sociales, que, sin necesidad de un aval, este arte se ha incrustado en la mercadotecnia de productos a manera de estilos gráficos.

Así mismo Fernández y García (2008) describen que el grafiti permite la creación de nuevas tipografías que a través de la tecnología se encuentran en internet las cuales permiten crear diferentes motivos de una manera rápida y al alcance de distintos usuarios que no precisamente desarrollan el arte del grafiti pero que se benefician del uso de estas tipografías para generar interés al aplicarlos en diferentes productos.

El styling

Definición

Vilchis (2021) define al styling como una técnica industrial que consiste en efectuar modificaciones superficiales en un objeto diseñado y crear la ilusión de un producto nuevo y mejorado, resultando su estructura y función casi inalterables.

Coincidiendo con Vilchis (2021), el styling hace referencia a un diseño enfocado a la parte visual con el propósito de generar interés en los usuarios, opta por el embellecimiento del aspecto externo de un producto. Abarcando el rediseño del mismo a partir de su apariencia exterior; no obstante, la estructura interna o funcional quedará intacta y establecida (Bonsiepe, 1976).

Por otra parte (Aquiles Gay, 2004) argumenta que es una técnica que está dentro del campo de acción del diseño, que básicamente consiste en despertar una actitud consumista en los usuarios a través del incremento de valor de cambio en el producto.

De igual manera Harley (2017) manifiesta que el Styling enfocado hacia el desarrollo de productos como una consecuencia que surgió por la necesidad de crear una estrategia que se orienta hacia el consumo sobre la sociedad con el

fin de aumentar las ventas, aplicando el mejoramiento e incremento de valor, y esto se gana mediante el análisis de características que definen una identidad sobre los usuarios, como referencia tenemos el uso del color que permite en los usuarios definir el género consumidos ya sea masculino o femenino, de igual manera sobre la ampliación de gustos por materialidad y texturas, inclusive la aplicación de conceptos sobre las superficies establecidas a favor de presentar diseños que han sido pensados bajo las últimas tendencias de consumo. Básicamente es la unión directa entre el diseño del producto que

se realiza y los diferentes tipos de usuario que se proyectan, gracias a las alternativas que se proponen bajo un mismo uso o función.

Por lo tanto, el styling permite que se pueda generar más alternativas de diseño a partir de un producto existente tan solo con cambiar colores, texturas o materiales del mismo, así se puede obtener diversas o nuevas presentaciones sacando de aquella matriz muchas opciones de diseño que puedan ir direccionados a más segmentos del mercado. Es decir que, sin cambiar la forma o estructura de un producto, se promuevan más y novedosos estilos con estas ideas.



Ilustración 12
Fuente: (Shopstore, 2021)

CONCLUSIÓN



La conceptualización de términos o palabras que son parte fundamental de este trabajo de titulación, ha llevado a una comprensión completa de lo que es el diseño del calzado y los principios que este diseño representa; han sido expuestos con claridad los procedimientos para la elaboración del calzado como el significado de tendencias como también de identidad, que son importantes para una mejor comprensión teórica de la investigación. El análisis de la tendencia streetwear en el diseño del calzado deportivo, permite generar alternativas que se componen de nuevos materiales, formas y colores, asimismo el modelaje y su desarrollo; acaparando una perspectiva de innovación y el concepto sobre el manejo del calzado deportivo, generando así novedad e importancia en la forma, composición, comodidad y otras características tecnológicas. Se han tratado con certeza los significados de la estética del grafiti como también del styling, conceptos que siempre están presentes en este proceso de la moda del vestuario cotidiano. Este calzado no solamente puede ser usado para las diferentes actividades deportivas, sino que pretende

ser de uso común y de carácter urbano, un calzado de moda para el uso diario e informal. Además de la descripción de una fórmula sobre los procedimientos que se deben seguir para la elaboración del calzado, permitiendo avalar la comprensión teórica para encaminar la creación de un modelo nuevo basado en la tendencia streetwear de moda urbana. Se ha expuesto con certeza lo que significa identidad en la moda y en la producción de calzado deportivo, se ha conceptualizado el término styling que busca añadir una nueva apariencia del producto y así promover su adquisición. Sin concentrarse en la funcionalidad, sino en el estudio del mercado y en la psicología motivacional que son parte de los principios básicos del diseño y generar diferentes motivos bajo una misma estructura ya establecida, dotando un carácter de originalidad para incrementar el atractivo sobre la línea que se propone producir. Con lo expuesto se ha cumplido con los procedimientos de información, es decir la información encontrada se ha convertido en conocimiento y este conocimiento en un saber

importante que guía la investigación y el trabajo práctico. Todo lo expuesto conducirá con acierto al cumplimiento de los objetivos propuestos, la resolución de la problemática y la ejecución del diseño de un calzado deportivo que tiene la influencia de la tendencia streetwear con conocimiento de causa.





Ideación

Se generan ideas conceptualizadas con la base de un perfil del consumidor para el direccionamiento de ideas esenciales que doten a la línea de calzado con las características diseñadas de tal manera que garanticen la aceptación y consumo del segmento del mercado seleccionado para lograr introducir con éxito el producto elaborado tomando en cuenta el siguiente proceso: ideación, ideas seleccionadas, partidas de diseño.

La tercera etapa de un proceso de Design Thinking es la de Idear o Ideación. El paso a esta fase supone empezar a crear soluciones para los problemas concretos encontrados. En las fases anteriores, se centró el esfuerzo en comprender y concretar la información obtenida. El proceso de ideación también puede ser visto por fases, estas se pueden diferenciar así:

1

Etapa 1: Empatiza:

Se investiga las necesidades de tus usuarios. El usuario posible del diseño de zapatos deportivos masculinos con la tendencia streetwear se enmarca a una edad que oscila entre los 16 a 30 años, claro que hay personas que teniendo una edad considerable consumen productos con la tendencia streetwear, como es el caso del Presidente Guillermo

Lasso que en las redes sociales en plena campaña electoral lucía unos zapatos deportivos rojos, fotografía que se hizo tendencia y posiblemente le sirvió para captar los votos juveniles indecisos para llegar a la presidencia. El joven necesita llamar la atención de sus semejantes para ello la vestimenta es muy importante sobre todo sus zapatos que tengan atractivos como: colores, leyendas, grafitis, dibujos, etc.

2

Etapa 2: Definir:

Se revela las necesidades y problemas de sus usuarios. El usuario juvenil tiene necesidad de conectarse con sus semejantes, sentirse atractivo y llamar la atención de alguna manera para conquistar amistades y posiblemente enlaces amorosos,

a esta necesidad viene el problema de su vestimenta, entre los accesorios importantes está el calzado, y un calzado deportivo atractivo, llamativo, bonito y confortable es una buena opción para lograr su objetivo.

3

Etapa 3: Idear:

Se idean desafíos y se crea ideas. Los zapatos identificados con la tendencia streetwear tienen colores cálidos y llamativos, con estam-

pados y plataformas novedosas, como los hip hop, con la tendencia skate o el urban, pero siendo originales y novedosos.

4

Etapa 4: Prototipo:

Se comienza a crear soluciones. Algunos prototipos se idearon, exactamente tres y serán graficados a continuación.

3

Etapa 5: Prueba:

Se prueba las soluciones. Luego de elaborado el producto se pondrá en exhibición y a disposición del público y, con los interesados y usuarios se realizará una encuesta que valore las virtudes del calzado y la razón de ser preferidos.



Persona Design

Para cumplir con el objetivo propuesto se utiliza el recurso de la "Persona Design" o modelo de usuario, como un elemento para poder definir al posible consumidor que se atenga a las propuestas del diseño a desarrollarse.

Luego de esto, se procede a la definición de las partidas de diseño, otorgando la forma, la materialidad y la funcionalidad que deberán tener los diseños y así poder ofertar productos competitivos en el mercado con características particulares que denotan a los usuarios el consumo de un calzado genuino.

Estos usuarios se definen por el gusto sobre el uso de nuevas tendencias y propuestas extraordinarias, principalmente en personas jóvenes, adolescentes generalmente.





MATEO CASTRO

17 Años
Machala

Estudiante

Estatus Personalidad
Medio Divertido

PERSONALIDAD

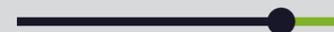
- Divertido
- Creativo
- Hábil
- Intrépido
- Moderno

MOTIVACIONES

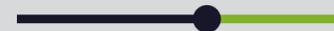
- Fotografía



- Escuchar Música



- Ciclismo



- Dibujar



ASPIRACIONES

- Terminar de estudiar y cumplir con sus objetivos

- Mejorar su técnica de expresión gráfica, grafitis y dibujos artísticos

- Viajar mucho

BIOGRAFÍA

Mateo Castro nació en Machala actualmente está estudiando el bachillerato, vive con sus padres y un hermano, el pretende salir del colegio y enfocarse a estudiar fotografía, es una persona muy creativa, el no saber ni entender las cosas le provoca ansiedad.

Le gusta conocer sobre las tendencias actuales o culturas que predominan, ya que es un joven que le gusta relacionarse, ve necesario estar siempre acorde a una tendencia y vestir de manera juvenil dependiendo del día y la ocasión, también le gusta usar ropa que tengan pequeñas partes dibujadas, argumenta que el suele dibujar en parte de su atuendo, esa es su manera de mostrar su propia identidad, al igual que el gusto por tendencias que remarcan diseños futuristas, de contexto y que demuestren comodidad.

FRUSTRACIONES

- El no poder estudiar profesionalmente lo que desea, por comentarios y sugerencias de otras personas

- No saber ni entender las cosas le genera ansiedad



LUIS BETANCOURT

30 Años
Guayaquil

Asesor de Imágen

Estatus Personalidad
Medio Hábil

PERSONALIDAD

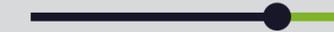
- Espontáneo
- Objetivo
- Hábil
- Perfeccionista
- Cómodo

MOTIVACIONES

- Salir a Caminar



- Tomar Café



- Conducir moto



ASPIRACIONES

- Hacer que su empresa crezca

- Mejorar sus opciones de propuestas, según las nuevas tendencias y estilos del mercado

- Viajar mucho

BIOGRAFÍA

Luis Betancourt nació en Guayaquil actualmente vive con su esposa Diana Paredes, él no tiene hijos, abrió un local de asesoría de imagen con su esposa, en el cual se encarga de brindar servicios a sus clientes como aconsejarlos para que se vestan de acuerdo con las últimas tendencias, y de igual forma mostrarle que tipo de vestuario le favorece en función a sus características y actividades, también cuentan con áreas de demostraciones de cortes de cabello y estilos apegados a su personalidad.

Le gusta estar en constante estudio de tendencias y estilos que encargarían a las personas y de manera personal el siempre se encarga de lucir un estilo juvenil que le genera seguridad en su trabajo también le gusta usar ropa con un enfoque casual y deportivo, le gusta siempre estar cómodo

FRUSTRACIONES

- El no poder proponerle a un cliente o a sí mismo una opción de vestuario acorde con el contexto.

Propuestas

Los lineamientos que se han establecido se consideran primordiales con el uso de la tendencia streetwear como concepto principal, de igual manera se evidencia propuestas en donde se incluyen diferentes disciplinas que partieron de esta tendencia y por último se presenta un modelo, que es la base en la que se impondrán distintos motivos respondiendo al concepto de styling.

Asimismo, se plasman 10 ideas conceptualizadas, que cumplirán las características, antes mencionadas, presentes a continuación:

1

Tipología del dialecto ecuatoriano

Expresar gustos, emociones, palabras del dialecto ecuatoriano sobre un modelo de calzado deportivo, sobre la capellada y dar a conocer su propia historia sobre el espacio exterior en el producto. Denota con frases, imágenes, símbolos lo que somos a través del objeto que utilizamos; esto genera un valor especial al cliente, como es el de vestir una prenda distinta, expresando algo único y con identidad propia.

2

Desarrollo de tecnología 3D

Nace con una propuesta de calzado, en la colocación de piezas, figuras o formas que conforman parte de la capellada en base al concepto del Skate; para lo cual, es indispensable el empleo de la tecnología de impresión 3D.

3

Generación de texturas

Las texturas se determinan en un diseño de calzado de estilo futurista, donde se pueda reflejar un aspecto metalizado mediante la generación de texturas en diferentes piezas del calzado en base a la tendencia.

4

Calzado bajo estilos de equipos de fútbol nacionales con mayor aceptación

Los equipos nacionales con mayor aceptación en el país son un componente principal en esta propuesta en donde se plantea dotar de color, rasgos característicos del escudo de los equipos a través de transfer por calor sobre un estilo streetwear de caña baja.

5

Calzado Vintage con partes transparentes

Generar calzado en fusión de dos tipos de materiales, sintéticos y translúcidos sobre el exterior de la capellada, que permita demostrar el interior del calzado con la base de la estética vintage.

6

Calzado estilo hip hop con piezas sublimadas

Teniendo como referencia que el estilo hip hop se caracteriza por el uso de prendas con estampados camuflados, en algunos casos, se pretende adoptar esta estética, mediante la implementación de propuestas de calzado con este estilo.

7

Tipografía del grafiti

Se pretende implementar en los laterales o talones, grafitis propuestos de acuerdo a conceptos actuales; a manera de impresiones y artes que se desarrollan sobre programas de expresión gráfica para luego ser incluidos en los cortes, proponiendo de esta manera, un calzado de identidad y una relación más directa con el usuario.

8

Técnicas de color

El color es un concepto principal para abordar las partidas, ya que, según los lineamientos de la estética del skate, el uso de colores llamativos es una característica esencial. Para lo cual, se formula en la propuesta el desarrollo de piezas y marcas aplicadas de un color en base a una pintura foto luminiscente en la que genera dos alternativas de modelos según la hora, es decir, por el día se mostrarán de un color distinto al de la noche.

9

Estética urban chic

Propuesta con la base de la estética urbana que se destaca por el manejo de colores sólidos y que permite ser versátil ante cualquier situación; es por esto que, se propone un calzado caña baja con un enfoque más clásico.

10

Calzado bajo la estética del skate

Se genera una propuesta a través de ilustraciones gráficas sobre la capellada en donde permita evidenciar el estilo skate, mediante el manejo de colores llamativos, calzado con cortes diferentes y piezas con estampados muy expresivos; ya que, esta tendencia se transmite a través de la publicidad y exhibición que se les ha dado a las redes sociales.

Ideas seleccionadas

A partir de las diez ideas propuestas se ha seleccionado tres, las mismas se han desarrollado partiendo de bocetos con la intención de definir el boceto con el que se va a trabajar y, finalmente se ha visto necesaria la combinación de dos de las ideas propuestas anteriormente.

Calzado estilo Hip Hop con piezas sublimadas

Partiendo de esta primera idea, nos centramos sobre el estilo hip hop que se caracteriza por el uso de vestimenta en el que incluyen el arte urbano con estampados representativos de un lugar o sector, para ello se propone un calzado tipo botín con un sistema de sujeción por reatas de un color primario (azul) y en sus laterales sobre la capellada un sublimado de camuflaje impreso.



Ilustración 13
Fuente: Elaboración propia

Calzado streetwear alineado a la estética urban chic

Esta segunda propuesta está acorde a un estilo casual deportivo enfocado a la estética Urban Chic, la cual posee una suela posterior de espanto con PVC, con un aplique en plástico en la parte del talón, un diseño muy cómodo y acolchado.



Ilustración 14
Fuente: Elaboración propia

Tipología del dialecto ecuatoriano

La propuesta cuenta de un calzado caña baja de estilo urbano, en cuanto al diseño, se expresa frases intuitivas del dialecto ecuatoriano a manera de ilustración o expresión gráfica que pueden ser propuestas de diferentes formas.

La idea es que el calzado sea de material sintético, con una suela de etileno vinilo acetato (EVA).

Y como línea de calzado, se ha desarrollado un modelo de planta exterior con la frase intuitiva del Ecuador "chulla vida". Frase desarrollada en un perfil de usuario juvenil.



Ilustración 15
Fuente: Elaboración propia



Ilustración 16
Fuente: Elaboración propia



Ilustración 17
Fuente: Elaboración propia



Ilustración 14
Fuente: Elaboración propia

Partidas de Diseño

Las partidas de diseño son los puntos de los que se parte para generar un diseño. Los mismos se manejan bajo un contexto formal, funcional, características de protección y tecnología para la elaboración de la línea de calzado deportivo masculino en base a la tendencia streetwear.

Partida Formal

Se propone implementar textos y símbolos que sean extraídos del dialecto ecuatoriano a manera de grafitis siendo parte de los lineamientos de esta tendencia de acuerdo a conceptos actuales; proponiendo una mezcla entre una parte de nuestra cultura, como lo es el dialecto ecuatoriano y, movimientos principales que forman parte del streetwear como el grafiti en el que se fundamentó Marc Jacobs, diseñando zapatos para la marca Vans, caracterizada por producir calzado deportivo bajo la tendencia streetwear (Jenses, 2017); estética que se va incluir en el calzado deportivo.

De esta manera, se permite generar propuestas que saldrán de los paradigmas establecidos y que sin duda tendrán la iniciativa de diferentes motivos que se presentan en nuestro contexto nacional, y así serán incluidos como parte formal de esta línea de calzado; tomando en cuenta que es necesario interpretar conceptos que generen una actitud positiva sobre la comunicación que impartirán las propuestas.

Partida funcional

Dentro de los conceptos que se han considerado, el calzado es una prenda de vestir que debe cumplir con la necesidad básica de proteger los pies del entorno que generalmente es agresivo, siendo primordial su correcta funcionalidad brindando confort, satisfacción y elegancia.

La línea de calzado posee materiales en su capellada, los mismos que son adecuados para el calzado. Estos alegan gran flexibilidad y evitan que el pie transpire. Una de las características principales es el uso de una horma cómoda y de correcta posición, cumpliendo así con la particularidad de la funcionalidad del calzado.

Características de protección

Es muy importante aportar con calidad a la confección del calzado brindando frescura, comodidad y liviandad con el fin de presentar un prototipo apropiado para el uso en alto tráfico porque un usuario potencial como es el nuestro tiene una enorme actividad durante el día y parte de la noche así se evitará el agotamiento excesivo, brindando por el contrario una herramienta de descanso aparte de ser una prenda de vestir indispensable.

Interacción

El estilo del calzado brindará comodidad y seguridad al usuario, lo que le permitirá interactuar de forma directa con elemento de uso diario que le dará identidad además de comodidad y elegancia, por ello adquirir esta pieza de la vestimenta se tornará en un imperativo, los zapatos serán, entonces, de placentero uso como de inmediata adquisición, de esta forma se generará un diseño funcional que permitan su fácil manipulación y uso satisfactorio.

Confort

Al proponer que las plantas sean de material etileno vinilo acetato (EVA), el mismo que se caracteriza por ser un material muy resistente y de peso ligero, permitirá brindar al usuario una prenda con mayor comodidad, liviano, es decir un calzado de afición.

Partida tecnológica

Se utilizará materiales que están a disposición de la industria por ser de uso recomendado y universal, estos son los sintéticos: carnaza, lona sublimada, forros, elásticos y plantas de EVA que sería, sin duda, lo más amigable y adecuada para alivianar el peso del calzado, etileno-acetato de vinilo, silicona líquida, gomaespuma de poliuretano,

etc.

Sin embargo, por motivos de costos se simula el material de la planta exterior a través de una impresión 3D en las propuestas que se plantean.

Seguidamente las piezas se cortan mediante la tecnología de corte láser por CO₂, porque por su precisión de corte presenta a cada pieza con cantos limpios, los mismos que al ser sobrepuestos no presentarán irregularidades y serán de mayor atractivo visual y estético.

De igual manera, las piezas se unen con pegamento, como el cemento de contacto. Dichas piezas se fijarán y permitirán estar reforzadas para posteriormente ser cosidas.

Finalmente se procede al montaje de la horma, colocación y pegado de la planta para darle los acabados finales y proceder a empaçar.



CONCLUSIÓN

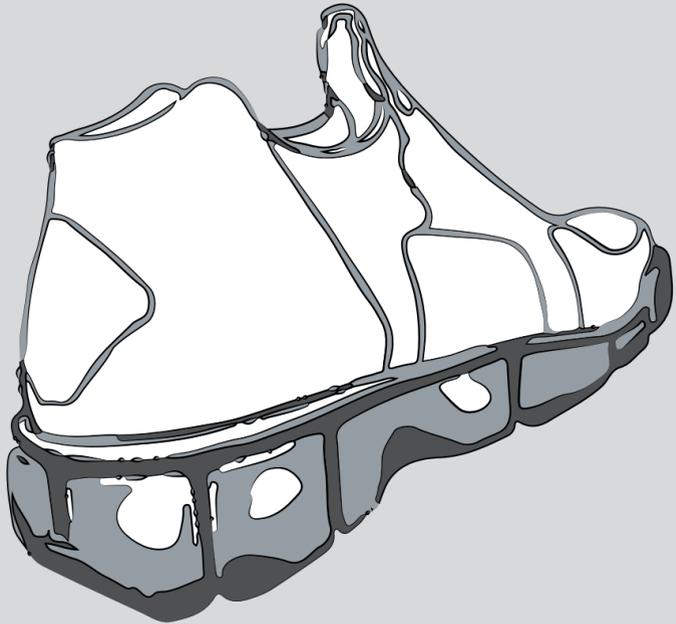
El proceso de ideación ha sido muy fructífero, con los contenidos aprendidos, con todas las ideas y con los modelos existentes que sirvieron de referencia para el diseño de un modelo propio. Fue posible la creación de un calzado genuino, un modelo triple de autoría y propiedad intelectual del diseñador, que si es patentado tendrá las garantías de no ser imitados, pero sobre todo es indispensable su validación para saber de fuente cierta la funcionalidad, atractivo, comodidad y beneficio deportivo como también las bondades en el uso diario y prolongado, porque un calzado acompaña a los pies durante el día y parte de la noche y en ese tiempo debe ser un instrumento de ayuda y de descanso a pesar de lo cansado que haya sido su trajín.

Es un producto con un estilo acorde a la tendencia streetwear que inspiró el diseño y además cumpliendo con las exigencias del mercado. El uso de la tecnología con la impresora 3D es muy significativa porque aporta un ingrediente de precisión en los bordes que no han presentado irregularidades, el costo de producción también se reduce, además de su forma y funcionalidad, de esta manera la ideación y diseño ha tenido un resultado satisfactorio.



Documentación técnica

Se detalla los datos principales sobre el diseño y la construcción de la línea de calzado, se presentan los planos de las piezas bidimensionales del calzado, que permiten en lo posterior ser montados sobre la horma, el código del producto, axonometrías y vistas del conjunto general, se detallan los materiales usados y puntos de entrada que facilitan la construcción del calzado con estos subtemas: documentación técnica, el empaque, cálculo de costos, protocolo de validación y análisis final.



FICHA TÉCNICA DEL PRODUCTO

Zapato deportivo caña media con talón bajo de sintético, forro y elástico con frases del dialecto ecuatoriano

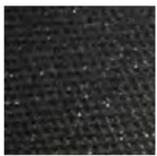
Planta	PVC	Modelo	STREETWEAR
Hormas	40	Propuesta	001
Costuras	9 P/P	Color	■ ■

CONJUNTO GENERAL

Capellada
Carnaza verde



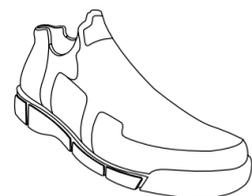
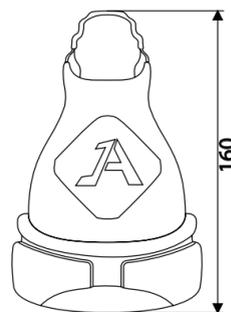
Elástico lateral



Contrafuerte puntera

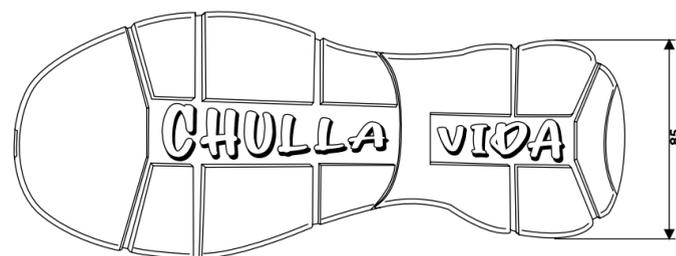


Vista lateral izquierdo

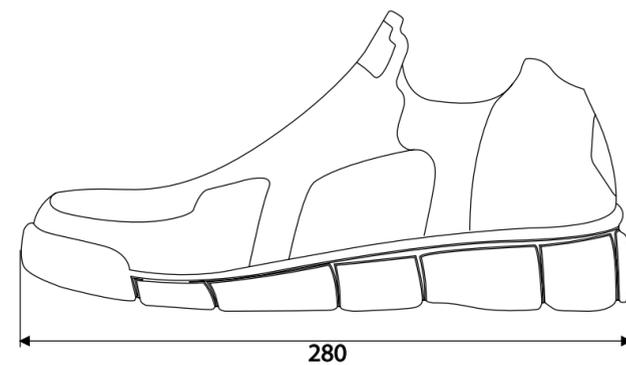
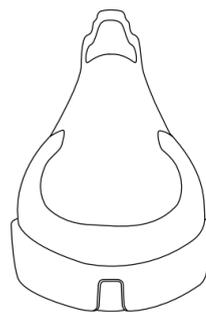


Producto	Frases	Marca	Fecha
JA 005 D	POSI	A JEYSTAN	31/03/2021

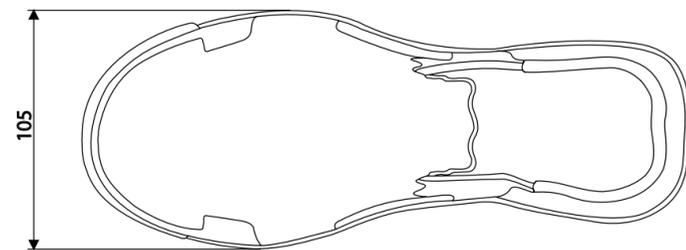
Vista inferior



Vista lateral derecho



Vista superior



FICHA TÉCNICA DEL PRODUCTO

Zapato deportivo caña media con talón bajo de sintético, forro y elástico con frases del dialecto ecuatoriano

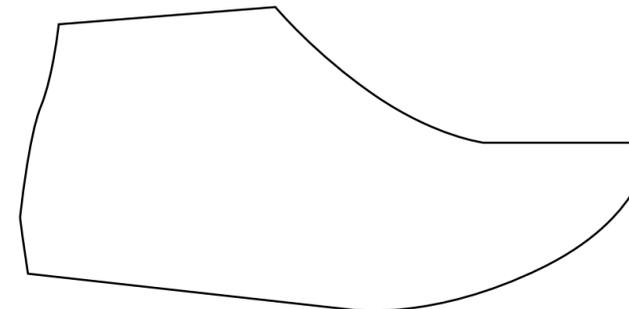
Planta	PVC	Modelo	STREETWEAR
Hormas	40	Propuesta	001
Costuras	9 P/P	Color	■ ■

DETALLES DE LA HORMA

Horma Plastica
Codigo: 4804

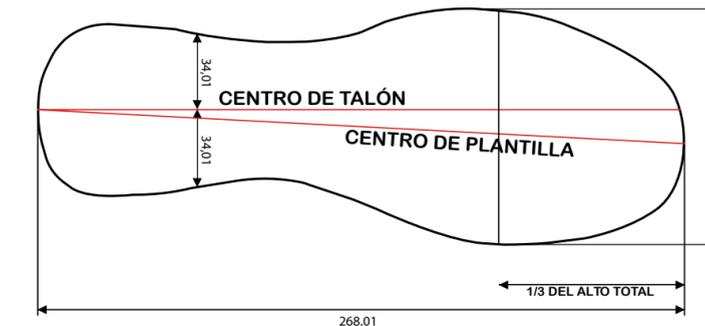


Molde de la horma

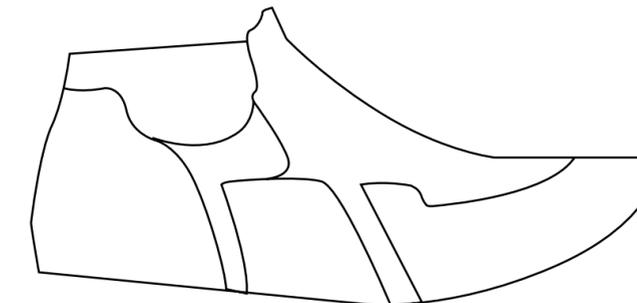


Producto	Frases	Marca	Fecha
JA 005 D	POSI	A JEYSTAN	31/03/2021

Plantilla inferior de armado



Vista lateral del corte sobre la horma



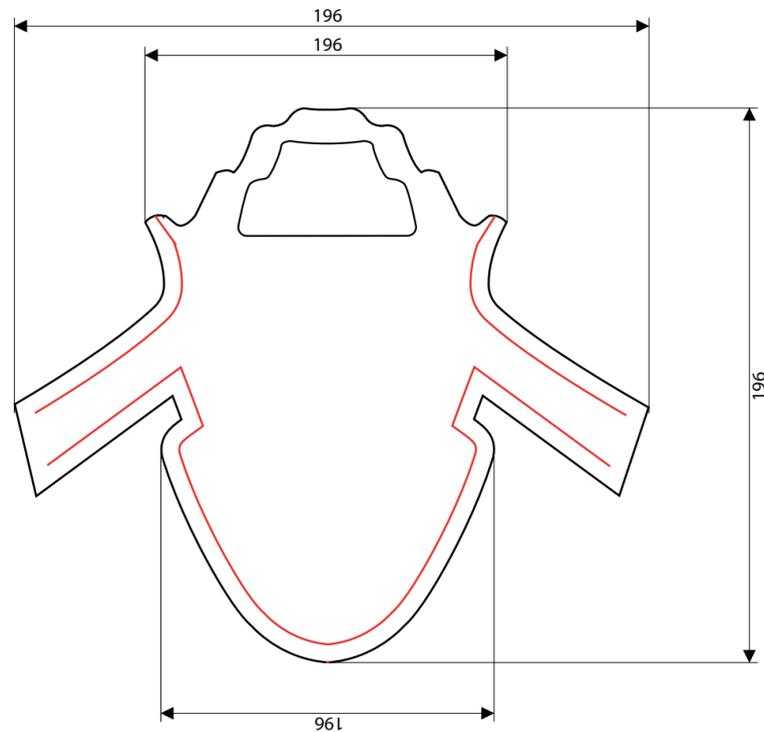
DESPIECE

Zapato deportivo caña media con talón bajo de sintético, forro y elástico con frases del dialecto ecuatoriano

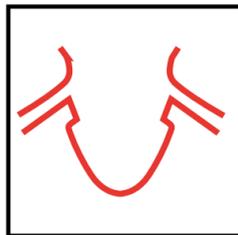
Planta	PVC	Modelo	STREETWEAR
Hormas	40	Propuesta	001
Costuras	9 P/P	Color	<input checked="" type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>

CAPELLADA SUPERIOR

Producto	Frases	Marca	Fecha
JA 005 D	POSI	A JEYSTAN	31/03/2021



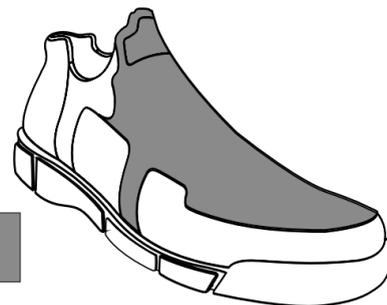
Contorno rojo equivale al punto de entrada : 7 mm de distancia al corte



Corte de piezas mediante corte láser



Referente de la pieza, ubicación en la axonometría



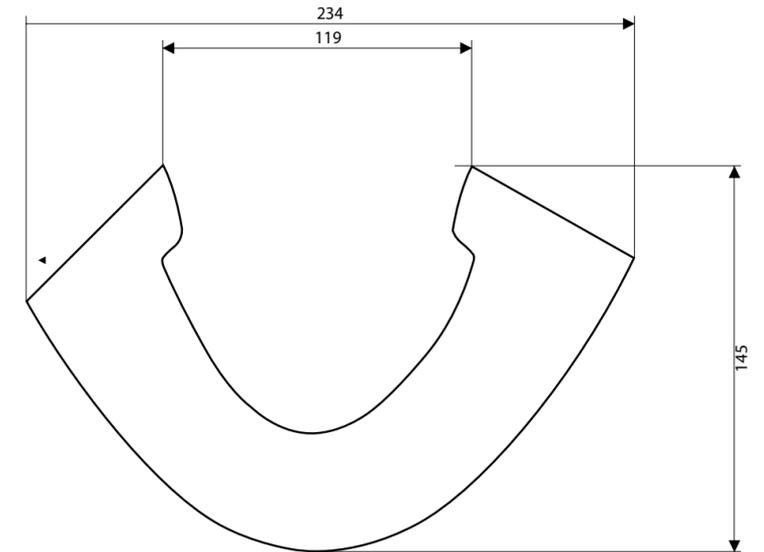
DESPIECE

Zapato deportivo caña media con talón bajo de sintético, forro y elástico con frases del dialecto ecuatoriano

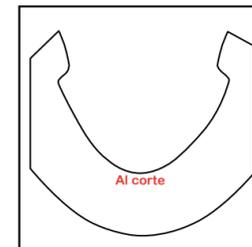
Planta	PVC	Modelo	STREETWEAR
Hormas	40	Propuesta	001
Costuras	9 P/P	Color	<input checked="" type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>

CAPELLADA PUNTERA

Producto	Frases	Marca	Fecha
JA 005 D	POSI	A JEYSTAN	31/03/2021



Al corte pieza sobre puesta pigmentar cantos

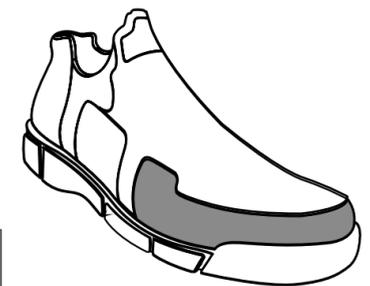


Tipo de costura Doble

Corte de piezas mediante corte láser



Referente de la pieza, ubicación en la axonometría



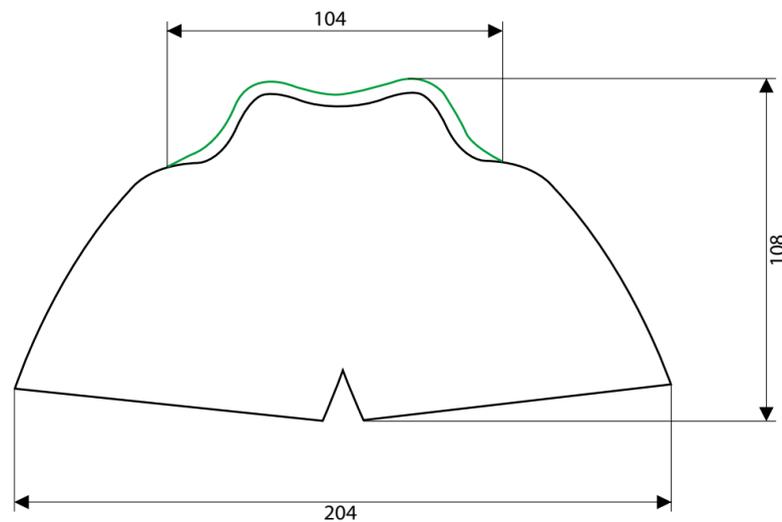
DESPIECE

Zapato deportivo caña media con talón bajo de sintético, forro y elástico con frases del dialecto ecuatoriano

Planta	PVC	Modelo	STREETWEAR
Hormas	40	Propuesta	001
Costuras	9 P/P	Color	<input checked="" type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>

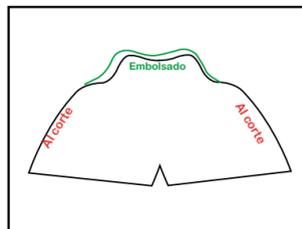
CAPELLADA TALÓN

Producto	Frases	Marca	Fecha
JA 005 D	POSI	A JEYSTAN	31/03/2021



Al corte
pieza sobre puesta pigmentar cantos

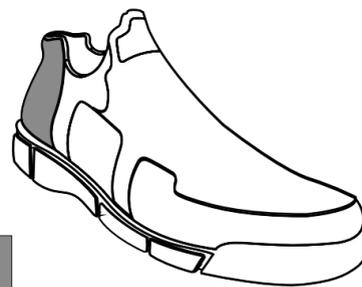
Embolsado
Se cose al reverso y se da la vuelta 4mm punto de entrada



Corte de piezas mediante corte láser



Referente de la pieza, ubicación en la axonometría



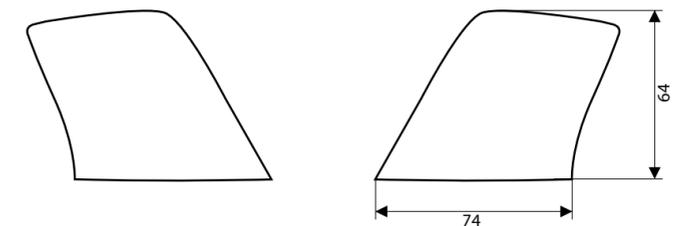
DESPIECE

Zapato deportivo caña media con talón bajo de sintético, forro y elástico con frases del dialecto ecuatoriano

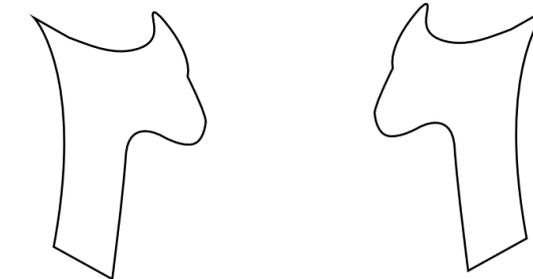
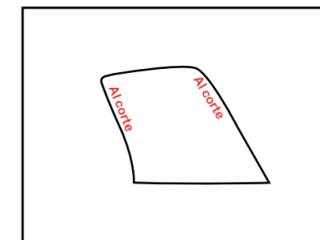
Planta	PVC	Modelo	STREETWEAR
Hormas	40	Propuesta	001
Costuras	9 P/P	Color	<input checked="" type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>

CAPELLADA LATERAL Y ELÁSTICO

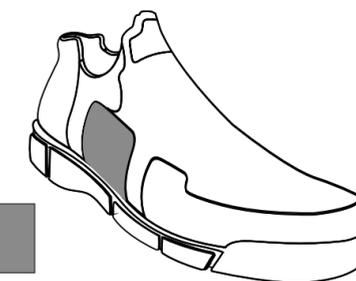
Producto	Frases	Marca	Fecha
JA 005 D	POSI	A JEYSTAN	31/03/2021



Al corte
pieza sobre puesta pigmentar cantos



Referente de la pieza, ubicación en la axonometría



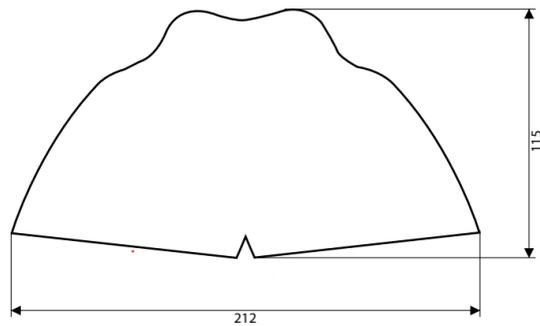
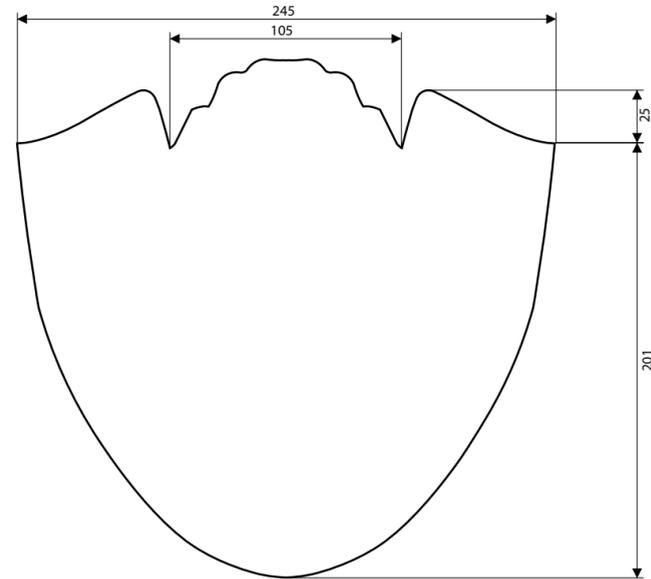
DESPIECE

Zapato deportivo caña media con talón bajo de sintético, forro y elástico con frases del dialecto ecuatoriano

Planta	PVC	Modelo	STREETWEAR
Hormas	40	Propuesta	001
Costuras	9 P/P	Color	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>

FORROS

Producto	Frases	Marca	Fecha
JA 005 D	POSI	A JEYSTAN	31/03/2021



Forro



ILUSTRACIÓN 1

Zapato deportivo caña media con talón bajo de sintético, forro y elástico con frases del dialecto ecuatoriano

Planta	PVC	Modelo	STREETWEAR
Hormas	40	Propuesta	001
Costuras	9 P/P	Color	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>

MODELO POSI

Producto	Frases	Marca	Fecha
JA 005 D	POSI	A JEYSTAN	31/03/2021

Corte y costura
pieza capellada superior con arte sublimado



ILUSTRACIÓN 2

Zapato deportivo caña media con talón bajo de sintético, forro y elástico con frases del dialecto ecuatoriano

Planta	PVC	Modelo	STREETWEAR
Hormas	40	Propuesta	002
Costuras	9 P/P	Color	■ ■

MODELO NI

Producto	Frase	Marca	Fecha
JA 010 D	NI 	 JEYSTAN	31/03/2021

Sublimación

pieza capellada superior con arte sublimado



ILUSTRACIÓN 3

Zapato deportivo caña media con talón bajo de sintético, forro y elástico con frases del dialecto ecuatoriano

Planta	PVC	Modelo	STREETWEAR
Hormas	40	Propuesta	003
Costuras	9 P/P	Color	■ ■

MODELO CONFIRMA

Producto	Frase	Marca	Fecha
JA 015 D	CONFIRMA	 JEYSTAN	31/03/2021

Sublimación

pieza capellada superior con arte sublimado



BOCETOS

Producto	Frase	Marca	Fecha
JA 015 D	CONFIRMA	A JEYSTAN	31/03/2021



DISEÑO DE LA GRÁFICA

Zapato deportivo caña media con talón bajo de sintético, forro y elástico con frases del dialecto ecuatoriano

Planta	PVC	Modelo	STREETWEAR
Hormas	40	Propuesta	003
Costuras	9 P/P	Color	■ ■

3 MODELOS

Producto	Frase	Marca	Fecha
JA 015 D		A JEYSTAN	31/03/2021



Prototipos terminados



Ilustración 18

Vista inferior del prototipo
Fuente: Elaboración propia



Ilustración 19

Fuente: Elaboración propia

Prototipos terminados



Ilustración 20

Fuente: Elaboración propia



Ilustración 21

Fuente: Elaboración propia



Ilustración 22

Fuente: Elaboración propia

Empaque

El packaging o empaque básicamente está encargado de la protección del producto y lo que se propone para este proyecto es que vaya acorde con la tipología del diseño. Para esto se elaboró una caja resistente, armable con bordes que encajan y se sostienen solos, que no necesita ningún tipo de pegamento para ahorrar costos y trabajo, pudiendo el usuario desarmar y guardar sin problema para usarlo cuando crea conveniente. Sus dimensiones generales son de 315 mm de ancho por 210 mm de alto y con una profundidad de 122 mm.

El empaque, como muestra la imagen posteriormente está diseñado con la base de la tendencia, donde se grafica un elemento con identidad y originalidad. En la parte posterior contiene el ícono que demuestra que es un producto nacional, y una tabla de consejos de conservación. En el lateral, se encuentra un cajetín donde se establece el código del producto, el color, talla o número del calzado lo que permitirá su distribución y venta de forma ágil. Al frente y al reverso posee unas ventanas con la morfología del zapato que muestra la parte frontal y la planta. También se encuentra una concreción lineal del isotipo de la marca y en la tapa consta el nombre de la marca en gran escala.

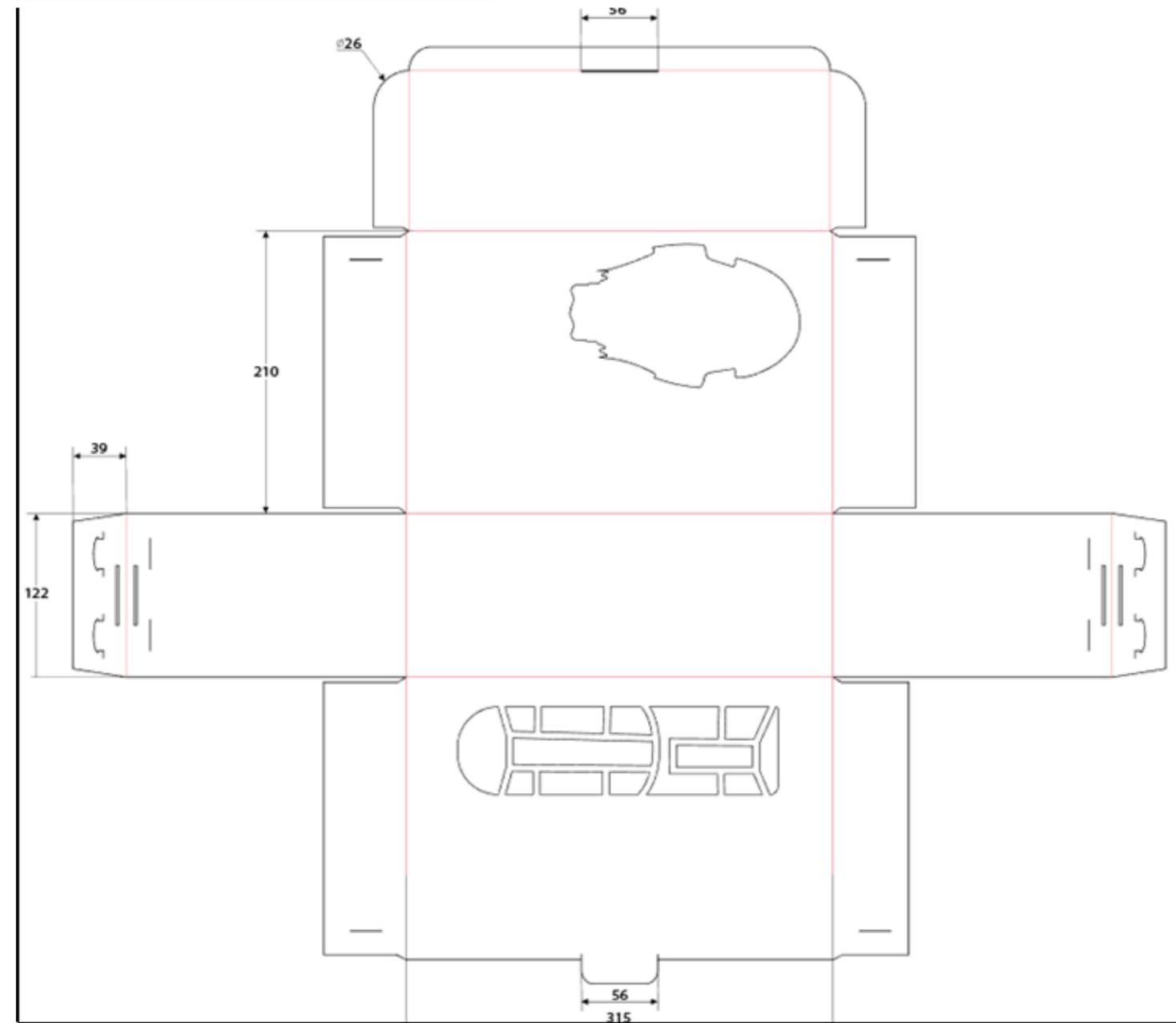


Ilustración 23

Fuente: Elaboración propia

Distribución del troquel

Producto	Frase	Marca	Fecha
JA 005 D	POSI	 JEYSTAN	31/03/2021



Empaque final terminado



Ilustración 24

Fuente: Elaboración propia



Ilustración 25

Fuente: Elaboración propia

Cálculo de costos

Valores por producto par

Materias Primas

M.P	Cant	Unidades	Costo x Unidad	Costo Total
Planta	2	und	\$ 1,000	\$ 2,00
Falsa	2	und	\$ 0,050	\$ 0,10
Sintético	0,25	m	\$ 7,000	\$ 1,75
Lona de Sublimación	0,15	m	\$ 4,000	\$ 0,60
Hilos	2	mt	\$ 0,005	\$ 0,01
Pegamento	0,15	ml	\$ 0,020	\$ 0,00
Impresión de Sublimado	2	und	\$ 0,100	\$ 0,20
Elástico	25	cm	\$ 0,003	\$ 0,08
Plantilla Interior	2	und	\$ 0,350	\$ 0,70
Forro	0,25	m	\$ 2,000	\$ 0,50
Esponja de 1 cm	0,3	m	\$ 1,500	\$ 0,45
Total Materia Prima			\$	6,39

Tabla 1

Fuente: Elaboración propia

Cálculo de costos

DADO EN DOCENAS
POR MES

Descripción	En	Fe	Ma	Ab	May	Ju	Jul	Ago	Se	Oc	No	Dic	TOTAL
	e	b	r	r	o	n			p	t	v		L
Calzado	160	250	300	250	200	225	275	240	225	180	200	250	2755
													0
													0
													0
	160	250	300	250	200	225	275	240	225	180	200	250	2755

Tabla 2
Fuente: Elaboración propia

Costo total del producto

COSTO DEL PRODUCTO ANUAL			
Referencia	Costo Variable	Costo fijo Anual	Unidades Proyección Anual
Calzado	\$ 10,43	\$ 20.171,80	2755
	COSTO FIJO UNI	7,32	
	C.T. (COSTO TOTAL UNITARIO) = CVU + CFU		
	C.T. = \$ 17,75		
	PVP = C.T. + U		
	U = % C.T.		
	U = 50% x C.T.		
	U = \$ 13,31		
	P.V.P. = \$ 31,06		

Tabla 3
Fuente: Elaboración propia

Protocolo de Validación

Estudio y evaluación de la línea de calzado deportivo masculino en base a la tendencia Streetwear. Para la correcta evaluación, se toman en consideración los siguientes ítems:

Matriz de Validación.

Nombre del validador.....C.I.

Criterios a evaluar

No Ítems

1 ¿Qué tan satisfecho está con la comodidad del calzado?

- Alternativas**
- a) Extremadamente satisfecho
 - b) Muy satisfecho
 - c) Moderadamente satisfecho
 - d) Poco satisfecho
 - e) No satisfecho

2 ¿Qué tan seguido usaría este calzado para la práctica de un deporte?

- a) Siempre
- b) Casi Siempre
- c) A veces
- d) Nunca
- e) Casi Nunca

3 ¿En la escala del 1 al 5 que tan informal le ve a este calzado?

- 5) Muy formal
- 4) Formal
- 3) Semi formal
- 2) Informal
- 1) Muy informal

4 ¿Ve impregnado en el calzado el dialecto ecuatoriano?

- a) Si
- b) No

5 ¿Se puede evidenciar el grafiti en el calzado?

- a) Si
- b) No

Objetivos del protocolo de la validación

- Conocer el impacto que generan las propuestas de diseño, la identificación o identidad y la decisión de adquirir el calzado.

- Evaluar la aceptación de la línea de calzado streetwear y la identificación del dialecto ecuatoriano sobre el calzado.

Detalles del desarrollo del protocolo

Exposición de la línea de calzado y el protocolo a seguir para la validación con el fin de generar una línea de calzado acorde a los gustos y preferencias de los usuarios; se ha planteado un protocolo de cinco preguntas que están en función a los objetivos.

En una entrevista previa se da a conocer a los validantes el proceso a realizarse, explicándoles la razón del trabajo y el objeto de la investigación como también sus alcances. Debido a la situación actual mundial respecto a la pandemia del COVID-19, se tiene cuidado con la aglomeración y el uso de protocolos de bioseguridad. Por lo tanto, se seleccionaron a 3 usuarios varones de entre 18 y 30 años, quienes acudieron a un punto de venta de calzado "Calzado Águila y Jeystan". El proceso de cada validación se realizó en un mismo día en horario diferente.



Ilustración 26

Fuente: Elaboración propia

Detalles técnicos

El tiempo de duración sobre la exposición de la colección del calzado es de quince minutos y posteriormente un conversatorio de diez minutos, a cada uno de los tres usuarios seleccionados en horario diferente. Los materiales que van a ser usados para el desarrollo de la muestra son el uso de implementos de bioseguridad como alcohol, uso de mascarilla y sobre todo distanciamiento; además de teléfono celular para evidenciar esta validación.

Etapa 1: Aplicación

Se realiza el primer contacto con cada uno de los validadores con el producto, quienes conocedores del proceso proceden a examinar el zapato, manipularlo y probarlo en sus pies, cada uno en horario diferente para precautelar la salud de todos.

Para una exhaustiva y adecuada validación se observó detenidamente la actitud, señales del rostro y reacciones de cada usuario en el proceso realizado, procediendo a la vez a fotografiarlo para documentar el momento, sus rostros eran de satisfacción, mostrando su aceptación con sonrisas y gestos de aprobación.

Etapa 2: Validación

En esta fase se aplicarán la matriz de validación a cada participante, teniendo en cuenta la reacción de cada uno, su aceptación del producto, satisfacción, identificación, comodidad y procedió a solicitar amablemente sus comentarios, los que fueron positivos, de aliento y de congratulación por el trabajo realizado, hubo frases de admiración por todo el trabajo.

Resultados de validación

Realizada la validación a un universo de 3 usuarios, por motivo de la pandemia y el riesgo de contagio que se corre, cuyos nombres y número de cedula constan en cada matriz, los resultados han sido tabulados y tenemos los siguientes datos:



Ilustración 27

Fuente: Elaboración propia

Objetivos del protocolo de la validación

1. Satisfacción con el calzado: el 33% extremadamente satisfecho, 33% muy satisfecho y 33% satisfecho.
2. Uso seguido del calzado: 33% siempre, 67% casi siempre.
3. Formalidad del calzado: 33% muy formal, 33% formal, 33% semiformal.
4. Dialecto ecuatoriano impregnado en el calzado se ve: 100% Si
5. Se puede evidenciar el grafiti. 100% Si

	Extremada- mente satisfecho	Muy satisfe- cho	Moderada- mente satisfecho	Poco satisfe- cho	No satisfe- cho
¿Qué tan satisfecho está con la comodidad del calzado?	1	1	1	0	0
¿Qué tan seguido usaría este calzado para la práctica de un deporte?	Siempre 3	Casi siempre		0	0
¿En la escala del 1 al 5 que tan informal le ve a este calzado	Muy formal	Formal 1	Poco formal 1	Informal 1	0
¿Ve impregnado en el calzado el dialecto ecuatoriano?	SI 3	NO	0	0	0
¿Se puede evidenciar el grafiti en el calzado?	SI 3	NO		0	0

Tabla 4

Fuente: Elaboración propia

Análisis de validación

Culminada la validación a los usuarios, hay extremada satisfacción en un tercio de los encuestados, el otro tercio se expresa muy satisfecho y el último tercio satisfecho, es decir que hay satisfacción con el producto elaborado, lo que justifica el trabajo realizado y gratifica el esfuerzo que se ha puesto en cada uno de sus capítulos. Todos los usuarios responden que siempre usarían siempre en el deporte este calzado porque es muy cómodo y liviano, es decir que hay una total aceptación para la práctica deportiva, con ello se justifica el esfuerzo realizado, es decir que el uso será seguido, realmente la comodidad y la identificación con la juventud por el diseño, colores y versatilidad ha permitido que haya una gran complacencia en el uso de este tipo de zapato y haya calado en el universo de encuestados de manera positiva.

La formalidad del calzado fue visto por un 33% como formal, otro tercio como semiformal y otro tercio como informal, realmente el deportivo es un zapato casual y es poco formal, es un zapato deportivo, pero por ser muy suaves y cómodos son utilizados en toda reunión como si fuera un calzado formal, se puede ver que con trajes de gala hay personas que llevan zapatos deportivos con motivos y alegorías muy llamativas tanto hombres

como mujeres, sobre todo en la costa ecuatoriana. Pudieron divisar el dialecto ecuatoriano un 100 % a veces no es conocido el alcance de dialecto en su verdadero sentido y por ello se explicó detalladamente, entonces las respuestas fueron acertadas.

Las frases que están presentes representan realmente a nuestra lengua y a nuestro pueblo. El grafiti fue evidenciado por todos, frases propias de un grafiti, pero muy cortitas de pocas palabras se incluyen en este tipo de productos por razones muy propias, el mensaje está ahí formando parte de una indumentaria de uso diario con nuestra identidad y originalidad.

Es satisfactoria la respuesta de los encuestados y posibles usuarios a un producto que fue elaborado con mucha pasión, entrega y responsabilidad, porque de esa manera se puede reconstruir la economía ecuatoriana, con emprendimientos que nazcan de las aulas universitarias y de toda iniciativa humana, nada mejor que el trabajo honrado, no hay satisfacción más noble y reconfortante que ganarse el pan de cada día con su propio esfuerzo, enseñando así a las futuras generaciones que solamente el trabajo honrado y constante dignifica a las personas de bien.



Ilustración 28

Fuente: Elaboración propia

CONCLUSIÓN

El trabajo ha llegado a buen puerto, a través del marco teórico se ha conocido la tendencia streetwear y su influencia en la vestimenta de moda de la juventud, en especial del diseño de calzado que es el tema que se ha tratado, se han definido términos técnicos muy importantes que han sido utilizados en el proceso para tener una idea más clara sobre la temática tratada, la ilustración sobre todas las temáticas que se han abordado ha sido una experiencia muy valiosa y de aprendizaje agradable.

Se ha cumplido con el objetivo general cuando se ha seguido todos los procesos y protocolos para el diseño de un zapato deportivo masculino casual que encarne originalidad y satisfacción en el usuario, logrando una gran aceptación de las personas que tuvieron la oportunidad de validarlo. Muy cómodo, de gran performance en la actividad deportiva y a un costo llamativo como llamativo ha sido el producto.

Se han cumplido los objetivos específicos detallando los conceptos que se han sido tratados como base del trabajo práctico, conociendo más a fondo la tendencia streetwear que se impone en la moda juvenil y en general en el mundo de la moda con un resultado muy prometedor con el diseño de un calzado deportivo que será producido en las cantidades que el presupuesto familiar así lo permita.

Se ha dado respuesta y solución a la problemática detallada antes de la investigación dando respuesta a una interrogante que fue propuesta como hilo conductor

del trabajo, realmente que cada día ha sido un trabajo productivo porque ha permitido un acercamiento con la investigación y el conocimiento de nuevos conceptos y formas que permiten abrir campos de emprendimiento y recuperación económica.

Como resultado de este proyecto se ha conseguido una línea de calzado de tres modelos deportivos para hombres con la base a la tendencia streetwear, frutos que van a ser parte de un emprendimiento familiar para financiar los gastos del hogar.

El proceso de diseño ha sido uno de los retos más importantes dentro del trabajo realizado porque permitió desarrollar la imaginación y un acercamiento a los requerimientos del usuario para satisfacer sus necesidades de confort, originalidad, identidad, calidad y buen precio.



Bibliografía

- Afonso, B. (10 de Junio de 2021). Las Vans EVDNT UltimateWaffle son las zapatillas más cómodas que vas a llevar este verano. Revista GQ. Obtenido de https://www.revistagq.com/moda/articulo/vans-evdnt-ultimatewaffle#intcid=_gq-es-bottom-recirc_7e166ef1-66ce-401f-a90f-657b6605caa8_text2vec1_fallback_polar4-1
- Alvarado, A. (28 de Noviembre de 2020). El traje deportivo está de vuelta. Obtenido de <https://www.elcomercio.com/tendencias/traje-deportivo-regreso-moda-entretenimiento.html>
- Aquiles Gay, L. S. (2004). El diseño industrial en la historia. Córdoba: TEC. Obtenido de faud.unsj.edu.ar/descargas/LECTURAS/Diseno%20Industrial/OBLIGATORIA/3.pdf
- Araiza Díaz, E., Martínez González, R., & Lugo Silva, F. (2008). La arqueología del presente y el grafiti incidental en Ciudad Universitaria. Scielo, 159-169. Obtenido de <http://www.scielo.org.mx/pdf/alte/v18n36/v18n36a12.pdf>
- Barretto, S. (2006). Diseño de Calzado Urbano. Buenos Aires. Obtenido de https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=ykG1RY3NeEkC&oi=fnd&pg=PA20&dq=dise%C3%B1o+de+calzado&ots=hAH3_yz6TW&sig=mERAOjNuj2Vcij_g6lWfJlpt13I#v=onepage&q&f=false
- Bernabel, A. (2016). Identidad y Deterioro de Imagen de la Marca. Comunicación Revista de Investigación en Comunicación y Desarrollo, 7(1), 16-26. Obtenido de <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=449846022002>
- Bonsiepe, G. (1976). EL diseño de la Periferia. Buenos Aires: GGDiseño.
- Borrás, D. (2018). Hoy salen a la venta las zapas que va a querer todo el mundo. Revista GQ. Obtenido de <https://www.revistagq.com/moda/relojes-y-accesorios/arti>

culos/nike-react-element-87-lanzamiento-sneakers-2018/29652

- Brito, X. (2019). Universidad del Azuay. Obtenido de <http://dspace.uazuay.edu.ec/bitstream/datos/9033/1/14678.pdf>
- Cabrera García, M. S. (08 de 12 de 2015). Universidad de Cuenca. Obtenido de <https://dspace.ucuenca.edu.ec/bitstream/123456789/22861/1/TESIS.pdf>
- Caliz, J. P., & Miranda, D. S. (2015). La gran historia del calzado. Facultad De Finanzas Y Negocios Internacionales. Recuperado el 2021, de <https://biblioteca.utb.edu.co/notas/tesis/0061851.pdf>
- Cámara de la Industria del Calzado. (2018). El calzado se integra al mundo del diseño, de la moda, de las tendencias y de los negocios. Obtenido de <https://www.calzadargentino.org.ar/capacitacion/el-calzado-se-integra-al-mundo-del-diseno-de-la-moda-de-las-tendencias-y-de-los-negocios/>
- Carranza, E. (2021). Paul Van Doren, California y off the wall. Arquina. Obtenido de <https://www.arquine.com/paul-van-doren-california-y-off-the-wall/>
- Carrera Paucarima, A. I., & Arroyo Morocho, F. R. (2019). Repositorio Digital de la Universidad Central del Ecuador. Recuperado el 2021, de Planeación para la calidad del proceso de producción de una línea de calzado deportivo parahombre: <http://www.dspace.uce.edu.ec/handle/25000/18527>
- Choklat, A. (2012). Diseño de calzado. Barcelona: Gustavo Gili. Obtenido de [tps://ggili.com/dise-o-de-calzado-ebook.html](https://ggili.com/dise-o-de-calzado-ebook.html)
- Coimbra. (2015). ¿Cuál es la historia de los zapatos deportivos? Recuperado 2021, de https://www.plantillascoimbra.com/blog/es_ES/historia-zapatos-deportivos#:~:text=En%201852%20se%20crearon%20los,porque%20ofrec%3ADan%20un%20mayor%20agarre.&text=Los%20Keds%20ten%3ADan%20una%20suela%20de%20goma%20y%20tela.
- Diario El Universo. (09 de 08 de 2010). Las fábricas y marcas de calzado que se quedaron en la memoria de esta ciudad. Obtenido de <https://www.eluniverso.com/2010/08/09/1/1446/fabricas-marcas-calzado-quedaron-memoria-esta-ciudad.html/>

Fárez, R., & Gálvez, F. (2011). Manual de patronaje de calzado. Cuenca: Universidad del Azuay. Obtenido de <http://dspace.uazuay.edu.ec/handle/datos/319>

Fernández, M., & García Crespo, M. (2008). Creación y Producción en Diseño y Comunicación. Universidad de Palermo, 15, 68. Obtenido de https://fido.palermo.edu/servicios_dyc/publicacionesdc/archivos/30_libro.pdf

Fiorini, V. (2015). Tendencias de consumo, innovación e identidad en la moda. Transformaciones en la enseñanza del diseño latinoamericano. Centro de Estudios en Diseño y Comunicación, 79 - 89. Obtenido de <https://pdfs.semanticscholar.org/158d/8836d55da14f6f25988263b9fcf7975fabf2.pdf>

Generación Vitnik. (23 de Marzo de 2018). Recuperado el 2021, de <http://www.generacionvitnik.com/2018/03/23/del-caucho-hasta-las-protecelulas-la-evolucion-del-calzado-deportivo/>

Girela, F. J. (2021). Las 10 marcas de streetwear más importantes de nuestro tiempo. Revista GQ. Recuperado el 2021, de <https://www.revistagq.com/moda/articulo/mejores-marcas-streetwear-moda>

Godio, D. (20 de 03 de 2017). Universidad de Palermo. Obtenido de https://fidopalermo.edu/servicios_dyc/blog/docentes/trabajos/42958_166729.pdf

Gómez, L., Velásquez, S., Castaño, P., Valderrama, S., & Ruiz, M. (2018). Lantpometría y la baropodometría como técnicas de caracterización del pie y herramientas que proporcionan criterios de ergonomía y confort en el diseño fabricación de calzado: una revisión sistemática. *Prospectiva*, 16(1), 7-17. doi:10.15665/rp.v16i1.901

Harley, H. (14 de 10 de 2017). Historia del Diseño Industrial. Obtenido de <http://historia-diseno-industrial.blogspot.com/2013/10/disenio-america-no-anos-30s-styling.html>

Ibarra, J., & Quishpe, D. (05 de 01 de 2021). Universidad Nacional de Chimborzo. Obtenido de <http://dspace.unach.edu.ec/handle/51000/7243>

Iglesias, J. (noviembre de 2015). El papel de las marcas de moda en la construcción de la identidad personal. Obtenido de Universitat Ramon Llull: https://www.tdx.cat/bitstream/handle/10803/369847/Tesi_Jordi_Iglesias.pdf?sequence=1&isAllowed=y

ISPAF. (2021). Instituto Superior de Procedimientos Aduaneros y Fiscales. Obtenido de Tipos de Calzado: <https://www.ispaf.institute/es/herramientas-gestion-aduana/clasificacion-arancelaria-de-mercancias-en-la-ue/clasificacion-del-calzado/tipos-de-calzado>

Jenses, E. (14 de Junio de 2017). Marc Jacobs y Vans lanzan una colección de zapatillas. Fashion Network. Obtenido de <https://mx.fashionnetwork.com/news/Marc-jacobs-y-vans-lanzan-una-coleccion-de-zapatillas,930034.html>

Johnson, N. (2020). La entrevista GQ a James Jebbia, fundador de Supreme, en la que nos cuenta los secretos de una marca que ha encontrado la receta del éxito perpetuo. GQ. Obtenido de <https://www.revistagq.com/moda/articulo/hablamos-con-el-fundador-de-supreme-para-saber-los-secretos-de-su-exito>

Martínez, G. (2006). Experimentación, Innovación, Creación Aportes en la enseñanza del Diseño y la Comunicación (Vol. 7). Buenos Aires. Obtenido de https://fido.palermo.edu/servicios_dyc/publicacionesdc/archivos/122_libro.pdf

Martínez, G. (2015). El calzado, el cuerpo y el diseño. UP. Recuperado el 2021, de https://fido.palermo.edu/servicios_dyc/publicacionesdc/vista/detalle_articulo.php?id_libro=122&id_articulo=894

Matinelli, F. (Abril de 2017). La piratería como campo de posibilidades: apropiaciones, materiales y simbólicas en direcciones diferentes. *Ciencias Sociales*, 53(1), 77-85. Obtenido de <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=93851195009>

Medina, A., & Trávez, J. (05 de 2017). Repositorio Universidad Técnica de Ambato. Obtenido de <https://repositorio.uta.edu.ec/handle/123456789/25540>

Méndez, L. (2020). La influencia del street style en la moda. MAV. Obtenido de <https://revistamav.com/clothing-trend/la-influencia-del-street-style-en-la-moda/>

Moliterno, A. (2018). Ismos del Streetwear Un movimiento híbrido. Recuperado el 2021, de https://fido.palermo.edu/servicios_dyc/proyctograduacion/archivos/4744.pdf

Morant, A. (14 de Abril de 2014). Alfonso Morant. Obtenido de <https://www.alfoso>

morant.com/los-primeros-zapatos-de-la-historia/

Museo del Calzado. (11 de Septiembre de 2019). Museo del Calzado José María Amat Amer. Obtenido de <https://www.museocalzado.com/es/blog/historia-del-calzado-egipto-y-su-gran-legado-415.html>

Natalio, M. (2016). Patronaje y confección de calzado. Barcelona: Gustavo Gili.

Nike. (2021). Detrás del Diseño. Recuperado el 2021, de <https://www.nike.com/es/launch/t/behind-design-react-element-87>

Pacheco, B., Collado, D., & Capuz, S. (Febrero de 2015). Identificación de etapas y materiales de mayor impacto en el ciclo de vida del calzado. *DYNA*, 82(189), 134-141.

Obtenido de <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=49635366018>
Parreño Ríos, R., & González Gascón, M. E. (2016). Estrategias de marketing de empresas de calzado y ropa deportiva de baloncesto en el mercado español.

Pazos, P. (26 de Octubre de 2017). La historia del Streetwear. Recuperado el 2021, de <https://thestreetwearkingdom.wordpress.com/2017/10/26/primera-entrada-del-blog/>

Ramirez, F., Viteri, J., García, E., & Carrión, V. (12 de Febrero de 2015). Valor óptimo de eficiencia de la gestión. Caso, proceso de calzado. *Ingeniería Industrial*, 38(2), 176-187. Obtenido de <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=360441056006>

Real Academia Española. (2020). Obtenido de <https://dle.rae.es/tendencia>

Revista de Artes. (Julio de 2007). El Calzado en el siglo XIX. *Revista de Artes*. Obtenido de <http://www.revistadeartes.com.ar/revistadeartes%207/sigloxix.html>

Reyes, J., Aldas, D., Morales, L., & García, M. (Abril de 2016). Evaluación de la capacidad para montaje en la industria manufacturera de calzado. *Ingeniería Industrial*, 37(1), 14-23. Obtenido de <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=360443665002>

Rodríguez, A. (2020). Las tendencias en botas y botines que dominarán en 2020 y 2021. *Elle*. Recuperado el 2021, de <https://www.elle.com/es/moda/tendencias/>

a30502543/tendencias-zapatos-botas-botines-2020/

Sáenz Zapata, L. M. (Diciembre de 2008). Ergonomía y diseño, análisis y aplicación para calzado laboral. *ICONOFACTO*, 4(5), 122-139. Recuperado el 2021, de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5204292>

Sáenz, L. (Diciembre de 2008). Ergonomía y Diseño, Analisis y Aplicación para Calzado Laboral. *ICONOFACTO*, 4(5), 122-139. Obtenido de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5204292>

Velastegui, J. (2011). Estudio de factibilidad para la implementación de herramienta de mejoramiento continuo en la fábrica de calzado GIANCARLO de la ciudad de Cuenca. Obtenido de <http://dspace.uazuay.edu.ec/handle/datos/634>

Vilchis Esquivel, L. (2021). ¿Tendencias contemporáneas del Diseño?: styling contramé todo. *Actas de Diseño*, 34, 47-51. Obtenido de https://fido.palermo.edu/servicios_dyc/publicacionesdc/archivos/876_libro.pdf

Zipa, O. (2020). Diseño de calzado experimental. *VMIDEA*(8), 16-19. Obtenido de <https://revia.areandina.edu.co/index.php/ASD/article/view/1675>

Abstract of the project

Title of the project: Design of men's sports shoes based on the streetwear trend.

Project subtitle:

The production of footwear in Ecuador is based on the trends that predominate in the foreign market, which is why foreign designs are mostly produced. The Streetwear trend is one of them, adopted by the use of social networks and is characterized by being linked to a youth market.

Summary: With the aim of generating new alternatives based on this trend, it was proposed to create three footwear proposals that are based on concepts such as graffiti and part of the Ecuadorian dialect being to this trend. Likewise, concepts such as styling and shoe design are adopted. Managing to build three footwear design proposals with authentic national identity.

Keywords: CANVAS, styling, business model, aesthetics, packaging, principles of shoe design.

Student: Aguilar Cordova Jeyson Stalin
C.I.: 0705709244 **Code:** 78158

Director: Saravia Vargas Danilo Alberto
Codirector:

Para uso del Departamento de Idiomas >>>

Revisor: 
YALDIVIEZO RAMIREZ ESTEBAN
Nº. Cédula Identidad: 0102798261

Matriz de validación

Matriz de Validación.

Nombre del validador.....C.I.

Criterios a evaluar

Nº	Items	Alternativas				
		a)	b)	c)	d)	e)
1	¿Qué tan satisfecho con la comodidad del calzado?	a) Extremadamente satisfecho	b) Muy satisfecho	c) Moderadamente satisfecho	d) Poco satisfecho	e) No satisfecho
2	¿Qué tan seguido usaría este calzado para la práctica de un deporte?	a) Siempre	b) Casi Siempre	c) A veces	d) Nunca	e) Casi Nunca
3	¿En la escala del 1 al 5 que tan informal le ve a este calzado?	5) Muy formal	4) Formal	3) Semi formal	2) Informal	1) Muy informal
4	¿Ve impregnado en el calzado el dialecto ecuatoriano?	b) Si	b) No			
5	¿Se puede evidenciar el graffiti en el calzado?	b) Si	b) No			



Universidad del Azuay
Facultad De Diseño, Arquitectura y Arte
Escuela de Diseño de Objetos

Tema: "Diseño de una línea de calzado deportivo masculino en base a la tendencia Streetwear"

Estimado:

El presente cuestionario tiene como propósito:

- Conocer el impacto que generan las propuestas de diseño, la identificación que produce y el deseo de adquisición del calzado.
- Evaluar la aceptación de la línea de calzado streetwear y el acoplamiento del dialecto ecuatoriano sobre las propuestas.

¡Muchas gracias, por su valiosa colaboración!

Parte I: Datos Personales

Nombre: *Steeven Alexander Ganda Sánchez*

Número de identidad: *0706380391*

Edad: *23 años*

Instrucciones:

En los reactivos que se presentan a continuación existen cinco (5) alternativas de respuesta y las dos últimas preguntas con dos (2) opciones, responda según su apreciación:

- Señale con una equis (x) en la casilla correspondiente a la observación que se ajuste a su caso en particular.
- Asegúrese de marcar una sola alternativa para cada pregunta.
- Por favor, no deje ningún ítem sin responder para que exista una mayor confiabilidad en los datos recabados.
- Si surge alguna duda, consulte al encuestador.

Parte II: Cuestionario

1) ¿Qué tan satisfecho está con la comodidad del calzado?

- a) Extremadamente satisfecho
- b) Muy satisfecho
- c) Moderadamente satisfecho
- d) Poco satisfecho
- e) No satisfecho

2) ¿Qué tan seguido usaría este calzado para la práctica de un deporte?

- a) Siempre
- b) Casi Siempre
- c) A veces
- d) Nunca
- e) Casi Nunca

3) ¿En la escala del 1 al 5 que tan informal le ve a este calzado?

- a) Muy formal
- b) Formal
- c) Semi formal
- d) Informal
- e) Muy informal

4) ¿Ve impregnado en el calzado el dialecto ecuatoriano?

- a) Si
- b) No

5) ¿Se puede evidenciar el graffiti en el calzado?

- a) Si
- b) No

Steeven



Universidad del Azuay
Facultad De Diseño, Arquitectura y Arte
Escuela de Diseño de Objetos

Tema: "Diseño de una línea de calzado deportivo masculino en base a la tendencia Streetwear"

Estimado:

El presente cuestionario tiene como propósito:

- Conocer el impacto que generan las propuestas de diseño, la identificación que produce y el deseo de adquisición del calzado.
- Evaluar la aceptación de la línea de calzado streetwear y el acoplamiento del dialecto ecuatoriano sobre las propuestas.

¡Muchas gracias, por su valiosa colaboración!

Parte I: Datos Personales

Nombre: *José Vicente Aguilar Sialima*

Número de identidad: *0706408366*

Edad: *21 años*

Instrucciones:

En los reactivos que se presentan a continuación existen cinco (5) alternativas de respuesta y las dos últimas preguntas con dos (2) opciones, responda según su apreciación:

- Señale con una equis (x) en la casilla correspondiente a la observación que se ajuste a su caso en particular.
- Asegúrese de marcar una sola alternativa para cada pregunta.
- Por favor, no deje ningún ítem sin responder para que exista una mayor confiabilidad en los datos recabados.
- Si surge alguna duda, consulte al encuestador.

Parte II: Cuestionario

1) ¿Qué tan satisfecho está con la comodidad del calzado?

- a) Extremadamente satisfecho
- b) Muy satisfecho
- c) Moderadamente satisfecho
- d) Poco satisfecho
- e) No satisfecho

2) ¿Qué tan seguido usaría este calzado para la práctica de un deporte?

- a) Siempre
- b) Casi Siempre
- c) A veces
- d) Nunca
- e) Casi Nunca

3) ¿En la escala del 1 al 5 que tan informal le ve a este calzado?

- a) Muy formal
- b) Formal
- c) Semi formal
- d) Informal
- e) Muy informal

4) ¿Ve impregnado en el calzado el dialecto ecuatoriano?

- a) Si
- b) No

5) ¿Se puede evidenciar el graffiti en el calzado?

- a) Si
- b) No

[Handwritten signature]

Anexo 3

Matrices de la validación realizada



Universidad del Azuay
Facultad De Diseño, Arquitectura y Arte
Escuela de Diseño de Objetos

Tema: "Diseño de una línea de calzado deportivo masculino en base a la tendencia Streetwear"

Estimado:

El presente cuestionario tiene como propósito:

- Conocer el impacto que generan las propuestas de diseño, la identificación que produce y el deseo de adquisición del calzado.
- Evaluar la aceptación de la línea de calzado streetwear y el acoplamiento del dialecto ecuatoriano sobre las propuestas.

¡Muchas gracias, por su valiosa colaboración!

Parte I: Datos Personales

Nombre: *Dulce Enido Encarnación García*

Número de identidad: *0707108684*

Edad: *27 años*

Instrucciones:

En los reactivos que se presentan a continuación existen cinco (5) alternativas de respuesta y las dos últimas preguntas con dos (2) opciones, responda según su apreciación:

- Señale con una equis (x) en la casilla correspondiente a la observación que se ajuste a su caso en particular.
- Asegúrese de marcar una sola alternativa para cada pregunta.
- Por favor, no deje ningún ítem sin responder para que exista una mayor confiabilidad en los datos recabados.
- Si surge alguna duda, consulte al encuestador.

Parte II: Cuestionario

1) ¿Qué tan satisfecho está con la comodidad del calzado?

- a) Extremadamente satisfecho
- b) Muy satisfecho
- c) Moderadamente satisfecho
- d) Poco satisfecho
- e) No satisfecho

2) ¿Qué tan seguido usaría este calzado para la práctica de un deporte?

- a) Siempre
- b) Casi Siempre
- c) A veces
- d) Nunca
- e) Casi Nunca

3) ¿En la escala del 1 al 5 que tan informal le ve a este calzado?

- a) Muy formal
- b) Formal
- c) Semi formal
- d) Informal
- e) Muy informal

4) ¿Ve impregnado en el calzado el dialecto ecuatoriano?

- a) Si
- b) No

5) ¿Se puede evidenciar el graffiti en el calzado?

- a) Si
- b) No

