

MILLAMARTINEZ

DISEÑO DE COLECCIÓN DE CALZADO ATEMPORAL A PARTIR DE LA REPRESENTACIÓN DE MUJERES DENTRO DE LA HISTORIA DE CHILE

Memoria de Título

“Diseño de colección de calzado
clásico a partir de la representación
de mujeres dentro de la historia de Chile”

Millaray Martinez Miranda

Profesoras Guías
Ana María Iglesias Daveggio
Lorena Ramos Tuccillo

Universidad de Valparaiso
Chile, 2015

AGRADECIMIENTOS

Para empezar quiero hacer un reconocimiento a todos quienes aportaron dentro de este proceso. En primer lugar a mi Padre y hermanas, por su apoyo incondicional y la comprensión, gracias a mi familia y amigos por la motivación y la fuerza.

Agradezco de todo corazón a mis profesoras Ana María Iglesias y Lorena Ramos, por la paciencia, el apoyo y sobre todo la guía.
A todos ellos muchas gracias.

MOTIVACIÓN

Mi motivación por el diseño siempre ha estado ligada al descubrir, a la experimentación y el aprendizaje nuevas técnicas. Las que han ido variando desde el tejido, hasta hoy que es el calzado, la cual nace como búsqueda de nuevas experiencias y aprendizaje, frente a esto nace la idea y la motivación de emprender dentro del oficio del calzado en mi proyecto de título.

Siempre he tenido un particular gusto por los zapatos, lo cual me hace creer y pensar que el calzado es una pieza fundamental dentro de la indumentaria, es la forma en cómo nos paramos, diferenciamos y presentamos frente al mundo, es por eso que el proyecto llevado a cabo busca darle cualidades al zapato, con fin de otorgarle un nombre y contar una historia a través de ellos.

CAPÍTULO 1

PRESENTACION DEL PROYECTO

1.1 INTRODUCCIÓN.....11
1.2 PROBLEMÁTICA.....12
1.3 OPORTUNIDAD.....13
1.4 PROPUESTA CONCEPTUAL.....14
1.5 OBJETIVOS.....15

CAPÍTULO 2

EL CALZADO COMO OBJETO DE DISEÑO.

2.1 DEFINICIÓN DE CALZADO.....17
2.2 BREVE HISTORIA DEL CALZADO.....20
2.3 FAMOSOS DISEÑADORES DE CALZADO.....24
2.4 TIPOLOGÍAS DE CALZADO.....31
2.5 CLÁSICOS DEL CALZADO.....32
2.6 CONCLUSIÓN.....41

CAPÍTULO 3

EL OFICIO DEL CALZADO

3.1 PARTES DE UNA PIEZA DE CALZADO.....44
3.2 LA HORMA.....46
3.3 SISTEMAS DE ENUMERACIÓN.....47
3.4 PROCESO DE CONFECCIÓN.....49
3.5. SISTEMAS DE CONSTRUCCIÓN ARTESANAL.....54
3.6 MATERIALES PARA CALZADO.....56
3.7 CONCLUSIÓN.....65

CAPÍTULO 4

LA MODA Y EL CONSUMO DE CALZADO EN EL MUNDO

4.1 TENDENCIAS EN LA INDUSTRIA DEL CALZADO.....67
4.1.1 LA MODA RÁPIDA.....68
4.1.2 LA MODA LENTA.....69
4.3 CONSUMO DE CALZADO EN EL MUNDO.....71
4.4 CONCLUSIÓN.....73

CAPÍTULO 5

CHILE Y EL CALZADO

5.1 BREVE HISTORIA DEL CALZADO EN CHILE.....75
5.2 EL CALZADO HOY EN CHILE.....77
5.3. CALZADO DE AUTOR EN CHILE.....80
5.3.1 EXPONENTES.....81
5.5 CONCLUSIÓN.....91

INDICE

CAPÍTULO 6 **LA MUJER CHILENA; PERFIL DEL CONSUMIIDOR**
6.1 LA MUJER CHILENA INDEPENDIENTE Y EMPODERADA.....94
6.2 TARGET.....95

CAPÍTULO 7 **PLANTEAMIENTO DEL PROYECTO**
7.1 DISEÑO DE PROYECTO.....100
7.2 ESTRUCTURA COLECCIÓN.....102
7.2.1 GÉNESIS FORMAL.....102
7.2.2 DESARROLLO PROPUESTA.....113
7.2.2 DESARROLLO COLECCIÓN.....117
7.2.4 FICHAS TÉCNICAS.....122

CAPÍTULO 8 **SISTEMA PRODUCTO IMDI**
8.1 ESCENARIO MATERIAL.....134
8.2 ESCENARIO DE TRANSFORMACIÓN.....135
8.3 ESCENARIO DE COMUNICACIÓN.....136
8.3.1 DISEÑO DE MARCA.....136
8.3.2 SOPORTES GRÁFICOS.....140
8.3.3 PACKAGING.....142
8.3.4 PUBLICIDAD.....143
8.4 ESCENARIO DE CONSUMO.....144
8.4.1 DISTRIBUCION.....144
8.4.2 PUNTOS DE VENTA.....144
8.4.3 POSICIONAMIENTO.....145
8.4.4 PUBLICO.....145

CAPÍTULO 9 **PLAN DE NEGOCIOS**
9.1 DESCRIPCIÓN DEL EMPRENDIMIENTO.....147
9.2 MODELO DE NEGOCIO.....151
9.3 PRODUCCIÓN DE LA COLECCIÓN.....152
9.4 EVALUACIÓN ECONÓMICA.....154

BIBLIOGRAFÍA.....159



CAPÍTULO 1

PRESENTACIÓN DEL PROYECTO

1.1 INTRODUCCIÓN

El calzado ha sido un elemento que se ha utilizado desde tiempos remotos, hasta el día de hoy. La evolución de este fue variando según la modernidad de la industria, generando diversos tipos de calzados y que hoy en día gracias a la globalización, este se ha masificado.

Ha sido esta masificación del calzado, la que lleva a dejar atrás el oficio del calzado, el cual pasa por diversos procesos y que hoy a nivel país busca reinventarse y renacer de nuevo.
La reinvención que se ha generado en el calzado nacional, esta de la mano del diseño, el Calzado de Autor, el busca entregar piezas únicas de calzado y que busca rescatar y levantar el oficio, pero careciendo de alguna diferenciación con el mercado.

En relación a este escenario país con el calzado de autor, el siguiente proyecto busca generar una colección de calzado atemporal, que dé cuenta de parte de la historia de Chile, ligado a la mujer actual como publico especifico, el proyecto llevado a cabo busca rescatar a mujeres dentro de la historia e intenta plasmarlas dentro de un zapato.

A continuación se mostrara parte del proceso llevado a cabo para este proyecto.

1.2 PROBLEMÁTICA

En Chile se consumen 5,5 pares de zapatos por persona anualmente, en donde la mayoría de este calzado es de importación. Calzado que se usa por temporadas y luego se convierte en desecho.

A nivel país solo el 13% de calzado consumido es parte de la industria nacional, la cual intenta reinventarse a través de nuevos emprendimientos de diseño, enfocados al calzado, calzado que carece de conceptualización y diferenciación con el mercado.

Frente a esto y hace algunos años se viene dando a nivel país la tendencia del calzado de auto, que es de carácter atemporal y de materiales nobles. Si bien esta tendencia se basa en algunos ejes diferenciadores, carece de conceptualización, es decir, no posee una gran diferenciación, y se basa en el mercado.

Según la entrevista realizada a Sofia Calvo en "Identificación de factores de posicionamiento dentro del Calzado de Autor "Made in Chile", en relación al calzado de autor, esta señala que:

"Yo creo que le falta, me atrevería a decir que le faltan tres cosas, primero a tener una claridad latente a como se podrían posicionar y diferenciar sobre el retail, para eso es fundamental empezar a concebir relatos conceptuales"

"…entonces creo que hay que mejorar o potenciar la cadena de productiva para poder generar dentro de esta escala que no es tan grande, un modelo de negocio que sea armónico"

Frente a esto es posible señalar que la problemática en Chile en relación al calzado de autor se basa en el bajo concepto de identidad local, y el plan de negocio que tiene este para salir al mercado.

1.3 OPORTUNIDAD

Se plantea rescatar parte del oficio de la confección de calzado, a través de un emprendimiento de calzado de autor, enfocado en la mujer de hoy con fin de hacer perdurar la tradición de este oficio.

Nace la oportunidad de generar una propuesta de diseño de calzado atemporal, enfocada en los clásicos del calzado en base a materiales nobles de origen nacional de alta calidad.

En base a lo ya señalado, hay que destacar que la idea de generar una colección de calzado, debe ir unida a la comunicación y la propuesta conceptual, y a la identidad local.

La idea se desarrolla frente a la mujer de hoy y en el pisar que tiene esta, es por eso que se habla de un calzado fuerte, con carácter y cualidad, que será otorgada en base a la mujer y el rescate histórico de esta.

Representar y rescatar distintas figuras femeninas a través de la historia y plasmarlas a través del calzado es la oportunidad que se visualiza, para generar una colección de calzado inspirada en la mujer, en el zapato y el oficio.

1.4 PROPUESTA CONCEPTUAL

DISEÑO DE COLECCIÓN DE CALZADO ATEMPORAL, A PARTIR DE LA REPRESENTACIÓN DE MUJERES TRANSGRESORAS DENTRO DE LA HISTORIA DE CHILE.

1.5 OBJETIVOS

OBJETIVO GENERAL

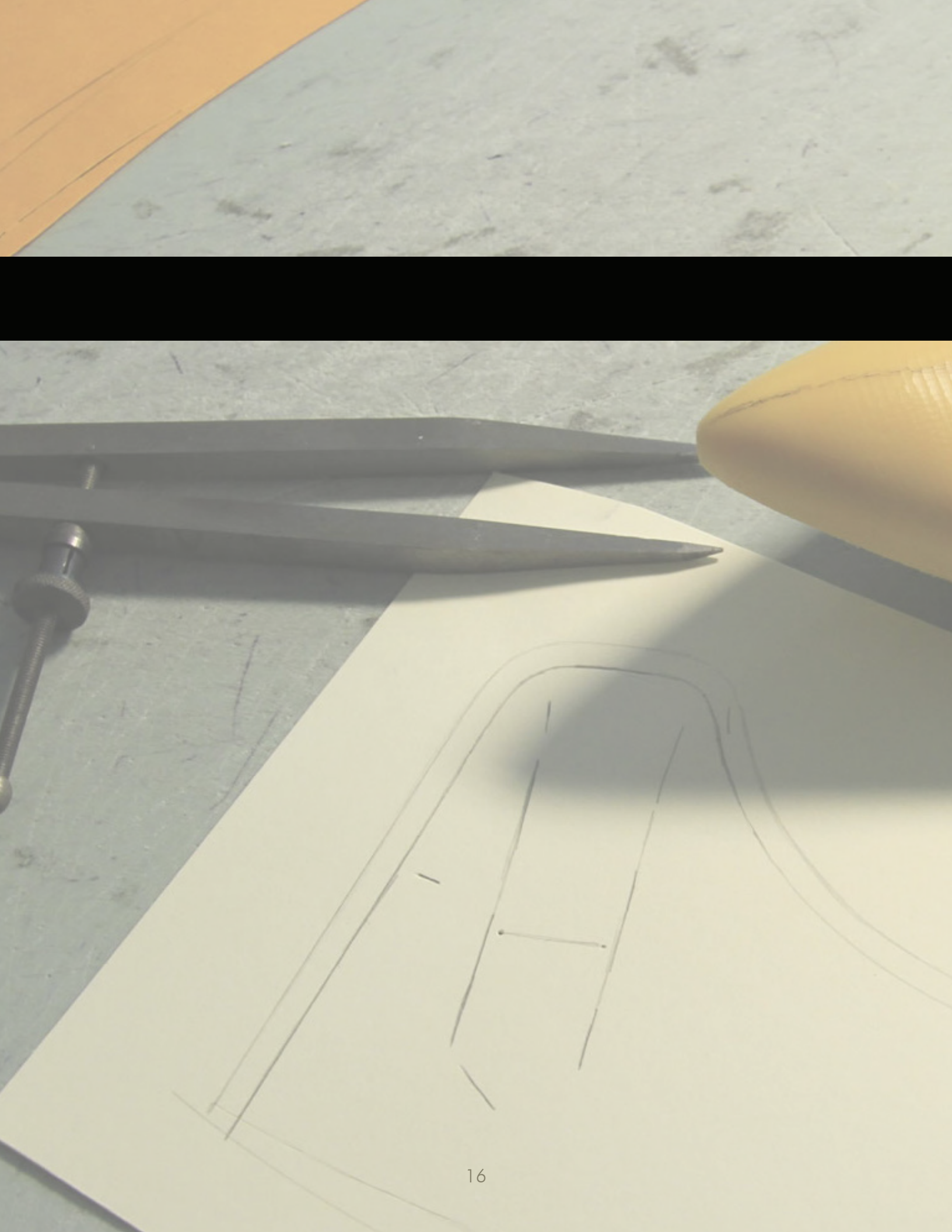
Representar a través del calzado a mujeres transgresoras dentro de la historia de Chile.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

Desarrollar una colección de calzado de autor en base a la morfología del calzado clásico y la representación de mujeres transgresoras dentro de la historia, expuestas a través de un calzado atemporal y de materiales nobles.

Generar una propuesta de comunicación que dé a conocer los conceptos de la colección y una historia local.

Crear una experiencia para el usuario, en la cual se dé a conocer una historia a través del zapato, con fin de dar a conocer historias locales.



CAPÍTULO 2

EL CALZADO COMO OBJETO DE DISEÑO

2.1 EL CALZADO COMO OBJETO DE DISEÑO

El calzado es definido como toda prenda de vestir compuesta por una parte superior (capellada) y una parte inferior (suela), destinada a proteger, cubrir total o parcialmente y resguardar el pie.

Nace como respuesta del ser humano, a la necesidad de proteger sus pies de cualquier daño que el medio pueda haberle proporcionado.

Por ende se definiría como un elemento que sirve para vestir y proteger los pies, no sólo de las inclemencias del frío, sino también para protegerlo de la suciedad, de las posibles lastimaduras y, además, para embellecerlo y darle estilo.

"En cada cultura, lo que usa la gente (o no usa) en sus pies refleja el ambiente y los roles sociales de hombres , mujeres y niños. A lo largo de la historia los zapatos han estado ligado a eventos especiales, de bodas a funerales, de coronaciones a ejecuciones y han servido como símbolo importante en las tradiciones que celebramos y en las historias que compartimos."

Martín Sánchez Careaga, Cronología de la Moda Contemporánea.

FUNCIONALIDADES DEL CALZADO

El **calzado práctico** se basa en la utilidad que este desempeña para una función en específica, como es el caso de los zapatos de seguridad, para hacer deporte o para alguna actividad en particular



Zapatos de seguridad Caterpillar.

El **calzado simbólico** hace alusión a distinguir y diferenciar a las personas dentro de alguna función en específico o dentro de algún rango determinado. Este es el caso de los zapatos papales los que diferencian el rango de los sacerdotes.



Zapatos Papales, son de color rojo para poder diferenciarse.



El **calzado estético** está ligado directamente a las tendencias de moda, otorgando estilo a quien los usa.

Cabe también señalar que dentro de la estética del zapato podemos incorporar el calzado conceptual, el cual deja de ser de carácter funcional para ser una obra de escultural

Arriba zapatos de taco Jimmy Choo.
Abajo Colección “12 zapatos para 12 amores”de Sebastián Errazuriz.

El **calzado ortopédico** busca solucionar a través del zapato alguna anomalía dentro de los pies, facilitando el caminar y otorgando el bienestar a los pies. Este zapato es de carácter medico



Calzado ortopédico post operatorio.

2.2 BREVE HISTORIA DEL CALZADO

Se cree que el hombre comenzó a cubrir sus pies hace más de 40.000 años. Hasta ahora el zapato de cuero más antiguo fue encontrado en el año 2010, en una cueva de Armenia.

Los primeros diseños no eran complejos, a menudo simples “bolsas de pie” de cuero que servían para proteger los pies de las rocas, escombros, y el frío. El zapato no sólo se utilizaba para proteger los pies sino que era un símbolo que marcaba diferencias entre los seres humanos.

En Egipto, únicamente el faraón y los dignatarios estaban autorizados llevar calzado.

En Grecia, eran los hombres libres los que utilizaban zapatos, mientras que en Roma los esclavos andaban siempre descalzos y los criminales lo hacían llevando pesados zapatos de madera.

En esta época, el calzado más usado era la sandalia, aunque también comenzaros a proliferar otras variantes de calzado: las botas.

Fueron los griegos los que empezaron a adaptar los zapatos a todo tipo de pie y actividad: para guerreros, sacerdotes, nobles, etc.

Esta variedad en el calzado adoptada por Grecia será generalizada por Roma, donde el significado del zapato se amplía y se convierte en símbolo de estatus o en amuleto para la buena suerte.



Primer zapato encontrado en Armenia, su antigüedad data de 5500 años.



Sandalia Egipcia con laminado de oro, cincelada con motivos asiáticos y africanos vencidos.



Coturno, calzado Griego con plataforma, utilizado por los actores griegos para verse más altos y tener mayor visibilidad.

En Roma el calzado indicaba la clase social y, los cónsules por ejemplo usaban zapatos blancos, los senadores zapatos marrones prendidos por cuatro cintas negras de cuero atadas con dos nudos, y el calzado tradicional de las legiones eran los botines que descubrían los dedos.

Fue a partir de la edad Media, cuando se comenzaron a utilizar diferentes materiales alternados para que se adaptara mejor al pie. Una vez generalizado su uso por parte del pueblo, el significado simbólico desaparece y comienza a cobrar fuerza el gusto por lo estético. Dicho de otra forma, el zapato empieza a ser un elemento fundamental para ensalzar las virtudes o tapar los posibles defectos en los pies.

En esta época empiezan a ser los personajes públicos los que marcarán la moda. Pero si en el Medievo eran los monarcas los que marcaban el ritmo de la moda, en el siglo XVIII un acontecimiento será el referente para el zapato: la Revolución Francesa.





Arriba, Paluine de cuero. 1300-1450 Gran Bretaña.
Abajo, Zapatos de mujer del reinado de Luis XIII (1601 - 1643)

Se busca un zapato cómodo. De esta forma el tacón cede su paso al zapato plano, a los escarpines estrechos y a las sandalias de tiras enlazadas (reminiscencias de la Roma antigua).

Gracias al desarrollo industrial imperante en el siglo XIX aparecen nuevos modelos y formas de fabricar calzado. Ya a finales de los años 30 comienza a adquirir fuerza el botín, al igual que se crea el cubre zapatos o polaina.

Se trata de una época importante para el zapato: gracias a la maquinaria utilizada empieza a hablarse de una industria del calzado y a finales del siglo XIX se comienza a producir en serie.

En esta época, encargar un par de zapatos a un artesano era un signo de distinción social.

El siglo XX será el siglo del zapato femenino. Las mujeres se incorporan paulatina-



Colección de botas y zapatos de boda, 1873 - 1935

mente a la esfera pública debido en parte, a que tienen que sustituir en el trabajo a los hombres que han marchado a la guerra. Se pone de moda un look andrógino y práctico: vuelve el calzado bajo.

Las guerras proliferantes en este siglo hacen que surja escasez en los materiales, así el cuero es sustituido por otros materiales menos nobles, pero más sencillos de obtener.

Frente a los nuevos cambios de un mundo globalizado, la industria del calzado de adapta y prolifera.

2.3 FAMOSOS DISEÑADORES DE CALZADO

Dentro de la historia del calzado, es posible observar este ha ido evolucionando a través del tiempo, evolución que ha sido adjudicada a tanto a inventores como a diseñadores, pero son estos últimos los que se han destacado a través de la originalidad e innovación en distintas épocas.

FRANÇOIS PINET 1817-1897

El aporte de este diseñador de origen francés, se basa en el calzado de dama, y en la incorporación del bordado a mano a las piezas del zapato.

Si bien es poca la información que se posee sobre la vida y obra de Pinet, podemos señalar que fue el que fabrico los más exquisitos calzados, usado por las mujeres más elegantes de la segunda mitad del siglo XIX.



Zapatos victorianos, de 1870 a finales de 1880. Colección del Museo Bata Shoe

PIETRO YANTORNY 1874-1936

Diseñador de origen italiano, autoproclamado el “zapatero más caro del mundo”, era un artesano consumado totalmente dedicado al arte de la fabricación de calzado. Yantorny buscó crear los zapatos más perfectamente elaborada posible para una clientela selecta y exclusiva.

Zapatos de cordones con recortes de tiras son un estilo clásico día de 1920, y este ejemplo es muy detallada, con costuras de onda de corte y barras de remate cosidos a mano para el cierre. Este bucle sistema de lazada, inventado por Yantorny en 1916 y concedió una patente de Estados Unidos en 1920, tenía por objeto perfeccionar el ajuste y comodidad, para eliminar la mayor en la construcción, reducir el desgaste de los cordones y facilitar su reemplazo, y proporcionar protección contra la lluvia superior en un zapato cerrado.



Zapatos de noche Pietro Yantorny, 1914-1919

ANDRÉ PERUGIA 1893-1977

Zapatero y Diseñador de origen francés, deslumbró con sus creaciones de zapatos y sandalias en piel de serpiente y diamantes, en ante púrpura, en cabritilla dorado o incluso en cuero de lagarto con perlas incrustadas. El mundo del arte era el que solía inspirarlo.

Siempre con ganas de experimentar con nuevos materiales, formas y texturas, Perugia continuó creando zapatos de originalidad sorprendente a través de una asociación de 50 años con I. Miller y luego con Charles Jourdan.

El humor y la originalidad se distinguen sus modelos. Era conocido por hablar con sus zapatos, por lo que se ganó una reputación como un excéntrico, así como un genio. Él escribió un libro “De Eva a Rita Hayworth” en la que dijo que el camino para dar a conocer la personalidad de una mujer fue estudiar sus pies





Arriba, zapato con forma de pie, diseñador en 1950. Abajo Sandalias de noche, 1928 -1929. Cuero, metal. Colección de vestuario en el Museo Metropolitano de Arte, Brooklyn.

SALVATORE FERRAGAMO 1898-1960

Diseñador de zapatos de origen italiano.

Se caracterizo por trabajar con varias celebridades de Hollywood durante los años 20¨, antes de regresar a Italia para fundar su compañía epónima que produciría calzado hecho a mano.

Su enfoque científico y creativo generó diversas innovaciones en la industria del calzado, como los tacones de cuña y los de jaula.



Sandalía taco jaula, diseñado en 1955

ROGER VIVIER 1907-1998

Diseñador de calzado de origen francés. Diseñó los zapatos ricamente decorados extravagantes que él describió como esculturas.

Se le atribuye el diseño del primer tacón de aguja en 1954.

Tacones de aguja, el tacón alto muy fino, eran ciertamente en torno a finales del siglo XIX muy requeridos, siendo así el taco aguja su máxima creación hasta el d



"Adornar de plumas el tacón". Zapato Taco aguja.

MANOLO BLAHNIK 1942-

Diseñador de calzado, de origen español. Máximo exponente en cuando a diseño de calzado dentro de este siglo.

No sigue las tendencias: crea piezas que sobrepasan el concepto de moda para convertirse en obras de arte; su innovación se debe a la mezcla de estilos y referencias artísticas del pasado. Colores preciosos, texturas, tejidos y formas que hacen experimentar la misma sensación que si admiraras un cuadro, y cierta teatralidad en cada detalle, incluidos los nombres con los que bautiza sus creaciones, son su sello característico.



"Cisne bomba de raso blanco".

JIMMY CHOO 1952-

Nacido en Malasia en una familia de zapateros, diseño su primer par de zapatos a la edad de 11 años.

Choo es reconocido hoy en día por desarrollar el oficio del calzado hecho a mano, la femineidad en sus diseños y sus tacones, factores que han generado el reconocimiento de sus zapatos entre las celebridades a nivel mundial.



Zapatos de novia Jimmy Choo, colección 2013

2.4 TIPOLOGÍAS DE CALZADO

Si bien dentro del mundo del calzado este se puede encontrar de diversas formas y para distintos usos, de los cuales existen algunos que son más principales que otros.

BOTA
Tipo de calzado que cubre el pie y parte del tobillo, y en algunas ocasiones, llega hasta la rodilla o la ingle.

Utilizado como calzado para proteger el pie de condiciones externas, ya sea por seguridad o condiciones climáticas.



SANDALIA
Tipo de calzado, que existe desde la antigüedad, en el que quedan los dedos y otras partes del pie al descubierto

Se utiliza particularmente en verano o en la playa, debido a la comodidad que entrega.



ZAPATO DE CABALLERO
Tipo de calzado que se caracteriza por ser confeccionado de una sola pieza.

Su uso es netamente estético.



ZAPATO DEPORTIVO
Tipo de calzado, fabricado generalmente en piel o lona y con suela de goma.

Su uso es de carácter deportivo, y en relación a este puede variar en distintos tipos de zapatos



TACOS
Tipo de calzado que se caracteriza por elevar el talón sobre la altura de los dedos de los pies.

Su uso es netamente estético.



2.5 CLÁSICOS DEL CALZADO.

Un calzado clásico, es un diseño de zapato que tiene ciertas condiciones para mantenerse y perdurar en el tiempo, es una pieza de diseño que está ligado directamente a un contexto histórico. En donde nace, como se desarrolla y el por qué de su uso, es lo que genera que una pieza de calzado pueda ser digna de imitación y tradición.

Imitación y tradición que va de la mano de la morfología, los procesos involucrados y los materiales en los cuales se desarrolla.

BOTÍN CHELSEA

Zapato cuya historia se remonta a principios del S.XX, este tipo de botas fueron usadas por la Reina Victoria, se atribuye su creación al zapatero J. Sparkes –Hall, que allá por el 1830 creó estos botines con ajustes elásticos laterales que hicieron las delicias de los aficionados a montar a caballo.

Pero serían los Beatles quienes los convertirían en un auténtico hit al encargar un modelo especial de Chelsea con tacón cubano -Beatles boots- para incorporarlo a su vestuario sobre el escenario y pasearlos por el mundo.



Botín Chelsea actual y bicolor, inspirado en el modelo antiguo utilizado por los Beatles.

ZAPATO OXFORD

Un zapato Oxford es un estilo del zapato elegante de cuero. Los zapatos de Oxford se construyen tradicionalmente en cuero y eran históricamente bastante planos. El diseño del zapato es a menudo liso, pero puede incluir algún ornamento o pequeñas perforaciones como el pespunteado doble a lo largo de la puntera. Se ata con cordones que pasan a través de cinco o seis parejas de orificios.

Los zapatos aparecieron originalmente en Escocia e Irlanda, en donde de vez en cuando se llaman Balmorals y tuvieron gran predicamento en la Universidad de Oxford en el siglo XIX.



Oxford de la marca Shoepassion con Brogue.

ZAPATO DERBY

El Derby, es un modelo de zapato de origen inglés, su nombre se le debe al general prusiano Gebhard Leberecht von Blücher, quien en su enfrentamiento con las tropas de Napoleón decidió que sus soldados necesitaban de un calzado de mejor calidad. Para todos ellos ordenó que se les confeccionasen un tipo de botas donde las palas laterales estuvieran cosidas en el exterior del zapato.

Este tipo de bota fue adoptada por la gran mayoría de los ejércitos de Europa y también, con el I paso de los años, se posicionó como el calzado de moda en las actividades de cacería.



Modelo Derby, de la casa de zapatería italiana Berluti.

ZAPATO MARY JANE

Zapato plano caracterizado por una correa situada a la altura del empeine, donde queda abrochada por una hebilla.

El término Mary Jane fue acuñado por la cultura anglosajona gracias a la serie de cómics Buster Brown, en donde aparecía el personaje de Mary Jane y para la que se inspiraron a la hora de calzarla en uno de los zapatos que comercializaba la empresa Brown Shoe Co. En 1904 dicha empresa comenzó a comercializar los Mary Jane de la mano de actrices que imitaban a la protagonista del cómic.



Mary Jane con taco, década de los 40's.

ZAPATO T-STRAPS

Los t-straps shoes se caracterizan por tener las tiras con forma de T en el empeine del zapato.

Este calzado fue popularizado por primera vez en los años 20 cuando las mujeres comenzaron a mostrar mas sus pies y piernas, se conocieron como los "Mary Jane",con tacos medianos o cortos.Mas tarde en los años 30 y 40 se convirtieron en un boom.

En esa época se usaban con polleras justamente para mostrar el empeine. Además era un calzado muy cómodo para bailar.

Ya para los años 60, aparecieron diferentes versiones del t-strap: con los dedos al descubiertos, con tacos y plataformas altas, punteras más redondas, etc.



Mujeres con zapatos T-strap, en los años 40's.

ZAPATO PEEP TOE

Zapatos de la década de los 1950, llevado a cabo por la moda pin-up, se caracteriza por un corte en la puntera del zapato, en donde se asoman los dedos del pie.

Liz Taylor, Brigitte Bardot o Marilyn fueron algunas de las que calzaron este tipo de zapatos.



Marilyn Monroe, con peep toe, fotografíada por Milton Greene en 1956.

ZAPATO MOCASÍN

Es un tipo de zapato masculino de cuero y suela dura. El término proviene del calzado que utilizaban los nativos americanos fabricado de piel sin curtir.

Los mocasines son zapatos que se caracterizan por carecer de cordones, hebillas u otra forma de sujeción. Cuentan con una pala ancha cosida al resto que forma una sola pieza y se calzan en un solo gesto.



Lawrence Harvey, Mocasín Gucci década del 60'.

LÍNEA DE TIEMPO

MESOLITICO 5000 A.C

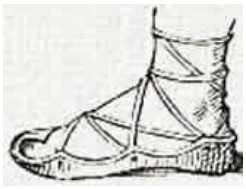


Zapato de cuero más antiguo, antigüedad estimada en 5500 años.
Armenia.

EDAD ANTIGUA 3500 A.C



EGIPTO
Sandalias egipcias de cuero, madera, papiros , hojas u telas.



GRECIA
Calzado simple, abarcas de piel de buey.

EDAD MODERNA 1942



RENACIMIENTO
Zapato “ pico de pato”



RENACIMIENTO
Chopines, zapatos usados por mujeres, la plataforma les permitía caminar sin ensuciar sus pies.



SIGLO XVII.
Zapatos de taco rojo, moda impuesta bajo el Rey Luis XVI.

1750
Primer taller fraccionado de calzado en Lynn Massachussets. Comienzo de la fabricación en línea.



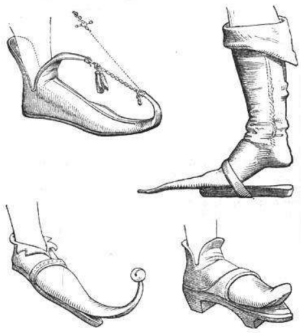
ROMA
Calzado con la suela atada al pie.

EDAD MEDIA 476 D.C

BIZANCIO
Cubrían sus pies con botas de cuero dorado



Calzado Románico 1100.



PAULINE
Calzado feudal, hecho en base al cuero.

EDAD CONTEMPORÁNEA 1789

1790
Thomas Saint, primera máquina de coser cuero.



1795
Sir Marc Brunel, primera máquina de armado, con una producción de 400 pares al día.

SIGLO XIX



1820
Thomas Blanchard, desarrolla el torno copiador, permitió la producción de hormas de manera industrial.

1829
Nathaniel Leonard perfeccionó la máquina de clavar.

1830
Uso de troqueles.

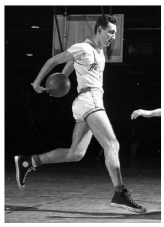
1840
Maquina de rodillos para comprimir cuero.



1844
Goodyear patenta la vulcanización.



1858
Blake inventa la máquina de coser corte suela.



SIGLO XX



1900
Ingleses comienzan la producción industrial de calzado.

1908
Marquis Mills Converse funda Converse.

ADOLF DASSLER
adidas
SPORTSCHUHE

1949
Adolf Dassler funda Adidas.

1959
Vivier inventa el tacon “Choc”.

1960
Klaus Martens produce el primer par de botas Dr. Martens.





1963
Vivier inventa el tacon “coma”



1964
Se funda la Blue Ribbon Sports



1916
Nace el modelo
Chuck Taylor..

1920
Hermanos Dasser
crean la Gebrüder
Dassler Schuhfabrik.

1927
Ferragamo inventa la
plataforma y la cuña
de madera.



1937
Ferragamo inventa
la sandalia invisible.

1939
Salvatore Ferragamo
diseña el cambrillón.

1948
Rudolf Dassler funda
Puma



1964
Nace la sandalia
Birkenstock

1970
Daniel Raufast funda
Kickers.

1971
Nace Nike.

2.6 CONCLUSIÓN

En este capítulo en donde se analiza el zapato, su historia y el diseño en el, es posible concluir que el calzado en si cumple una única función, que es la de proteger el pie, pero que a través del tiempo una suplida esta función se busca y se generan más funciones, en su mayoría de forma estética.

A lo largo de la historia es posible observar las modas dentro del calzado, las cuales estaban ligadas a un estatus, lo que hoy en día cambia y varía con el avance de la industria, en donde el zapato va siendo masificado.

Cabe reconocer también dentro de este capítulo, el aporte del diseño dentro del calzado, y como figuras icónicas dentro de la historia generan los clásicos del calzado, zapatos que llevan la insignia de clásicos por que tienen la cualidad de ser tradicionales y atemporales.

Cabe señalar a modo de observación personal, que el calzado clásico es clásico debido a la factura en la que está desarrollado, la que se ve ligada al oficio y la tradición de un trabajo hecho mano.





CAPÍTULO 3

EL OFICIO DEL CALZADO

Conocer el zapato, sus procesos, los materiales óptimos, es parte de la importancia que tiene el oficio de la confección artesanal de una pieza de calzado.

3.1 PARTES DE UNA PIEZA DE CALZADO.

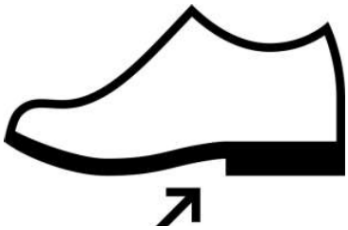


CAPELLADA
Es el conjunto de piezas de iguales o distintos materiales que forman la parte superior visible del zapato. Estas piezas están unidad mediantes costuras o adheridas entre sí, dándole al calzado sus características de diseño, forma y color.

Contrafuertes, entre la capellada y el forro, se mantienen dos piezas fundamentales para darle forma al zapato, los contrafuertes, ubicados en el talón y la punta del zapato.



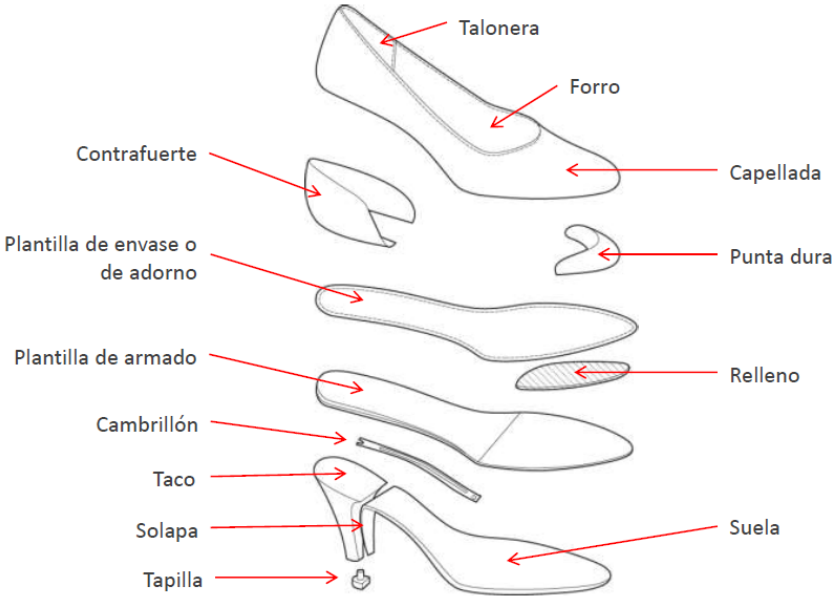
FORRO
Es el conjunto de piezas de iguales o distintos materiales que se encuentran en el interior del zapato, y que están en contacto directo con el pie en su parte superior y plantar (plantilla de envase). Su función consiste en proteger el pie de los materiales de la capellada.

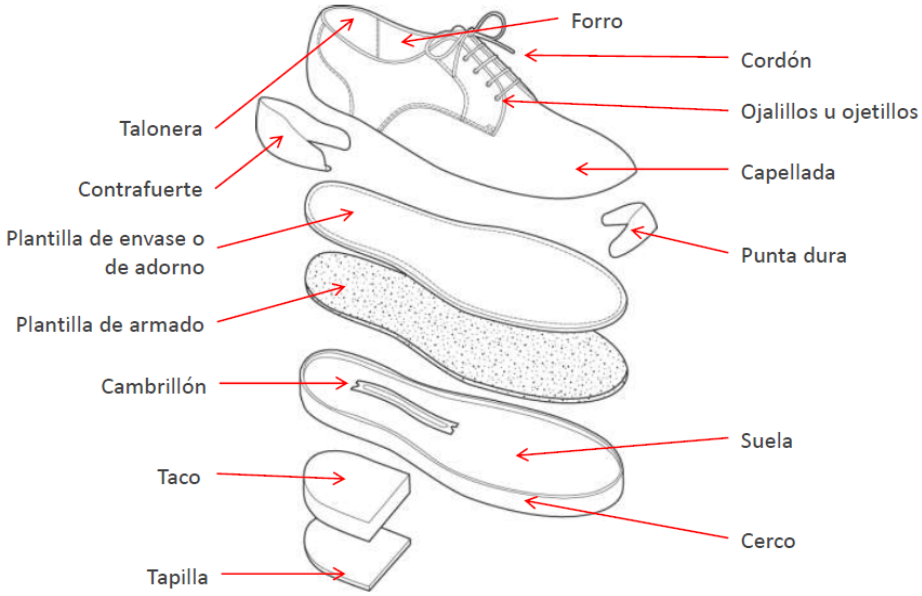


SUELA O PLANTA
Conjunto de piezas de igual o distinto material, que cubren la parte inferior del zapato, durante su uso están en contacto directo con el suelo.

Plantilla de Armado componente usado para formar la base del zapato al se une el corte durante el montado. Entre la plantilla de armado y la suela, se encuentra el cambrillón, pieza de metal que tiene como función reforzar la planta del zapato.

Plantilla de envase compuesta por una o varias capas que cubre la plantilla de armado, quedando en contacto con los pies.

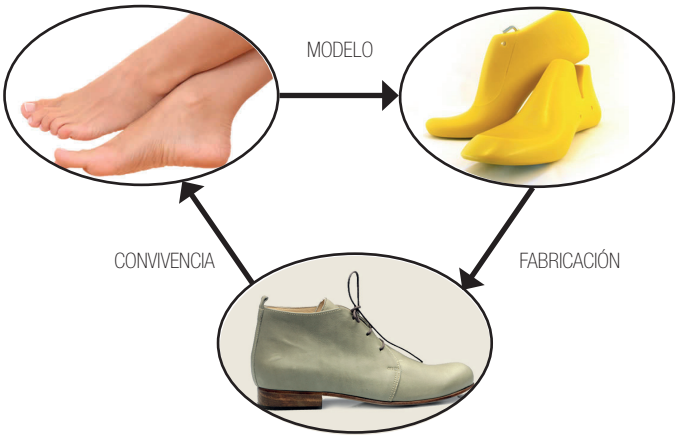




Arriba, partes de un zapato femenino.
Abajo, partes del calzado masculino.

3.2 LA HORMA

La horma es el instrumento que se utiliza para dar forma al interior de una prenda, en el caso de la horma de zapato, es el modelo de pie que sirve para fabricar este último.



Las primeras hormas documentadas, se remontan a la Grecia y Roma antigua, entre el 146 A.C y el 330.D.C.

Algunas culturas antiguas usaban hormas tanto como para pie derecho como para izquierdo. Sin embargo durante la edad media se pierde el uso de hormas de distinto pie, hasta el siglo XIX.

Hoy en día las hormas adoptan diversas formas, segun el tipo de zapato y los requerimientos que pueda tener el pie.



Arriba, Horma aprox. siglo II d.C. procedente de Alemania.
Centro, Horma de Madera.
Abajo, Horma actual de acrilico.

3.3 SISTEMAS DE ENUMERACIÓN

Desde el siglo XVIII, en el ramo del calzado se utiliza una unidad propia para medir la longitud calzable del pie: el punto, de esta forma se podía encontrar el punto París, el punto Berlín, el punto Viena, etc., que los maestros de distintas regiones habían fijado a raíz de distintos acuerdos.

En cualquier caso, las numeraciones para determinar la longitud del zapato no tuvieron demasiada importancia hasta finales del siglo XIX, cuando empezó a desarrollarse la producción en masa.

TABLA SISTEMAS DE ENUMERACIÓN EXISTENTE

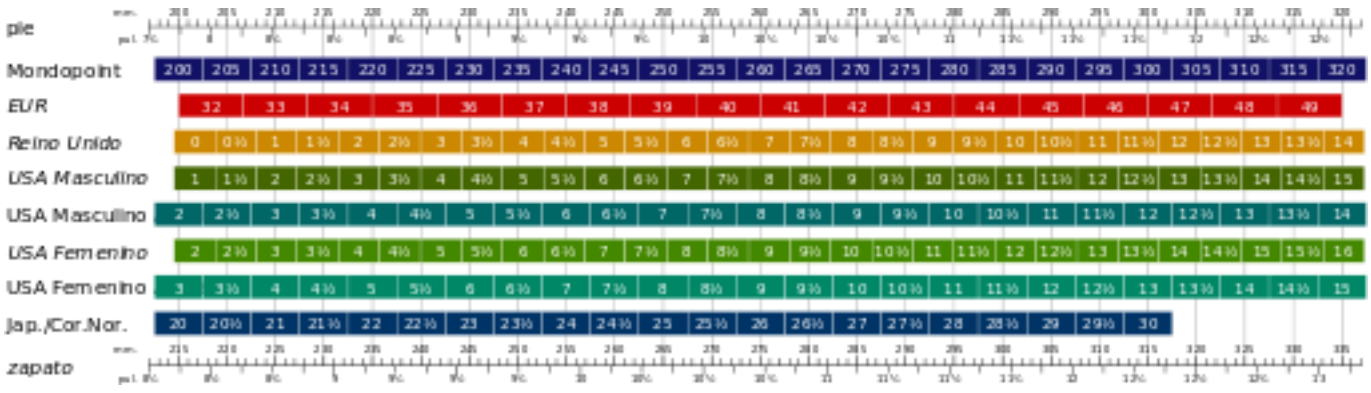


Tabla comparativa de diferentes tamaños de calzado en distintos sistemas, Claus Färber.

Hoy en día los sistemas de numeración ocupados en el calzado son:

PUNTO FRANCES

De la época de Napoleón a principios del siglo XIX en Europa, es equivalente a 2/3 de centímetro.

Este sistema de enumeración es llevado a cabo en nuestro país.

PUNTO INGLES

El sistema inglés quedó fijado por orden del rey de Inglaterra Eduardo II. Este determinó que tres granos de cebada juntos formaban una pulgada (1 pulgada=2,54 cm) y que 12 pulgadas eran un pie (1 pie=30,48 cm.) La unidad de calzado inglés (size) equivalente a la longitud de un grano de cebada, es decir 1/3 de pulgada o 0,846 cm. También en este caso la unidad resultó ser demasiado grande, por lo que se introdujeron números medios: 1/2 size = 0,423 cm.

PUNTO AMERICANO

Se trata básicamente de la unidad inglesa. La diferencia radica en el punto de partida. En el sistema americano, comienza en la talla 3, 11/12 pulgadas (9,94cm), en lugar de 4 pulgadas (10,16cm).

Cabe mencionar, que la talla mujer americana se diferencia por 1 ½ puntos y la de hombres por 1 punto de la enumeración inglesa.

SISTEMA MODOPOINT

Sistema normalizado, acordado mundialmente. Su aplicación es escasa, a pesar de que supone una racionalización en el sistema del tallaje del calzado, considera tanto el largo como el ancho del pie

CENTRIMETRADO

Es el sistema métrico decimal para las tallas. Los avances entre talla son de 5mm.

3.4 PROCESO DE CONFECCIÓN

El proceso productivo que hay tras la confección de un zapato, es tan importante como la calidad de los materiales que se utilizan.

DISEÑO Y MOLDAJE

Este proceso de confección del calzado comienza con el diseño y patronaje del zapato. El proceso consiste en plasmar el diseño que ha sido dibujado en papel directamente sobre la horma (forrada), con la finalidad de llevar el modelo bidimensional a uno 3d. Una vez copiado el modelo en la horma, se pasa al proceso de obtención de las piezas, las cuales son ajustadas a través de métodos manuales para su óptima función.



Izquierda, diseño en Horma; Derecha, proceso obtención de las piezas,
Curso bases para el calzado,
Enero 2015.

PROCESOS FABRICACIÓN EN TALLER ARTESANAL



BODEGA

Después de haber obtenido el patronaje de las piezas del calzado a realizar, se realiza la búsqueda del material.



Bodega de cuero, taller “Don Carlos”, Santiago, Enero 2015.

CORTE

Una vez obtenido el cuero, se procede a traspasar los patrones al cuero, para asi poder ser cortadas las piezas que componen el calzado, siendo en este caso capellada y forro.



Corte de piezas en cuero.

APARADO

Una vez cortadas las diferentes piezas de la capellada, se procede a la unión de ellas, a través de costuras, en este proceso se ponen también los accesorios que pueda llevar el zapato (hebillas y adornos en general), también dentro de este proceso se fijan los contrafuertes, puntera y talón.

Este proceso tiene la finalidad de entregar la capellada unida con el forro y los contrafuertes en perfectas condiciones para ser armada y unida a la planta.



Arriba, proceso de unión de piezas ante de ser aparadas. Abajo, aparado de piezas. Taller Don Carlos, Santiago, Enero 2015.

BODEGA DE PLANTAS

Busqueda de materia prima para las plantas, en el caso del cuero, la suela.

PRE-FINITO

En este proceso se preparan las suelas para los diferentes sistemas de construcción pre-finitos y las plantillas de armado y cambrillones.

Trabajos como la postura de vira, fijación del taco y bruñido, son parte de la construcción de la suela.

PREPARACIÓN PLANTAS

Se preparan las plantas, son limpiadas y cementadas para que luego el cemento sea reactivado al calor al momento del ensamble o armado.



Sección Pre-finito, Taller Don Carlos, Santiago, Enero 2015.



Preparación de suelas, Taller Don Carlos, Santiago, Enero 2015.

ARMADO

La unión de la capellada con la planta, esto en base a la horma, la sección del armado va a depender del sistema de construcción que tenga el modelo a realizar.



Armado de zapato, Curso Bases para el diseño y construccion de calzado, Enero 2015



Armado listo, preparado para la unión de suelas. Enero 2015.

ENVASE

Es la sección que sigue al armado y es la responsable final de entregar el producto con el estilo correspondiente al control de calidad.

CONTROL DE CALIDAD

Etapa en la que certifica que los productos cumplan las normas y requisitos de calidad previamente establecidos antes de comercializarse.



Control de calidad en una fabrica de calzado.

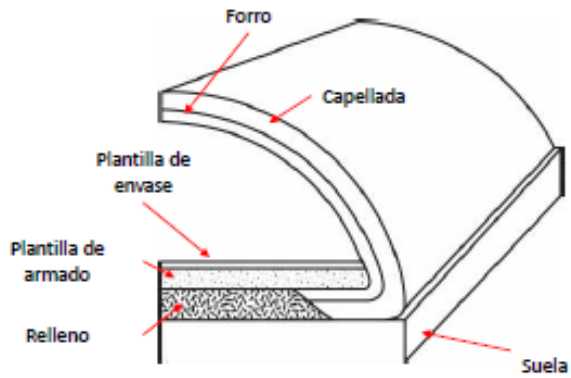
3.5 SISTEMAS DE CONSTRUCCIÓN ARTESANAL

Cuando hablamos de sistema de construcción hacemos relación al momento de unión entre la capellada y la planta.

Para este proceso existen diversas formas de unión.

CEMENTADO O PEGADO

La suela va pegada a la unión de la capellada con la plantilla de armado.

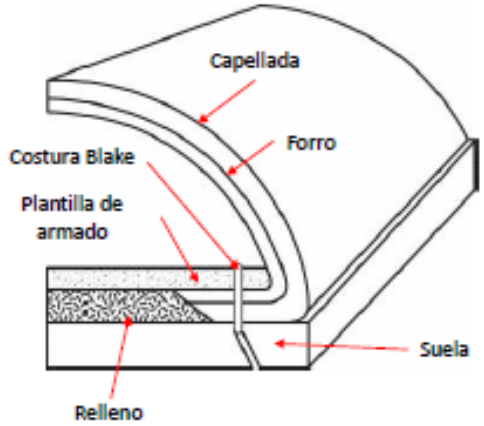




Zapato con sistema de pegado Cementado.

COSTURA BLAKE

En este sistema la plantilla de armado va unida a través de una costura con la suela.



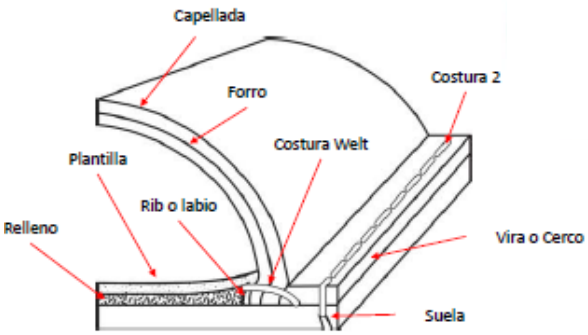


Zapato cortado, muestra la costura Blake dentro del zapato.

GOODYEAR WELT

Es el sistema más antiguo, más elaborado y más duradero

Puede hacerse tanto a máquina como a mano. Aquí es cuando se cose la parte superior con la plantilla y la entresuela. A través de otro cosido se une el welt a la suela

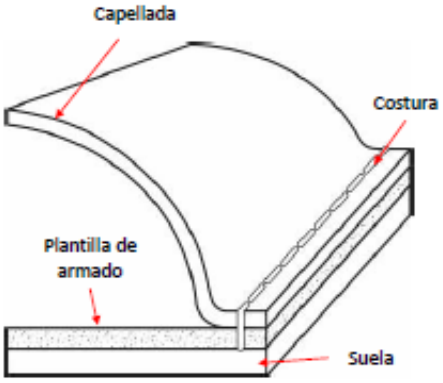




Botín, costura welt.

SISTEMA IDEAL

En este proceso se une capellada y plantilla de armado a través de una costura, posterior a esto la suela va pegada.





Zapato pegado y cosido, Sistema Ideal.

3.6 MATERIALES PARA CALZADO.

Dentro del mercado existen diversos tipos de calzados, confeccionado de diversos materiales según su requerimiento o proceso de confección.

En el proceso artesanal de la confeccion del zapato podemos encontrar los siguientes materiales:

CAPELLA: Cuero, PU, PVC, Textil.

FORRO: Cuero, PU, PVC, Textil.

PLANTA: Cuero, Madera, PU, PVC, TR, Eva, etc.

CUERO

El cuero es un material proteico fibroso (colágeno), obtenido a partir de la piel de animales que conservan su estructura fibrosa original. El cuero es tratado químicamente con agentes curtientes de origen vegetal o mineral. A través del proceso del curtido, el cuero del animal ya no es susceptible a la descomposición por putrefacción y sus características físicas, químicas, estéticas y de resistencia son fijadas definitivamente para cumplir requerimientos específicos.

Puede ser utilizado para capellada, forro, plantilla de envase y suela.

El cuero posee distintas propiedades que hacen de él un material propicio para el calzado.

PERMEABILIDAD: el cuero tiene la capacidad de absorber el vapor de agua que se produce en el interior del zapato cuando el pie transpira.

ELASTICIDAD: Es la propiedad que tiene el cuero, que permite que después de ser flexionado miles de veces durante el día, este puede volver a su forma original cuando se encuentra sin uso

ADAPTABILIDAD/PLASTICIDAD: El calzado hecho a base del cuero, cede permanentemente a la morfología del pie de su usuario y se adapta a él, transformándose a través del tiempo en la segunda piel del pie.

RESISTENCIA: El cuero debe soportar las tensiones a las que es sometido durante el proceso de armado, el cual es estirado lo suficiente antes de que se rompa.

TIPOS DE CUEROS

CUERO GRASO: Cuero plena flor de varios colores con acabado graso. Utilizado en calzado varón y niño.

PULL UP: Cuero plena flor, con terminaciones en base a aceites especiales. Utilizado en calzado fino de varón.

GAMUZA: Cuero de cabra, lijado por el lado de la carne, con tacto afelpado.

NUBUCK: Cuero bovino lijado por el lado de la flor, de frisa corta y tacto afelpado.

RENO: Descarne de bovino, lijado con tacto afelpado.

CHAROL: Cuero lijado, terminado con lacas de poliuretano, de brillo intenso.

CABRITILLA: Cuero de cabra pigmentado.

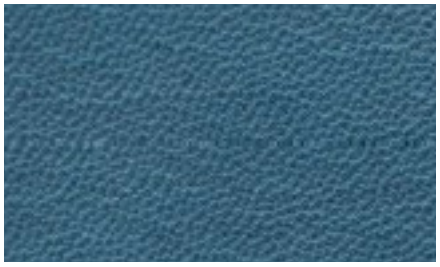
DESCARNE: Producto obtenido de la división de dos cueros, sin terminación.

ACTION LEATHER: descarne cubierto con una folia o película de PU O PVC.

TIPOS DE CUERO SEGÚN ESPECIE



VACUNO



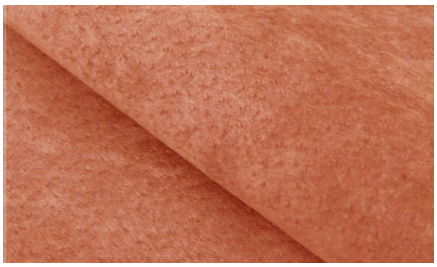
CAPRINO



EQUINO



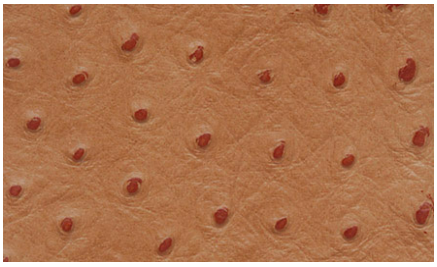
PECES



PORCINO



REPTIL



AVES



OVINO

PVC

Es un polímero termoplástico obtenido a partir de la polimerización del monómeno de cloruro de vinilo a policloruro de vinilo. Gracias a su versatilidad es posible formar películas de PVC para el desarrollo de materiales sintéticos que imitan el cuero natural.

Puede ser utilizado en capellada, forro plantilla de envase y planta.

PROPIEDADES:
VERSATILIDAD
ESTABILIDAD
RESISTENCIA A LA TENSION
RECICLABLE
FLEXIBILIDAD A LAS BAJAS TEMPERATURAS.



Textura cuero sintético.

PU

Polímero termoestable, que resulta de la mezcla de un componente de poliol con un componente a base de isocianatos, dando lugar a una materia elastómera de propiedades y características que lo hacen apto para formar una película sobre un soporte tejido. Aplicada esta película a una base de descarne de cuero, es llamada descarne foliado o action leather.

Puede ser utilizado en capellada, forro plantilla de envase y planta.

PROPIEDADES:
FLEXIBILIDAD
RESISTENCIA
BAJO NIVEL DE FATIGA



Aplicación PU a capellada.
Planta de PU.

EVA

Polímero elastómero termoplástico, que se obtiene a partir de etileno y acetato de vinilo.

Material resistente, ligero, no se disgrega, no toxico, sin plastificantes.

El polietileno confiere mayor dureza al EVA.

Utilizado para plantas, cuñas y plataformas, obtenidas por inyección.





Aplicación de EVA a plantas.

CAUCHO NATURAL O LATEX

Sustancia completa y elástica, impermeable, resistente a la abrasión, que se obtiene del látex de numerosas variedades de plantas tropicales.

Utilizado en la fabricación de tacos y suelas.

El caucho natural debe pasar por un proceso denominado vulcanización para adquirir estabilidad dimensional y dureza.

CARACTERÍSTICAS
BIODEGRADABLE
ABSORBENTE DE DISOLVENTES ORGÁNICOS
BAJA DENSIDAD



Sandalias, con planta de caucho biodegradable.

TR

Caucho termoplástico inyectable, con base de estireno-butadieno-estireno (SBS), que tiene como característica principal ser más liviano que la planta de goma y PVC. Aplicado a plantas de calzado de vestir.

PROPIEDADES
DUREZA RESILENCIA
FLEXIBILIDAD
RESISTENCIA A LA ABRASIÓN Y A LA TRACCIÓN.



Plantas de TR, muy comunes en las plantas de armado y en el sistema de cementado.

TEXTILES

Los textiles en el calzado pueden ser ocupados tanto en capellada como en forro. Los textiles para capellada comprenden los paños, fieltros, lonetas, terciopelos, rasos, mezclillas, etc. en general telas las cuales han de ser muy resistentes.

Los textiles para forro comprenden telas como gabardina, driles, franelas, etc. telas en general con un tejido muy tupido, ya que la resistencia depende de este factor.

TEXTILES DE TEJIDO PLANO

Este tipo de tejido está compuesto por una urdimbre, que son los hilos que van en sentido longitudinal, y una trama que son los hilos que se entrecruzan en el sentido de la anchura de la tela, en un ángulo de 90°.

La forma en que se entrelazan los ligamentos da lugar a una variedad de tejidos. Los tres principales son: tafetán, sarga y satén.



Zapatos Manolo Blahnik, de Saten, material textil.

TEJIDO DE PUNTO

Se teje formando mallas al entrelazar los hilos. Básicamente consiste en hacer pasar un lazo de hilo a través de otro lazo, por medio de agujas.



Tejido punto, propio del calzado deportivo.

TEXTILES NO TEJIDOS

Las telas no tejidas son aquellas formadas por aglutinamiento físico, térmico y/o químico.



Calzado de fieltro, textil de lámina aglomerada.

3.7 CONCLUSIÓN

Con finalidad de concluir el capitulo del oficio del calzado, el cual genera un análisis desde las partes que componen un zapato, los materiales e implementos para que este sea desarrollado y el proceso de confección.

La confección de un calzado artesanal, tiene un estándar de calidad distinto al de un zapato de confección en serie. Si bien el calzado artesanal pasa por un sin número de procesos antes de ser llevada a cabo la pieza, cada uno de sus procesos son cuidados y tratados a través de la experiencia.

Dentro del taller visitado el cuidado por la materialidad y el trabajo optimo en una pieza de calzado, es lo que marca la diferencia.





CAPÍTULO 4

LA MODA Y EL CONSUMO DE CALZADO EN EL MUNDO

4.1. TENDENCIAS EN LA INDUSTRIA DEL CALZADO

"…la moda es el conjunto coherente y bien sincronizado de producciones humanas que, derivadas de los usos comunes y gustos compartidos por grandes grupos de población, dominan una época." Saulquin. (2006, p.9).

Podríamos definir la palabra tendencia como el germen de las modas. Por ello, una tendencia es en sí misma original, poco común y puede ser extravagante, pero si llega a tener éxito, llegará a convertirse en moda, es decir, pasará al consumo masivo.

Aunque el contenido de las tendencias puede ser limitado, por ejemplo un tipo de estampado o un color concreto, sirven de inspiración a colecciones completas de ropa y accesorios.

El nivel de desarrollo de un país, y por tanto de una sociedad, son fundamentales para acoger unas u otras tendencias. Hoy en día a pesar de los múltiples estudios realizados para determinar qué factores o elementos determinan qué ha de convertirse en tendencia y qué no, el conocimiento sobre esto es todavía limitado.

La tendencia dentro del calzado se ha visto reflejada en relación a la época en las cuales fueron desarrolladas y las necesidades que presentaba, es decir, esta ha ido variando en el tiempo según factores culturales, económicos y materiales lo que ha producido que un zapato pueda ir variando es distintos aspectos, según el material, color, el tipo de calzado, etc.

Hoy en día se desarrollan dos tipos de macro-tendencias que abarcan otros estereotipos dentro de ellas, las cuales definen la moda de hoy.

4.1.1 LA MODA RÁPIDA

El concepto de “fast fashion” o moda rápida se refiere a un fenómeno de producción y consumo masivo que se incrementa a la misma velocidad a la que las tendencias y la industria van sufriendo modificaciones.

En este modelo de consumo llevado también por la globalización, se adquieren colecciones de calzado que imitan las tendencias actuales a bajo costo, por lo que las marcas que ofrecen este tipo de beneficios no solo cambian sus artículos con frecuencia, sino que se ven obligadas a fabricar sus productos en países en vías de desarrollo pagando a los trabajadores salarios muy bajos e incluso sacrificando las condiciones de seguridad en las que realizan sus actividades.

Al mismo tiempo se trata de un modelo de consumo en el que el tiempo de vida de cada prenda es realmente corto. De acuerdo con un estudio realizado por American Apparel y Footwear Associations tan solo en Estados Unidos un consumidor promedio adquiere aproximadamente ocho pares de zapatos al año, dando a cada uno un tiempo de vida máximo de tres meses.



Pasarela semana de la Moda en Madrid.

4.1.2 LA MODA LENTA

El término “moda lenta” fue denominado por Kate Fletcher en el 2007 (Centre for Sustainable Fashion, UK).

Slow fashion o moda lenta no es una tendencia de temporada que viene y va como animal print, sino un movimiento de moda sostenible en el tiempo.

El movimiento de moda lenta se basa en los mismos principios que el movimiento de comida lenta (Slow Food Movement), como la alternativa a la indumentaria producida en masa (tcc,Fast-Fashion). Inicialmente, el movimiento de moda lenta procuró rechazar toda la indumentaria producida masivamente, refiriéndose sólo a una hecha a mano, pero se ha extendido para incluir muchas interpretaciones y es practicado en varias maneras.

Algunos ejemplos de prácticas de moda lenta incluyen:

• Oponerse y boicotear la moda producida masivamente (tcc Fast-Fashion o McFashion)

• Elegir productos artesanales para apoyar a los NEGOCIOS PEQUEÑOS, el comercio justo y las prendas hechas localmente.

• Comprar indumentaria de segunda o VINTAGE y donar la indumentaria que ya no se quiere.

• Elegir indumentaria hecha con telas producidas sostenible y éticamente o recicladas.

• Elegir prendas de calidad que durarán más tiempo, trascienden las tendencias (un estilo “clásico”), y son reparables.

• Hacer la propia ropa – hacer, reparar, personalizar, alterar, y alargar el ciclo de la ropa propia -.

• Bajar el consumo de ropa: COMPRAR menos prendas y con menor frecuencia.

El movimiento Slow FASHION es una representación unificada de todos los movimientos de moda sostenible, eco, verde, y ético. Promueve la educación acerca de la conexión e impacto de la industria de la ropa en el ambiente y el agotamiento de los recursos, busca desacelerar la cadena de suministros para reducir el número de tendencias y temporadas, promover la producción de calidad y devolver un mayor valor a las prendas que remueva la IMAGEN de desechable que tiene la moda. Una frase crucial oída repetidamente en referencia a la moda lenta es "calidad sobre cantidad". La frase es usada para resumir los principios básicos del desaceleramiento de la tasa de consumo de ropa por medio de la elección de prendas que duren más.

Está en la sociedad la idea de que la ropa tiene que ser de bajo costo, debido principalmente a la elaboración de prendas a bajo costo y en condiciones laborales deplorables.

"La gente ha perdido un sentido de perspectiva sobre el verdadero valor de las cosas, del trabajo artesanal, de lo que es justo" Kate Fletcher.



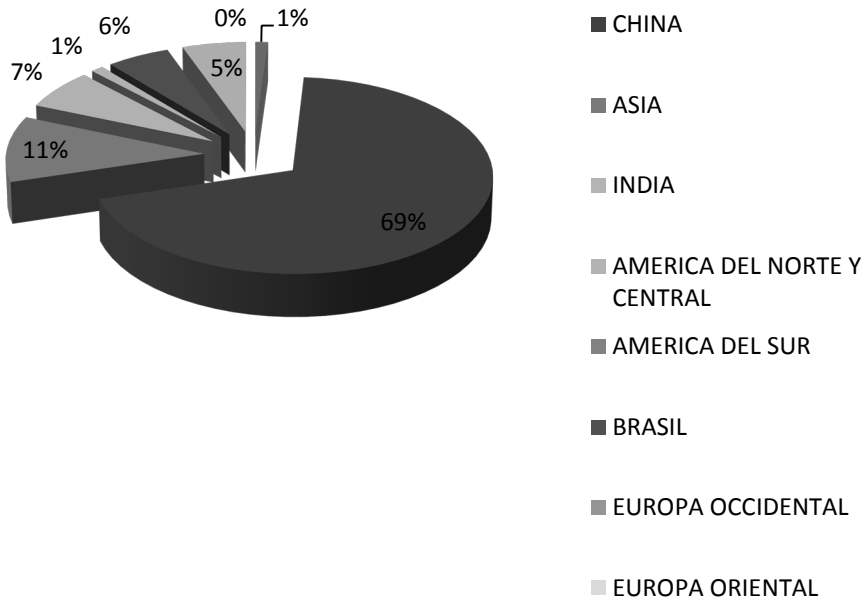
Zapatos Lazzo, armados y confeccionados en fieltro.

4.2 CONSUMO DE CALZADO EN EL MUNDO

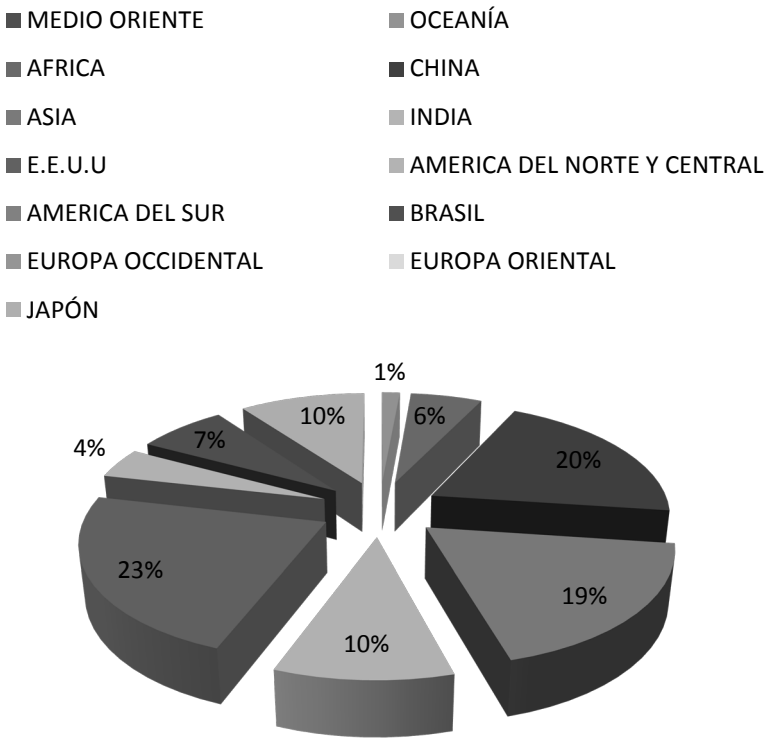
La industria del calzado, como la textil, son de carácter global, en la medida en que sus actividades de producción están interconectadas a escala mundial (globalización).

El volúmen de comercio en ella, aumenta más rápido que el crecimiento demográfico, es altamente sensible a cambios en la competitividad internacional y a las estrategias de reubicación de las principales compañías transnacionales; es además global debido a que la distribución del empleo en cualquier parte del mundo está afectada por cambios rápidos en la producción y el comercio internacional.

Distribución de la producción de calzado en el mundo



Distribución regional del consumo de calzado en el mundo



Es posible observar dentro de las tablas que el consumo en conjunto con la producción es distribuida de forma desigual dentro del mundo. La mayoría de los productos de calzado que consumimos a nivel mundial es de origen Chino, los cuales consumen solo el 20 % del calzado mundial.

Esta diferencia entre países está dada por las tendencias de moda, las que rigen a nivel mundial.

4.2 CONCLUSIÓN

La moda siempre ha estado presente en la historia del calzado, si bien fueron figuras públicas y diseñadores los que impusieron algunas modas en el calzado, fue la moda rápida la que se dedico a masificarlas, y hacer de ellos modelos más democráticos y con accesibilidad y de bajo costo. Generando así la masificación del zapato.

Frente a esto nace también el movimiento de la moda lenta, la que está basada en propuestas de calzado más amigables con el medio ambiente, y que busca la perduración del zapato a través del calzado atemporal. La moda lenta dentro de lo que propone también abarca lo que es la moda de autor, la que va en contra de las masas.

La tendencia y el consumo de calzado, son los ejes mandantes dentro de la industria. El consumo que genera el calzado es de condiciones desiguales a nivel mundial, cabe señalar que la producción en masas que genera la industria para suplir la necesidad de la moda, genera un desperdicio de calzado de números considerables, en donde la materialidad también juega un rol importante.



CAPÍTULO 5

CHILE Y EL CALZADO

5.1 BREVE HISTORIA DEL CALZADO EN CHILE.

Dentro del contexto histórico nacional, la industria del calzado tiene lugar hacia el siglo XVI, la cual se ve marcada por el desarrollo de la industria agraria durante la época, la que da paso a la producción de cuero para distintos usos.

Durante el siglo XIX se desarrollan las primeras curtiembres, las que tuvieron su origen debido a la inmigración europea que se da en el país durante ese siglo.

"En 1841 se establecen las primeras curtiembres en Santiago y La Serena. Christian Rudloff, en 1853 es uno de los pioneros del sector en Valdivia (calzado y curtiembre). En 1910 esta fábrica, compuesta por 300 operarios, producía 800 pares de calzado por día. En 1860 inicio sus actividades la empresa Prochelle y Cia (suelas y refinerías de sal). En 1861 el italiano Octavio Benedetti fundo sus fábricas en Santiago, Valparaíso, La Serena y Copiapó. Le siguen Juan Lacassie en 1866, que gracias a asociados con otros empresarios se transforma en Aycaguer & Duhalde, la que se convirtió en una de las empresas más importantes del sector a fines del siglo pasado. En la industria de curtiembres y de suelas prevalecen los inmigrantes alemanes, como los hermanos Schuler, Sebastián Werkmeister, Herman Ehrenfeld o Rudolf Beckdorf, que instalan esta industria principalmente en la ubicación geográfica de la colonización alemana en Chile (Valdivia y Osorno)."
(Kassai, 2000, pag.12)

Hacia finales del siglo XIX, se registran alrededor de 138 curtiembres y 450 talleres de calzado.

A comienzos del siglo XX comienzan a desarrollarse las primeras suelerias del país, las que tuvieron lugar en la calle San Diego dentro de lo que era Santiago.
En el año 1928 se crea la empresa Guante, la que hasta el día de hoy se mantiene vigente dentro del mercado nacional.





Fábrica de calzado Álvarez, Yarza y Cia, Talca, 1933.

5.2 EL CALZADO HOY EN CHILE.

En el año 1939, llega Bata al país, trayendo consigo la producción de calzado en línea en Chile. Hacia el año 1959 nace el Ferrol, compañía que desarrolla zapatillas de descanso, que al paso del tiempo se desarrolla como Gacel.

Chile durante la década de los 50's desarrollo políticas industriales, las que debieron ser llevadas a cabo debido al hecho de sustituir importaciones, esto en base al gran precio que generaban estas.

Luego del golpe de estado y con nuevas políticas comerciales, en donde abrían Chile al mundo, se genera un gran ingreso de importaciones. Lo que hace que el mercado y la industria del calzado pase por distintos periodos de inestabilidad.

Ya en los 90's a partir de la apertura comercial, surgen en el país distintas instituciones relacionadas a la industria, siendo una de las más importantes FEDECCAL (Cámara de Industriales del cuero, calzado y afines).

A mediados de los 90's, Chile se transforma en un país importador de calzado, llevando a la decadencia la industria y el oficio.

Desde los 90´s a la actualidad, el panorama del calzado cambia drásticamente dentro del país, la industria del calzado ha disminuido y ha puesto en riesgo el desarrollo del sector, posicionando las importaciones de calzado en mayor numero.



Algunas cifras de Calzado, Quintatrends. 2010

En el 2010 el número de consumo de importación era de un 89,6%, en donde el 85% de este ingreso correspondía a calzado de origen Chino y el 13% a calzado argentino y brasileño, otorgando solo un 2% a calzado nacional dentro del mercado.

Según un estudio de "Euromonitor International" en el 2011 los chilenos compran en promedio 5 pares de calzado y 20 prendas de vestir anualmente.

Actualmente el panorama cambia ya que la población actual del país es de 16,5 millones de habitantes con un consumo de 5,5 pares de zapatos anuales por persona. Y en donde no existe el costo de internación en el calzado de origen Chino.

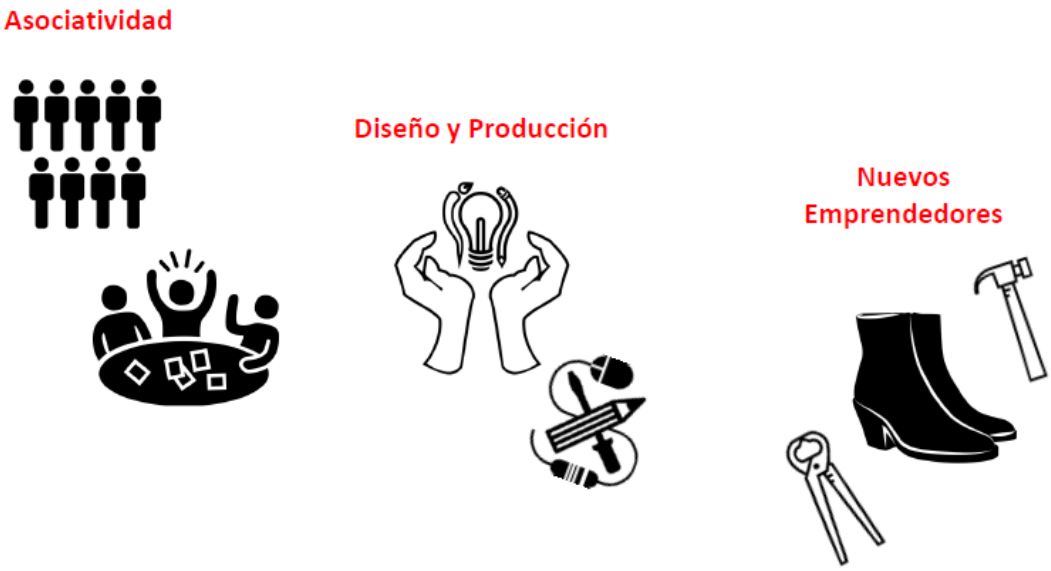


Porcentaje de exportacion e importacion en Chile, fuente: FEDDECAL

Empresas fabricantes de calzado en Chile durante el 2013	
Tipo de empresa	*Número de empresas en el país.*
Micro	328
Pequeña	112
Mediana	17
Grande	10
No declaras	55
Total	522

A nivel nacional existen alrededor de 522 empresas dedicadas a la confección de calzado las que varían desde la pequeña empresa hasta las grandes empresas.

La mayoría las empresas fabricantes de calzado, se encuentran ubicadas dentro de la Región Metropolitana, siendo esta la que contabiliza alrededor de 364 empresas



Componentes del Escenario del calzado en Chile. FEDECCAL

5.3 CALZADO DE AUTOR EN CHILE

Ante esta realidad se puede destacar que la cantidad de fábricas de calzado, principalmente las grandes empresas han sabido mantenerse en el mercado, si bien no son muchas, son las medianas, las pequeñas y las microempresas las que se han llevado a cabo el renacer de esta industria dentro del país, a través de los nuevos emprendimientos de diseño.

Para que estos emprendimientos sean llevados a cabo, existen distintos componentes que mantienen a la industria en el mercado, la cual se basa en el trabajo en conjunto de los distintos actores que participan en el desarrollo de un producto; los proveedores, el diseño y la producción, componentes que logran que un producto se posicione dentro del mercado, generando así nuevos emprendedores del rubro.

Para hablar de calzado de autor a nivel nacional, hay que definir lo que se entiende por el concepto.

Para Susana Saulquin (2005), un diseño de autor:

"es considerado de autor cuando el diseñador resuelve necesidades a partir de su propio estilo e inspiración, sin seguir las tendencias que se imponen desde los centros de productores de moda. Estos creadores ocupan un lugar cada vez mas importante y representan el otro polo del nuevo sistema de moda, con una concepción basada en la personalidad y en la comunicación de cierta identidad" (pag. 16)

Llevándolo al contexto nacional, el calzado de autor nace como una alternativa a la industria con la finalidad de rescatar y revalorizar un oficio, entregando un sello local que busca diferenciarse dentro de una industria marcada por las importaciones y la cultura de masas.

En chile durante los últimos años se ha generado el boom del zapato de diseño de autor, el cual busca posicionar a la industria dentro del mercado, proceso que ha sido denominado como el renacer de la industria. Frente a este renacer nacen muchas marcas de calzado y zapaterías que buscan posicionarse frente al mercado.

Dentro de las características que posee un calzado de diseño de autor esta el que este diseño no es fabricado en serie, es un calzado exclusivo, único, de materiales nobles y de diseño atemporal.

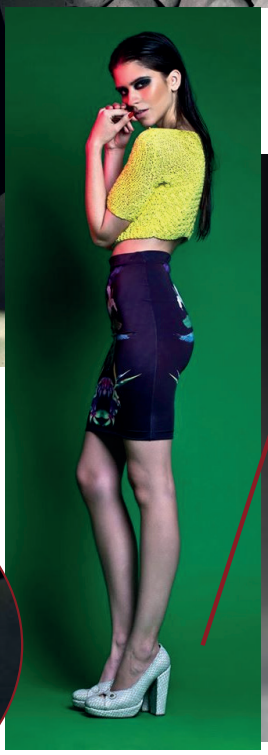
5.3.1 EXPONENTES

ESTEBAN ARTEAGA





ClásicoExperimental







UTILIZACIÓN DE TACOS DE GRAN ALTURA.
EXPERIMENTACIÓN

SU PROPUESTA ES TRASGRESORA Y BUSCA LLAMAR LA ATENCIÓN. OBSERVA AL ZAPATO COMO UN OBJETO DEL DESEO, MÁS QUE COMO UN ACCESORIO, QUE SE DESTACA SOBRE LOS DEMÁS, YA SEA POR SU FORMA, COLOR O ALTURA, QUE QUIEBRA EL ESQUEMA DEL ZAPATO COMÚN Y CORRIENTE.

BARBARA BRIONES









ZAPATOS FEMENINOS Y URBANOS, REALIZADOS DETALLADAMENTE. EL USO DE PIEDRAS O METALES DENTRO DEL CALZADO, SON LOS ELEMENTOS DE DIFERENCIACIÓN QUE POSEE BARBARA BRIONES, EN UN CALZADO CLÁSICO.

USO DE TACHAS O PIEDRAS DENTRO DEL CALZADO, EL Z APATO COMO UNA JOYA.



CALZADOS GAYTAN



FANTASÍA DEL ZAPATO EN RELACIÓN AL CALZADO CLÁSICO







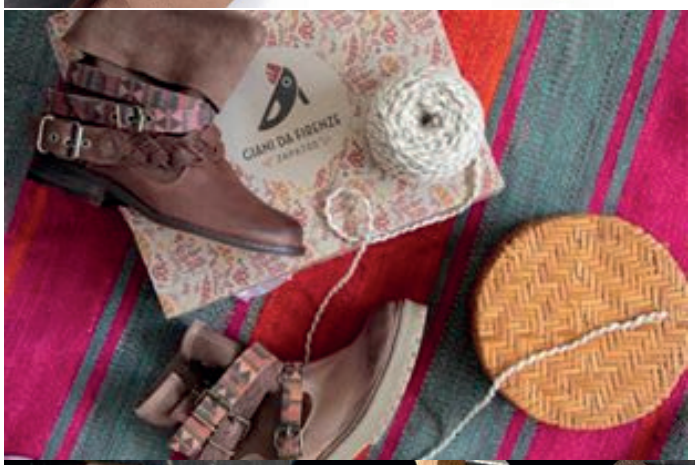
COLORES LLAMATIVOS,
USO DE TEXTURAS
DENTRO DEL ZAPATO.

GIANI DA FIRENZE



CALZADO DE CARÁCTER RUSTICO, ENFOCADO EN LAS TENDENCIAS DE MODA Y CON UNA PALETA DE COLORES MÁS NATURALES.









AURORA CONEJERO

SE BASA EN OCUPARLOS LA MAYOR CANTIDAD DE ELEMENTOS DE MODA DENTRO DEL CALZADO, CON FINALIDAD DE GENERAR UNA PIEZA DESTACADA DENTRO DEL VESTIR.



ZAPATOS DE TEMPORDA Y USO DE TACHAS EN LA MAYORIA DE SUS MODELOS





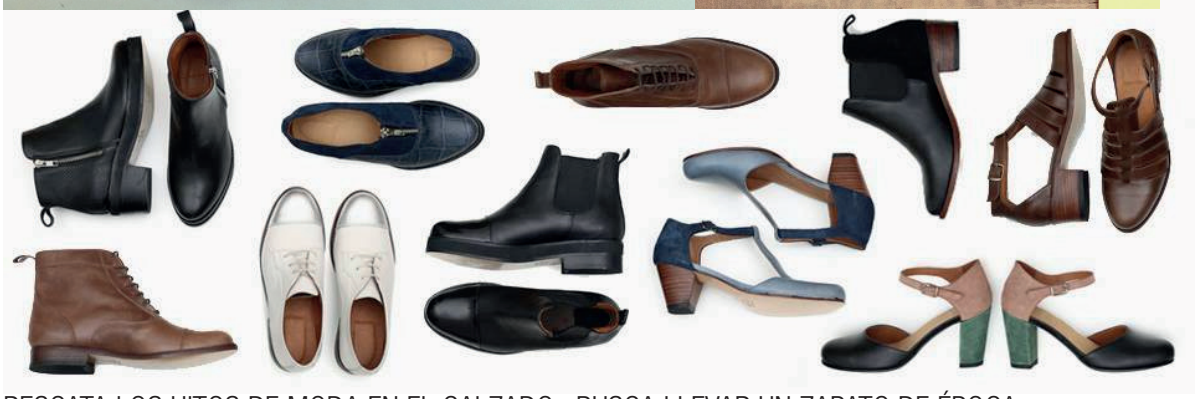
RESALTA EL OFICO Y EL CALZADO CLÁSICO, UTILIZACIÓN DE COLORES PLANOS

ZAPATERIA MAESTRA





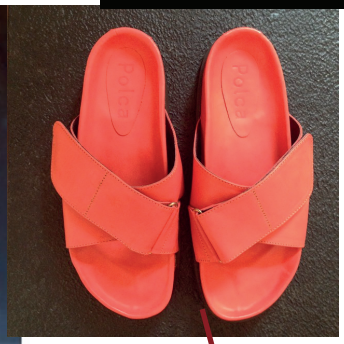




RESCATA LOS HITOS DE MODA EN EL CALZADO, BUSCA LLEVAR UN ZAPATO DE ÉPOCA A LA ACTUALIDAD

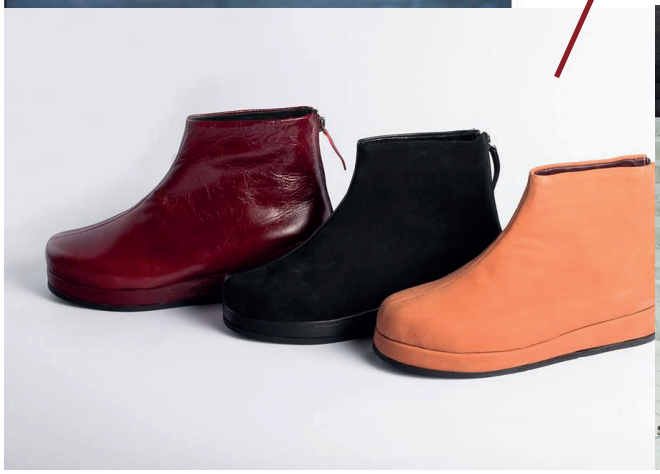
POLCA

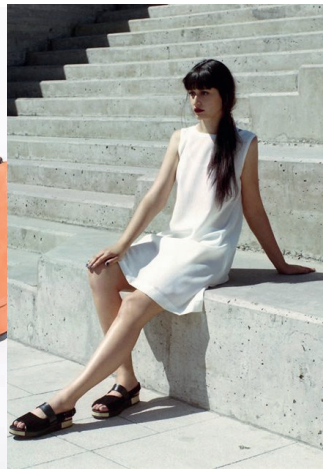




DISEÑOS ENFOCADOS EN LA COMODIDAD Y LA SIMPLEZA DEL USUARIO, LA PROPUESTA QUE GENERA POLCA ES DE CARÁCTER MINIMALISTA.

UTILIZACIÓN DE COLORS PLANOS Y FORMAS SIMPLES EN EL CALZADO





VOKAGE



RESCATA CLÁSICOS DEL CALZADO, LLEVÁNDOLOS A MODELOS BICOLORES.





VOKAGE



BESTIAS

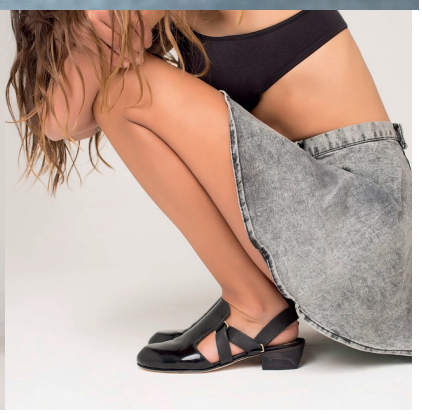
MORFOLOGÍA DEL CALZADO CLÁSICO MODERNIZADO CON CORTES MODERNOS Y VANGUARDISTAS











LA HORMA



CALZADO CLÁSICO, DA CUENTA DE LA MATERIALIDAD EN SUS DISEÑOS, ENFOCADOS EN RESALTAR EL TACO DE MADERA Y LAS TEXTURAS DEL CUERO







5.4 CONCLUSIÓN

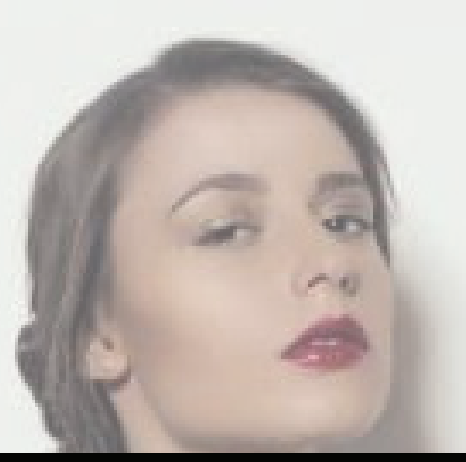
La historia del calzado en Chile, se va visto marcada por diversos hitos, de los cuales el más significativo y que afecto a la industria, fue la apertura nacional a nuevos mercados, facilitando el ingreso de calzado importado. Calzado que es vendido en grandes cantidades y que generó la caída de gran parte de la industria.

La gran cantidad de producto importado ha generado el alza del consumo de este producto, descuidando al producto nacional.

Frente a estos hechos en la actualidad la industria del calzado nacional ha buscado mantenerse a flote, y es través de nuevos emprendimientos de diseño que buscan el rescate de oficio.

El calzado de autor ha tomado fuerza a nivel país, en la búsqueda del rescate del oficio y con diseños atemporales, buscan ingresar al mercado a través de nuevas propuestas, las que se diferencian del calzado masivo que traen las importaciones.





CAPÍTULO 6

LA MUJER CHILENA; ESTUDIO DE USUARIO



Este capítulo tiene como finalidad dar a conocer el perfil del consumidor en la cual se basa nuestra propuesta. El perfil del consumidor se define como la mujer Chilena independiente y empoderada, que pisa firme y gusta destacarse a través del calzado

6.1 LA MUJER CHILENA INDEPENDIENTE Y EMPODERADA.

Cuando hablamos de la mujer chilena o de las mujeres chilenas, hacemos referencia a la mitad de la población que tiene el país y que

La participación de la mujer dentro de la historia de Chile, se ha visto siempre limitada por la condición de ser mujer, pero con la voz de unas pocas que a lo largo de nuestra historia como país tuvieron la valentía para hacerse escuchar y destacarse, generando a través del tiempo y de la historia a una nueva mujer chilena, una mujer empoderada, decidida, firme e independiente.

Hoy la mujer presenta un rostro muy distinto del que mostraba hace un siglo, al igual que en el resto del mundo, el tema de género surge en Chile con fuerza en la década de los años ´60 desde los procesos iniciados por el Movimiento Feminista, fruto de los cambios en la división sexual del trabajo y en la estructura social y la cultura que vive el país, se visibiliza a la mujer dando pasos desde el mundo privado al público.

En la actualidad la mujer goza de las mismas libertades que poseen los hombres, la independencia económica, los estudios, el éxito laboral y la libertad sexual, es parte de este cambio generado hace décadas con la voz de nuestras antecesoras que buscaban esta igualdad, pero que aun así son mujeres más fuertes.

La mujer actual se ha integrado masivamente a la cultura y a la modernidad.

Sus intereses están fuera de la casa, de los niños, de la cocina. Busca desarrollarse ella misma, su identidad y un estilo de vida propio que ya no está en función de su pareja o proyecto familiar.

Dispone de ingresos propios y no es solo una administradora del hogar. Ella decide lo que va a gastar y para qué.

Según Universia, durante el año 2013, El 43% de las mujeres de entre 25 y 54 años tiene participación laboral y el 45% trabaja entre 8 y 10 horas al día.

6.2 PERFIL TARGET

Mujeres de 25 a 50 años, con afinidad a los productos de diseño y de calidad, que buscan funcionalidad y diferenciación.

Mujeres en su mayoría económicamente independientes, que se preocupan por el buen vesttir dentro del ambiente en donde desarrollan sus actividades.

ACTIVIDAD O PROFESIÓN

En su mayoria son mujeres emprendedoras, o ligadas a profesiones relacionadas a medios de comunicación y creativos, como periodismo, publicidad, teatro, diseño, fotografía, artes plasticas.

ESTRATO SOCIOECONÓMICO

Corresponden a sector C1 y C2.

AFINIDADES

Uso prendas básicas y clásicas.

Gusto por materiales nobles.

Uso de accesorios, joyería o bisutería como complementos.

Uso de calzado plano, plataforma o calzado con taco pequeño.

Originalidad al vestir.

Preferencia por las carteras o bolsos de cuero.

Preferencia por las prendas en colores planos.















MOODBOARD TARGET


arola
Solbril S.A.



CAPÍTULO 7

PLANTEAMIENTO DEL PROYECTO

En relación al estudio desarrollado, se plantea un proyecto que pretende diseñar una colección de calzado atemporal de carácter urbano, que represente a distintas mujeres destacadas dentro de la historia de Chile. El contar una historia a través de un zapato y rescatar un oficio, es la tónica de este proyecto.

7.1 DISEÑO DE PROYECTO

PROPUESTA GENERAL

Diseño de colección de calzado atemporal, a partir de la representación de mujeres transgresoras dentro de la historia de Chile.

OBJETIVO GENERAL

Representar a través del calzado a mujeres transgresoras dentro de la historia de Chile.

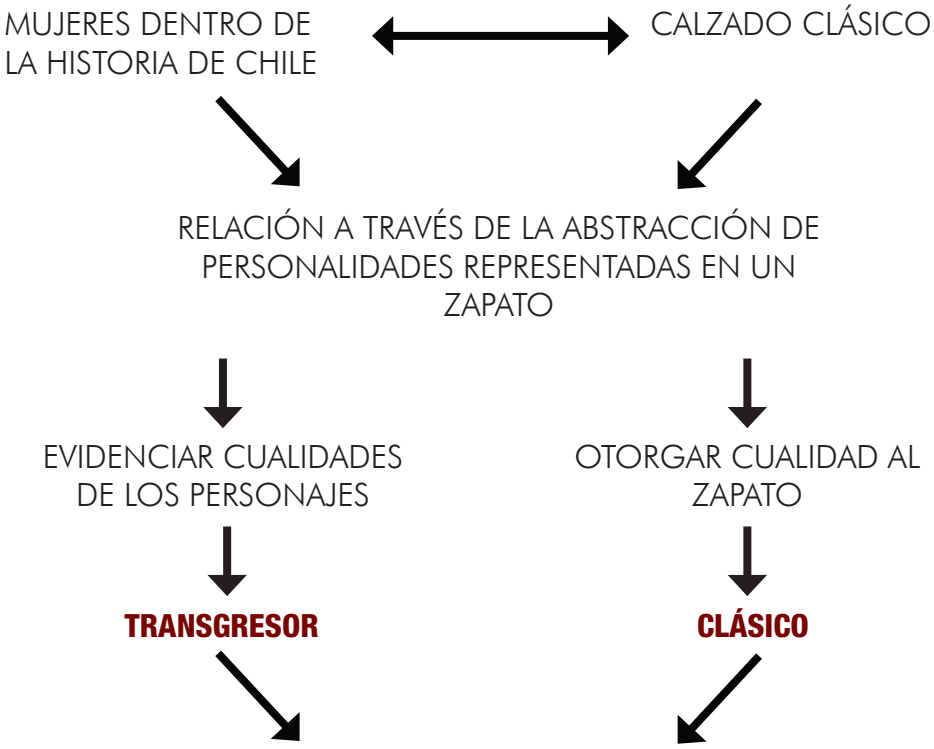
OBJETIVOS ESPECÍFICOS

Desarrollar una colección de calzado de autor en base a la morfología del calzado clásico y la representación de mujeres transgresoras dentro de la historia, expuestas a través de un calzado atemporal y de materiales nobles.

Generar una propuesta de comunicación que dé a conocer los conceptos de la colección y una historia local.

Crear una experiencia para el usuario, en la cual se dé a conocer una historia a través del zapato, con fin de dar a conocer historias locales.

PROPUESTA CONCEPTUAL



PERPETUAS

Diseño de colección de calzado atemporal, a partir de la representación de mujeres transgresoras dentro de la historia de Chile.

7.2 ESTRUCTURA COLECCIÓN

7.2.1 GÉNESIS FORMAL

De la observación del calzado clásico, se busca tomar de este, algunos rasgos formales y morfológicos para la creación de un calzado atemporal.

Bajo la observación del calzado clásico, se toman tres tipos de calzado los cuales serán usados de base para el diseño de la colección.

ZONA DE DESGASTE DE UN ZAPATO

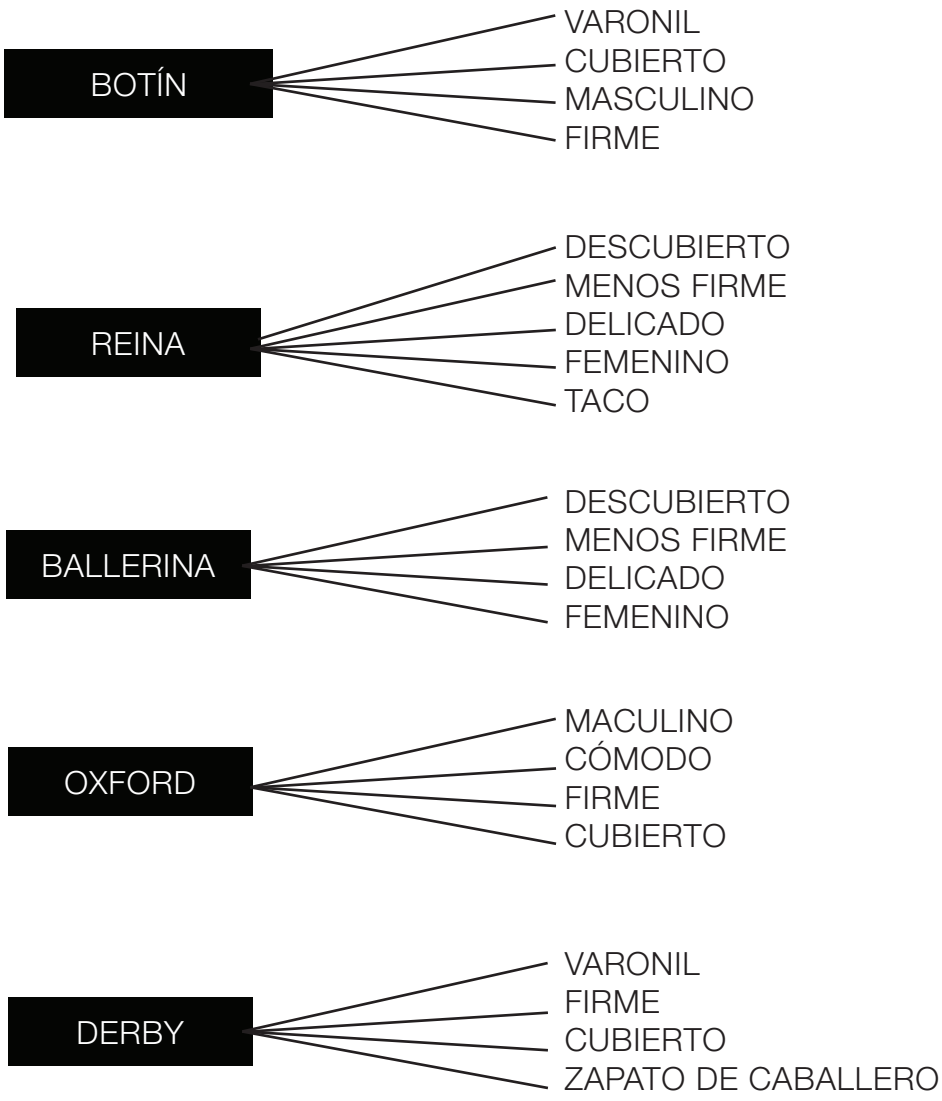
Las zonas de desgaste que puede presentar el calzado se da en la zona de puntera y talón, las que se desarrollan en el momento de la abrasión y tracción que genera el momento de la marcha, la que evidencia el momento de despegue del pie.

Para que el desgaste producido sea el mínimo, se requiere armar talonera y puntera como piezas separadas dentro del calzado. Bajo esta observación se pretende generar un calzado de larga duración y resistencia.



Con la morología de estos tres zapatos, es posible generar distintos modelos de calzado

CUALIDADES DE LOS MODELOS A LLEVAR A CABO.



MUJERES TRANSGRESORAS EN LA HISTORIA DE CHILE

La colección se basa en nueve mujeres importantes dentro de su época, las cuales serán las que otorgaran su nombre a cada modelo de la colección, con la finalidad de contar su historia a través del zapato.

MUJERES DENTRO DE LA HISTORIA

Paralelamente en el desarrollo del calzado, se ha llevado a cabo una investigación histórica, la que habla de la mujer dentro del contexto nacional.

La búsqueda de personajes históricos y destacados dentro de su periodo es la tónica que genera la colección, la cual se basa en la personificación del zapato a través de estos personajes.

El concepto en el que se centra la selección de los personajes, se basa en la transgresión.

MUJERES A RESCATAR

MARÍA CORNELIA OLIVARES
"LA PROVOCADORA"

Fue una patriota chilena que nació y vivió en Chillán. Se destacó como agitadora por la Independencia. Su actitud fue particularmente valerosa si se considera que en Chillán los realistas tenían adhesiones poderosas. -"Hombres y mujeres, decía, deben tomar las armas contra los tiranos. La libertad a todos beneficia, todos deben amarla y defenderla." Parecía a veces una mujer iluminada, encargada de alguna misión providencial.

Tras repetidas amenazas de prisión por parte de los españoles se la prohibió salir de su casa. Sin embargo, despreciando los peligros, un día fue a la plaza a predicar nuevamente la revolución. Se la condujo a prisión donde le raparon el cabello y las cejas y luego la exhibieron en la Plaza de Chillán por varias horas para escarnio.



Dibujo obtenido en el Museo Histórico Militar e incluido en el libro "La Historia de Chillán Viejo" de Sergio Gana Lagos

ROSARIO ORTIZ
“LA VALIENTE”

Fue una activista política, partidaria de la revolución de 1851 encabezada por el General José María de la Cruz Prieto, y opositora de Manuel Montt.

Reclutó soldados para esta causa y emprendió con el ejército la compañía del Maule. Se enroló como vivandera en el Ejército del Sur, y combatió en la Batalla de Loncomilla.

En la revolución de 1859 volvió a combatir con las armas en contra de Montt, formando parte de las tropas revolucionarias de Alemparte. Finalmente alcanzó el grado de capitana.

Rosario es reconocida además por ser una de las primeras periodistas mujeres del país, y la primera mujer en escribir para un periódico en Concepción y escribir sobre política.

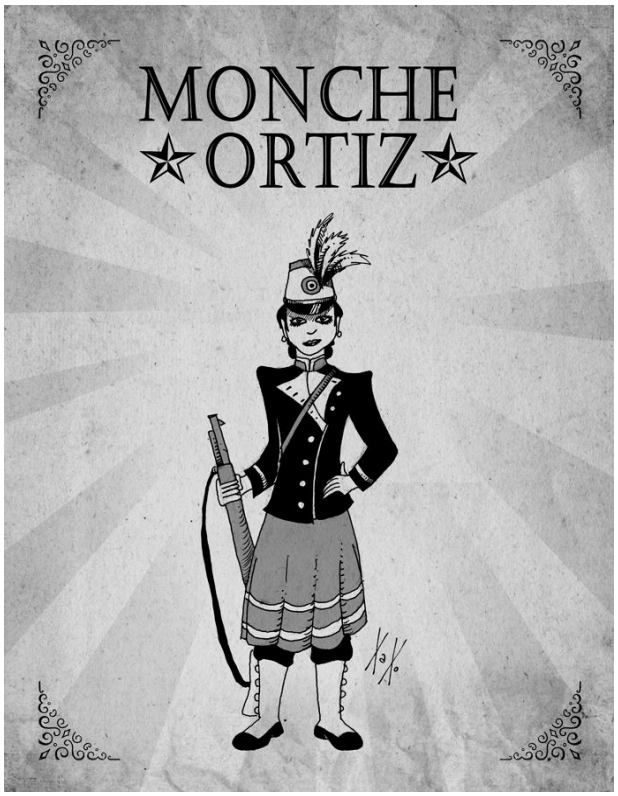


Ilustración del Comic Patrimonial “La Monche Ortiz”, el que da cuenta de la vida de Rosario Ortiz

MARTINA BARROS BORGOÑO
“LA LIBERAL”

Se hizo conocida en 1872, a los 22 años, cuando publicó la traducción del libro The Subjection of Women (1869), del filósofo y economista político inglés John Stuart Mill, con el título «La esclavitud de la mujer» en La revista de Santiago, fundada por Fanor Velasco y Augusto Orrego Luco.

Esta publicación, pionera en su época, incluyó un muy polémico prólogo, pulido por el mismo Orrego Luco, que produjo, paradójicamente, una grata reacción en los ambientes masculinos liberales de su tiempo y un rechazo mayoritario por parte de las mujeres que la vieron como una «niña peligrosa», según relata en sus memorias, decidiendo no volver a publicar. Pese a esto, y desde entonces, la igualdad de la mujer se transformó en su objetivo principal.



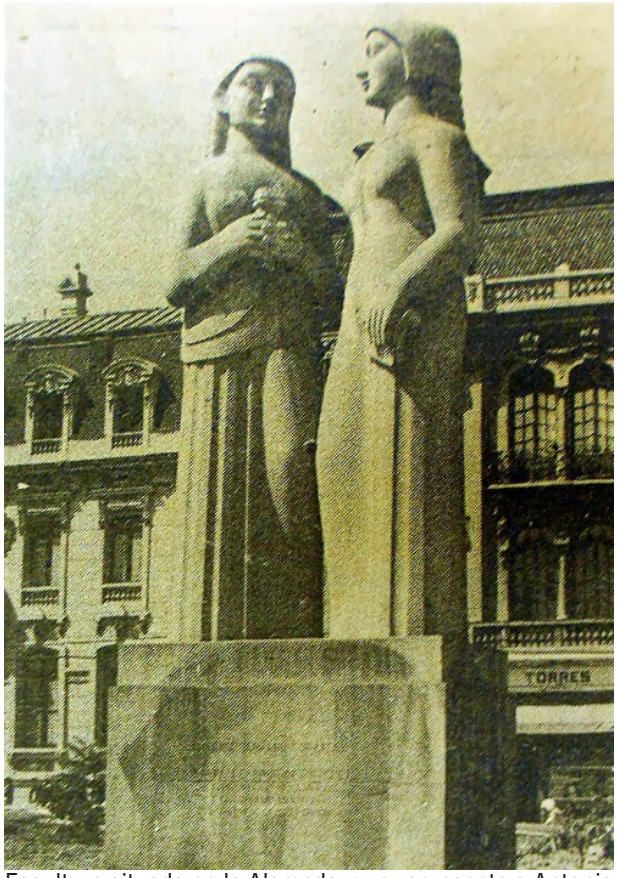
Martina Barros Borgoño de Orrego (1840- 1944)

ANTONIA TARRAGÓ
“LA INTELECTUAL”

Fue una profesora y activista feminista chilena más conocida por su labor en pro de los derechos de las mujeres a la educación en Chile.

Fundó en 1864 el colegio Santa Teresa destinado a otorgar instrucción secundaria a mujeres; éste se constituiría en la primera institución que otorgó un nivel de educación similar al que se le entregaba a los hombres en dicha época, lo que ayudó a cimentar el camino para los establecimientos educacionales estatales de enseñanza media para ambos sexos.

Junto a Isabel Le Brun durante la segunda mitad del siglo XIX y potenciaron específicamente al ingreso de la mujer a la universidad a partir de 1872.



Escultura situada en la Alameda, que representa a Antonia Tarragó e Isabel Le Brun.

JUANA ROLDÁN
“LA LIDER”

Juana Roldán Escobar, una de sus principales dirigentes de la Sociedad de Protección de la Mujer (1888), que buscaba trabajar por el bienestar, el progreso y cultura de la mujer.

Fue una luchadora incansable por los derechos de los trabajadores y de la mujer. Contribuyó a la formación de numerosas sociedades y confederaciones, para estimular la participación de las obreras, la educación y la defensa de sus derechos.

MATILDE BRANHAN
“LA JUSTA”

Abogada, beneficiaria del Decreto Amunátegui, pudo rendir exámenes para ingresar a la Escuela de Leyes de la Universidad de Chile. Puso en cuestión los Derechos Civiles de la Mujer, dentro de su tesis que defendía a la mujer como ser independiente y autónomo dentro del matrimonio, posteriormente fue tomada en cuenta.

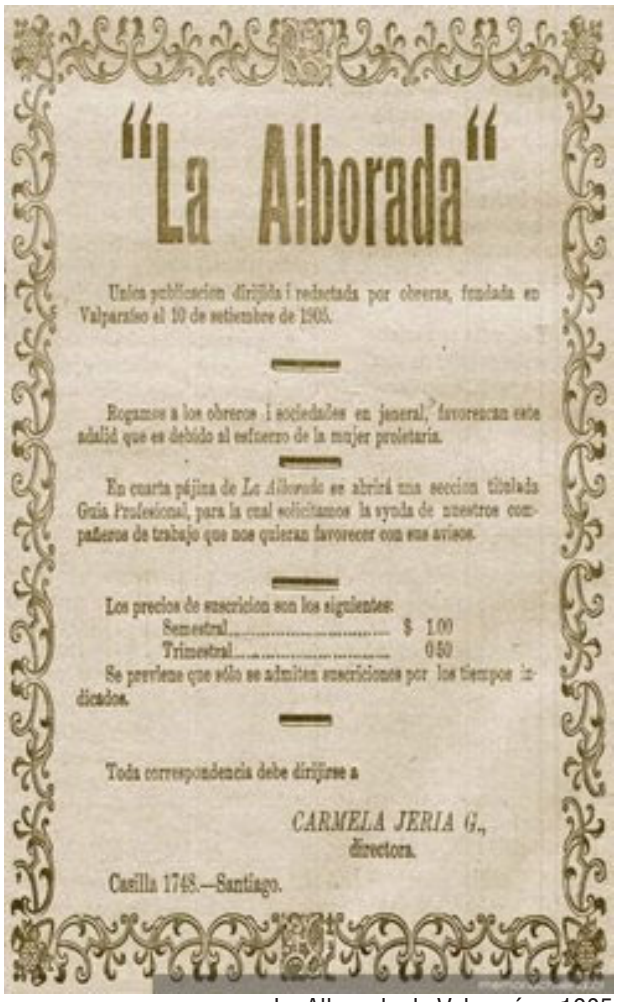
Fue la segunda mujer en titularse como abogado dentro del país, su trabajo escrito en 1898 es la primera denuncia seria que se refiere a las limitaciones jurídicas que tenía la mujer chilena como madre, esposa, trabajadora y ciudadana.

CARMELA JERIA
“LA IMPETUOSA”

Fue una activista y obrera tipógrafa Porteña, fundadora de La Alborada, el primer periódico redactado por una mujer en Chile.

Carmela Jeria se dedicó a promulgar sus ideas a través de estos medios y en una serie de conferencias, luchar por los derechos de los trabajadores y especialmente de las mujeres, impulsando el desarrollo de las capacidades de las mujeres a través de la formación de una academia que estimule el estudio.

El desarrollo de una vida activa a través de la denuncia de la situación precarizada de la mujer en esa época y el desarrollo de la primera publicación denunciando esta situación, se dio y promovió una serie de actividades que favorecen la creación del MEMCH en 1935, cuya existencia permitió el derecho a voto de la mujer



“La Alborada”

Unica publicacion dirijida i redactada por obreras, fundada en Valparaíso el 10 de setiembre de 1905.

Rogamos a los obreros i sociedades en jeneral, favorezcan esta adalid que es debido al esfuerzo de la mujer proletaria.

En cuarta pájina de *La Alborada* se abrirá una seccion titulada Guia Profesional, para la cual solicitamos la ayuda de nuestros compañeros de trabajo que nos quieran favorecer con sus avisos.

Los precios de suscricion son los siguientes:
Semestral..... $ 1.00
Trimestral..... 0.50
Se previene que sólo se admiten suscriciones por los tiempos indicados.

Toda correspondencia debe dirijirse a

CARMELA JERIA G.,
directora.

Casilla 1748.—Santiago.

La Alborada de Valparaíso, 1905

DELIA MATTE PERES
“LA FEMINISTA”

Feminista chilena de principios del siglo XX, perteneciente a una notable familia aristocrática. Fundadora del Club de Señoras en 1916, que nació con fines culturales, pero prontamente se empeñó en la acción social y en especial en la lucha en pro de la emancipación de la mujer.

El mérito de esta institución y de Delia Matte no fue tan solo su noble objetivo, sino enfrentarse a la crítica tradicionalista de la Iglesia y del elemento masculino, sobre todo en el seno del Partido Conservador.

No obstante ello, fue la influencia del Club de Señoras la que derivó, en 1917, en la presentación por parte de la sección joven del Partido Conservador, del primer proyecto de ley para conceder derechos de ciudadanía a la mujer



Delia Matte Izquierdo, fundadora del Club de Señoras, 1915

ELOÍSA DíAZ
“LA TENAZ”

Fue la primera mujer chilena que se graduó como médico, resultando ser premiada en varias oportunidades, llegando a ser la mejor alumna en clínica médica y en obstetricia. Sus esfuerzos fueron coronados cuando, luego de escribir su tesis de grado, Breves observaciones sobre la aparición de la pubertad en la mujer chilena y las predisposiciones patológicas del sexo, se licenció en medicina el 27 de diciembre de 1886.

Su memoria fue publicada en Los Anales de la Universidad de Chile y en La Revista Médica de Chile. Anteriormente, ya había entregado una colaboración al Boletín Médico acerca de la “Ruptura útero-vaginal, curación”. Obtuvo su título profesional el 3 de enero de 1887, siendo la primera chilena y la primera americana que obtenía ese título.

En virtud de su trayectoria y aportes el Congreso Científico la nominó “Mujer Ilustre de América”.



Eloísa Díaz, 1866-1950.

7.2.2 DESARROLLO PROPUESTA



MOODBOARD INSPIRACIÓN

GRAMÁTICA DE LA COLECCIÓN

COLECCIÓN
PERPETUAS

PERPETÚAS, es una colección de calzado femenino de carácter atemporal, el cual de sus inicios se inspiro en la mujer de hoy, la cual se caracteriza por su poder y firmeza en la forma en cómo se muestra al mundo.

Tomando en cuenta a la mujer de hoy, se pretende rescatar a las antecesoras de este poder y firmeza, porque PERPETUAS, pretende contar la historia de distintas mujeres a lo largo de la historia de Chile, las cuales a través de su ímpetu y transgresión permitieron el desarrollo de la mujer de hoy.

Estas mujeres son rescatadas en cada modelo de zapato que posee la colección, por lo que cada zapato cuenta la historia de cada una a través de clásicos del calzado los cuales han sido intervenidos bajo el concepto del Impetu y la transgresión que caracterizaron a estas mujeres.

CONCEPTO

CLÁSICO / IMPETUOSO
TRANSGRESOR

CLÁSICO: tradicional o más allá de la temporalidad de una moda. Digno de imitación.

ÍMPETU: que tiene violencia y fuerza.

TRANSGREDIR: Quebrantamiento de leyes, normas o costumbres. Provocar.

TRANSGREDIR LO CLÁSICO A TRAVÉS DEL IMPETU DEL CALZADO.

PALETA DE COLORES

CRITERIOS DE COLOR

Bajo el concepto del ímpetu, que posee violencia, fuerza y pasión, se relaciona directamente a los colores rojos los que estarán directamente relacionados con la fuerza y pasión. El azul (color relacionado con el ímpetu del mar y el viento)

Y dentro de lo clásico es válido rescatar los colores planos como el negro, blanco y el café (color del cuero



COLORES DEL CUERO A DISPOSICION DEL MERCADO.

CUADRO TIPOLOGICO COLECCIÓN

LÍNEA CLÁSICA

NOMBRE	CUALIDAD DEL ZAPATO	TIPO DE ZAPATO	CARACTERISTICAS
Martina Barros Borgoño "La Liberal"	Varonil, firme y cómodo, con ciertos rasgos femeninos y delicados.	Oxfords	Calzado Oxfords bicolor, con mezcla de texturas en los cueros y troquelado.
Delia Matte Perez "La Feminista"	Zapatos delicados, cómodos, descubiertos, con rasgos del Oxford que otorga fuerza y masculinidad.	Ballerina tipo Oxford	Ballerina de un color, con distintas texturas, con uso de troquelado.
Matilde Branhan "La Justa"	Zapatos de caracter varonil, firme, cubierto.	Botín tipo Derby	Botín bicolor, abarca dos texturas, puntela y talonera del mismo color, con un taco de 3cm.
Eloísa Díaz "La Tenaz"	Botín firme, cubierto, masculino, cubierto.	botín tipo Chelsea	Botín de un color, con dos texturas, con detalles en la zona del elástico de color.
Antonía Tarragó "La Intelectual"	Femenino, Firme, semicubierto, con caracteristicas del derby.	Zapato Reina mezclado con caracteristicas del Derby	Zapato bicolor, con taco de 5 cm, utiliza la pala del derby dentro del reina, generando un calzado más firme y femenino.

LÍNEA ÍMPETU

NOMBRE	CUALIDAD DEL ZAPATO	TIPO DE ZAPATO	CARACTERISTICAS
María Cornelia Olivares "La Provocadora"	Femenino, Provocador, cubierto, firme, que juega con lo varonil. (juego mezlca lo que es un zapato reina con un botín)	Botín con taco	Botín con taco tipo victoriano diseñado en base a tres texturas distitnas (cuero, reno, richato(textura charol))
Rosario Ortiz "La Valiente"	Femenino, firme, cubierto, delicado, con rasgos varoniles	Botín con taco	Botín taco, diseñado en base a dos texturas, charol y cuero.
Carmen Jeria "La Impetuosa"	Transgresor, firme con cortes fuertes.	Zapato Botin	Botín con taco 3cm, diseñado en base a 3 texturas, y en distintos tonos de color.
Juana Roldán "La Lider"	Botín firme, Varonil, transgresor, con cortes fuertes	Botín alto tipo Chelsea	Botín de un solo color con 3 texturas.

7.2.3 DESARROLLO COLECCIÓN

COLECCIÓN

PERPETUAS

PARA MUJERES QUE NO SE OLVIDAN

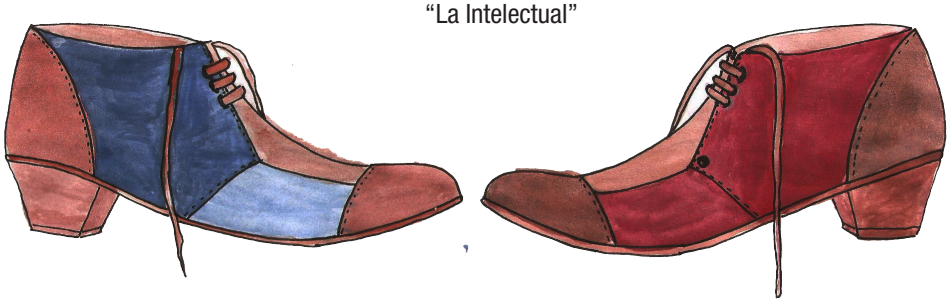
COLECCIÓN

PERPETUAS

LÍNEA CLÁSICA



Eloísa Díaz
"La Tenaz"



Antonía Tarragó
"La Intelectual"

Martina Barros Borgoño
“La Liberal”



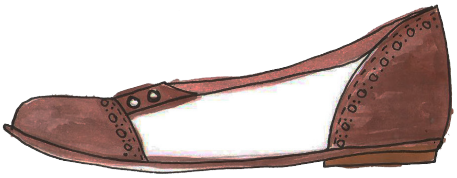


Matilde Branhan
“La Justa”



Delia Matte Perez
“La Feminista”





COLECCIÓN

PERPETUAS

LÍNEA IMPETU

María Cornelia Olivares
"La Provocadora"





Juana Roldán
"La Lider"



Carmen Jeria
“La Impetuosa”



Rosario Ortiz
“La Valiente”

7.2.4 FICHAS TÉCNICAS

MILLAMARTINEZ

Colección PERPETUAS

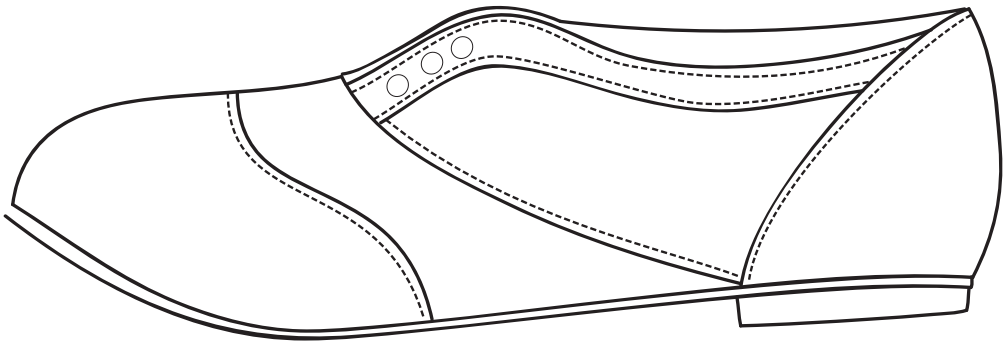
Línea Clásic a

MODELO: Martina Barros Borgoño

TEMPORADA: Otoño/Invierno 2016

DESCRIPCIÓN Calzado Oxfords bicolor , con mezcla de texturas en los cueros y troquelado.		CAPELLAD A (2 opciones de color) a) Cuero de vacuno color negro y azul, reno azul . b) Cuero de vacuno color cafe, rojo, reno rojo .		FORRO badana SISTEM A CONSTRUCCTIVO: Cementado o Pegado
PLAN TA: Suel a	HORMA: 5994	NÚMERO: 36-4 0	TAPILLA: Goma 3 mm	TACO :
PLANTILL A DE ARMADO: celulosa y eva .	COSTURAS Al borde 2mm, aguja punta en sd . Hilo: Hilo cafe y negro N° 6 0.		OTROS: 6 ojalillos por pieza de calzado.	

TERMINACIONES:
Uso de brogueing junto a la costura de la puntera y talón.
Timbrado suela y talón lado externo.



MILLAMARTINEZ

Colección PERPETUAS

Línea Clásic a

MODELO: Delia Matte

TEMPORADA: Otoño/Invierno 2016

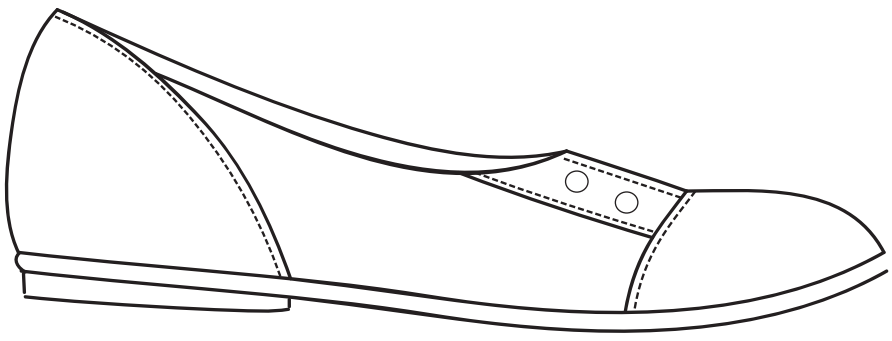
DESCRIPCIÓN	CAPELLAD A (2 opciones de color)	FORRO
Ballerina de un color , con distintas texturas, con uso de troquelado.	a) Cuero de vacuno color rojo y gamusa roja . b) Cuero de vacuno color cafe y color crema con gamusa color crema .	badana
		SISTEM A CONSTRUCCTIVO: Cementado o Pegado

PLAN TA: Suel a	HORMA: 5994	NÚMERO: 36-4 0	TAPILLA: Goma 3 mm	TACO :

PLANTILL A DE ARMADO:	COSTURAS	OTROS:
celulosa y eva .	Al borde 2mm, aguja punta en sd. Hilo: Hilo cafe y negro N° 6 0.	4 ojalillos por pieza de calzado.

TERMINACIONES:

Uso de brogueing junto a la costura de la puntera y talón.
Timbrado suela y talón lado externo.



MILLAMARTINEZ

Colección PERPETUAS

Línea Clásica

MODELO: Matilde Branhan

TEMPORADA: Otoño/Invierno 201 6

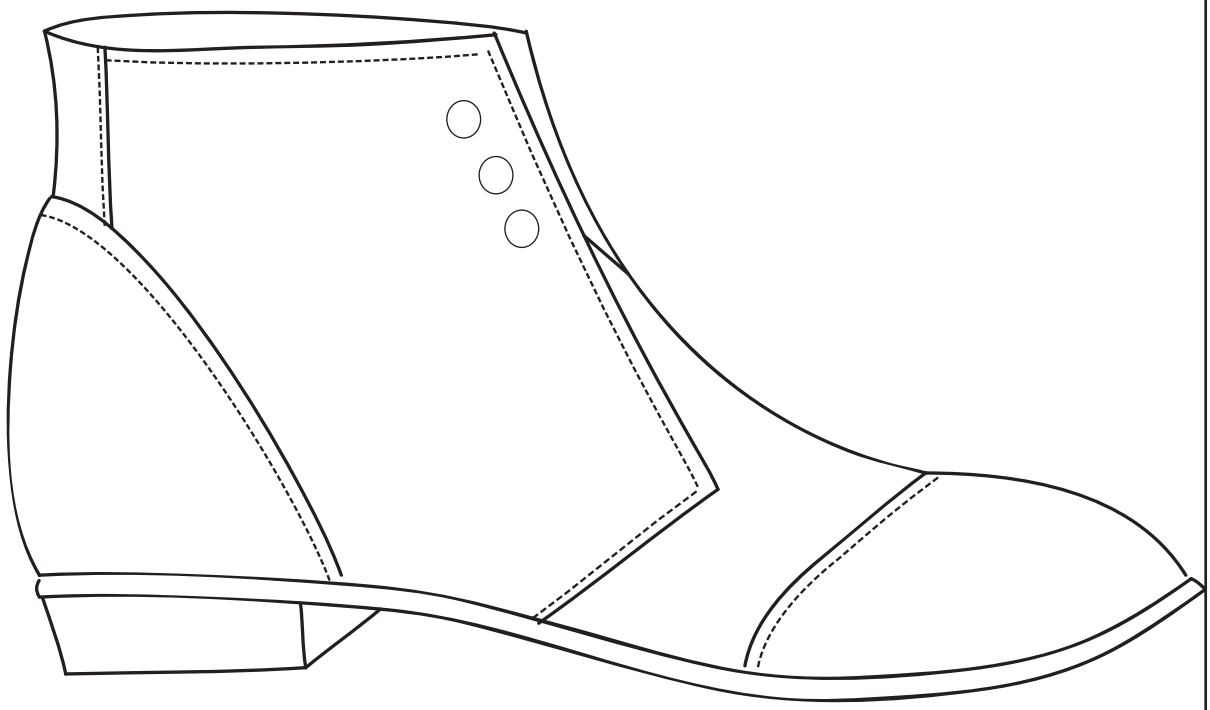
DESCRIPCIÓN Botín bicolor , abarca dos texturas, puntela y talonera del mismo color .	CAPELLAD A (2 opciones de color) a) Cuero de vacuno negro, con cuero blanco y reno negro. b) Cuero de vacuno color cafe, con cuero blanco y reno cafe.	FORRO badana SISTEM A CONSTRUCCTIVO: Cementado o Pegado

PLAN TA: Suel a	HORMA: 152720	NÚMERO: 36-4 0	TAPILLA: Goma 3 mm	TACO: madera 3cm

PLANTILL A DE ARMADO: celulosa y eva .	COSTURAS Al borde 2mm, aguja punta en sd . Hilo: Hilo cafe y negro N° 6 0.	OTROS: 6 ojalillos por pieza de calzado.

TERMINACIONES:

. Timbrado suela y talón lado externo.



MILLAMARTINEZ

Colección PERPETUAS

Línea Clásica

MODELO: Eloísa Díaz

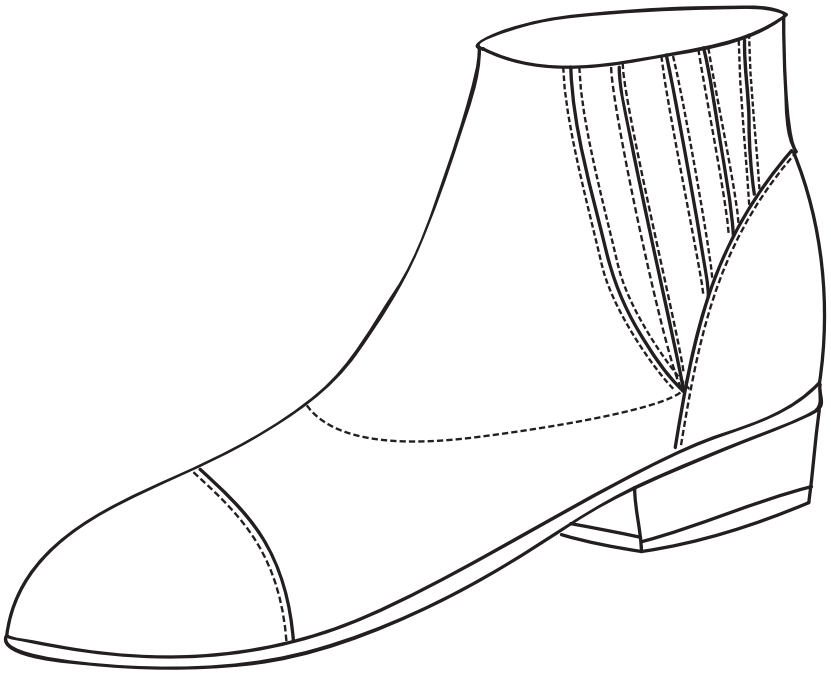
TEMPORADA: Otoño/Invierno 201 6

DESCRIPCIÓN Botín tipo Chelsea de un color , con dos texturas, con detalles en la zona del elástico de colo r.	CAPELLAD A (2 opciones de color) a) Cuero de vacuno negro con cuero rojo y reno negro . b) Cuero de vacuno color cafe, con cuero azul y reno cafe.	FORRO badana SISTEM A CONSTRUCCTIVO: Cementado o Pegado

PLAN TA: Suel a	HORMA: 152720	NÚMERO: 36-4 0	TAPILLA: Goma 3 mm	TACO: madera 3cm

PLANTILL A DE ARMADO: celulosa y eva .	COSTURAS Al borde 2mm, aguja punta en sd . Hilo: Hilo cafe y negro N° 6 0.	OTROS: Elástico color rojo .

TERMINACIONES: Elástico segun color de cuero, une las terminaciones de los cueros segnmentados en el costado del zapato. Timbrado suela y talón lado externo.



MILLAMARTINEZ

Colección PERPETUAS

Línea Clásica

MODELO: Antonia Tarragó

TEMPORADA: Otoño/Invierno 201 6

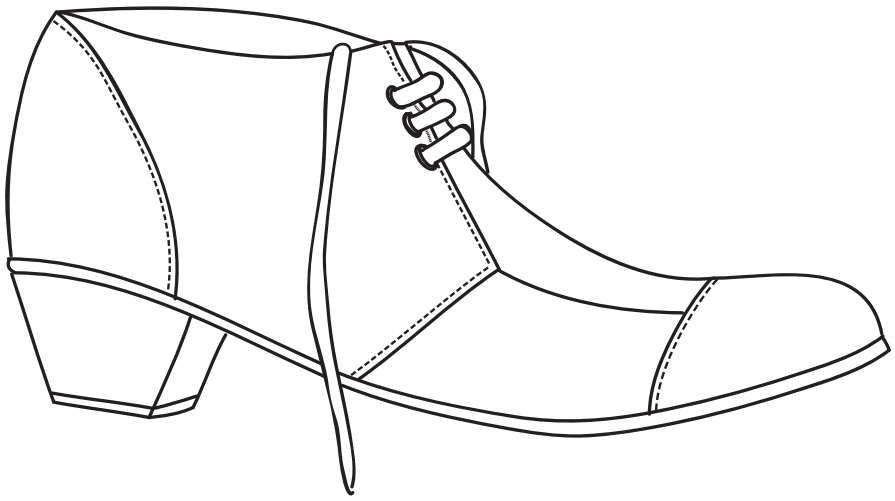
DESCRIPCIÓN Zapato bicolor , con taco de 5 cm, utiliza la pala del derby dentro del reina, generando un calzado más firme y femenino	CAPELLAD A (2 opciones de color) a) Cuero de vacuno cafe, con cuero rojo y reno rojo. b) Cuero de vacuno color cafe, con cuero azul y reno azul.	FORRO badana SISTEM A CONSTRUCCTIVO: Cementado o Pegado

PLAN TA: Suel a	HORMA: 3708	NÚMERO: 36-4 0	TAPILLA: Goma 3 mm	TACO: madera 5 cm

PLANTILL A DE ARMADO: celulosa y eva .	COSTURAS Al borde 2mm, aguja punta en sd . Hilo: Hilo cafe N° 6 0.	OTROS: 6 ojetillos por pieza

TERMINACIONES:

·Timbrado suela y talón lado externo.



MILLAMARTINEZ

Colección PERPETUAS

Línea Impetu

MODELO: María Cornelia Olivares

TEMPORADA: Otoño/Invierno 201 6

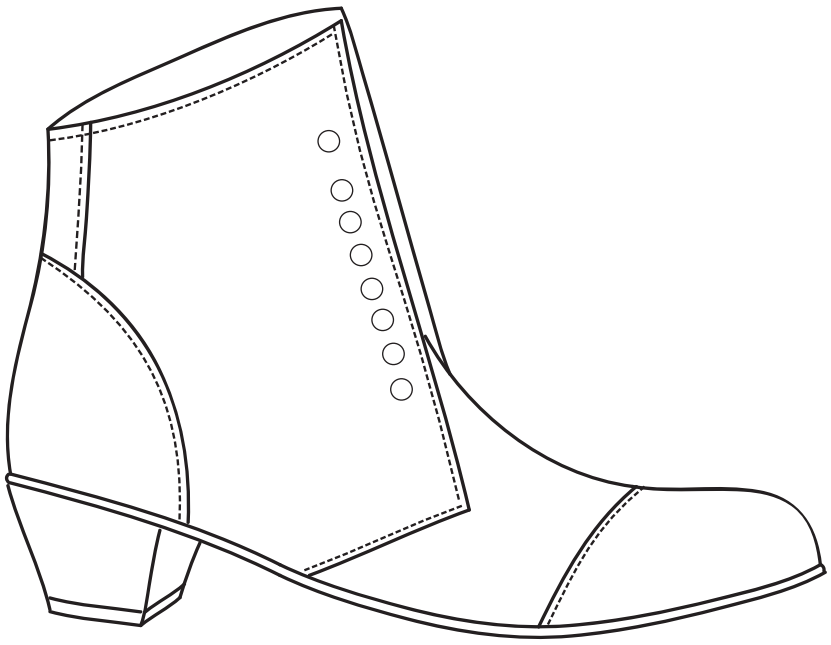
DESCRIPCIÓN	CAPELLAD A (2 opciones de color)	FORRO
Botín con taco tipo victoriano diseña - do en base a tres texturas distitnas (cuero, reno, richato(textura charol))	a) Cuero de vacuno negro, con richato negro y reno negro. b) Cuero de vacuno colchevino, con richato coolchevino y reno colchevino .	badana SISTEM A CONSTRUCCTIVO: Cementado o Pegado

PLAN TA: Suel a	HORMA: 3708	NÚMERO: 36-4 0	TAPILLA: Goma 3 mm	TACO: madera 5 cm

PLANTILL A DE ARMADO:	COSTURAS	OTROS:
celulosa y eva .	Al borde 2mm, aguja punta en sd . Hilo: Hilonegro, colchevino N° 6 0.	16 ojetillos por piez a

TERMINACIONES:

·Timbrado suela y talón lado externo.



MILLAMARTINEZ

Colección PERPETUAS

Línea Impetu

MODELO: Rosario Ortiz .

TEMPORADA: Otoño/Invierno 201 6

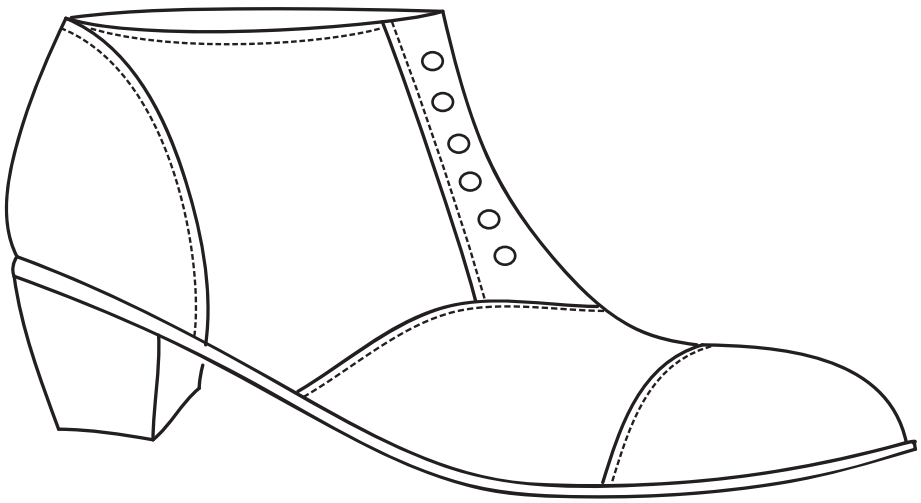
DESCRIPCIÓN Botín taco, diseñado en base a dos texturas, charol y cuero.	CAPELLAD A (2 opciones de color) a) Cuero de reno negro, con richato negro b) Cuero de reno colchevino, con richato coolchevino .	FORRO badana SISTEM A CONSTRUCCTIVO: Cementado o Pegado

PLAN TA: Suel a	HORMA: 3708	NÚMERO: 36-4 0	TAPILLA: Goma 3 mm	TACO: madera 5 cm

PLANTILL A DE ARMADO: celulosa y eva .	COSTURAS Al borde 2mm, aguja punta en sd . Hilo: Hilo negro, colchevino N° 6 0.	OTROS: 10 ojetillos por pieza

TERMINACIONES:

·Timbrado suela y talón lado externo.



MILLAMARTINEZ

Colección PERPETUAS

Línea Impetu

MODELO: Carmen Jeri a

TEMPORADA: Otoño/Invierno 201 6

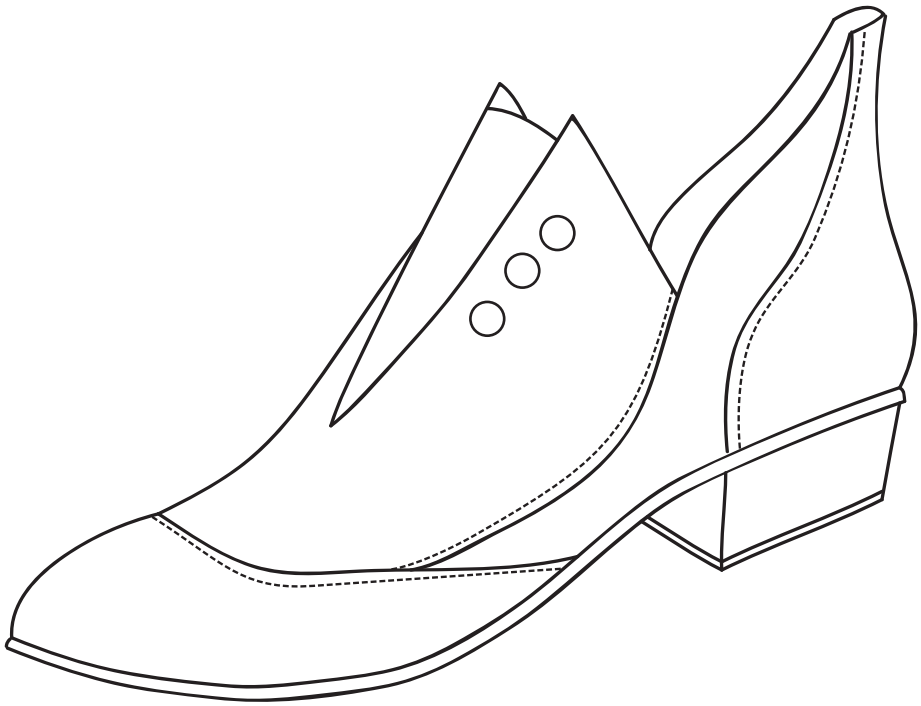
DESCRIPCIÓN	CAPELLAD A (2 opciones de color)	FORRO
Botín con taco 3cm, diseñado en base a 3 texturas, y en distintos tonos de colo r.	a) Cuero de cuero negro, reno negro, con richato negro b) Cuero de cuero colchevino, reno colchevino, con richato coolchevino.	badana SISTEM A CONSTRUCCTIVO: Cementado o Pegado

PLAN TA: Suel a	HORMA: 3708	NÚMERO: 36-4 0	TAPILLA: Goma 3 mm	TACO: madera 3 cm

PLANTILL A DE ARMADO:	COSTURAS	OTROS: 6 ojetillos por pieza
celulosa y eva .	Al borde 2mm, aguja punta en sd . Hilo: Hilo negro, colchevino N° 60 .	

TERMINACIONES:

· Timbrado suela y talón lado externo.



MILLAMARTINEZ

Colección PERPETUAS

Línea Impet u

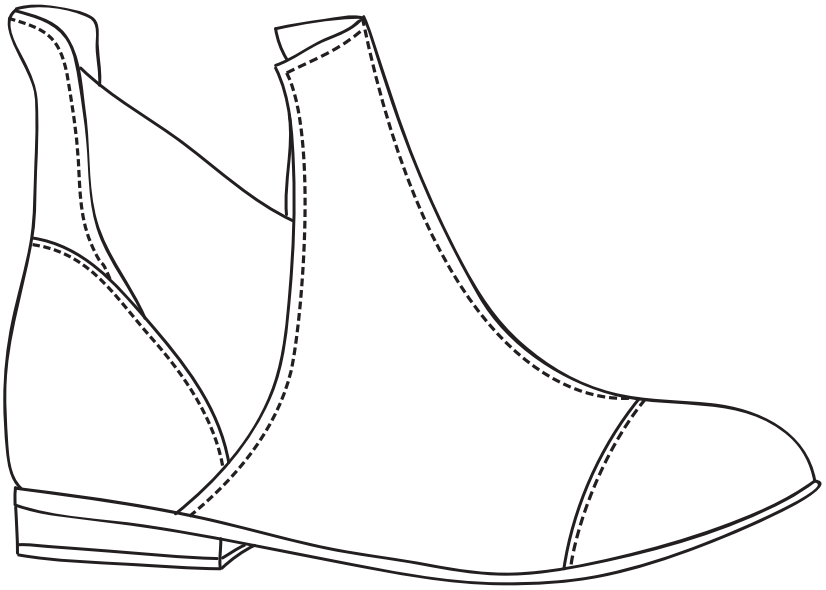
MODELO: Martina Barros Borgoñ o

TEMPORADA: Otoño/Invierno 201 6

DESCRIPCIÓN Botín tipo Chelsea, con cortes al costado.		CAPELLAD A (2 opciones de color) a) Cuero de vacuno color negro, richato negro, gamuza colchevino. b) Cuero de vacuno color colchevino, richato colchevino, gamuza negra.	FORRO badana SISTEM A CONSTRUCCTIVO: Cementado o Pegado	
PLAN TA: Suela	HORMA: 5994	NÚMERO: 36-40	TAPILLA: Goma 3 mm	TACO :
PLANTILL A DE ARMADO: celulosa y eva.	COSTURAS Al borde 2mm, aguja punta en sd. Hilo: Hilo rojo y negro N° 6 0.		OTROS: Cinta elástica color colchevino y negro.	

TERMINACIONES:

Timbrado suela y talón lado externo.



LAS ILUSTRACIONES LLEVADAS A CABO PARA LA COMUNICACIÓN SE EN CUENTRAN EN DESARROLLO.



CAPÍTULO 9

SISTEMA PRODUCTO IMDI

8.1 ESCENARIO MATERIAL

USO

FEMENINO
URBANO
COTIDIANO

FORMA Y FUNCIÓN

CALZADO COTIDIANO, DE CARACTER ATEMPORAL. QUE DESTACA VIDA UTIL DEL MATERIAL.



MATERIAS PRIMAS

CUERO
RENO
SUELAS
MADERA

SEMI ELABORADOS

CIERRES
HILOS
CORDONES
CHAROL

8.2 ESCENARIO DE TRANSFORMACIÓN

PROCESO DE FABRICACIÓN

Diseño de la colección y patronaje de las piezas.

Adquisición de materia prima (cuero) y demas materiales e insumos para la fabricación de calzado.

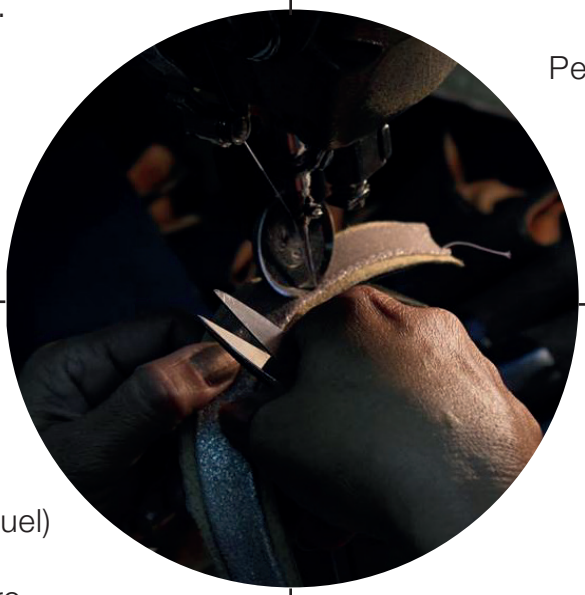
Corte de las piezas en relación a los patrone ya establecidos

ARMADO

Proceso de aparado (unión de las piezas), a cargo de un taller asociado.

Armado del zapato en horma, realizado por un experto zapatero.

Pegado de suela y taco, segun lo requerido, a cargo de un taller asociado.



TECNOLOGÍA

Uso de instrumentos de corte (chaveta, troquel)

Máquina de coser cuero.

Máquina para rebajar cuero.

Pie para armar.

Reactivador de pegado.

Máquina para prensar suelas.

Máquina para lijar y cepillar.

CONTROL DE CALIDAD

De carácter informal, dentro del proceso de fabricacion y armado, verificandose así solo la parte superficial en como se muestra el calzado.

8.3 ESCENARIO DE COMUNICACIÓN

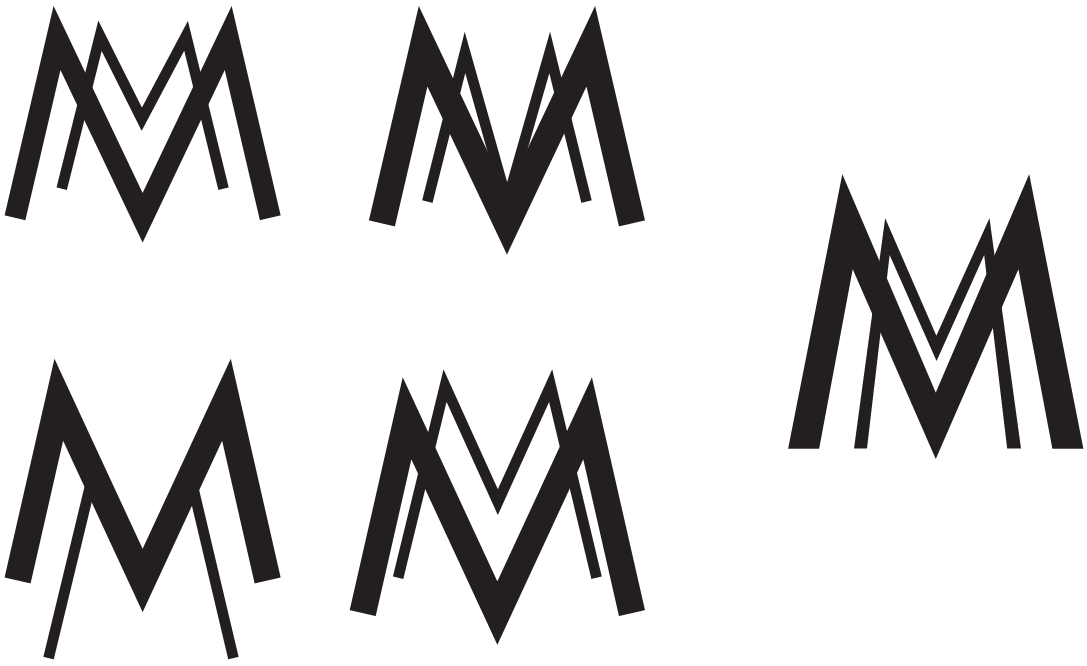
8.3.1 DISEÑO DE MARCA

Después de tener pasar por una opción de nombre de fantasía para la marca, se busca comunicar el emprendimiento hacia la cercanía con el público, por ende se crea una marca homónima, con la finalidad de que esta quede retenida en la memoria.

Para la simplificación de esta, se desarrolla la idea de un monograma, que dé cuenta del nombre y el apellido en este caso las dos M.

La imagen que se busca transmitir a través de la marca, se basa bajo el concepto de lo clásico y lo transgresor, en la cual la marca se desarrolla en blanco y negro, lo que otorga elegancia y sobriedad.

DESARROLLO DE PROPUESTAS
MONOGRAMA



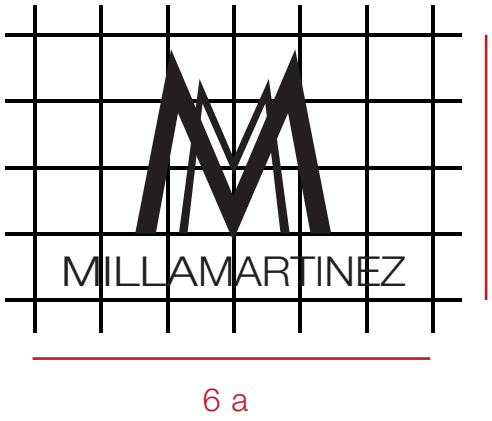
MARCA FINAL



Se busca comunicar el nombre de la marca bajo el monograma, este estará compuesto en una sola línea y dará cuenta de nombre abreviado y el apellido. De forma que se pueda utilizar solo el monograma o funcionar con el nombre abajo.

NORMAS GRÁFICAS

GRILLA CONSTRUCCIÓN
DE MARCA





Medida mínima para lectura adecuada de la marca es de 2 x 3 cm.
En el caso del monograma se trataría de 1,5 x1,5 cm.

TIPOGRAFÍA

MONOGRAMA

FUTURA BKBT
ABCDEFGH IJKLMÑNOPQRSTUVWXYZ
Abcdefghijklmnñopqrstuvwxyz
01223456789 !"•$%&/()=?

FUTURA LT BT
ABCDEFGH IJKLMÑNOPQRSTUVWXYZ
Abcdefghijklmnñopqrstuvwxyz
01223456789 !"•$%&/()=?

(La M interior se encuentra intervenida)



NOMBRE MARCA

HELVETICA NEUE

ABCDEFGH IJKLMÑNOPQRSTUVWXYZ
Abcdefghijklmnñopqrstuvwxyz
01223456789 !"•$%&/()=?

APLICACIÓN Y COLOR









PANTONE BLACK C

CMYK
OOO100

8.3.2 SOPORTE GRÁFICO



Visualización en de la marca en distintos soportes

APLICACIÓN DE LA MARCA EN EL PRODUCTO



Etíqueta interna de la planta de calzado, posee la marca y el icono que da cuenta de la materialidad del calzado.



Visualización en de la marca en cuero

8.3.3 PACKAGING

El packaging que tiene el producto, está compuesto por una caja de calzado, bolsas de papel que llevan el logo de la marca, bolsas de tela, que llevan tanto el logo de la marca como de la colección.

Dentro de las etiquetas que ofrece la colección para el calzado, esta la realización de ilustraciones que den cuenta del personaje en cuestión junto con un breve relato.

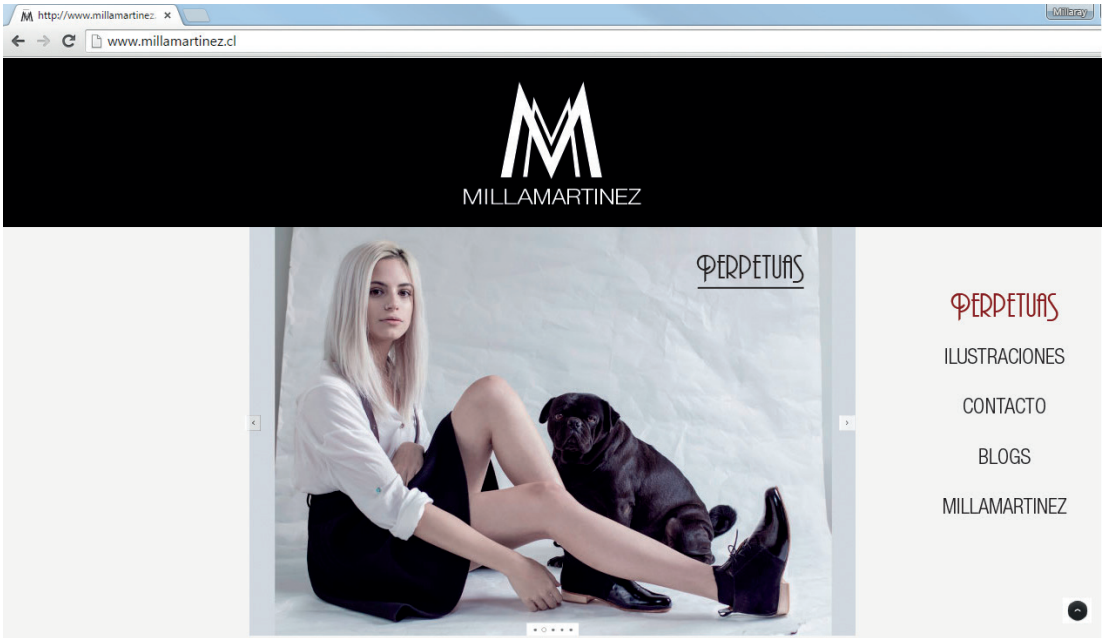
La idea es comunicar a través del zapato una historia.

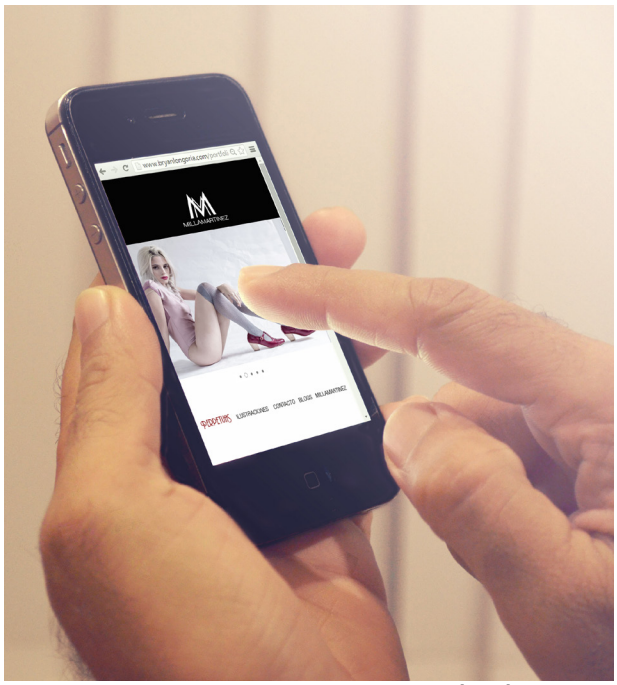




Arriba, visualización de bolsas de papel con la marca.
Abajo, visualización de etiqueta con ilustración para el zapato.

8.3.4 PUBLICIDAD





Arriba, visualización página web.
Abajo, aplicación para celular.

La comunicación de la marca se desarrollará a través de una página web propia de la marca, redes sociales, aplicación y catálogos para celular.

La idea de la pagina web, se desarrolla en base al calzado, la mujer, la colección y la historia.

8.4 ESCENARIO DE CONSUMO

8.4.4 DISTRIBUCIÓN

La distribución será llevada a cabo desde Santiago, a Valparaíso-Viña del Mar.

La distribución a otras regiones será llevada a cabo la venta indirecta llevada a cabo a través de la página web.

8.4.2 PUNTOS DE VENTA

Los puntos de venta van a ser llevado a través página web, como en ferias de diseño y calzado. Cabe destacar tambien la venta a traves de showroom, dentro del mismo taller.

Dentro de estas ferias de calzado y diseño destacan Taconeras, Ropero Paula, etc.



Afiche feria Taconeras 2015.

8.4.3 POSICIONAMIENTO

Mujeres entre 25 a 50 años, de estrato socioeconómico C1, C2.

8.4.4 PÚBLICO

“La mujer chilena independiente y empoderada”, mujeres con ingresos propios, entre los 25 y 50 años, correspondientes al estrato socioeconómico C1 y C2.




MILLA

CAPÍTULO 10

PLAN DE NEGOCIOS

9.1 DESCRIPCIÓN DEL EMPRENDIMIENTO

MILLAMARTINEZ, es una marca homónima de calzado de autor, enfocada en el calzado clásico/ atemporal confeccionado en base a materiales nobles y en el trabajo asociativo con fin de revalorizar el oficio del zapatero.

MISIÓN
Rescatar el oficio del zapato, a través de un calzado femenino que vincula la historia de hechos pasado a la mujer de hoy, con alta calidad de diseño y oficio, que represente a la mujer de hoy.

VISIÓN
Abarcar el mercado del calzado a nivel nacional, siendo un referente en cuanto al oficio y calidad en el diseño de nuestro calzado.

EQUIPO DE TRABAJO

MILLAMARTINEZ

DISEÑADOR
Dirección General
(diseño, gestión y
comunicación)

ASOCIADOS

TALLER DE ARMADO
Armado en horma de piezas
aparadas, entapado,
prefinito y timbrado

TALLER DE APARADO
Unión de piezas del calzado.

PRODUCTO

OBJETIVOS A CORTO PLAZO

0 -12 MESES

Generar un plan de negocios que permita la producción, venta y la sostenibilidad del emprendimiento.

Posicionar la marca dentro del calzado de autor en el país.

Venta de productos a través de plataformas digitales.

Asociación en tiendas de diseño de autor para la comercialización de los productos.

Difundir el concepto de la marca y sus colecciones.

Destacar en artículos de revistas sobre diseño de autor.

Dar énfasis en el relato que genera el producto.

OBJETIVOS A MEDIANO PLAZO

0 -24 MESES

Asociarse con más marcas de calzado de autor y generar la venta en showrooms entre
las regiones más capitalizadas del país.

Reconocimiento de la marca a nivel nacional

Establecer proveedores y asociados de forma fija.

Desarrollo de la segunda colección.

OBJETIVOS A LARGO PLAZO

0 - 36 MESES

Asociarse a la FEDECCAL, para generar nuevas oportunidades.

Ir a eventos y ferias relacionadas directamente con el mundo del calzado nacional (Taconeras)

Desarrollo de taller propio.

Desarrollo de diseños de accesorios para el calzado.

ANÁLISIS FODA

FORTALEZAS

Productos atemporales y exclusivos.
Productos confeccionados por materiales nobles y de origen nacional.
Distribución a nivel nacional.
Contar un relato de carácter local a través del zapato.
Venta directa e indirecta.
Emprendimiento ligado al rescate y la revalorización del oficio.

OPORTUNIDADES

Auge del diseño de autor.
Revalorización del oficio, el “boom” del calzado nacional.
Producción a baja escala, exclusividad
Calzado atemporal.
Acercamiento a través de las redes sociales.
Ferias y eventos ligados al diseño de calzado.
Alianzas estratégicas con asociaciones nacionales relacionadas al cuero y calzado.
Consumidor receptivo a productos innovadores.

DEBILIDADES

Poca experiencia dentro del rubro
Ausencia de punto de venta.
Ausencia de taller propio.
Productos de costo elevado debido a la exclusividad.

AMENAZAS

Posicionamiento menor al que ofrece el mercado.
Utilización de materiales de origen animal, reduce la cantidad de público.
Competencia de diversos emprendimientos enfocados al calzado atemporal.
Competencia con el mercado, calzado de exportación a bajo costo.

9.2 MODELO DE NEGOCIO

CANVAS

ALIANZAS CLAVES

Proveedores de cueros (cueromarket)
Proveedores de insumos
Talleres asociados de calzado FEDECCAL
Marcas de calzado de autor
Transporte productos (despacho)
Productoras de Moda

ACTIVIDADES

Producciones de Moda.
Participación en página web y redes sociales.
Participación en ferias y exposiciones locales de productos nacionales.

RECURSOS

Alta calidad de productos.
Mano de Obra calificada.
Estrategia de comunicación.
Garantía del producto.

PROPUESTA DE VALOR

Propuesta en base al calzado clásico y atemporal, enfocado en la representación femenina dentro de la historia

Mediante la revalorizaciín y el rescate tanto de la mujer como del oficio.
Desarrollado en base a materias primas de origen nacional

RELACIÓN CON EL CLIENTE

Redes sociales.
Medios de comunicación relacionados a la Moda
Punto de venta (showroom).

CANALES

Redes sociales
Pagina web o mail
Producciones editoriales.

CLIENTES

Mujer Chilena independiente y empoderada.

Mujeres entre 25 y 50 años, que gusta de destacarse entre su círculo a traves de nuevas propuestas en sus accesorios e indumentaria.

ESTRUCTURA DE COSTOS

Remuneración personal.
Inversión insumos materiales.
Remuneración talleres asociados
Inversión en comunicación
Transporte

FUENTES DE INGRESO

Venta directa o indirecta de calzado

9.3 PRODUCCIÓN DE LA COLECCION

La metodología de trabajo para llevar a cabo el emprendimiento pasa por distintas etapas, siendo la primera de estas, la investigación de diseño, etapa en la cual se genera una búsqueda según el interés y la idea a desarrollar.

La segunda etapa está dada por el proceso creativo, el cual define propuestas y materialidad, las que están guiadas bajo un concepto.

La tercera etapa se basa en la producción, etapa de gran importancia, ya que es en esta en donde se desarrollan las alianzas, ya sea con proveedores o con talleres asociados en donde se desarrollan los prototipos.

Se desarrolla una cantidad de dos opciones de calzado por modelo, los cuales estarán limitados por el número de talla que posee el calzado.

Cuarta etapa presentación de la colección, se da a conocer la marca dentro de las redes sociales y de la página propia, en donde se dé cuenta de la colección y el relato que quiere entregar.

En esta etapa también es de importancia las alianzas con productores de moda o medios de comunicación ligados al diseño de autor.

Última etapa, se basa en la venta del producto, de forma directa o indirecta.

ESQUEMA ACTORES PROCESO PRODUCTIVO
(etapa producción)



PRODUCTO

DISEÑADOR

PROVEEDORES

TALLERES ASOCIADOS

9.4 EVALUACIÓN ECONÓMICA

RECURSOS ECONOMICOS	Financiamiento a corto plazo Inversión propia Préstamos bancarios Fondos públicos
RECURSOS HUMANOS	Producción Diseñador y operario de Moldaje de calzado.
RECURSOS PRODUCTIVOS	Taller de diseño y modelado de calzado. INSUMOS Hormas, cueros, tacos, suelas, remaches, herramientas TALLERES ASOCIADOS Aparado Prefinito Armado Entapado
RECURSOS COMUNICACIÓN	COMUNICACIÓN Pagina web, packaging

INVERSIÓN

TALLER	**$**	**1.029.000**
1 MESON	$	100.000
1 MESON DE CORTE	$	100.000
2 Sillas	$	30.000
Luminaria	$	50.000
Escuadras	$	10.000
Lápiz plata	$	2.000
Chavetas	$	7.000
Pliegos de papel	$	10.000
12 Hormas taco 5 cm	$	240.000
12 Hormas taco 3 cm	$	240.000
12 Hormas zapato plano	$	240.000
OFICINA	**$**	**1.675.000**
1 Escritorio	$	60.000
1 Silla	$	30.000
Macbook PRO	$	1.000.000
Impresora	$	500.000
Materiales oficina	$	20.000
2 Cuño de metal para timbrar	$	65.000
PAGINA WEB	**$**	**550.000**
Página WEB	$	550.000
PROVEEDORES	**$**	**1.810.000**
Taller aparado	$	180.000
Corte	$	90.000
Prefinito	$	180.000
Armado	$	120.000
Timbrado	$	12.000
Etiquetas	$	40.000
Packaging	$	40.000
Materiales	$	1.148.000
DISEÑO	**$**	**2.900.000**
Diseñador	$	2.900.000
TOTAL	**$**	**7.964.000**

Materiales para la Colección		
Tacos	$	22.500
Suelas	$	270.000
Tapillas	$	13.500
Cordones	$	9.000
Remache	$	5.000
Cuero	$	648.000
Forro	$	180.000

INSUMOS

TALLER	**$**	**450.000**
Arriendo	$	350.000
Gastos básicos	$	50.000
Transporte	$	50.000
IMAGEN,MARCA Y PUBLICIDAD	**$**	**70.000**
Página web anual	$	70.000
REMUNERACIONES	**$**	**550.000**
Asistente	$	500.000
Contador	$	50.000
TOTAL	**$**	**1.070.000**

COSTOS FIJOS MENSUALES

COSTO FINAL DE PRODUCTO

CALZADO	MATERIAL	INSUMOS	COSTO DE PRODUCCIÓN	DISEÑO	COSTO TOTAL
María Cornelia Olivares	12.000	3.556	12.300	50.000	77.856
Rosario Ortiz	12.000	3.556	12.300	50.000	77.856
Juana Roldán	12.000	3.206	12.300	40.000	67.506
Carmen Jeria	12.000	3.500	12.300	40.000	67.800
Martina Barros Borgoño	9.000	3.250	5.600	25.000	42.850
Delia Matte Perez	6.000	3.250	5.600	20.000	34.850
Matilde Branhna	12.000	3.250	5.600	20.000	40.850
Eloísa Díaz	12.000	3.250	6600	30.000	51.850
Antonia Tarragó	9.000	3.556	6600	35.000	54.156

INVERSION INICIAL	$7.964.000
COSTOS MENSUALES	$1.070.000
TOTAL	**$9.034.000**

PORCENTAJE DE RECARGO	PRECIO NETO	IVA	PRECIO VENTA	UTILIDAD DISEÑADOR	UTILIDAD POR PAR DE ZAPATO
30%	101212,8	19.230	120.443	50.000	42.587
30%	101212,8	19.230	120.443	50.000	42.587
30%	87757,8	16.674	104.432	40.000	36.926
30%	88140	16.747	104.887	40.000	37.087
30%	55705	10.584	66.289	25.000	23.439
30%	45305	8.608	53.913	20.000	19.063
30%	53105	10.090	63.195	20.000	22.345
30%	67405	12.807	80.212	30.000	28.362
30%	70402,8	13.377	83.779	35.000	29.623

BIBLIOGRAFÍA

Kassai, L. B. (2000). Cuero, calzado y afines en Chile:¿una industria en desaparición o en búsqueda de un nuevo destino?. CEPAL.

Cervini, A., & Kayser, J. (2004). Identidad estratégica. Centro Metropolitano de Diseño, Buenos Aires.

Saulquin, S. (2006). Historia de la moda Argentina: del miriñaque al diseño de autor. Emecé.

Calvo, Sofía. (2013). Relatos de Moda. Chile

Rodríguez, M, Jofré, M, & Jaquez, F. (2013). Atelier CL, Chile: Una mirada al diseño de autor chileno y su relación con el mercado actual.

Algunas, otras. Linaje de mujeres para el Bicentenario
X Zavala San Martín - Santiago, Corporación Humanas, 2010

Martínez, M. (2015). Identificación de factores de posicionamiento dentro del Calzado de Autor “Made in Chile”, en relación a los factores del concepto marca país de origen, en la ciudad de Santiago.

http://creadoenchile.cl/
http://blog.euromonitor.com/
http://www.economiaynegocios.cl/noticias/noticias.asp?id=139477
http://www.vistelacalle.com/
http://www.quintatrends.com/
http://www.memoriachilena.cl/602/w3-channel.html
http://www.fedeccal.cl/
http://www.conferre.cl/archivos/otros-dptos/Realidad_Mujer_Chile.pdf

PRESENCIALES

Curso Bases para la confección y construcción de calzado. Isabel Miranda. Enero 2015.

Calzado hecho a mano, mesa redonda en torno al zapato hecho a mano en chile.
Oscar Ríos. 6 de Noviembre 2014