

**DISEÑO DE CALZADO, PARA COMUNICAR ELEMENTOS DE IDENTIDAD DE LA CULTURA DEL
EJE CAFETERO**

MANUELA TORO HENAO

1087492935



UNIVERSIDAD CATÓLICA DE PEREIRA

DISEÑO INDUSTRIAL

NOVIEMBRE DE 2018

**DISEÑO DE CALZADO, PARA COMUNICAR ELEMENTOS DE IDENTIDAD
DE LA CULTURA DEL EJE CAFETERO.**

MANUELA TORO HENAO

Código: 1087492935

ALEJANDRA VALENCIA CIFUENTES

Tutor

UNIVERSIDAD CATOLICA DE PEREIRA

DISEÑO INDUSTRIAL

TALLER DE PROYECTOS 8

PEREIRA

2018

Agradecimientos

Agradezco a mi abuela Marleny Henao por el apoyo y el amor que siempre me han brindado y que siempre ha estado preocupada por mi y por el desarrollo de mis labores en esta etapa de mi vida.

Agradezco inmensamente a todas las personas que han colaborado en este trabajo de grado, que me han asesorado en todas las etapas de este trabajo y que me han prestado su valiosa atención y que supieron transmitir sus conocimientos de una forma correcta, para que de este modo, lograra la finalización de todas aquellas actividades relacionadas con el presente trabajo. A todos ellos, muchas gracias.

Tabla de Contenido

| | |
|--|----|
| INTRODUCCIÓN | 12 |
| 1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA | 13 |
| 1.1 Descripción del problema | 13 |
| 1.2 Pregunta de Investigación | 14 |
| 2. JUSTIFICACIÓN | 15 |
| 3. OBJETIVOS | 17 |
| 3.1 Objetivo General | 17 |
| 3.2 Objetivos Específicos..... | 17 |
| 4. MARCO TEÓRICO..... | 18 |
| 4.1 El Diseño De Calzado Desde El Enfoque Del Diseño Industrial..... | 18 |
| 4.2 Elementos Culturales Colombianos..... | 18 |
| 4.2.1 El Café Y Su Identidad Cultural..... | 20 |
| 4.2.2 Café Aspectos Socio Culturales..... | 24 |
| 4.2.3 Cultivo Tradicional Del Café..... | 26 |
| 4.2.4 Contexto Del Calzado De Los Caficultores..... | 28 |
| 4.2.5 El Calzado Desde El Enfoque De Identidad Cultural..... | 31 |
| 4.2.6 La Ergonomía Del Calzado..... | 32 |
| 4.2.7 Ley 905 de 2004..... | 50 |
| 4.2.8 Resolución No. 510 del 19 de marzo de 2004..... | 50 |
| 4.2.9 Registro de marcas..... | 50 |
| 4.2.10 Normatividad Ambiental..... | 51 |
| 5. METODOLOGÍA DE DISEÑO | 52 |
| 5.1 Metodología Seleccionada | 52 |
| 5.2 Design Thinking..... | 53 |
| 5.3 Idear:..... | 55 |
| 5.4 Creación de prototipos | 57 |
| 5.5 Testear | 57 |
| 6. ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE HALLAZGOS..... | 60 |
| 6.1 Entrevistas | 60 |
| 6.1.1 Agualuna..... | 60 |

| | | |
|-------|---|----|
| 6.1.2 | Nacarada..... | 60 |
| 6.1.3 | Expertos..... | 60 |
| 6.2 | Encuestas..... | 62 |
| 6.2.1 | Encuesta gustos en el calzado. | 62 |
| 6.2.2 | Análisis de Datos..... | 63 |
| 6.2.3 | Encuestas Eje Cafetero. | 64 |
| 6.2.4 | Observaciones. | 67 |
| 7. | ANÁLISIS DE TIPOLOGÍAS | 68 |
| 7.1 | Análisis Comparativo..... | 68 |
| 7.2 | Análisis Individual | 71 |
| 7.3 | Requerimientos Del Producto | 73 |
| 7.4 | Concepto De Diseño..... | 75 |
| 7.5 | Alternativas De Diseño Propuestas | 76 |
| 7.5.1 | Alternativas previas al Scamber: | 80 |
| 7.5.2 | Alternativa 2: | 81 |
| 7.5.3 | Alternativa 4: | 82 |
| 7.5.4 | Alternativa 5: | 83 |
| 7.5.5 | Alternativa6: | 83 |
| 7.6 | Evaluación De Alternativas..... | 84 |
| 7.7 | Diseño De Detalles..... | 85 |
| 7.8 | Modelos Y/O Simuladores | 86 |
| 7.9 | Propuesta Definitiva..... | 88 |
| 7.10 | Render | 89 |
| 7.11 | Secuencia De Uso..... | 90 |
| 7.12 | Planos Técnicos..... | 91 |
| 7.13 | Despiece | 92 |
| 7.14 | Proceso Productivo..... | 93 |
| 7.15 | Materiales Especificaciones | 94 |
| 7.16 | Prototipo..... | 96 |
| 7.17 | Costos De Producción | 97 |
| 7.18 | Viabilidad Comercial | 98 |
| 7.19 | Comprobación Video Usuario..... | 99 |

| | | |
|------|-----------------------------------|-----|
| 8. | CONCLUSIONES | 100 |
| 9. | BIBLIOGRAFÍA | 102 |
| 10. | APÉNDICES Y ANEXOS | 105 |
| 10.1 | Registro - Trabajo De Campo | 105 |

Lista de figuras

| | |
|--|----|
| Figura 1. Café Águila Roja..... | 22 |
| Figura 2. Juan Valdez y su mula Conchita..... | 23 |
| Figura 3. Sello de café de Colombia..... | 24 |
| Figura 4. La familia del caficultor..... | 25 |
| Figura 5. Recolección manual del grano..... | 26 |
| Figura 6. Taxonomía de la planta de café..... | 28 |
| Figura 7. Atuendo típico del caficultor..... | 29 |
| Figura 8. Oficio artesanal de la alpargata..... | 30 |
| Figura 9. Arquitectura del siglo XIX..... | 34 |
| Figura 10. Arquitectura religiosa del eje cafetero..... | 35 |
| Figura 11. Arriero Antioqueño y alpargatas..... | 36 |
| Figura 12. Esquema Eje Cafetero.y Triángulo de oro de Colombia..... | 37 |
| Figura 13. Mítico..... | 39 |
| Figura 14. Más, es Más..... | 40 |
| Figura 15. Tenis con arte Huichol..... | 41 |
| Figura 16. Calzado con diseños inspirados en culturas indígenas..... | 43 |
| Figura 17. Free Customs..... | 44 |
| Figura 18. Calzado personalizable femenino..... | 45 |
| Figura 19. Design Thinking..... | 53 |
| Figura 20. Mapa de empatía..... | 54 |
| Figura 21. Propuesta de valor..... | 55 |
| Figura 22. Scamper..... | 56 |
| Figura 23. Flujo de trabajo..... | 57 |
| Figura 24. Análisis de juicio de expertos 1..... | 58 |
| Figura 25. Análisis de juicio de expertos 2..... | 59 |
| Figura 26. Tipologías de calzado..... | 68 |
| Figura 27. Tipologías de suelas..... | 69 |
| Figura 28. Expresiones culturales tradicionales..... | 70 |
| Figura 29. Paisaje Cultural Cafetero..... | 77 |
| Figura 30. Hoja del palo de café..... | 77 |
| Figura 31. Flor del café..... | 78 |
| Figura 32. Café Verde..... | 78 |
| Figura 33. Café Maduro..... | 79 |
| Figura 34. Café Seco..... | 79 |
| Figura 35. Alternativas previas al Scamper..... | 80 |
| Figura 36. Detalle suela y puntera..... | 85 |
| Figura 37. Detalle cordones..... | 85 |
| Figura 38. Simulador 1..... | 86 |
| Figura 39. Simulador 2..... | 86 |
| Figura 40. Simulador 3..... | 87 |
| Figura 41. Simulador 4..... | 87 |
| Figura 42. Prototipo 1..... | 89 |
| Figura 43. Prototipo 2..... | 89 |
| Figura 44. Planos técnicos..... | 91 |
| Figura 45. Despiece 1..... | 92 |

| | |
|--|-----|
| Figura 46. Prototipo..... | 96 |
| Figura 47. Video de comprobación. | 99 |
| Figura 48. Proceso de construcción..... | 105 |
| Figura 49. Proceso de armado. | 106 |
| Figura 50. Extracción de exceso de tela y proceso de refuerzo..... | 106 |
| Figura 51. Proceso de pegado..... | 107 |
| Figura 52. Producto armado y Proceso de remachado. | 107 |

Tabla de ilustraciones

| | |
|--|----|
| Ilustración 1. Encuestas de gustos..... | 63 |
| Ilustración 2. Lugares..... | 65 |
| Ilustración 3. Relación con el eje cafetero..... | 66 |
| Ilustración 4. Alternativa 1..... | 81 |
| Ilustración 5. Alternativa 2..... | 81 |
| Ilustración 6. Alternativa 3..... | 82 |
| Ilustración 7. Alternativa 4..... | 82 |
| Ilustración 8. Alternativa 5..... | 83 |
| Ilustración 9. Alternativa 6..... | 83 |
| Ilustración 10. Alternativa 5..... | 88 |
| Ilustración 11. Alternativa 6..... | 88 |
| Ilustración 12. Secuencia de uso..... | 90 |
| Ilustración 13. Proceso productivo..... | 93 |
| Ilustración 14. Materiales y Especificaciones 1..... | 94 |
| Ilustración 15. Materiales y Especificaciones 2..... | 95 |

Tabla de tabla

| | |
|---|----|
| Tabla 1. Calzado con personalización..... | 71 |
| Tabla 2. Cuadro 2. Artesanos Grabadores..... | 71 |
| Tabla 3. Shoe Lovers..... | 72 |
| Tabla 4. Shoe Lovers..... | 72 |
| Tabla 5. Creaciones Artesanos Guatemaltecos..... | 73 |
| Tabla 6. Requerimientos de uso..... | 74 |
| Tabla 7. Requerimientos técnico-productivos y de función..... | 74 |
| Tabla 8. Requerimientos formal - estético..... | 75 |
| Tabla 9. Diagrama para obtención de concepto de diseño..... | 75 |
| Tabla 10. Evaluación de alternativas..... | 84 |
| Tabla 11. Presupuesto..... | 97 |
| Tabla 12. Viabilidad Comercial..... | 98 |

RESUMEN

Documento de proyecto de grado para acceder al título de Diseñador Industrial, donde se planteó el diseño de calzado, para comunicar elementos de identidad de la cultura del eje cafetero. Para realizar el diseño de producto, se utilizó la metodología de diseño Design Thinking. Este trabajo se centró principalmente en como asociar elementos de la cultura cafetera en el desarrollo del calzado, su relación con el usuario y como este le aporta una mayor relación producto – identidad.

En el presente documento se podrá encontrar cada uno de los pasos para llegar al diseño de un calzado con inspiración en la cultura del eje cafetero. De este modo se desarrollan a detalle cada uno de los parámetros que inspiraron los elementos de diseño que conforman el producto.

La metodología de diseño Design Thinking permitió llevar bajo un control cada uno de estos pasos logrando la obtención de entregables que permitiera seguir adelante con la idea de diseño, se analiza los elementos principales que hacen parte de la identidad cultural del eje cafetero: la vestimenta, los cafetales, la viviendas propias de la época colonial y partes culturales de la propia gente con esto se logra llegar a una idea de diseño.

Palabras clave: Identidad cultural, Paisa, Paisaje Cultural Cafetero, Calzado, Design Thinking.

ABSTRACT

Degree Project document to Access the title of Industrial Designer, where the design of shoes was raised to communicate elements of the culture of Eje Cafetero. To design the product, it used the Design Thinking methodology. This work was focused in how to associate elements of the coffee culture in the development of shoes, its relationship with the user and how it provides a greater product to identify relationship.

In this document you can find each of the steps to reach the design of a shoe inspired by the culture of the coffee axis. In this way, each of the parameters that inspired the design elements that make up the product are developed in detail.

The Design Thinking design methodology allowed each of these steps to be controlled, obtaining deliverables that would allow the design idea to continue, analyzing the main elements that make up the cultural identity of the coffee axis: clothing, the coffee plantations, the own houses of the colonial period and cultural parts of the people themselves with this is achieved to arrive at an idea of design.

Keywords: Cultural identity, Paisa, Coffee Cultural Landscape, Footwear, Design Thinking

INTRODUCCIÓN

En el presente documento se propone el diseño de calzado, para comunicar elementos de identidad de la cultura del eje cafetero. Se realiza principalmente con el fin de generar un calzado que se diferencie por el uso de elementos de identidad propios de dicha cultura, resaltando sus elementos de importancia, debido a que la pérdida de identidad conduce inevitablemente a la pérdida definitiva de tradiciones y expresiones culturales. Para realizar el diseño del producto, se pretende utilizar la metodología de diseño Design Thinking; debido a que esta, inicialmente busca el entendimiento, luego analiza las percepciones de los usuarios, seguido a esto imagina soluciones creativas, hasta llegar a la obtención de un prototipo que le permita realizar una retroalimentación de la solución aportando un valor real, al proceso de diseño.

Este trabajo se centra principalmente en como asociar elementos de la cultura cafetera en el desarrollo del calzado, su relación con el usuario y como este le aporta una mayor relación producto – identidad, por lo que se limita a la parte formal del diseño mediante el cumplimiento de los requerimientos de diseño establecidos. Además, se realizó por el interés de resaltar culturalmente la región, mediante la esquematización de sus componentes utilizando herramientas de diseño, por lo cual se seleccionó un tema que generara identidad en los usuarios objetivo.

El objetivo principal del presente trabajo es el diseño de calzado, para comunicar elementos de identidad de la cultura del eje cafetero. Para lo cual se desarrollará a lo largo de este escrito una recolección de temas que permite identificar cada uno de los aspectos principales a tener en cuenta, que permita el cumplimiento del objetivo planteado.

1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

1.1 Descripción del problema

Colombia es un país diverso, y es reconocido por su variedad de culturas a lo largo de todo el territorio; donde cada una de ellas se identifica por un variado tipo de particularidades (acentos, formas de vida, pensamientos, costumbres, refranes, medio ambiente, paisajes, características culturales).

Sin embargo, hablar de diversidad no solo lleva a referenciar este término en elementos distintivos como la fauna, la flora, los climas, las frutas, los olores y sabores; todos estos hacen parte de la riqueza natural y cultural de Colombia sino también elementos tan diversos como las características culturales propias de cada región. Singularidades que son muy distintivas de cada región, y que pueden ser resaltadas en el diseño de calzado; pero que debido a las tendencias que saturan el mercado, han venido en detrimento. Generando productos sin mayor diferenciación, y que no traen a colación elementos de identidad cultural. Todas estas particularidades pueden ser aprovechadas debido a la gran diversidad cultural de este país.

Una forma de patrimonio no material son los elementos que caracterizan y dan identidad a una región que durante su historia construyó unas características propias a partir de un cultivo que aportó en el desarrollo de la región y el país, como lo es el café; el cual aportó en la creación de un imaginario propio, llegando al punto de modificar los atributos paisajísticos, culturales y de vestimenta.

En este punto, el problema de investigación pretende de manera particular el diseño de calzado, soportado en temáticas como la cultura, el café, el paisaje, el vestuario y todas aquellas

singularidades de la región; que permitan comunicar elementos de identidad de la cultura del eje cafetero.

El problema se delimita al diseño de calzado. Con diseños en los que se integra elementos propios de la identidad cultural del eje cafetero. Aplicados a la obtención de un producto mediante el uso de las herramientas del Diseño Industrial en la materialización de una idea que se basa en elementos **culturales y de identidad**. Apartándose de las tendencias actuales, que evaden el uso de elementos de este tipo

El estudio pretende diseñar calzado, que se diferencie de aquellas tendencias del mercado en las cuales los factores de identidad culturales no tienen una gran relevancia y solo se limitan a producir escasas variaciones de modelos ya existentes o a eludir el uso de referentes de diseño; que llevan a que el consumidor no se sienta diferenciado con respecto a los productos utilizados. Por lo cual, los nuevos diseños deberán tener en consideración referentes de identidad, estéticos, simbólicos y comunicativos; que permitan la representación de la cultura, identidad y patrimonio del eje cafetero, en la materialización de una idea de diseño.

1.2 Pregunta de Investigación

¿Cómo asociar elementos de identidad de la cultura en el desarrollo de calzado, con el fin de resaltar la cultura cafetera?

2. JUSTIFICACIÓN

El diseño de calzado implica estampar una idea de producto que nace de la creatividad e inspiración del diseñador. Sin embargo, el producto final obtenido muchas veces dista de la idea inicial del diseñador, debido a restricciones de diseño y de economía del producto que varían la obtención del resultado final. Dichas restricciones se fundan en el hecho de que el calzado comúnmente es diseñado para procesos de fabricación en cadena, por eso aparecen todos estos inconvenientes en el proceso de diseño.

Partiendo desde esta premisa, se fundamenta la importancia del presente trabajo, ya que la utilización de elementos de identidad cultural sustrae de la monotonía del diseño al usuario y lo involucra en el interés por productos que resalten su identidad cultural. Aportándole una independencia del estándar de diseño disponible en el mercado.

Para la esquematización del nuevo producto, se debe realizar desde el punto de vista del cambio de elementos de diseño que permitan la representación de ese patrimonio cultural, evocando elementos de identidad de la cultura del eje cafetero. Por lo tanto, el desarrollo de este tipo de calzado debe ser abordado desde el punto de vista del diseñador industrial, puesto que permitiría establecer un puente entre el un producto que no se guía por las tendencias comunes y el usuario objetivo, buscando toda la información y los referentes necesarios para generar un calzado que realmente sea atractivo para el usuario. A diferencia de un diseñador de calzado que crean nuevos diseños o modifican los existentes, solo con la utilización de las tendencias de moda.

El resultado de esta investigación servirá en la preservación de la identidad cultural del eje cafetero mediante su representación en objetos como el calzado; resaltando su importancia ya que se evidencia una gran fragilidad de la diversidad cultural frente a la globalización. Además, la

aceptación de diversas formas de patrimonio cultural inmaterial le permite a una sociedad tan diversa como la colombiana, aportar al dialogo entre culturas y promover el respeto hacia los otros. Por otra parte, el sector de calzado puede encontrar en este proceso de diseño una forma de acercarse a sus clientes, mejorando la generación de valor de las empresas al crear productos que realmente responden a la identidad cultural de sus clientes.

Por esto la preservación de la identidad cultural, aparece como una ventana de oportunidad entorno a los procesos de diseño, debido a que transmiten un lenguaje que proyecta simplicidad, tradición, innovación y rebeldía con respecto a los estándares de diseño comunes, “ya que en nueve de cada diez veces, lo que diferencia a un zapato de otro, es la fábrica” (Knight, 2016); sin implementar elementos diferenciadores, sin probar ningún tipo de cosas nuevas, que generen cambios representativos.

De este modo el problema surge en el hecho de que para la gran mayoría de los fabricantes de calzado el negocio es la búsqueda total de beneficios, y punto, sin resaltar la importancia de aquellas tradiciones, se debe crear y contribuir partiendo desde el diseño, realizando mejoras, ofreciendo y aportando cosas nuevas a la vida de los usuarios, para que estén más sanos, más seguros y que hagan que se rescate todo aquello que lo hace parte de una sociedad; generando una participación de forma más activa, La pérdida de identidad cultural conduce inevitablemente a la pérdida definitiva de tradiciones y expresiones. Que finalmente conduce a perder los referentes de diseño propios de las regiones y que se tienda a generar productos sin lenguajes de diseño propios de las culturas. No obstante, esas mismas expresiones culturales y simbólicas, son las que más contribuyen a salvaguardar la identidad cultural de una región.

3. OBJETIVOS

3.1 Objetivo General

Diseñar calzado, de modo que comunique elementos de identidad de la cultura del eje cafetero.

3.2 Objetivos Específicos

- Aplicar un estudio de campo para la obtención de información cuantitativa (encuestas) y cualitativa (entrevistas, conversaciones y discusiones), que permita conocer los elementos de identidad que más caracterizan al usuario objetivo.
- Obtener el prototipo de calzado final mediante la utilización de la metodología Design Thinking. Consiguiendo unos acabados y una resistencia acorde con los requerimientos establecidos.
- Realizar un estudio técnico que tenga en cuenta los procesos de manufactura de calzado utilizados en la región, además de la elaboración de un listado de materias primas posibles u opcionales para la fabricación del producto, teniendo en cuenta aquellos elementos que resaltan elementos de identidad cultural de la región.

4. MARCO TEÓRICO

4.1 El Diseño De Calzado Desde El Enfoque Del Diseño Industrial.

El diseño de calzado ha migrado de la utilización de métodos artesanales, a la implementación de metodologías que permiten crear calzado desde la aplicación de procesos establecidos. Los cuales buscan implementar nuevas lógicas, desde el punto de vista del diseño industrial, que tienen que ver con el desarrollo estructural y de la abstracción de referentes.

En el momento que un diseñador industrial interviene un objeto de estudio en específico, que para este caso se delimita al diseño de calzado; se realiza la aplicación de metodologías y conocimientos propios del diseño; como conocimientos en el manejo del color, coherencia estética, formal y funcional en los elementos que conforman el producto, así como la adopción de elementos de calidad en el calzado y la utilización de referentes de diseño (Cespedes, 2011).

Adicionalmente, partiendo desde el fundamento teórico del diseño industrial, en el cual se referencia como una actividad creativa y técnica que busca idear un objeto para que este sea producido (Universidad de Valencia, 2017). Este enfoque se centra en explorar como el diseño interactúa con el usuario para dar sentido a los productos, y retroalimentar el proceso creativo, para llegar a soluciones o productos que estén más cercanos a las necesidades y requerimientos de los usuarios.

4.2 Elementos Culturales Colombianos.

Colombia se considera un país multicultural y pluriétnico, debido a su gran riqueza cultural, construida a partir de aquellas manifestaciones, expresiones y memorias; con las que se soporta el

desarrollo de todas las poblaciones asentadas a lo largo del territorio nacional. Las bases de la cultura colombiana están conformadas a partir de la herencia de los pueblos indígenas presentes en el territorio desde tiempos ancestrales, las tradiciones españolas adoptadas durante la época colonial y las costumbres africanas incorporadas por los esclavos traídos por los conquistadores.

Dicha multiculturalidad se ve coadyuvada por las numerosas diferencias entre regiones, alimentada también por las múltiples diferencias geográficas, que pasan de playas tropicales a paisajes montañosos, adicionalmente el aislamiento de algunas zonas del país ha propiciado dicha diversidad (Ministerio de Cultura, 2014).

Dentro de los principales grupos culturales, se destacan: los llamados cachacos, localizados en el altiplano cundiboyacense; los paisas, como se conoce a los nacidos en Antioquia la grande es decir, naturales de uno de los siguientes departamentos: Caldas, Risaralda, Quindío, parte del Valle del Cauca y del Tolima, y por supuesto de Antioquia; los llaneros, pobladores de los Llanos Orientales; los vallunos, asentados en la zona del valle del Cauca; los costeños, habitantes de la costa Caribe, y los santandereanos, pobladores de los departamentos de Santander y Norte de Santander. Todos estos grupos se caracterizan por mostrar grandes diferencias culturales entre sí, y aportar diferentes elementos culturales al innumerable catálogo de diversidades de este país.

De estos elementos, no es sencillo determinar exactamente aquellos que definen a los colombianos dentro de su identidad cultural, principalmente por el multiculturalismo anteriormente mencionado. Sin embargo, dentro de los principales se encuentran desde instrumentos musicales, prendas, comidas, hasta vehículos propios que se han convertido en parte de la identidad colombiana. De este modo, los que podrían representar mejor la esencia de la cultura colombiana son (Periodico El Tiempo, 2017):

- La ruana: imprescindible para zonas de bajas temperaturas.
- El sombrero vueltiao y el acordeón: Típicos de la costa caribe.
- Las mochilas wayuus: Piezas artesanales elaboradas por mujeres wayuus
- El carriel: Característico de los trajes típicos de Antioquia y el Eje Cafetero.
- La panela: Parte fundamental de la canasta familiar de la familia colombiana.
- El café: Debido a su calidad, aroma y sabor, se convirtió en un símbolo de los colombianos en el mundo.
- La marimba de chonta: De la cual se originan los tradicionales ritmos del pacífico.
- La chiva: Vehículo de colores llamativos y decoración artesanal, se utiliza en los pueblos colombianos para transportar todo tipo de cargas.
- La orquídea: Elegida como flor nacional en 1936.
- El arequipe: Uno de los postres más representativos del país.

4.2.1 El Café Y Su Identidad Cultural.

Para comprender la construcción identitaria por medio del café en Colombia, se debe comprender los inicios de esta actividad en el país, igualmente también se debe entender la imagen que ha tenido el grano alrededor del mundo, con el fin de entender la construcción social de identidad debido a la imagen proyectada del café colombiano. Además, se debe resaltar el trabajo que han realizado diferentes empresas productoras de café en Colombia, para influir en la construcción de identidad a través de la publicidad y la difusión en los medios.

En Colombia, el café inicio su difusión entre 1732 y 1810. Se tiene dos creencias sobre su llegada, una afirma que los Jesuitas trajeron el grano por primera vez a la Nueva Granda y la otra

teoría afirma que el grano arribó por medio de un viajero que venía de Guyana. Seguido a esto, las primeras plantaciones se llevaron a cabo a principios del siglo XIX y a partir de 1850 se inició la expansión del cultivo. El café tuvo una gran expansión desde el año de 1860 hasta 1890, cuando se alcanzó una producción de 600 mil sacos (Café e Identidad, 2013). Seguido a esto, su historia puede ser mencionada en cuatro grandes etapas: entre 1880-1910, se establece la industria cafetera, luego entre 1910-1930, se da la expansión pre capitalista de la economía, seguidamente entre 1940-1970, la transición al capitalismo, y finalmente entre 1970-2000, Modernización de la economía cafetera y su crisis estructural.

Sin embargo, si se analiza desde un enfoque exterior al económico, el negocio cafetero generó unas dinámicas sociales que marcaron el desarrollo cultural y social de las regiones en las cuales se cultivaba el grano. Esto debido a que adicional a los empleos agrícolas, produjo una cadena de ocupaciones diferentes alrededor del cultivo del grano, que ocuparon a la población de la región, desde el transportador, el mercadeo y otras tareas industriales. Que cobraron mucha relevancia debido a que para finales de 1920 el café se convirtió en el principal producto de exportación del país y convirtió a Colombia en el segundo productor a nivel mundial y en el primer lugar de cafés suaves.

En los inicios de las primeras plantaciones de café, la fuerza laboral era de origen familiar, y solo era una actividad extensiva en las épocas de grandes cosechas. Sin embargo, debido al volumen de producción del país, surgió la necesidad de agruparse, bajo los límites y contribuciones de una organización que propendiera por los intereses de los caficultores, de este modo en el año de 1920 se establecieron las bases de la Federación Nacional de Cafeteros de Colombia, la cual buscaba la inserción del producto en los mercados extranjeros mediante la canalización de los

recursos provenientes de los ahorros de los cafeteros. Lo que seguidamente contribuiría en la creación de una identidad del producto en el extranjero.

En el mercado nacional existe una gran cantidad de marcas de café, sin embargo, las dos que tienen mayor recordación en los colombianos son Café Águila Roja y Juan Valdez. La primera se convirtió desde el año de 1930 en un símbolo de todos los colombianos, gracias a logos como el de “Tomémonos un tinto, seamos amigos, Arriba ese ánimo con café Águila Roja”.



Figura 1. Café Águila Roja.

Este elemento simbólico, se incrustó en la memoria de los colombianos, como parte fundamental de sus tradiciones, gracias a su influencia año a año. En contraste con esta marca, es posible resaltar la historia de Juan Valdez, quien fue un icono de la cultura cafetera por más de 50 años antes de que se lanzara su propia marca. Meritoriamente, la historia de este personaje es digna de resaltar, ya que, a pesar de ser un personaje ficticio, es el colombiano más conocido en el mundo.

El cual fue una invención de la Federación Nacional de Cafeteros, con el objetivo de resaltar que el café colombiano era el mejor del mundo, ante un mercado que, para la época, no era nada selectivo en este tipo de productos.



Figura 2. Juan Valdez y su mula Conchita.

Para esto, la federación utilizó el arquetipo del arriero típico colombiano, utilizando un nombre de fácil pronunciación, memorización y claros tintes latinoamericanos. Además, lo que buscaban en la época en palabras textuales era: “Juan es un hombre de origen, ocupación y actitud humilde, pero su estatus se ve aumentado por su comportamiento. Él es un experto dedicado, que produce el café más rico del mundo a través de trabajo duro, dedicación y el conocimiento tradición acumulado por generaciones (...).” (Cardenas, 2010).

De esta forma inició la diferenciación del café colombiano y empezó a comunicar al consumidor como las características de la región y la mano de obra locales crearon una calidad superior. Luego a partir de 1981 se creó el sello de café de Colombia o café 100% colombiano como garantía de procedencia.



Figura 3. Sello de café de Colombia.

Este sello crea una asociación simbólica, entre la imagen de un arriero y su mula enfrente de las montañas colombianas, y su asociación con el café de Colombia.

4.2.2 Café Aspectos Socio Culturales.

Aunque el café se consume en grandes cantidades, menos de 40 países lo cultivan y solamente en dos variedades: arábica y robusta. En Colombia se cultiva la variedad arábica, que es la más antigua y la más cultivada, debido a su sabor suave y su exquisito aroma. Además, por las condiciones de esta variedad, requiere un ciclo de crecimiento más largo, que se da mejor en climas montañosos y es más vulnerable a las plagas*, por lo cual es un producto más caro. Por el contrario, la robusta es más amarga, contiene más cafeína y acidez, y es menos aromática. Es por esto, que las condiciones del eje cafetero se adaptan y mejoran la calidad del grano producido, coadyuvado por la incorporación de una mano de obra que vela por la calidad de producción, y por una producción más artesanal.

La gran mayoría los cafeteros colombianos viven en pequeñas fincas cuyos cultivos, en promedio, no superan las 2 hectáreas. Solamente algo más del 5% de los productores colombianos de café tienen plantaciones de un tamaño superior a las 5 hectáreas. La reducida dimensión de sus

cultivos ha permitido mantener una vocación esencialmente familiar en la industria cafetera colombiana. Los caficultores tienen a la familia como una de sus prioridades y valores (Marca Cafe de Colombia , 2010).



Figura 4. La familia del caficultor.

Debido a este tipo de estructura sobre la propiedad y el tamaño de las fincas cafeteras colombianas, las labores de recolección y post cosecha las realizan los mismos productores, garantizando un compromiso especial con el producto que sale de su finca. Luego, gracias a esta interacción se ha desarrollado una cultura de calidad asociada con el trabajo duro y casi artesanal asociado con la obtención de un café, sobresaliente por su calidad superior.



Figura 5. Recolección manual del grano.

Los más de medio millón de caficultores demuestra la importancia que tiene el café para el bienestar económico y social de Colombia. Debido a que: los valores de las personas inmersas en la actividad cafetera en Colombia incluyen su trabajo honesto, esfuerzo y dedicación permanentes, una cultura de la calidad, y un estrecho vínculo entre tradición familiar y el mundo moderno; valores que están presentes en cada habitante de la zona cafetera y que continúan jugando un papel importante en el dinamismo de la región. Esta cultura cafetera, es uno de sus mayores valores, agregando el hecho de que ha pasado de generación en generación.

4.2.3 Cultivo Tradicional Del Café.

Este tema se aborda en el presente trabajo con el objetivo de entender muchas de las practicas alrededor del cultivo del café. Inicialmente se debe comprender la taxonomía del café y su proceso. Como planta pertenece a la familia de las rubiáceas y sus partes la componen: La flor,

el grano o fruto, el tallo, la raíz y la semilla (DURÁN, 2017). Como se ilustra en la siguiente figura:



Figura 6. Taxonomía de la planta de café.

Luego para entender las actividades desarrolladas en los cafetales, se mencionan las etapas en el cultivo del fruto:

1. Desde fecundación hasta la sexta semana, hay poco crecimiento.
2. Desde la sexta hasta la décima sexta semana, se presenta como un grano seco.
3. Se produce un grano a veranado, desde la décimo sexta hasta vigésima séptima semana.
4. Época de maduración del fruto. Va desde la vigésima- séptima a la trigésima- segunda semanas.

4.2.4 Contexto Del Calzado De Los Caficultores.

Para contextualizar el calzado usado por los campesinos del eje cafetero, se debe analizar las piezas que conformaban su vestuario, debido a que cada una de estas se adaptaban a las condiciones del campo y tenían una función muy particular. Como se aprecia en la siguiente figura, el traje típico de la época estaba conformado por (Redacción Cromos, 2013):



Figura 7. Atuendo típico del caficultor.

- El sombrero: El cual protege sus rostros del sol y de la lluvia durante las extensas jornadas de trabajo.
- La mulera o poncho: prenda que los cubre del frío y con la que pueden limpiar su sudor.
- El tapa pinche: Evita que el pantalón se maltrate por la actividad diaria del campo.
- El machete: Facilita la movilización por los cafetales rodeados de maleza.
- El carriel: Con sus múltiples bolsillos.
- Las alpargatas. La cual brinda comodidad en las extensas jornadas de trabajo.

En este punto, se hace necesario resaltar el calzado usado por aquellos campesinos de la época. Cabe resaltar que las alpargatas las adoptaron debido a que eran utilizadas por los colonizadores y arrieros antioqueños que llegaron a la región. Sin embargo, debido a su correcta adaptación a las condiciones de los terrenos del eje cafetero, fueron adoptadas como el calzado de uso común para hombres y mujeres, que las usaban sin ninguna distinción.

La alpargata desde el siglo XVI hasta la actualidad, son un objeto que hace parte de la vestimenta del campesino colombiano. Sin embargo, su origen no es una invención nacional, por el contrario, hizo parte de la vida rural de otros países como Argentina y Uruguay. Adicionalmente sus orígenes se remontan al Egipto de los faraones. Seguidamente su proliferación se fundamentó en ser un calzado ligero, fresco, y de gran adherencia a todo tipo de superficies.

Para referenciar su llegada a Colombia, se debe mencionar que fueron traídas durante la conquista de los misioneros, los cuales buscaban comodidad para las extensas jornadas de evangelización. La diferencia que ellos encontraron con el calzado que utilizaban los indígenas, radicaba en que estos prescindían del uso de la capellada, la cual es la parte superior de la alpargata que sirve para sujetar la suela del pie. Los indígenas simplemente sujetaban la suela al pie por medio de cuerdas. Su uso en América se vio acrecentado debido a que después de la llegada de los colonos españoles, buscaban continuar con sus tradiciones de vestuario, pero ante la inexistencia en el mercado de cuero, se vieron en la obligación de utilizar los materiales disponibles (Barajas, 2013).



Figura 8. Oficio artesanal de la alpargata.

Las alpargatas se fabrican empleando suela de cuerda de yute o de cáñamo y una lona fuerte. Su mejor característica es que es un calzado muy liviano y delgado, y que se agarra bien al suelo. La alpargata se teje artesanalmente en telares triangulares utilizando pabilo (hilo de algodón), combinando distintos colores o de un único color.

4.2.5 El Calzado Desde El Enfoque De Identidad Cultural.

El calzado usado por los campesinos del Eje Cafetero, hizo parte de la identidad formada por los habitantes de la zona, y es de importancia debido a que el ser campesino, refleja una construcción de identidad. Y la construcción de su tejido cultural se encuentra en un constante cambio, a causa de las rupturas, herencias y transformaciones. Es en este contexto donde los objetos se asocian o se relacionan con los paisajes que lo rodean, y representan las cotidianidades de las cuales hicieron parte históricamente. Se asemeja a una reconstrucción arqueológica en la cual cada hilo o parte del calzado va re construyendo parte de una historia y una identidad.

Es por esto, que este tipo de objetos son poseedores de memoria y constituyen parte de lo que somos. Estos objetos toman un valor simbólico y muestran todos los cambios sociales y culturales. Son un reflejo de las realidades humanas, llevan consigo una alta carga afectiva, contradicciones e historias de todos sus usuarios. Como lo menciona Baudrillard (1969): “los objetos tienen como función, en primer lugar, personificar las relaciones humanas, poblar el espacio que comparten y poseer un alma. La dimensión real en la que viven está cautiva en la dimensión moral a la cual deben significar” (Jean, 1969)

4.2.6 La Ergonomía Del Calzado.

La ergonomía es una disciplina relacionada con la comprensión de las interacciones entre los seres humanos y los elementos que los rodean, además es una profesión que aplica conocimiento científico y métodos de diseño para optimizar el bienestar humano y todo el desempeño del sistema (Zapata, 2008).

Las condiciones ergonómicas del calzado, buscan mejorar las condiciones de bienestar, salud y comodidad del usuario. Teniendo en cuenta las características específicas del pie y sus movimientos realizados. Por lo cual es posible afirmar que la ergonomía plantea un equilibrio en la relación usuario-producto-contexto.

El calzado es un elemento de uso común y primordial para el hombre, que tienen como principal objetivo, proteger el pie. Además, el calzado mejora el apoyo del pie para facilitar el paso, la marcha y el movimiento. Es por eso que desde el enfoque de aportar una verdadera solución al usuario, se debe analizar el calzado con un criterio ergonómico desde las siguientes perspectivas:

- Forma: Estudiando la morfología y fisiología del pie.
- Medida: Relaciones de dimensión estándar para las diferentes tallas.
- Movimiento: Biomecánica y función de apoyo.
- Comportamiento: Como interactúa con el usuario durante su uso.

- **Marco Histórico**

Partiendo desde el punto de vista del objeto de estudio del presente documento, se realizó una evolución histórica que muestra cual ha sido el desarrollo del referente de diseño y del calzado utilizado en la zona, de esta forma se conocen los aspectos más importantes a resaltar y a utilizar en el proceso de diseño.

- **Eje Cafetero.**

Inicialmente se debe resaltar que el desarrollo y la expansión de la caficultura han sido los factores fundamentales que marcaron la evolución del eje cafetero. De este modo, los orígenes de esta actividad en la región del Eje Cafetero se remontan a la segunda mitad del siglo XIX, debido a la colonización por parte de la corriente migratoria de los antioqueños. Los cuales buscaban nuevas tierras en la zona antiguamente conocida como el Viejo Caldas, el norte del Tolima y el nororiente del Valle del Cauca. A lo cual, se debe mencionar que este proceso de colonización estuvo acompañado de unas particularidades que han marcado culturalmente el imaginario de esta región.

El proceso se basó fundamentalmente en la utilización de mano de obra familiar, se generó un modelo de tenencia de tierra fundamentado en la pequeña y la mediana propiedad. Es por esto que en la región se da una gran relevancia a la importancia del núcleo familiar y a una estructura socio económica de predominancia campesina. Además, los colonos desarrollaron un modelo de producción cafetera basado en la autosuficiencia alimentaria, lo cual se traduciría con el tiempo en rasgos culturales como la dieta de la región del Eje Cafetero y el sentido de comunidad para emprender proyectos de interés comunitario. Este dinamismo económico impulsado por el cultivo

del café y todos los factores anteriormente mencionados, influyeron directamente en el eje de desarrollo económico, social y cultural de la región (Escobar G. D., 2013).

- **Arquitectura regional.**

Hasta principios del siglo XIX, en general la arquitectura colombiana estuvo determinada por la influencia española. Y fue de este modo, en que el Paisaje Cultural Cafetero adoptó el manejo espacial, los materiales y las técnicas constructivas, cuyo principal periodo de desarrollo se dio fundamentalmente durante la colonización antioqueña. Seguido a esto, hasta finales de ese siglo, se definió un estilo arquitectónico propio, apoyado principalmente por el auge económico producido por la economía cafetera.



Figura 9. Arquitectura del siglo XIX.

Se destaca el trazado de retícula característico de las leyes de Indias del siglo XVI que aprendieron los colonos en sus pueblos de la vieja Antioquia, además es muy particular la manera en que se adaptaron a los terrenos gran pendiente y de topografía quebrada y sinuosa, de las que el campesino cafetero deriva la mayoría o el total de sus ingresos, producto de la cosecha del café

(Conpes, 2011)

Se debe destacar los municipios de Aguadas, Belalcázar, Chinchiná, Neira, Pácora, Palestina, Risaralda, Salamina y San José en Caldas; Montenegro, Salento y Finlandia en Quindío; Apía, Belén de Umbría, Marsella y Santuario en Risaralda; así como El Cairo en el Valle del Cauca. Debido a que son poblaciones que conservan parte de la arquitectura de la época con los elementos constructivos y ornamentales que caracterizan a todo el Eje Cafetero.

Adicionalmente se debe resaltar las edificaciones especiales o de arquitectura religiosa, que datan de finales del siglo XIX y principios del siglo XX. En los cuales se aprecia una estética inspirada en la decoración elásica y neogótica.



Figura 10. Arquitectura religiosa del eje cafetero.

- **Calzado durante el desarrollo del Eje Cafetero.**

Con la llegada de la colonización antioqueña a la región, se destacó un personaje que tuvo gran relevancia en aquella época, el arriero, quien ayudo a abrir caminos a los nuevos territorios, acompañados de las mulas quienes aportaban la fortaleza y resistencia para la carga; ambos transitaron por los caminos más agrestes y peligrosos del Eje Cafetero. Para el desarrollo de esta

difícil tarea, ellos llevaban una indumentaria que les permitían desarrollar su trabajo y resistir las agrestes condiciones.

El traje del arriero estaba conformado por pantalones de liencillo crudo remangado a la rodilla, manta listada, alpargatas, camisa de manga larga, y otros accesorios como el carriel, el poncho y el sombrero.



Figura 11. Arriero Antioqueño y alpargatas.

Partiendo desde el traje típico de la época, se busca resaltar las alpargatas o cotizas, las cuales fueron usadas indistintamente por hombres y mujeres, aunque en algunos casos puedan tener variedades de bordes y formas del tejido, así como una ‘amapolita’ en la tela, de color contrastante, para diferenciarlas de las de uso universal. De este modo, este tipo de calzado se convirtió en parte de la indumentaria básica, en el traje típico de aquella época.

- **Marco Geográfico**

El eje cafetero, es una región geográfica, cultural, económica y ecológica, incrustada en el centro de la geografía colombiana; Se localiza en los departamentos de Caldas, Risaralda, Quindío, el norte del Valle del Cauca y el noroccidente del Tolima y las ciudades capitales de los tres primeros departamentos mencionados (Manizales, Pereira y Armenia). Adicionalmente, su ubicación se considera privilegiada, debido a que su posición le permite comunicarse con las más importantes ciudades colombianas, tales como Bogotá, Cali y Medellín. Es decir, este destino se halla justo en la mitad de lo que se conoce como el Triángulo de Oro, una zona estratégica de intercambio cultural y económico (véase figura 2) (Universidad Nacional de Colombia, 2007).

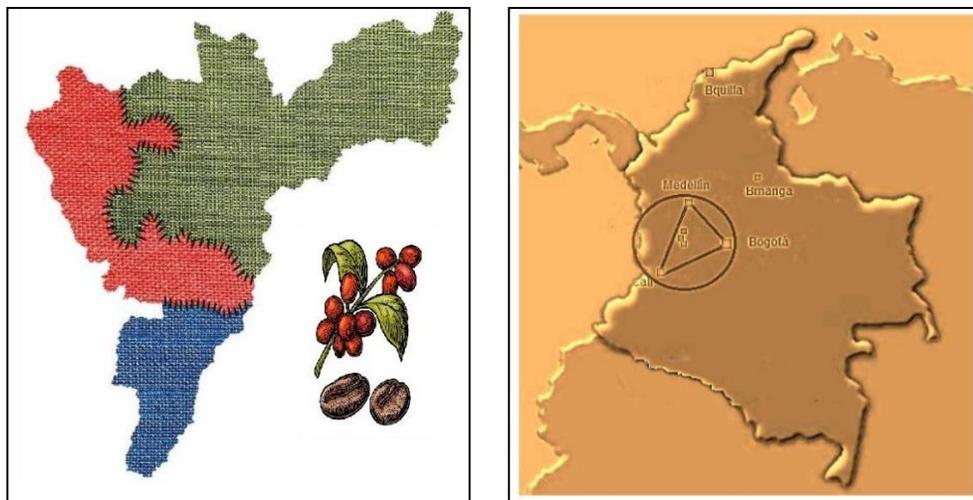


Figura 12. Esquema Eje Cafetero.y Triángulo de oro de Colombia.

Cuenta con una población en las ciudades capitales de 1,1 millones y 2,4 millones de habitantes en el resto de los departamentos. Esta región también es conocida como Paisaje Cultural Cafetero, y es un punto de importancia para los habitantes de la región, ya que alrededor del suave y delicioso café producido en la zona, se ha creado una cultura alrededor del grano, las tradiciones cafeteras y sus principales características.

Este último punto, a causa de su importancia cultural y la belleza del paisaje cultural cafetero, propendieron a la declaratoria como Patrimonio Cultural de la Humanidad por parte de la Unesco en el año de 2011, lo cual buscaba reconocer el paisaje y la cultura más representativa de la zona (Conpes, 2011).

Con respecto a la geografía, la región está localizada en la cordillera central y occidental, las cuales delimitan sus accidentes naturales, como la formación de valles, mesetas y cadenas montañosas, variando los paisajes de manera intercalada de cafetales, platanales y frutales, a paisajes de grandes alturas o llanuras aluviales. Esta conjunción de condiciones geográficas tan especiales ha garantizado la prosperidad de los pueblos cafeteros debido a su clima, geografía e hidrografía.

- **Estado Del Arte Incluyendo Los Antecedentes**

En la actualidad, se están dejando a un costado aspectos muy importantes con respecto al diseño del calzado, los cuales se hacen evidentes al observar las diferentes ofertas en el mercado; como la falta de incorporación de elementos propios de las regiones, como tejidos, bordados, telas y colores, que muestren ciertas partes características que diferencian a cada zona. Mostrando una pérdida consecutiva de elementos que indican el origen o el referente de diseño, ya que en los nuevos modelos se ha optado por elementos en el calzado que solo siguen tendencias de baja permanencia temporal o que solo hacen emulaciones de diseños de marcas reconocidas

Con lo planteado en el presente trabajo se muestra una pérdida progresiva del interés por generar nuevos diseños en el calzado, mediante la aplicación de entrevistas con fabricantes locales,

se mencionó que, en la mayoría de los casos, solo se dedicaban a imitar ciertas partes de algunos modelos.

Es por esto que la búsqueda de diseños innovadores puede tomar como ventana de oportunidad la utilización de elementos de identidad que caractericen a la región como referentes de diseño, proponiendo un calzado que busque su propia diferenciación dentro de las ofertas de mercado, retornando a ese origen cultural de sus diseños, en los que se pueda mostrar aquellos elementos propios de la cultura.

De este modo se realiza una revisión de aquellos desarrollos similares aplicados en otros sitios, o de algunos elementos de diseño que son resaltados en el calzado, de lo cual se encontró los siguientes trabajos:

Nombre del trabajo: Mítico: Calzado masculino con materiales no convencionales a partir de la aplicación de elementos prehispánicos (Calle, 2015).



Figura 13. Mítico.

Autor: Manolo Flores Calle

Fecha: 2015

Objetivos de la investigación: Diseñar una línea de calzado que cuente con valores de identidad, enfocada en hombres jóvenes, que comunique una experiencia cultural a partir de la aplicación de elementos prehispánicos, para generar un producto contemporáneo que responda a las necesidades del usuario.

Síntesis de la situación problemática planteada: Diseño de calzado con elementos prehispánicos

Resultados y conclusiones más importantes: Se hace posible la personalización del calzado con elementos culturales de diferentes épocas.

- **Nombre del trabajo:** Más, es Mas. Se inspiró en Japón para su paleta de colores.

La tendencia está marcada por el uso de colores otoñales vivos como el naranja, fucsia y rojo cereza, contrastado con tonos neutros como el negro y azul petrolizado. Todos estos, plasmados en cueros suaves como el ante y el cabrito, sedas estampadas y cueros vegetales (Jaramillo, 2014)



Figura 14. Más, es Más.

Autor: Juanita Jaramillo.

Fecha: 2014

Objetivos de la investigación: Diseñar una colección llena de estilos que buscan recrear una estética “Kitsch”. Inspirada en un grupo de mujeres con espíritu joven, entre los 15 y 29 años, conocidas como las “Millenials”

Síntesis de la situación problemática planteada: Diseño de calzado para grupo poblacional específico.

Resultados y conclusiones más importantes: Muestra la utilización de referentes geográficos específicos para la selección de su paleta de colores, buscando una forma de contrastar las preferencias de un grupo de usuarios específico en sus diseños.

- **Nombre del trabajo:** Dream. Es una colaboración para el modelo 574 de New Balance. intenta rescatar el colorido diseño de la vestimenta y artesanía wixárika (huichol) (Seco, 2016).



Figura 15. Tenis con arte Huichol.

Autor: Ricardo Seco.

Fecha: 2016

Objetivos de la investigación: Diseñar una colección de calzado inspirada en una comunidad indígena de México, conocida por su pedrería.

Síntesis de la situación problemática planteada: Diseño de calzado utilizando su decoración, al igual que la vestimenta típica de los huicholes.

Resultados y conclusiones más importantes: Este trabajo muestra el uso de los elementos de una cultura indígena como referente en el diseño de calzado, da un punto a seguir en la selección de los elementos que se deben destacar de una cultura, y aporta valor en el mercado de calzado ya que utiliza elementos muy particulares de una región, generando esa identidad que busca ser resaltada.

- **Nombre del trabajo:** Áureo. Es una marca de calzado que integra el potencial cultural del país, desde su primera colección alude a las comunidades Kogui y Misak (Escobar C. H., 2015).



Figura 16. Calzado con diseños inspirados en culturas indígenas.

Autor: Cristianh Hurtado Escobar

Fecha: 2015

Objetivos de la investigación: Este calzado se inspira en los grabados que plasman en sus tejidos las comunidades indígenas mencionadas, representa una propuesta innovadora desde ese componente cultural y además ofrece un precio final accesible. En su presentación se resalta a estas comunidades indígenas desde el uso de detalles, como sus líneas y demás formas particulares de representar su cosmogonía.

Síntesis de la situación problemática planteada: Diseño de calzado utilizando como referente una cultura en específico. Busca utilizar de diversas regiones del país para otros diseños.

Resultados y conclusiones más importantes: En este trabajo se aprecia como desde un trabajo de grado pueden salir buenas ideas de negocio, para este caso los diseñadores buscaban representar los valores y cultura de la gente de los Kogui, de La Guajira, y la Misak o guambiana, del Cauca. Muestra que cualquier elemento cultural puede ser utilizado como referente.

- **Nombre del trabajo:** FREE Customs (Vasilev, 2014)

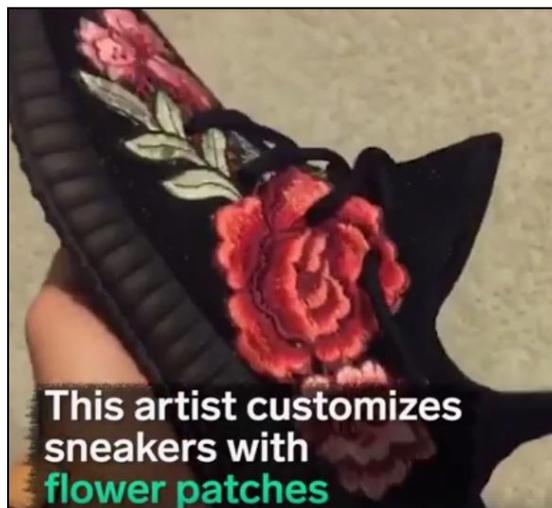


Figura 17. Free Customs.

Autor: Steven Vasilev

Fecha: mayo 2014

Objetivos de la investigación: Re diseñar modelos originales de tenis con parches de flores

Síntesis de la situación problemática planteada: Hacia el re diseño

Resultados y conclusiones más importantes: Se hace posible la personalización del calzado con elementos culturales de diferentes épocas

planteada alrededor de la indumentaria masculina en el campo de la moda, en este caso específico, el uso del calzado en hombres entre los 25 y 35 años, que no encuentran en el mercado una satisfacción a las necesidades de su día a día. Además, se expondrá el proceso de diseño para dar solución a dicha problemática, teniendo en cuenta diferentes factores determinantes como lo es la aplicación de referentes prehispánicos para el desarrollo formal y su relación con el uso de materiales no convencionales y técnicas de producción artesanal que son representativas de los referentes mencionados anteriormente los campos expresivos del diseño de calzado teniendo en cuenta las relaciones entre materiales, referentes históricos y necesidades del usuario, teniendo como base investigativa el diseño prehispánico y su relación con el trabajo artesanal actual en el país.

Relación con el proyecto: Personalización del calzado utilizando elementos que le aportan identidad, de este modo se puede utilizar como caso de estudio para utilizar aquellos elementos que identifican como factores aportadores de identidad.

Metodología: Diseño centrado en el usuario.

- **Nombre del trabajo:** Estudio de factibilidad para un calzado personalizable femenino (Oscar Adrian Duran, 2011)



Figura 18. Calzado personalizable femenino.

Autor: Oscar Adrián Durán Pimienta Juan Camilo Jaimes Santamaría

Fecha:2011

Universidad: Eafit (Medellín)

Objetivos de la investigación: la factibilidad de desarrollar un calzado personalizable femenino, en este proceso se llevaron a cabo diferentes estudios primarios con el fin de poseer una contextualización sobre la situación económica tanto del sector calzado, cuero y sus manufacturas, como del país

Síntesis de la situación problemática planteada: Buscan responder la problemática que poseen las mujeres en cuanto al almacenamiento, diseño y transporte de zapatos en su día a día cotidiano, como por ejemplo los viajes, desplazamientos a diferentes actividades o el mismo almacenamiento de éstos en los armarios

Resultados y conclusiones más importantes: El almacenamiento no era la necesidad más importante, sino la personalización, calidad y costos, sin embargo, éste no deja de ser una

necesidad.

Relación con el proyecto: Análisis de estudios de mercados que permiten identificar las preferencias de una población de mujeres, en las que buscan identificar las necesidades más importantes y sus criterios de selección, identificando que los factores más importantes son personalización, calidad y costos, lo cual permite orientar el proyecto en el mejoramiento de estos aspectos.

Metodología: cuantitativa mediante observación y encuestas.

- **Marco Conceptual**

- **Sistemas de signos verbales y no verbales.**

Los signos son elementos del sistema comunicativo, y se pueden ejemplificar como un sistema de códigos que aportan significancia.

Según el autor Guairaud (1997), se consideran desde las siguientes referencias:

- Como referencia del medio
- Como referencia del objeto
- Como referencia al interpretante

Además, considera que el signo es un estímulo sensible, cuya imagen mental está asociada a otros estímulos, y se concluye que finalmente estos estímulos se traducen en el significado de una construcción mental.

- **Clasificación de los signos según la relación con el objeto representado.**

Se clasifican en índices, iconos y símbolos.

- **Índice:** Guardan una conexión físico espacial con el objeto al cual señalan.

- Iconos: Representación directa o imitación de los objetos o sus características.
- Símbolos: Basados en la asociación de la representación mental.

Además, según el autor Eco (1973), los signos se clasifican según los siguientes criterios:

- Por la fuente
- Por su significancia
- Según el grado de especificación signica.
- Por la intención y el grado de conciencia de su mente.
- Por el canal físico.
- Según la relación con su significado.
- Por la capacidad de réplica del significante.
- Por el tipo de vínculo con el referente.
- Por el comportamiento que estimulan
- Por las funciones del discurso.
- Por la tentativa de una clasificación general.

Además, se debe considerar otro tipo de señales que no implican una intencionalidad directa de la fuente y tampoco constituyen códigos, estos son las señales naturales que son procedentes del mundo animado o inanimado.

- **Identidad cultural.**

Este concepto hace referencia al sentido de pertenencia a un grupo social con el que se compartes unos rasgos culturales determinados, como costumbres, valores y creencias. Este término evoluciona y trasciende del pensamiento individual al pensamiento colectivo, e históricamente se define a través de aspectos que se plasman en la cultura (Molano, 2014)

- **Paisa.**

Es la apócope de «paisano» o «montañero», en Colombia define claramente a uno de sus grupos sub culturales. Lingüísticamente hablando, el término describe un tipo de lenguaje y entonación típica de los departamentos de Antioquia, Caldas, Risaralda y Quindío, y

socioculturalmente hace referencia a las costumbres distintivas de los departamentos de Antioquia, Caldas, Quindío, Risaralda, Norte del Valle y Noroccidente del Tolima (Jimenez, 2010).

- **Innovación en el calzado.**

La innovación en el calzado permite dar saltos de calidad y de competitividad mediante el uso de tecnología y el empleo de nuevos referentes de diseño. En la elaboración de calzado se presenta un fenómeno de abandono en tempranas etapas de nuevas pymes debido a la falta de innovación, los productores, artesanos y diseñadores se dedican a otras labores, debido a la fuerte competencia que produce el calzado de bajo costo que entra en el mercado.

Por lo cual es de importancia que se generen mecanismos de innovación que permitan colocar a la par a la industria nacional, mediante la creación de productos diferenciadores y generadores de identidad, que se ubique en otros niveles del mercado.

- **Patrimonio Mundial.**

Hace referencia a la convención para la Protección del Patrimonio Mundial Cultural y Natural de 1972 surge tras la necesidad de identificar parte de los bienes inestimables e irremplazables de las naciones. La pérdida de cualquiera de dichos bienes representaría una pérdida invaluable para la humanidad entera. (UNESCO, 2016).

- **Paisaje Cultural Cafetero.**

La Unesco lo declaró Patrimonio Cultural de la Humanidad tras evaluar diferentes factores. Con esta nominación se convirtió en el primer paisaje cafetero cultural vivo y productivo en el mundo. Dicho reconocimiento se otorgó debido a que se demostró que el Paisaje Cultural Cafetero es un ejemplo excepcional de un paisaje cultural, sostenible y productivo que se adapta a unas características geográficas y naturales únicas en el mundo, y que ha desarrollado una cultura y un capital social excepcionales. (Conpes, 2011).

Adicionalmente, también se resalta la profunda identidad cultural que se ha desarrollado alrededor del café y por la existencia de una institucionalidad única que ha construido un capital social estratégico y ha generado sostenibilidad en la actividad productiva. Colombia es el primer exportador mundial de café suave; y la producción del café colombiano, como uno de los mejores del mundo, está directamente asociada al territorio en el que se cultiva y al conjunto de tradiciones y manifestaciones culturales que están ligadas directamente a la caficultura desde hace más de cien años. (Ministerio de Cultura, 2011).

- **Marco Legal**

La elaboración de una idea proyectada o diseñada debe estar bajo el amparo de la normatividad legal vigente en el país, por esto se debe cumplir con unos requerimientos que certifiquen la legalidad de los productos elaborados. Teniendo en cuenta que se debe cumplir con unos requisitos legales para el funcionamiento de cualquier tipo de empresa, se debe considerar que este tipo de ideas inician principalmente por pymes de tamaño pequeño a mediano.

Por tanto, la normatividad por la cual se rige la elaboración de productos y la creación de empresas que usualmente para este tipo de ideas se clasifican como pymes de tamaño pequeño a mediano, que resultan de gran importancia para la economía nacional debido a que estas contribuyen con más del 80% del empleo en el país; se debe tener en cuenta los siguientes aspectos legales:

4.2.7 Ley 905 de 2004.

Esta ley adopta una serie de instrumentos para incentivar la creación de nuevas empresas de tamaño micro, pequeño y mediano. Además de fomentar la cultura empresarial y la formación del espíritu de emprendimiento (Ley 905, 2004)

4.2.8 Resolución No. 510 del 19 de marzo de 2004.

Con esta resolución el Ministerio de Comercio expide el Reglamento Técnico sobre Etiquetado de Calzado, estableciendo unos requisitos mínimos de etiquetado del calzado destinado a la comercialización y está orientado a prevenir prácticas que puedan inducir a error al consumidor, teniendo aplicación para todo tipo de calzado.

Esta resolución define los conceptos básicos en cuanto a las partes que conforman el calzado, permitiendo una correcta interpretación de la normatividad vigente, estableciendo las siguientes categorías (Etiquetado de Calzado, 2014): Etiqueta, calzado (capellada, forro, suela), materiales para la fabricación.

Adicionalmente se establece que todo calzado, nacional e importado que se comercialice en el país, deberá tener al menos en uno de los zapatos de cada par, la información indicada en la presente resolución. Dicha información deberá presentarse en idioma español. El etiquetado deberá contener la siguiente información: Número de registro, país de origen, información sobre los materiales que componen las partes del calzado.

4.2.9 Registro de marcas.

Los signos distintivos de la marca pueden ser protegidos mediante la normatividad establecida en la Decisión 486 de 2000 de la Comisión de la Comunidad Andina, norma aplicable

a todos los países miembros de la Comunidad Andina, fortaleciendo el establecimiento de la propiedad industrial (Superintendencia de Industria y Comercio., 2017).

4.2.10 Normatividad Ambiental.

En el sector del calzado, los procesos de producción generan una gran variedad de residuos sólidos como residuos de piel, residuos plásticos, papel, aceites, pegantes, y tintes; por esto estas empresas tienen la responsabilidad de realizar un tratamiento apropiado a estos desechos, según lo establecido en la Ley 09 de 1979; que establece las normas generales para la protección del medio ambiente, además de garantizar las condiciones sanitarias del ambiente para así asegurar el bienestar y la salud humana (Unidad de planeacion minero energetica, 2016).

5. METODOLOGÍA DE DISEÑO

5.1 Metodología Seleccionada

Desde sus inicios, el ser humano desde su aspecto cognitivo ha buscado de una forma aproximadamente consiente diferentes formas de proyectar los objetos, al principio cuando el desarrollo de los objetos se hacía más de una forma artesanal, que de una forma técnica; los cambios eran lentos y se realizaban durante la elaboración del mismo trabajo. No existía un conjunto de técnicas que pudieran calificarse como un conjunto metodológico del diseño, consistente y continuo que pudiera aplicarse a cualquier tipo de proyecto. De esta forma desde el proceso de diseño, se hace necesario encontrar una forma que permita la transformación de una idea en una realidad.

Cada día los consumidores se ven expuestos a la salida de múltiples productos o servicios, el mundo se mantiene en una continua evolución y es así como el nuevo perfil de los consumidores está comprendiendo el mundo. Un mundo con productos cambiantes, que le deben apostar al diseño, la innovación, la creatividad, la tecnología y otros conceptos que le permiten al producto brindar una nueva experiencia en los clientes.

Partiendo desde esta concepción, se busca la implementación de una metodología de diseño que permita comprender de forma estructurada la relación usuario/cliente y sus necesidades, de igual forma que brinde las herramientas para afrontar el desarrollo inicial de una solución. Es aquí donde aparece el Design Thinking como una importante alternativa para el desarrollo del producto que es asunto de este trabajo; debido a que inicialmente busca el entendimiento, y en segunda instancia prototipa hasta llegar a una solución que aporte un valor real.

Desde el punto de vista de la organización Tecno parque, durante el proceso de creación de un producto se debe tener en cuenta la siguiente orientación: “El pensamiento de diseño es un enfoque centrado en la innovación e integrar las necesidades de las personas, las posibilidades de la tecnología, y los requisitos para el éxito del negocio”. Busca la evaluación de productos y servicios antes de salir al mercado. Este tipo de argumentación se encuentra dentro del concepto que fomenta esta metodología de diseño, y lo convierte en un factor de preponderancia en la selección de dicha metodología.

5.2 Design Thinking

El Design Thinking se plantea como un modo de dar solución a un problema determinado. El método consiste en descomponer el problema en partes mas pequeñas, posteriormente se procede al análisis de cada una de las partes. La aplicación de esta metodología brinda ventajas como innovación, mejora en los procesos y una mejora en la experiencia del usuario.

Sus pasos se definen en el siguiente esquema:

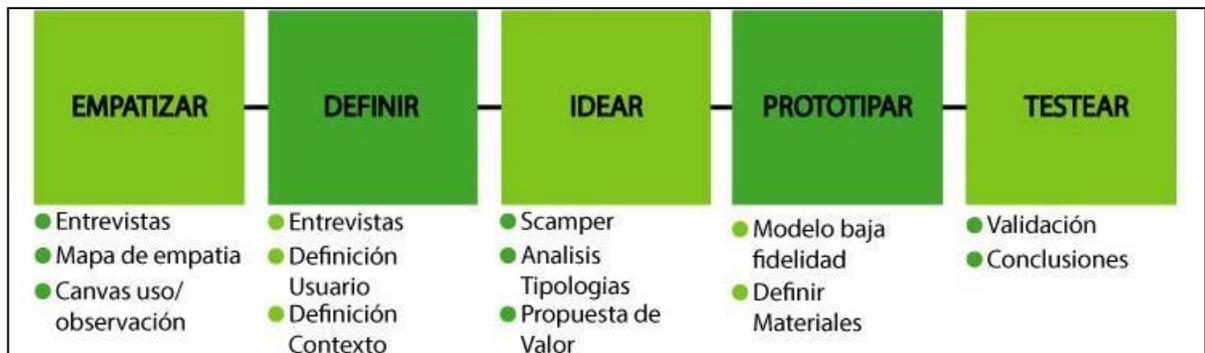


Figura 19. Design Thinking.

1. Empatía:

Para la obtención de un buen producto, inicialmente se hizo necesario conocer las necesidades del cliente potencial, para lo cual se planteó una serie de entrevistas que pretendían generar un acercamiento y entendimiento de sus necesidades. Además, se observó el calzado ofrecido en la zona y se realizaron visitas a algunos fabricantes locales.



Figura 20. Mapa de empatía.

2. Definición:

En esta fase se analizó la información recolectada, la cual se filtró y organizó por medio de un análisis estadístico de los datos obtenidos, mostrando tendencias que permitían identificar observaciones del sector y del mercado en el eje cafetero. Con lo cual se pudo determinar que en la zona hay una ausencia de calzado con un diseño propio, que el criterio de compra no es por una

marca específica, además que hay una ausencia de elementos de diseño que resalten la cultura del eje cafetero.

5.3 Idear:

Se genero una cantidad de ideas acerca del calzado que podría ser desarrollado, inicialmente se planteó la utilización de los dichos paisas en elementos del calzado, luego se analizaron ideas que tenían presentes elementos como el café, las chivas, las flores, pájaros, las montañas, el paisaje arquitectónico, el vestuario y los platos típicos; todos estos elementos propios de la región.

Dentro de esta categoría se realizó la propuesta de valor, en la cual se comparó la alternativa ideada con otros tipos de calzado del mercado, en la cual se plantea la realización de un producto de diseño propio, que muestre una gran representación cultural, en la cual los clientes obtengan un producto diferenciador, y que finalmente puedan encontrar identificación, buenos acabados y mayor innovación en el diseño. A continuación, se muestra a propuesta de valor establecida.



Figura 21. Propuesta de valor.

Para llegar a una nueva propuesta se hace uso de la herramienta SCAMPER, la cual es una herramienta creativa de rediseño, para posteriormente sustituir, adaptar, modificar, eliminar, y reemplazar algunos elementos de la propuesta socializada con el experto.



Figura 22. Scamper.

Esta técnica proviene del mnemotécnico:

Sustituir

Combinar

Adaptar

Modificar

Poner en otros usos

Eliminar

Reformar

Luego lo que se busca con esta técnica es formular mediante mapas mentales, plantear preguntas y evaluar las ideas en función de los criterios establecidos (Universidad de Valencia, 2017).

5.4 Creación de prototipos

Con el fin de observar de forma clara los elementos de identidad de la cultura del eje cafetero que se iban a seleccionar, se desarrollaron prototipos y bocetos que permitieran interactuar y observar la forma como se adaptaban a los requerimientos del usuario.

5.5 Testear

Se planteo la implementación de partes de los prototipos en el calzado, de manera que se pudiera testear su comportamiento y la forma como el usuario lo percibe, generando una retroalimentación con el cliente final.

De esta forma se establece el siguiente flujo de trabajo:

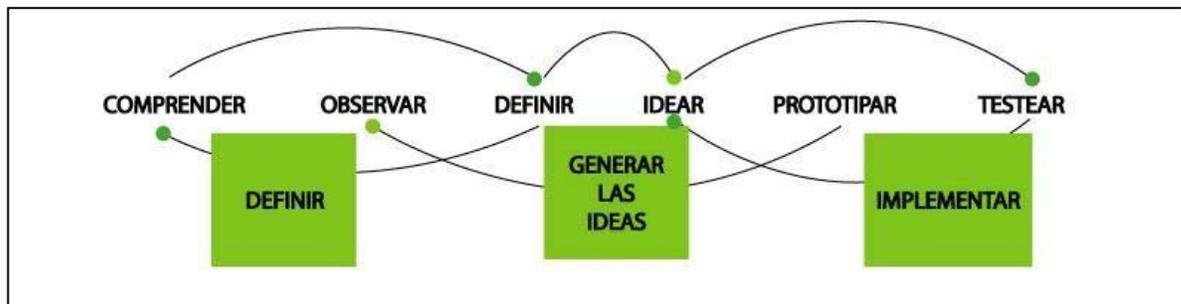


Figura 23. Flujo de trabajo.

Adicionalmente los prototipos planteados, se sometieron al análisis de juicios de expertos, con lo cual se obtuvo diferentes opiniones de carácter constructivo, que permitieron retroalimentar el proceso, teniendo en cuenta que cada una de sus recomendaciones fueron atendidas de forma puntual en la elaboración de los prototipos finales. Dichos criterios se ilustran en las siguientes figuras:

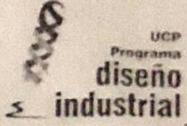
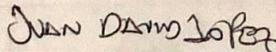
|  Universidad CATÓLICA de Pereira | |  | | | | | |
|--|--|---|----------|----------|----------|----------|--------------|
| Taller integral 8 semestre | El estudiante de Taller integral debe tener claridad en el poster y en la sustentación los modelos deben acercar al jurado a la solución propuestas. Ubique solo una equis como total de cada item y en el recuadro puede hacer una apreciación cualitativa. | | | | | | |
| Nombre estudiante | | | | | | | |
| Nombre del proyecto | | | | | | | |
| | Criterio | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | total |
| 1 | Contexto claro problema relevante. | | | | | X | |
| 2 | Pregunta | | | | X | | |
| 3 | Objetivo General | | | | | X | |
| 4 | Específicos | | | | X | | |
| 5 | Metodología de Diseño | | | | | X | |
| 6 | Concepto | | | | | X | |
| 7 | Viabilidad | | | | | X | |
| 8 | Alternativas, Modelos, Maquetas, | | | | X | | |
| 9 | Apreciación cualitativa | | | | | | |
| <p>4. IDENTIFICAR QUÉ TÉCNICAS SON MÁS VIABLES PARA EL PRODUCTO</p> <p><i>seleccionar la técnica de diseño</i></p> | | | | | | | |
| Firma |  | | | | | | |
| Fecha | 7-sep-18 | | | | | | |

Figura 24. Análisis de juicio de expertos 1.

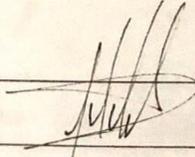
|  Universidad CATÓLICA de Pereira | |  | | | | | |
|--|--|---|----------|----------|----------|----------|--------------|
| Taller integral 8 semestre | El estudiante de Taller integral debe tener claridad en el poster y en la sustentación los modelos deben acercar al jurado a la solución propuestas. Ubique solo una equis como total de cada item y en el recuadro puede hacer una apreciación cualitativa. | | | | | | |
| Nombre estudiante | | | | | | | |
| Nombre del proyecto | | | | | | | |
| | Criterio | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | total |
| 1 | Contexto claro problema relevante. | | | | | X | |
| 2 | Pregunta | | | | X | | |
| 3 | Objetivo General | | | | | X | |
| 4 | Específicos | | | | X | | |
| 5 | Metodología de Diseño | | | | | X | |
| 6 | Concepto | | | | | X | |
| 7 | Viabilidad | | | | | X | |
| 8 | Alternativas, Modelos, Maquetas, | | | | X | | |
| 9 | Apreciación cualitativa | | | | | | |
| <p>* # 4 Identificar las técnicas más viables para el desarrollo de dicho línea.</p> | | | | | | | |
| Firma |  | | | | | | |
| Fecha | 07.09.18. | | | | | | |

Figura 25. Análisis de juicio de expertos 2.

Seguido a esto se recomendó identificar las técnicas más viables para el desarrollo del calzado.

6. ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE HALLAZGOS.

6.1 Entrevistas

6.1.1 Agualuna.

Se realizo entrevista desestructurada a la propietaria, en la cual afirma que se basa en las tendencias de moda, en lo que está en mayor furor durante cada temporada elaborando sus diseños propios, sin llegar en ningún momento al plagio de modas o tipos específicos de calzado.

6.1.2 Nacarada.

Se realizo entrevista desestructurada a la propietaria, en la cual afirma que no se enfoca en ninguna tendencia o estilo de diseño específico, menciona que solo se dedican a copiar modelos específicos sin incurrir en el plagio de marcas, pero realizando las tendencias que estén en furor y que representen mayor Índice de ventas.

6.1.3 Expertos.

- **José Eduardo (Bella comodita)**

Se realizo entrevista desestructurada a la propietario, durante la charla expresa su concepto sobre lo que para él representa el diseño, y afirma que dentro de su planteamiento e imaginario, el diseño no existe; ya que para él, este se crea o surge de la conjunción de múltiples ideas aportadas por el mercado al producto obtenido, en su empresa sacaba 4 colecciones al año sin basarse en ningún tipo de referente, decía que el estilo de su marca era único y que no quería llegar a lo común del mercado, además recalca que de cada estilo de calzado solo hacia un pequeño número de unidades para evitar que sus clientes adquirieran productos del común.

- **Fabricante Andrés Castaño**

Es un fabricante independiente, que se dedica a la fabricación de diferentes tipos de calzado para el comercio al por mayor, realiza algunos diseños propios y también elabora los tipos de calzado más convencional que se venden en la región, distribuye sus productos en diferentes municipios, tiene una línea de montaje en la cual trabajan alrededor de 10 personas, cada una con una actividad específica. Se enfoca en generar procesos de calidad que permitan que sus clientes mayoristas compren a futuro y se establezcan buenas relaciones comerciales, se encarga de supervisar todas las etapas del proceso; desde la compra de materiales, la fabricación y su posterior comercialización.

Proceso de fabricación:

- Hace el molde
- Corta
- Arma toda la capellada
- Vulcaniza la suela

6.2 Encuestas

6.2.1 Encuesta gustos en el calzado.

Se diseñó un formato de encuestas que se adjunta en los anexos, el cual pretendía conocer las preferencias y metodologías que se ejercían para crear una decisión de compra en el usuario. Para esto se estableció como población objetivo mujeres entre los 20 y 50 años, con una muestra de 12 encuestas realizadas.

Se define el tipo de variables de tipo cualitativo debido a que su carácter de opinión solo permite generar una representación estadística de las perspectivas del usuario, sin que por esto carezcan de validez los datos obtenidos, los cuales son de utilidad en el análisis, identificación y caracterización del usuario.

Después de compilar la información obtenida se llegó a las siguientes observaciones:

- Colores clásicos (Terrosos)
- Compran zapatos 2 veces al año
- Usan más los zapatos bajos
- No realizan la compra de los zapatos por la marca si no porque le guste y sean ergonómicos
- Les parece muy buena la idea de personalizar sus zapatos para ponérselos con su estilo
- El valor estimado que tienen para cada comprar de calzado es de \$150.000.

A continuación, se presenta los principales resultados obtenidos en la realización de la encuesta, la cual fue realizada de forma aleatorio, y sin tener ningún tipo de afinidad por un tipo específico de calzado, por lo cual solo se buscaba conocer la opinión de diferentes usuarios.

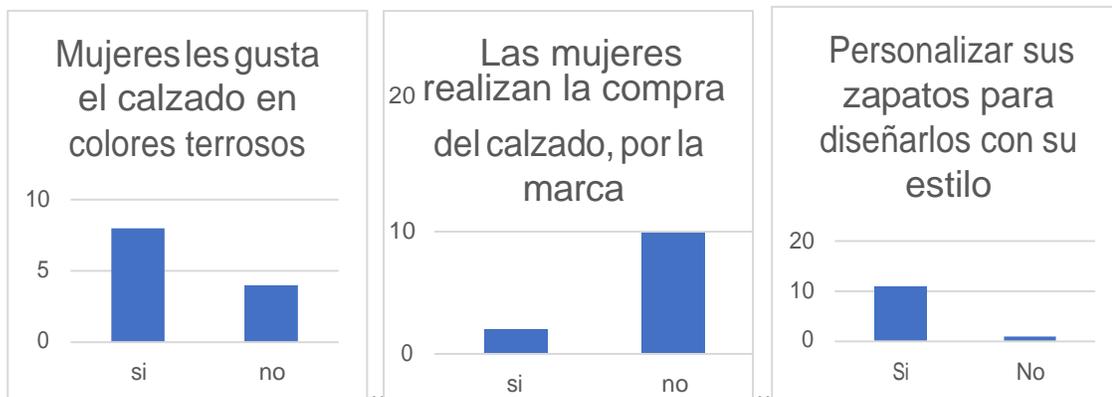


Ilustración 1. Encuestas de gustos.

6.2.2 Análisis de Datos.

Las mujeres entre 20 y 50 años prefieren el uso de calzado de baja altura, que nos les cause una gran fatiga durante las largas jornadas diarias, el uso de zapatos altos se deja más para el uso exclusivamente laboral, aunque 3 de las 12 indicaron que preferían el uso de calzado alto para salir en las noches a diferentes tipos de eventos.

Se aprecia que el estereotipo de las marcas tradicionales ha ido decreciendo, los criterios de selección de los usuarios están migrando hacia un espacio en el cual el criterio de selección prima por factores como el diseño, la calidad, la exclusividad, y la diferenciación. Lo que abre una ventana de oportunidad para los nuevos productores de calzado o minoristas que quieren penetrar en nichos de mercado más particulares, bajo condiciones más favorables de mercado, lo que garantiza una correcta entrada y permanencia en estos mercados.

A la mayoría de la población encuestada les pareció acertada la idea de personalización e inclusión de símbolos de identidad en el calzado, y manifestaron una intención de compra de carácter positivo hacia este tipo de productos, ya que, según estos, les permitía acceder a productor diferenciadores y que mostraban identidad.

En el análisis de las entrevistas a los expertos, se observa una clara tendencia de los fabricantes y diseñadores hacia la realización de productos muy uniformes, en la cual sus criterios de diseños se dictan únicamente hacia las tendencias del mercado o de la temporada, y en muchos de los casos no hay un lenguaje de diseño único del producto, y utiliza partes del diseño de manera general, sin aportar una diferenciación del producto. Esta tendencia a generado que una gran parte del mercado este abandonada en cuanto a productos que se diferencien y le aporten al usuario un verdadero criterio de compra.

Una parte del mercado demanda productos que estén diferenciados de aquellos fabricados bajo un lenguaje de diseño que no aportan diferenciación y únicamente se guían por las tendencias, es por esto que el calzado personalizado puede tener un mercado de acceso con buenas perspectivas en el cual este tipo de productos tengan una gran aceptación, además si se hace un contraste entre las entrevistas y las encuestas se observa que ambas coinciden en que el mercado está demandando productos que le aporten identidad y diferenciación a los usuarios, tomando como diferentes referentes y utilizando como criterio de selección la buenas calidad de los materiales y los acabados.

6.2.3 Encuestas Eje Cafetero.

Teniendo en cuenta el análisis locativo de los referentes de diseño, se planteó una encuesta que permitiera caracterizar e individualizar las preferencias de un grupo poblacional de la zona de estudio, para los cual se diseñó un formato de uso abierto que permitía su difusión por medios electrónicos. Se buscaba información de utilidad acerca de tres cuestiones principales; lugar de origen, objetos y productos con los que relaciona el eje cafetero, y finalmente con que relaciona el eje cafetero. De lo cual se obtuvieron los siguientes datos:

¿De qué lugar es?

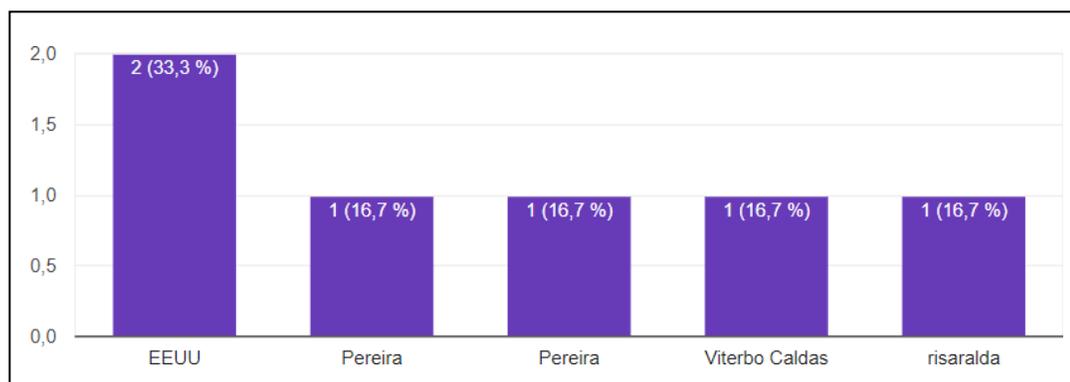


Ilustración 2. Lugares.

¿Con que objetos lugares y productos relaciona el paisaje cultural cafetero?

- Café, reservas naturales, clima
- Ponchó, sombrero y café
- Las chivas, Antioquia, Medellín, productos como el café y las flores
- Café, arquitectura, montañas, cordillera, Ríos, aire libre
- Colombia, cafetería, taza, cafetera, costales, arriero, cafetales
- Poncho, carriel y machete
- Café, paisajes
- Montañas y aves
- Con el café
- Con los campesinos, su carisma su alegría y su humedad
- Café
- Chocolatera, bolinillo, café, olla de peltre. Pájaros por el avistamiento de aves, los traguitos de la mañana.

- El café, las artesanías y el turismo
- Alpargata, carriel, arquitectura, caficultura, gastronomía, pilón
- Despulpadora, Jeep, campo, souvenirs
- Café, termales santa rosa, bahareque aroma del café matas de café campesinos
- El café, el jeep, colores, diversidad
- El café
- Sombrero, montaña
- Café, Jeeps, chapoleras, chivas rumberas, paseos ecológicos.
- Termales, lagunas, montañas
- Fincas y Jeeps
- Biodiversidad

¿Con que relaciona el eje cafetero?

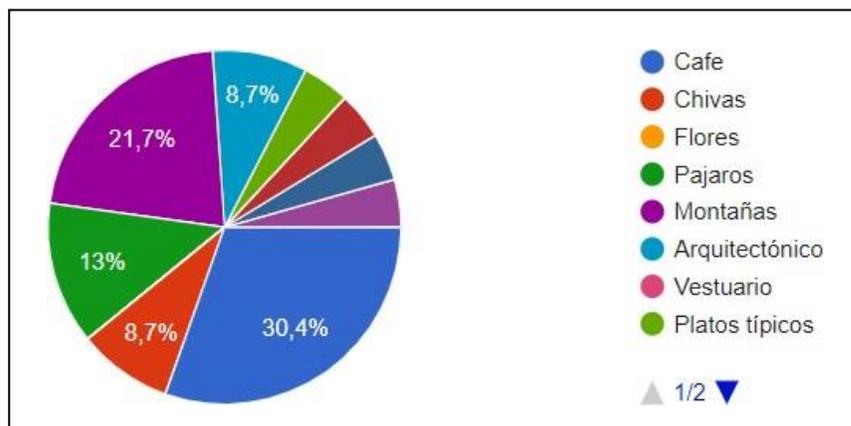


Ilustración 3. Relación con el eje cafetero.

6.2.4 Observaciones.

Para la realización del trabajo de campo se hicieron diferentes solicitudes a algunos fabricantes locales, para que se permitiera las visitas de campo y que se pudiera evidenciar los procesos de fabricación. Dentro de este variado número de solicitudes se evidencio un temor de algunos fabricantes locales por dejar ver sus procesos, debido a que pensaban que estaban aportando datos a futuros competidores, además se hizo notable que muchos eran renuentes a explicar partes de sus procesos. Sin embargo, es de resaltar que las empresas y fabricantes que finalmente fueron mencionados en el presente trabajo, siempre se mostraron interesados en colaborar y ayudar en el proceso de aprendizaje y dieron visto positivo a las solicitudes realizadas.

Para realizar las visitas de campo específicas se le solicito al fabricante local Andrés Castaño la facilidad de ingresar a los puntos de fabricación, en los cuales se dio una instrucción amable por parte de todos sus colaboradores. Se recibió una adecuada instrucción básica en muchos de los procesos de fabricación del calzado, desde el corte del material hasta la obtención del producto final, se evidencio que puntos se pueden aprovechar ventanas de oportunidad que permitan mejorar los productos, y cuáles son los aspectos en los que se deben adquirir competencias para la obtención de un producto de buena calidad.

Finalmente se hizo evidente que los procesos de fabricación local, aún conservan metodologías artesanales, y que en su gran mayoría no se logran alcanzar factores de diferenciación que incidan en la decisión de compra por parte del usuario, luego para llegar a óptimos procesos de competitividad, se requiere mejorar algunos aspectos para la obtención de estándares mucho más altos.

7. ANÁLISIS DE TIPOLOGÍAS

7.1 Análisis Comparativo



Figura 26. Tipologías de calzado.



Figura 27. Tipologías de suelas.



Figura 28. Expresiones culturales tradicionales.

7.2 Análisis Individual

Tabla 1. Calzado con personalización.

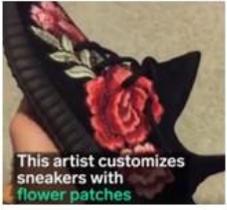
| | | | |
|---|---|--|---|
|  | <p>Producto: Calzado con personalización a libre elección FREE Customs</p> <p>Autor: Steven Vasilev</p> <p>Este producto lleva a comprender que mediante el Networking que proveen las redes sociales el autor identificó una gran demanda de los productos rediseñados y personalizados por parte de sus seguidores en las redes sociales.</p> | | |
| | Formal Estético | funcional | Simbólico comunicativo |
| | El tejido elaborado en el calzado le brinda una mayor atracción física al consumidor y una estética poco convencional. | El tejido se adapta o copia mejor la forma o estructura del zapato | Implementación en el calzado una personalización propia y libre elección con tipos de tejido en flores en el producto, con cualquier tipo de color. |

Tabla 2. Cuadro 2. Artesanos Grabadores.

| | | | |
|---|--|--|---|
|  | <p>Producto: Plasmar su cultura, flora y fauna en los Chuck Taylor de Converse, realizando en el grabado de jicara (Pinta pasos)</p> <p>Autor: Artesanos Grabadores Mixtecos Unidos, A.C., originarios de Pinotepa de Don Luis</p> <p>Con este proyecto se busca activar la economía y el desarrollo de los pobladores mixtecos de Pinotepa de Don Luis, tomando en cuenta la importancia de rescatar las tradiciones y cultura indígenas de México.</p> | | |
| | Formal Estético | funcional | Simbólico comunicativo |
| | Los elementos de la cultura indígena mexicana le brindan un mayor atractivo visual, utilizando los colores y formas características de esa cultura | Este tipo de calzado, cuenta con área de impresión considerable que permite la ejecución de un variado tipo de diseños | Se pretende resaltar la cultura y tendencias ancestrales en modelo de uso común |

Tabla 3. Shoe Lovers.

| | | | |
|---|--|--|--|
|  | <p>Producto: Diseñar zapatos a la carta</p> <p>Autor: Shoe Lovers Club</p> <p>Boutique de zapatos a la carta, creada para las mujeres adictas a los zapatos, que buscan diseños, colores y texturas diferentes</p> | | |
| | <p>Formal Estético</p> | <p>funcional</p> | <p>Simbólico comunicativo</p> |
| | <p>Se utiliza la apariencia visual de preferencia del consumidor, este tiene la posibilidad de seleccionar el aspecto estético de su calzado</p> | <p>Se utiliza un proceso de co-diseño que facilita la tarea de Diseñador, realizando procesos colaborativos que buscan la obtención de un producto final personalizado</p> | <p>El mensaje transmitido por cada diseño es propio de casa usuario, esta muestra sus temas de interés, sus formas y colores transmiten sus preferencias</p> |

Tabla 4. Shoe Lovers.

| | | | |
|---|---|--|---|
|  | <p>Producto: Calzado hechos a medidas en cuero artesanal</p> <p>Autor: Artcuero</p> <p>Personaliza los zapatos y las hacen dos formas tradicionales con el mejor cuero, y elige su color favorito</p> | | |
| | <p>Formal Estético</p> | <p>funcional</p> | <p>Simbólico comunicativo</p> |
| | <p>Representa elegancia y polivalencia, puede ser usado como elemento de sobriedad o relevancia dependiendo su uso</p> | <p>El cuero es un elemento resistencia, de fácil manipulación y adaptación de las formas</p> | <p>Elemento que permite darle brillo u opacidad a los elementos, resaltar áreas particulares y combinarlo con otros elementos que muestran adaptabilidad del Diseño</p> |

Tabla 5. Creaciones Artesanos Guatemaltecos.

|  | <p>6 Producto: Creaciones artesanales regionales se lucen en zapatos y accesorios</p> <p>7 Autor: Artesanos Guatemaltecos</p> <p>8 Telas típicas manufacturadas por artesanos guatemaltecos se convierten en prendas y accesorios exclusivos y personalizados que representan el arte nacional en su máxima expresión.</p> | | | | | |
|--|---|--|------------------|-------------------------------|--|---|
| | <table border="1"> <thead> <tr> <th>Formal Estético</th> <th>funcional</th> <th>Simbólico comunicativo</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td> <p>Utilización de materiales artesanales y telas típicas en la producción de calzado que fomenta los aspectos estilísticos, representa elementos autóctonos de esta cultura.</p> </td> <td> <p>Los artesanos se encargan de trazarlos, coserlos, forrarlos y pegarlos, cada zapato es fabricado de forma artesanal lo que garantiza un mayor control de la calidad en todos los procesos.</p> </td> <td> <p>El uso de elementos puramente artesanales representa una rebeldía con respecto a los procesos de fabricación en serie, además muestra la responsabilidad por el mantenimiento de fuentes de empleo en esta provincia.</p> </td> </tr> </tbody> </table> | Formal Estético | funcional | Simbólico comunicativo | <p>Utilización de materiales artesanales y telas típicas en la producción de calzado que fomenta los aspectos estilísticos, representa elementos autóctonos de esta cultura.</p> | <p>Los artesanos se encargan de trazarlos, coserlos, forrarlos y pegarlos, cada zapato es fabricado de forma artesanal lo que garantiza un mayor control de la calidad en todos los procesos.</p> |
| Formal Estético | funcional | Simbólico comunicativo | | | | |
| <p>Utilización de materiales artesanales y telas típicas en la producción de calzado que fomenta los aspectos estilísticos, representa elementos autóctonos de esta cultura.</p> | <p>Los artesanos se encargan de trazarlos, coserlos, forrarlos y pegarlos, cada zapato es fabricado de forma artesanal lo que garantiza un mayor control de la calidad en todos los procesos.</p> | <p>El uso de elementos puramente artesanales representa una rebeldía con respecto a los procesos de fabricación en serie, además muestra la responsabilidad por el mantenimiento de fuentes de empleo en esta provincia.</p> | | | | |

7.3 Requerimientos Del Producto

Los requerimientos del producto diseñado, están alineados con los objetivos específicos de la siguiente manera:

- 7.1.1 Aplicar un estudio de campo para la obtención de información cuantitativa (encuestas) y cualitativa (entrevistas, conversaciones y discusiones), que permita conocer los elementos de identidad que más caracterizan al usuario objetivo:

Tabla 6. Requerimientos de uso.

| | REQUERIMIENTO | DETERMINANTE | PARÁMETRO |
|------------|----------------------|---|--|
| USO | Comodidad | Deberá contar con medidas y dimensiones ideales para el usuario | Las proporciones del producto estarán pensadas para el usuario estudiado |
| | Identidad | El calzado deberán responder a un elemento representativo de la región cafetera | El producto estará pensado a partir de estudio del café |

7.1.2 Obtener el prototipo de calzado final mediante la utilización de la metodología Design Thinking. Consiguiendo unos acabados y una resistencia acorde con los requerimientos establecidos.

Tabla 7. Requerimientos técnico-productivos y de función.

| | | | |
|---------------------------|-----------------------|---|--|
| FUNCIÓN | Resistencia | Los materiales del producto deberán tener un tiempo optimo de vida | Fique, lana , materiales naturales, plastico, hilos, pegante |
| | Acabado | El calzado deberá tener terminados atractivos para el cliente | Acabados seguros en el tejido por medio de pegantes, remates |
| TECNICO-PRODUCTIVO | Mano de obra | El calzado se elaborará en un mercado local | Artesanos, zapateros especializados |
| | Materia primas | Se utilizará suelas encontradas en el mercado y materiales manejados por los expertos | Cuero, fibras naturales, lana, pegantes, caucho |

7.1.3 Realizar un estudio técnico que tenga en cuenta los procesos de manufactura de **calzado** utilizados en la región, además de la elaboración de un listado de materias primas posibles u opcionales para la fabricación del producto, teniendo en cuenta aquellos elementos que resaltan elementos de identidad cultural de la región.

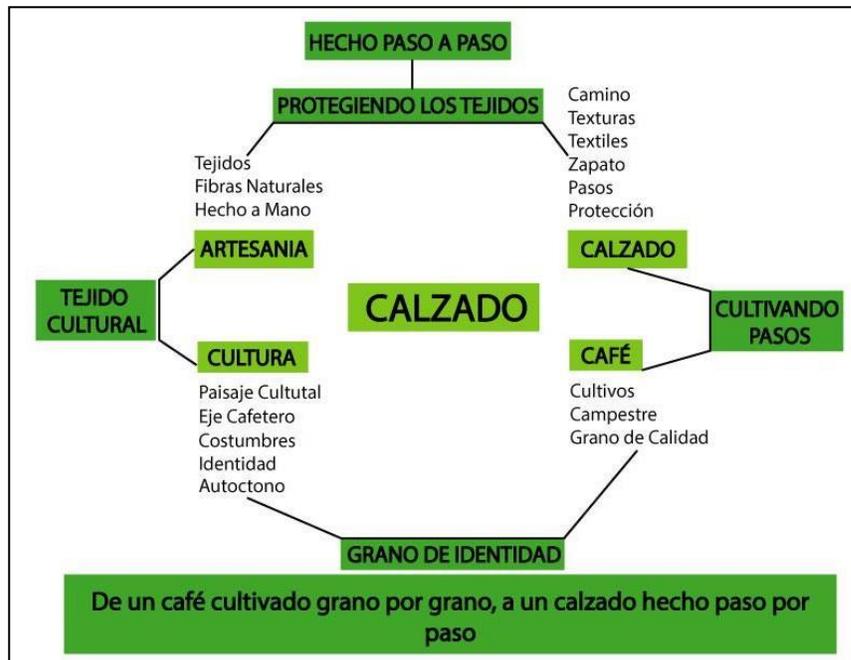
Tabla 8. Requerimientos formal - estético.

| | | | |
|--------------------------|------------------|--|--|
| FORMAL - ESTETICO | Estilo | El producto se elaborará de referentes de inspiración y tendencias actuales | Recopilación de datos a partir de tipologías y publico objetivo |
| | Textura | Las piezas deben tener texturas de acuerdo a su enfoque | tejidos, reticulado y mezclas de colores |
| | Interes | Formalización geométrica, materiales y tejidos | Mezcla de materiales, módulos, repeticiones, isometría y simetría |
| | Tendencia | Deberá estar enfocado en una tendencia actual | Tejidos, geometrización, texturas y colores |

7.4 Concepto De Diseño

Para la obtención del concepto de diseño, se analizaron diferentes puntos de relevancia para el diseño, seguido a esto, se les realizó una búsqueda de términos relacionados, con la cual se pudo realizar una correlación entre dichos términos, para que de este modo se lograra el concepto de diseño del calzado diseñado.

Tabla 9. Diagrama para obtención de concepto de diseño.



7.5 Alternativas De Diseño Propuestas

Con el objetivo de lograr el diseño de diferentes alternativas, se hizo una búsqueda de referentes fundamentada en el objetivo de la presente investigación, el cual planteaba el Diseño de calzado, para comunicar elementos de identidad de la cultura del eje cafetero.

Por lo cual, para la selección del calzado que iba hacer objeto de la aplicación de los nuevos diseños, se buscó un tipo de calzado que cumpliera en paralelo con el fundamento teórico del presente trabajo, puesto que al sintetizar lo acontecido en la época de la llegada del café a la región, se aprecia que uno de los elementos usados dentro del vestuario de la época, eran las alpargatas. Las cuales representaban gran parte del imaginario de la época y de la región, sin embargo, dentro de la revisión bibliográfica se evidencio que a pesar de que era un elemento de gran trascendencia para las personas; la alpargata no era un calzado autentico del eje cafetero, simplemente se hizo su adopción a la cultura local.

De este modo al seleccionar el tipo de calzado base, se buscó uno que, por sus condiciones estéticas, comerciales y de calidad, mostrara una buena aceptación por los usuarios de la actualidad, lo cual lograría atraer fácilmente a los nuevos usuarios objetivo; al comunicar elementos de identidad del eje cafetero, pero en un calzado actual y vanguardista.

Así pues, el calzado seleccionado fue el modelo Adidas Stan Smith, los cuales fueron diseñados para jugar tenis, pero tuvieron una gran aceptación por el público general, adicionalmente ofrece una gran adaptabilidad a cualquier diseño implementado, por sus superficies lisas y que dejan un espacio disponible para la adaptación de los diseños.

Finalmente, los referentes de diseño utilizados fueron:

7.1.4 El Eje Cafetero

7.1.5 La flor del café

7.1.6 El café verde, maduro y seco

A estos referentes se les realizó una abstracción de sus colores y formas más representativas, de lo cual se obtuvieron los siguientes resultados:



Figura 29. Paisaje Cultural Cafetero.



Figura 30. Hoja del palo de café.



Figura 31. Flor del café.



Figura 32. Café Verde.



Figura 33. Café Maduro.

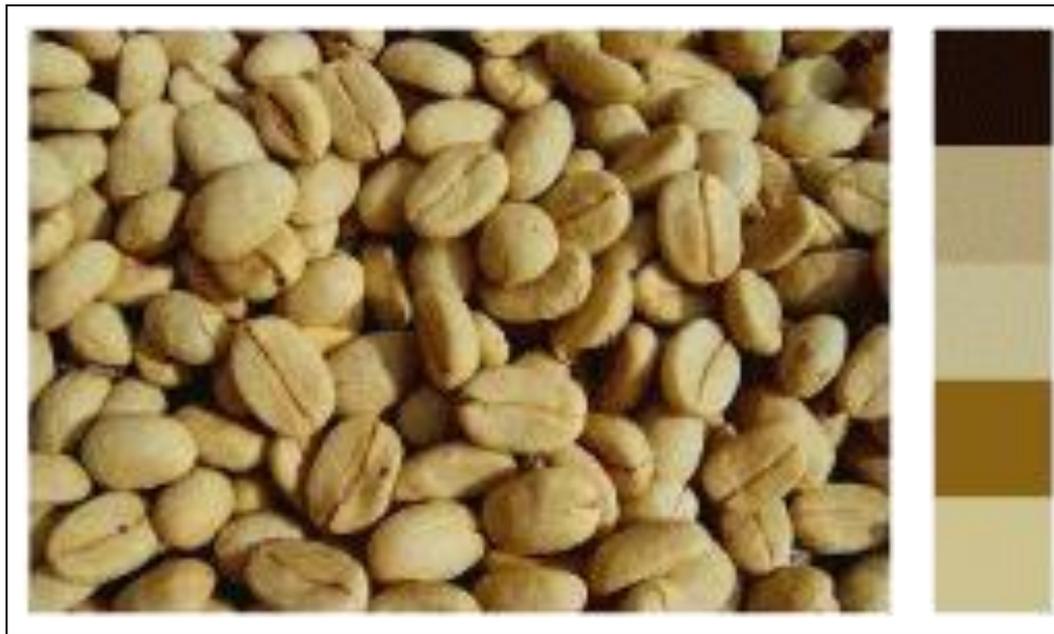


Figura 34. Café Seco.

Luego, analizando las paletas de colores obtenidas y las texturas más representativas se realizaron las siguientes alternativas:

7.5.1 Alternativas previas al Scamber:

Las siguientes alternativas fueron desarrolladas antes a la realización del Scamber, con lo cual se demuestra el beneficio de su aplicación:

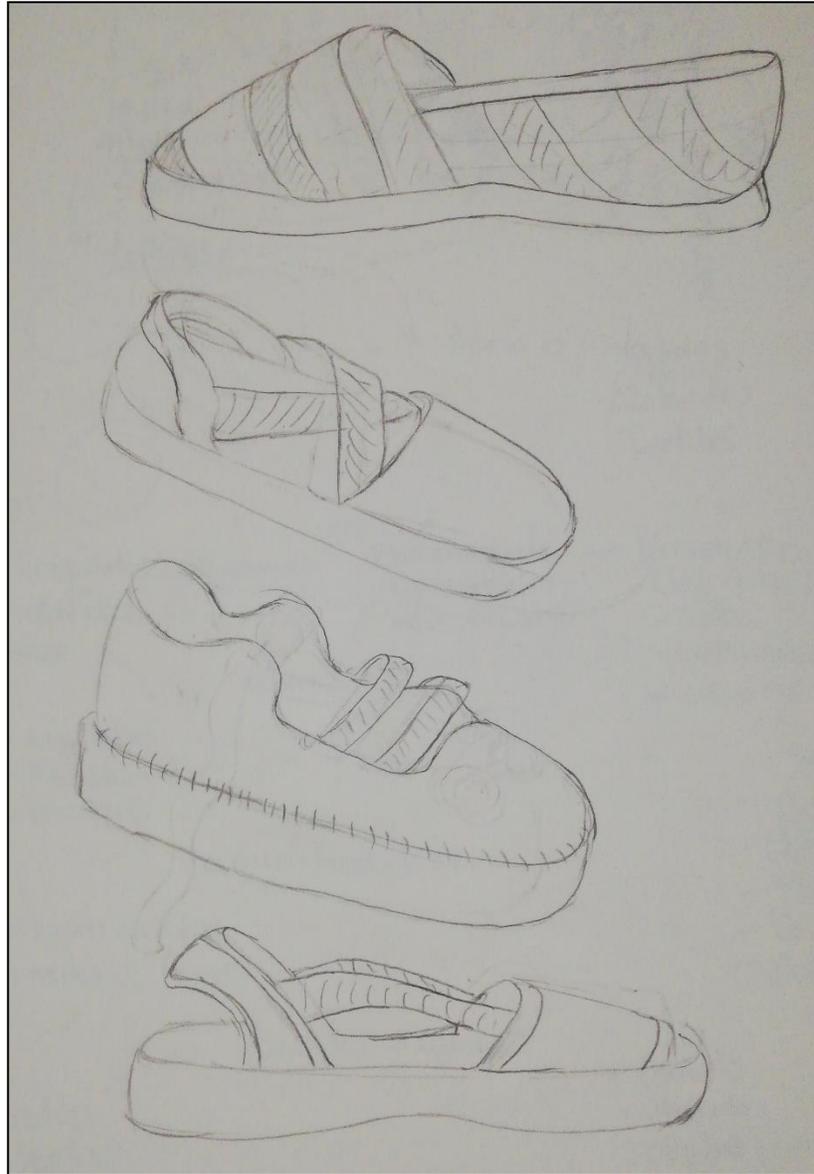


Figura 35. Alternativas previas al Scamber.

7.1.7 Alternativa 1:

La alternativa se inspira en el material utilizado en la confección de las alpargatas y sus cordones que serían cinta sublimados en patrones inspirados en la textura de los granos de café seco utilizando la paleta de color dicho elemento, se hace uso de la técnica de tejido de las alpargatas para así unir el material yute puesto en la suela y en la talonera de la capellada.



Ilustración 4. Alternativa 1.

7.5.2 Alternativa 2:

El diseño de los elementos gráficos, está inspirado en la texturización de la hoja del café y fue utilizada la paleta de colores del eje cafetero. Las correas del calzado son pensadas en las etapas de desarrollo del grano de café que son: la flor, el grano verde y el grano maduro.

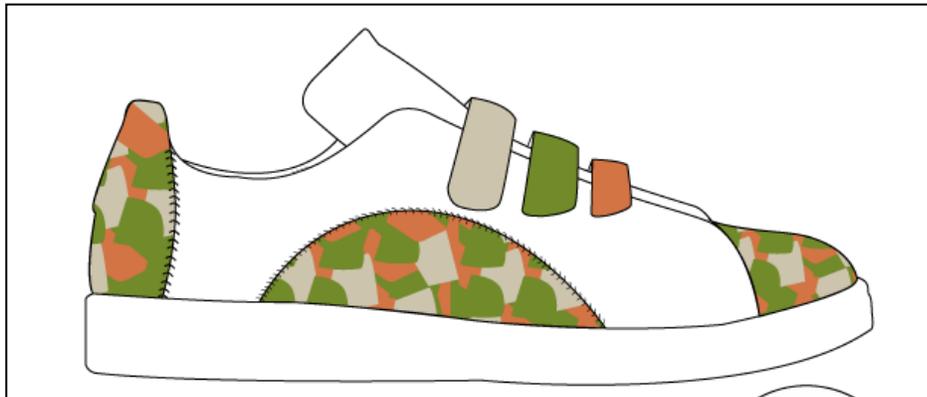


Ilustración 5. Alternativa 2.

7.1.8 Alternativa 3:

El diseño se inspira en la texturización de la hoja, observando detalladamente la geometría de los fragmentos que unen la totalidad de la hoja, se usa tela de yute en la parte superior de la suela usando una paleta de color del eje cafetero.

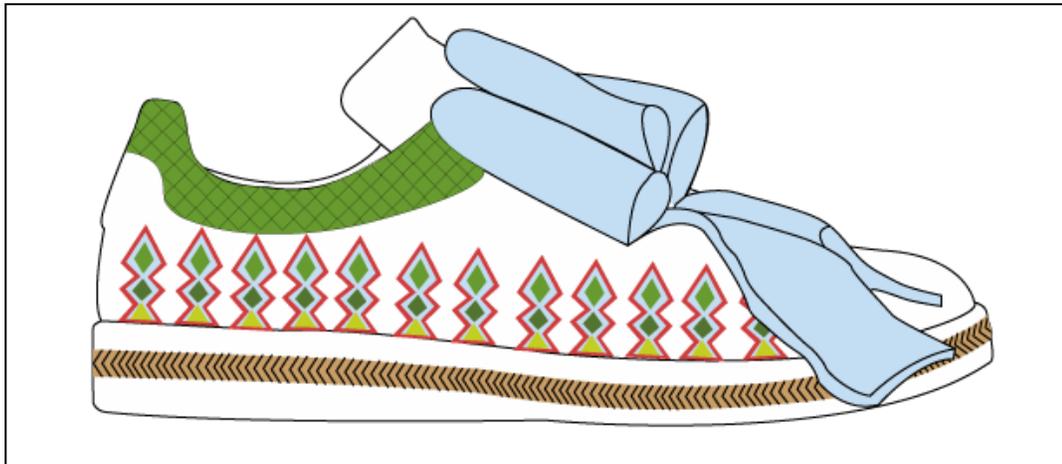


Ilustración 6. Alternativa 3.

7.5.3 Alternativa 4:

La alternativa se inspira en la texturización de la hoja, usándola en la talonera y en la puntera del calzado, los ojaletes con esta misma forma y para los cordones se utilizaría el tipo en resorte, usando la paleta de color del café verde

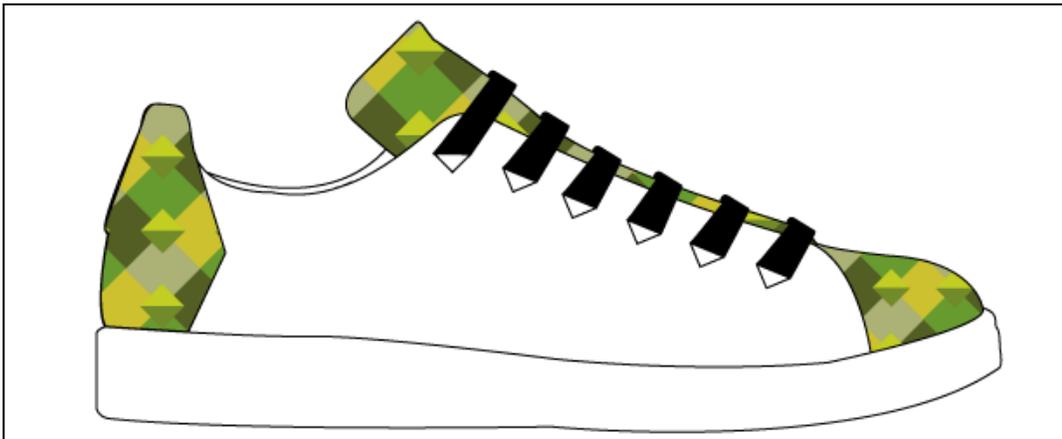


Ilustración 7. Alternativa 4.

7.5.4 Alternativa 5:

Se inspira en la morfología del árbol de café y su paleta de colores en las 3 etapas del proceso de cultivo del café, los cordones son cintas, se utiliza la paleta de color del café seco, la talonera, la suela y la puntera está inspirada en el material de las alpargatas.



Ilustración 8. Alternativa 5.

7.5.5 Alternativa 6:

Está inspirado en las ramas de café, resaltando sus hojas, y los frutos, en un tipo de realismo que muestra el diseño más ejemplificado. Se utiliza la paleta de colores de las 3 etapas del café los cordones están inspirados en el material de las alpargatas (yute) igual que la suela.



Ilustración 9. Alternativa 6.

7.6 Evaluación De Alternativas

Con el objetivo de calificar cada una de las alternativas, se realizó una evaluación de carácter cuantitativo, que busca puntuar los mayores atributos de cada alternativa. La calificación se realiza en una escala de 1 a 5 donde 1 es la más baja y 5 es la más alta. A continuación, se presentan los resultados obtenidos:

Tabla 10. Evaluación de alternativas.

| EVALUACIÓN DE LAS ALTERNATIVAS | | | | | | |
|---------------------------------------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|
| | A1 | A2 | A3 | A4 | A5 | A6 |
| Comodidad | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| Identidad | 1 | 2 | 3 | 2 | 5 | 5 |
| Resistencia | 2 | 3 | 3 | 2 | 4 | 4 |
| Acabado | 2 | 3 | 3 | 2 | 5 | 5 |
| Facilidad en mano de obra | 5 | 4 | 3 | 4 | 2 | 2 |
| Disponibilidad Materias Primas | 4 | 5 | 3 | 5 | 3 | 3 |
| Estilo | 3 | 2 | 3 | 4 | 5 | 5 |
| Textura | 2 | 1 | 2 | 2 | 5 | 5 |
| Interes | 3 | 2 | 3 | 4 | 5 | 5 |
| Tendencia | 3 | 2 | 3 | 4 | 5 | 5 |
| Total | 30 | 29 | 31 | 34 | 44 | 44 |

7.7 Diseño De Detalles

Con respecto a los detalles, se pretende intervenir la parte exterior de la suela mediante la aplicación de un material autóctono de la región, que para este caso de estudio sería el yute, del mismo modo, este material puede ser aplicado en la puntera. Para los cordones se pretende la fabricación de una cinta de 2cm de ancho en el mismo material, adicionalmente a estos apliques de texturas se plantea la aplicación de elementos gráficos en los laterales del calzado.



Figura 36. Detalle suela y puntera.



Figura 37. Detalle cordones.

7.8 Modelos Y/O Simuladores

Lo que se buscaba con la elaboración de los simuladores, era evaluar físicamente diferentes modelos y variables de aplicación en el calzado, jugando con sus partes, colores y diferentes texturas, se resalta como una alternativa valida en la obtención de modelos, ya que retroalimenta el proceso de diseño. Los simuladores realizados fueron los siguientes:



Figura 38. Simulador 1.



Figura 39. Simulador 2.



Figura 40. Simulador 3.



Figura 41. Simulador 4.

7.9 Propuesta Definitiva

De acuerdo con el análisis de las alternativas, aquellas que lograron la mayor puntuación fueron la alternativa 5 y 6, de las cuales se resalta el uso de formas que enmarcan la taxonomía del árbol de café y sus frutos.



Ilustración 10. Alternativa 5.



Ilustración 11. Alternativa 6.

7.10 Render



Figura 42. Prototipo 1.



Figura 43. Prototipo 2.

7.11 Secuencia De Uso

Muestre cada uno de los pasos para la utilización del producto:



Ilustración 12. Secuencia de uso.

7.12 Planos Técnicos

A continuación, se adjuntan los planos técnicos de las principales partes que conforman el calzado, en estos se señalan las dimensiones de cada una de sus partes.

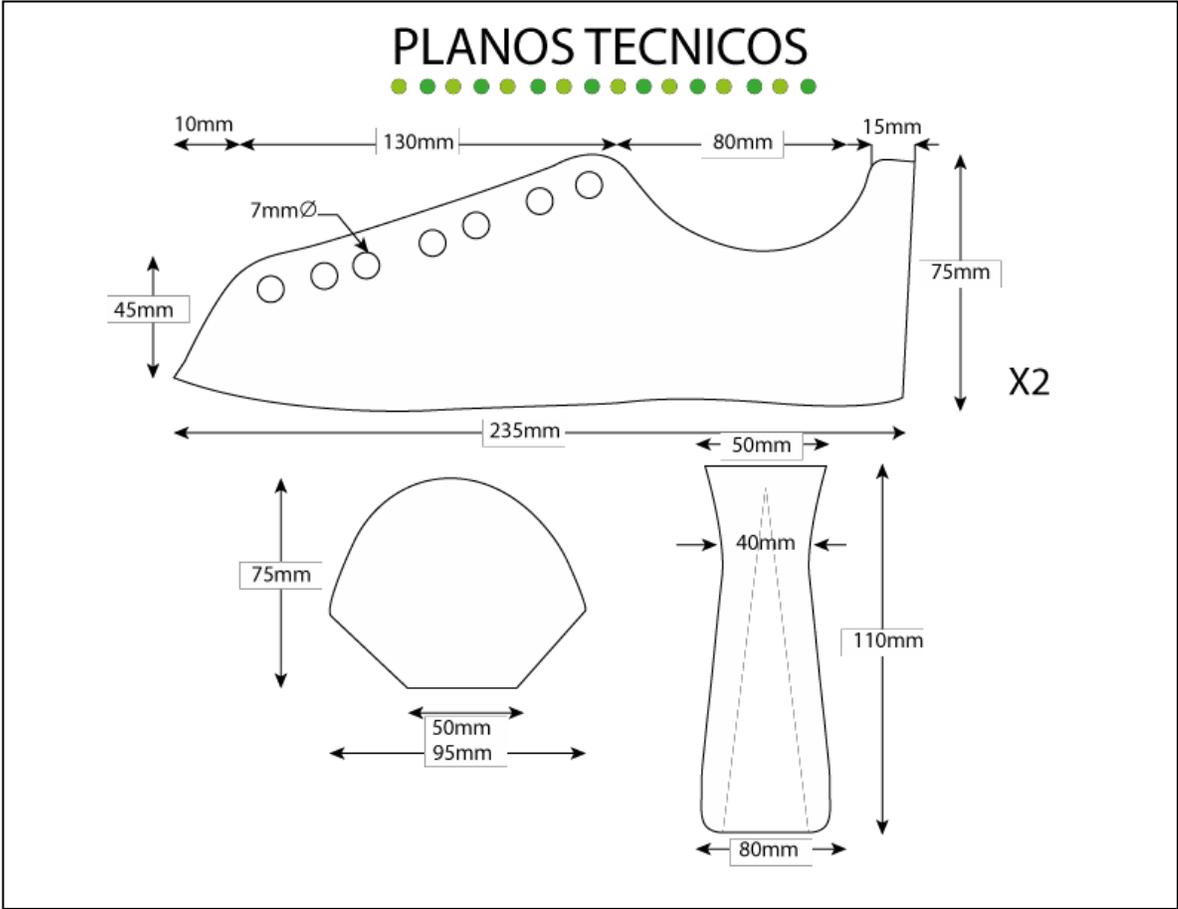


Figura 44. Planos técnicos.

7.13 Despiece

En el despiece del calzado se observan las siguientes partes: Lengüeta y puntera, la capellada, cordones y suela.



Figura 45. Despiece 1.

7.14 Proceso Productivo

Para el proceso productivo, es de relevancia resaltar que gran parte de la materia tiene buena disponibilidad a nivel local, además la ciudad cuenta con personal de experiencia en el ensamblaje del calzado, igualmente se deben garantizar el cumplimiento de estándares de calidad que garanticen la entrega de un buen producto.

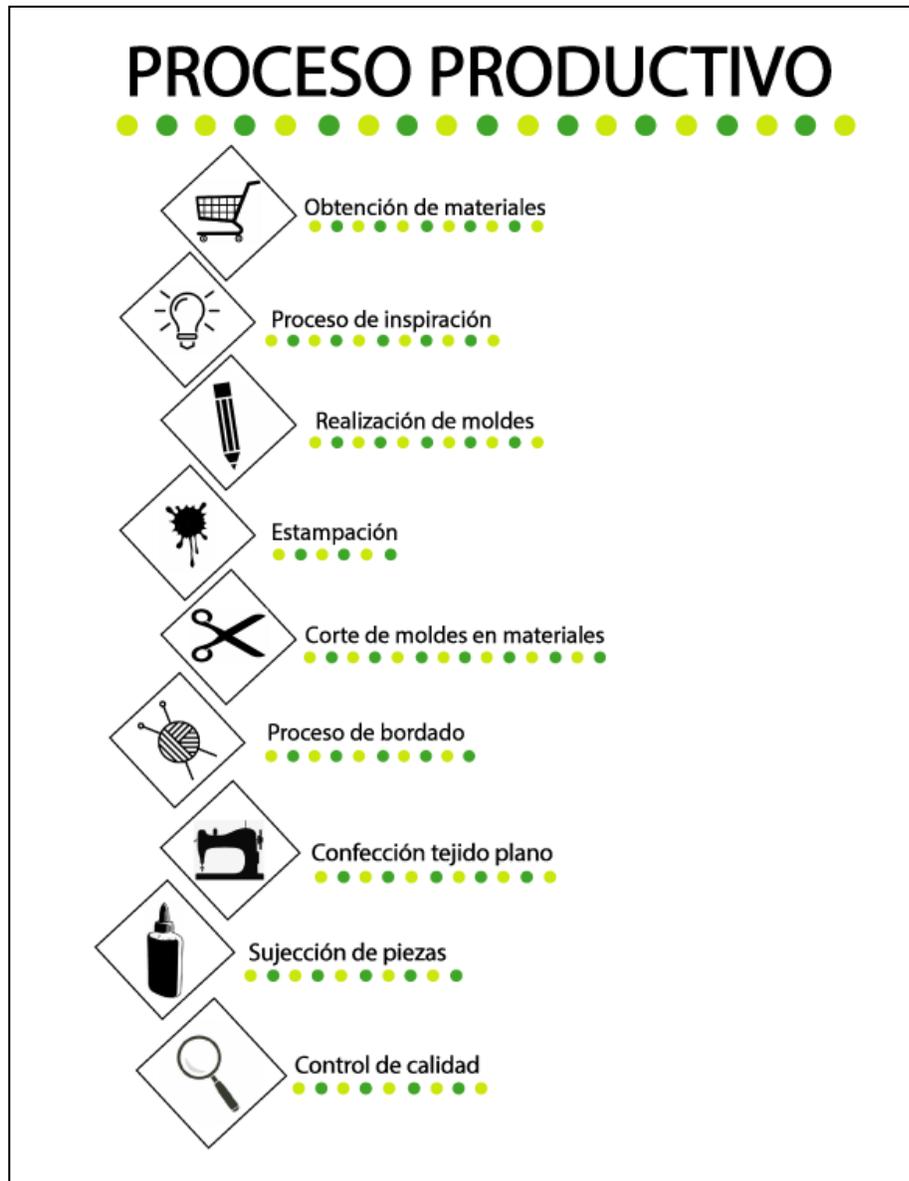


Ilustración 13. Proceso productivo.

7.15 Materiales Especificaciones

Para la selección de los materiales a utilizar, se hizo una búsqueda dentro de la disponibilidad de materiales en la región, a lo cual se seleccionaron los siguientes materiales, debido a que son los que más se ajustan a la intervención en el diseño.

MATERIALES Y ESPECIFICACIONES

- YUTE**
 - Alta resistencia, acepta fuerza de presión por peso
 - Fibra vegetal
 - Se adapta a las condiciones ambientales
 - Tiene alta capacidad de adherencia físicas
 - No permite fermentación
 - Gran versatilidad
 - Es fuerte y funcional
 - Resiste el arrastre y cualquier presión
- SEDA**
 - Tela lustrosa
 - Elegante
 - Caída elegante
 - Se asocia con la riqueza y la realeza
 - Resistente y de larga duración
 - Aislante de la electricidad
 - Transpirable
 - Suave
 - Gran fluidez

Ilustración 14. Materiales y Especificaciones 1.

LONA

- Resistencia a la abrasión
- Absorción de humedad
- Recuperación elástica
- Resistencia al esfuerzo
- Resistencia a la luz solar
- Capilaridad
- Buen aspecto estético

CUERO

- Resistencia a la tracción
- Resistencia al desgarre
- Grosor
- Compacidad
- Flexibilidad
- Dureza
- Resistencia al calor
- Moldeabilidad
- Resistencia a la abrasión seca y mojada

Ilustración 15. Materiales y Especificaciones 2.

7.16 Prototipo

Para ejemplificar los prototipos a desarrollar, se muestran las imágenes referenciadas en el literal (7.9.) Render debido a que para la fecha de entrega del presente documento el prototipo aun se encuentra en etapa de desarrollo.

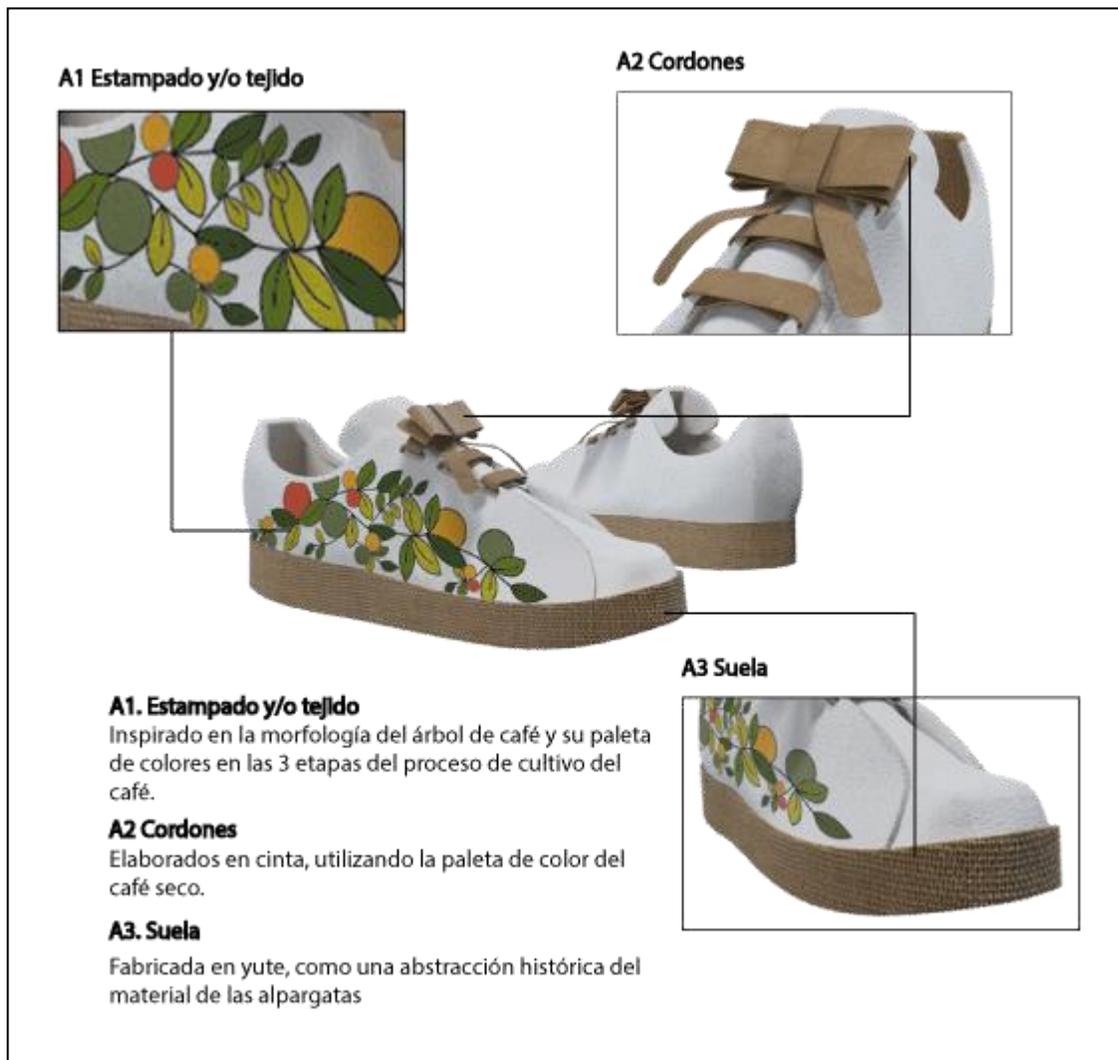


Figura 46. Prototipo.

7.17 Costos De Producción

Tabla 11. Presupuesto.

| PRESUPUESTO | | | | |
|--|--------------------|------------------------|-----------------------|-------------------|
| ITEM | UNIDA D | CANTIDA D | VALOR UNIT | COST O |
| Suela | Un | 1 | \$8.500,0 | \$8.500,0 |
| Tela | m2 | 0,25 | \$20.000,0 | \$5.000,0 |
| Pegante PL Amarillo | gal | 0,041 | \$48.000,0 | \$1.968,0 |
| Forro | m2 | 0,1 | \$25.000,0 | \$2.500,0 |
| Marquilla | Un | 1 | \$1.200,0 | \$1.200,0 |
| Pegante Maxon | gal | 0,041 | \$57.000,0 | \$2.337,0 |
| Molde por serie | Un | 0,00166 | \$120.000,0 | \$199,2 |
| COSTOS DIRECTOS | | | | \$21.704,2 |
| CARG O | UNIDAD | DEDICACIÓ N | SALARIO | COSTO |
| Cortador | 1 | 0,00256 | \$781.000,0 | \$1.999,4 |
| Guarnesedor | 1 | 0,0032 | \$781.001,0 | \$2.499,2 |
| Solador | 1 | 0,0032 | \$781.002,0 | \$2.499,2 |
| Diseñador | 1 | 0,005 | \$781.003,0 | \$3.905,0 |
| SUBTOTAL COSTO PERSONAL PROFESIONAL | | | | \$10.902,8 |
| FACTOR MULTIPLICADOR | | | | 1, |
| 8 | | | | |
| TOTAL COSTO PERSONAL PROFESIONAL | | | | \$19.625,0 |
| COSTOS DIRECTOS | | | | \$39.433,0 |
| TOTAL COSTO PERSONAL PROFESIONAL | | | | \$19.625,0 |
| TOTAL | | | | \$59.058,0 |

Estimando una ganancia del 35% sobre los costos de producción se estima que el calzado tenga un precio de \$ 79.728,3, se establece una producción inicial de 120 pares con un costo de producción de \$7'086.960; con lo cual se alcanzaría el punto de equilibrio después de la venta de 89 pares. Adicionalmente se debe tener en cuenta, que en el caso del calzado con bordados, tendrá un costo adicional de \$ 15.000, incluyendo materiales y mano de obra.

7.18 Viabilidad Comercial

En esta parte, se pretende predecir el eventual éxito o fracaso del proyecto, mediante la realización de un análisis comparativo con respecto a un calzado comercial, en el cual se obtuvieron los siguientes resultados:

Tabla 12. Viabilidad Comercial.

| ANÁLISIS COMPARATIVO | | |
|-----------------------------|---|---|
| | ALTERNATIVA | CALZADO COMERCIAL |
| CRITERIO |  |  |
| PATRONES | Abstraídos de contexto cafetero | No tiene un significado la forma |
| IDENTIDAD | Identidad del eje cafetero | Inspiración naturaleza |
| ERGONOMÍA | Alta nivel de ergonomía | Nivel de ergonomía baja |
| MATERIALES | Materiales autóctonos y materiales durables | Materiales convencionales |

De este modo, se hace evidente las ventajas de la alternativa planteada, debido al aporte de significancia e identidad del Eje Cafetero, además del uso de materiales autóctonos y durables.

7.19 Comprobación Video Usuario

Hasta la fecha no se ha realizado el video de comprobación debido a que el prototipo no esta finalizado, por esto se pone la secuencia de uso en la cual se destaca los siguientes pasos:

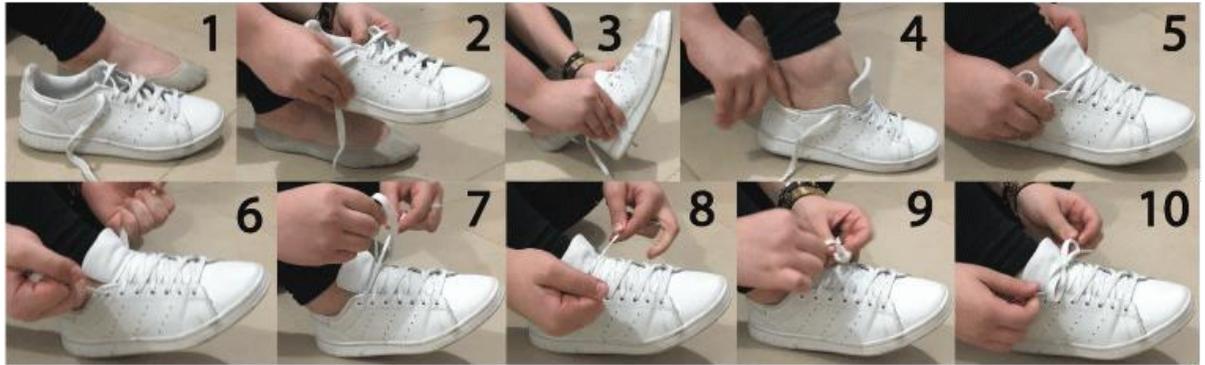


Figura 47. Video de comprobación.

8. CONCLUSIONES

Con la obtención de los prototipos finales, se llegó a un calzado que comunicaba elementos de identidad del eje cafetero, gracias a la utilización de referentes propios de la región, dichos elementos aportan a la identidad cultura y son de fácil asociación con elementos muy típicos de la región, su utilización le aportan identificación al usuario con los elementos de la región, adicionalmente su uso, posibilito la obtención de texturas, colores y formas que se adaptan fácilmente al calzado elaborado. por lo cual es posible afirmar que la utilización de referentes culturales, naturales, paisajísticos o simbólicos; puede proporcionar elementos que facilitan y mejoran el diseño de calzado.

El rescate de la identidad de una región, permite la consecución de oportunidades de diseño fundamentándose en la búsqueda de identidad del usuario, analizando el contexto desde el ambiente en el que se desarrolló el usuario, mediante una búsqueda de su historia, cultura,

costumbre y ambiente. Por este motivo, los diseños creados tienen un valor agregado y lo diferencia de otras alternativas del mercado, ya que se aleja del diseño convencional y se acerca al conocimiento de las raíces del usuario.

Las líneas de producto varían de acuerdo a las tendencias o el diseño buscado, la relación del producto con el usuario debe cumplir unos requisitos funcionales y de representación del imaginario del usuario, además de ser un elemento diferenciador. El diseño de productos que representan la identidad cultural, muestra una gran aceptación, mostrando que los usuarios están ávidos de productos diferenciadores, buscando nuevas ofertas y posibilidades de escogencia, se están alejando de las marcas tradicionales para acercarse directamente a los diseñadores y fabricantes; se puede concluir que actualmente se está pasando por un ciclo de cambio y reorganización en cuanto a la selección de productos, por esto se hace posible aprovechar estas ventanas de oportunidad para incluir nuevos diseños y nuevas metodologías de fabricación que diferencien los productos obtenidos.

Al analizar los referentes teóricos, se mostró que una cultura adopta productos u objetos como propios de su imaginario, aunque estos no tengan relación directa con su origen o creación, como en el caso de las alpargatas, de este modo la adopción de un calzado actual permite acercarse al usuario y a las condiciones actuales. Adicionalmente los diseños creados se realizaron mediante la aplicación de la metodología de diseño Design Thinking, la cual permitió generar procesos de retroalimentación y prototipado para llegar a los diseños planteados.

9. BIBLIOGRAFÍA

- Barajas, C. A. (2013). LAS ALPARGATAS: MEMORIA DE LOS CAMINOS, TEJIDO DE IDENTIDADES. *Artifices*.
- Café e Identidad. (14 de 05 de 2013). *Café e Identidad*. Obtenido de <http://cafeidentidad.blogspot.com/>
- Calle, M. F. (2015). *Universidad Catolica de Pereira*. Obtenido de <http://ribuc.ucp.edu.co:8080/jspui/handle/10785/3373>
- Cardenas, J. (2010). In Search of Juan Valdez: The Juan Valdez Marketing Campaign and the Construction of Colombian Identity. *Haverford College, Department of History*.
- Cespedes, C. M. (02 de 09 de 2011). El Diseño Industrial desde las necesidades basicas de las personas. *Base de datos biblioteca digital UCP*. Obtenido de <http://biblioteca.ucp.edu.co/OJS/index.php/grafias/article/view/3398>
- Conpes. (2011). *POLÍTICA PARA LA PRESERVACIÓN DEL PAISAJE CULTURAL CAFETERO DE*. Documento Conpes, Bogotá D.C. Obtenido de <http://paisajeculturalcafetero.org.co/static/files/Conpes1.pdf>
- DURÁN, M. B. (2017). LOS FACTORES OBJETIVOS QUE AFECTAN ALGUNAS PRÁCTICAS DE LA. Medellin, Antioquea, Colombia.
- Eco, U. (1973). Signo. *Editorial Labor*.
- Escobar, C. H. (23 de 11 de 2015). *Universidad Nacional de Colombia*. Obtenido de <http://agenciadenoticias.unal.edu.co/detalle/articulo/calzado-con-disenos-inspirados-en-culturas-indigenas.html>
- Escobar, G. D. (2013). Eje Cafetero: Transporte y desarrollo regional. *Revista bdigital Unal*. Obtenido de <http://www.bdigital.unal.edu.co/9244/1/gonzaloduqueescobar.20139.pdf>
- Guiraud, P. . (1997). La Semiologia. Ediciones Siglo XXI. *Edicion 23* .
- Jaramillo, J. (2014). *Cartel Urbano*. Obtenido de <http://cartelurbano.com/moda/la-sangre-fresca-del-diseno-de-zapatos>
- Jean, B. (1969). *El sistema de los Objetos*. Paris: Éditions Gallimard.
- Jimenez, M. G. (2010). La cultura Paisa. . Obtenido de <https://www.blogger.com/profile/02171896699843733099>
- Knight, P. (2016). *Shoe Dog*. Conecta.
- Ley 905 (Secretaria del Senado 2004). Obtenido de http://www.secretariasenado.gov.co/senado/basedoc/ley_0905_2004.html

Marca Cafe de Colombia . (2010). La Gente del Café. *Cafe de Colombia*.

Ministerio de Comercio, I. y. (2011). *ABC Estatuto del Consumidor*. Obtenido de http://www.mincit.gov.co/publicaciones/2537/abc_estatuto_del_consumidor

Ministerio de Cultura. (2011). PAISAJE CULTURAL CAFETERO. Obtenido de <http://paisajeculturalcafetero.org.co/static/files/cartillaministerio.pdf.pdf>

Ministerio de Cultura. (2014). Diversidad Cultural. Bogota D.C., Colombia. Obtenido de <http://www.mincultura.gov.co/areas/poblaciones/publicaciones/Documents/Cartilla%20Diversidad%20Cultural.pdf>

Molano, O. L. (2014). Identidad Cultural un concepto que Evolucion.

Oscar Adrian Duran, J. C. (2011). *Universidad Eafit*. Obtenido de <https://repository.eafit.edu.co/bitstream/handle/10784/4250/PROYECTO%20DE%20GRADO%20CALZADO%20PERSONALIZABLE%20FEMENINO.pdf?sequence=1>

Periodico El Tiempo. (19 de 07 de 2017). 10 cosas que nos representan como colombianos. *El Tiempo*.

Redacción Cromos. (24 de 06 de 2013). De alpargatas y tapapinches, el atuendo de Juan Valdez. *El Espectador*.

Resolución 510 (Ministerio de Comercio 2014). Obtenido de <http://www.puntofocal.gov.ar/doc/col45.pdf>

Seco, R. (2016). *Runners World*. Obtenido de <http://www.runners.mx/article/crean-diseno-de-calzado-inspirado-en-arte-huichol>

Superintendencia de Industria y Comercio. (2017). *Marcas*. Obtenido de <http://www.sic.gov.co/marcas>

UNESCO. (2016). *UNESCO.ORG*. Obtenido de <http://www.unesco.org/new/es/mexico/work-areas/culture/world-heritage/>

Unidad de planeacion minero energetica. (2016). Normativa Ambiental residuos solidos. Obtenido de http://www.upme.gov.co/guia_ambiental/carbon/gestion/politica/normativ/normativ.htm#BM2_9_Normatividad_sobre_residuos_sólido

Universidad de Valencia. (2017). Fundamentos del Diseño Industrial. Valencia, España. Obtenido de http://ocw.uv.es/ingenieria-y-arquitectura/expresion-grafica/eg_tema_12.pdf

Universidad Nacional de Colombia. (2007). Apectos locativos eje cafetero. *Revista Bdigital Unal*.

Vasilev, S. (2014). *Facebook*. Obtenido de https://www.facebook.com/thisisinsiderstyle/videos/277627042693862/?autoplay_reason

=test_non_ad_for_ads_only_autoplay&video_container_type=0&video_creator_product_type=2&app_id=2392950137&live_video_guests=0

Zapata, L. M. (2008). Ergonomía y Diseño., *ICONOFACTO*.

10. APÉNDICES Y ANEXOS

10.1 Registro - Trabajo De Campo

El trabajo de campo desarrollado en el transcurso de este proyecto, permitió conocer cada uno de los procesos referentes a la fabricación de calzado, de este modo en las siguientes figuras se ilustra los procesos llevados a cabo, con lo cual se conocieron las partes principales del calzado, su proceso de ensamblaje y que aspectos pueden ser mejorados.



Figura 48. Proceso de construcción.

Los primeros pasos son los siguientes:

- Proceso de marcar el molde.
- Instrumentos de corte.
- Proceso de cortar.
- Resultado de corte de piezas.



Figura 49. Proceso de armado.

Armado con las máquinas de una aguja y dos agujas.



Figura 50. Extracción de exceso de tela y proceso de refuerzo.



Figura 51. Proceso de pegado.

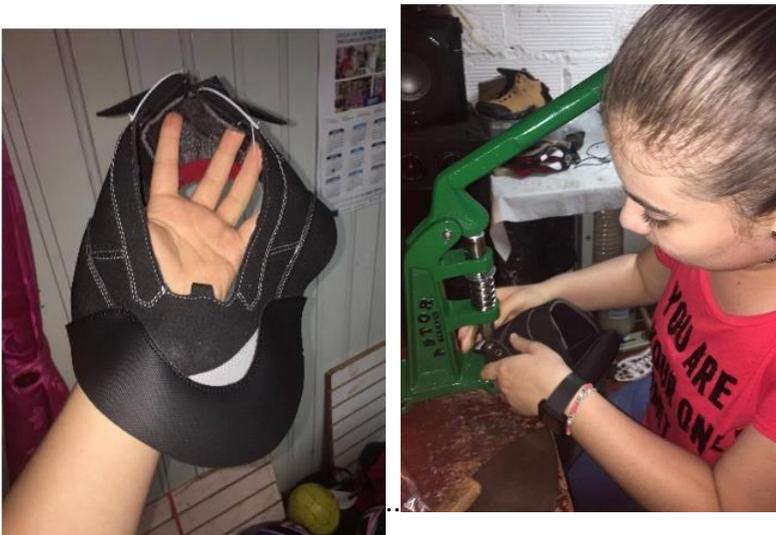


Figura 52. Producto armado y Proceso de remachado.