



SNEAKER BEE

Sneaker Bee Evento:

Un estudio sobre los comienzos de la cultura urbana hasta el día de hoy.

Trabajo Final de Grado

Autora: Maryam García Estévez

Tutor: Israel Pérez López

Universidad de La Laguna
Grado en Diseño 2018 - 2022



SNEAKER BEE EVENTO

Autora: Maryam García Estévez

Tutor: Israel Pérez López

Grado en Diseño

2018 - 2022

Facultad de Bellas Artes - Universidad de La Laguna

Reservados todos los derechos. No se permite la reproducción total o parcial de esta obra, ni su incorporación a un sistema informático, ni su transmisión por cualquier forma o cualquier medio (electrónico, mecánico, fotocopia, grabación u otros) sin autorización previa y por escrito de los titulares del copyright.

La infracción de dichos derechos puede constituir un delito contra la propiedad intelectual.

© Sneaker Bee Festival, 2022

AGRADECIMIENTOS

A mis padres que han estado ahí desde el principio.

A mis compañeros y amigos que me han ayudado en todo momento cuando lo he necesitado.

Y por último, gracias a mi por echarle ganas hasta cuando más me costaba seguir adelante.

SNEAKER BEE FESTIVAL

INTRODUCCIÓN | 0

INTRODUCCIÓN

Desde que era muy pequeña me ha llamado la atención el mundo de las zapatillas y cuando me compraba unas elegía las que más bonitas me parecían o las que tenían algo distinto que destaquen sobre las demás. A medida que he ido creciendo me he informado más sobre el mundo de sneakers y es así como me he acabado tan interesada que he hecho el trabajo de fin de grado sobre este tema.

RESUMEN
ABSTRACT | **1**

RESUMEN

La moda streetwear nació como una moda de pobres ya que surgió en los barrios marginales de estado de Nueva York hasta que poco a poco fue cogiendo fama hasta llegar a crear marcas que giren entorno a esta moda y colaborando con marcas de lujo para diseñar prendas únicas con un alto valor económico y de unidades limitadas, por lo cual no todo el mundo tiene acceso a ellas.

El resultado de este proyecto es la creación de un evento que acoge a todo tipo de público aunque está más dirigido a personas jóvenes que tengan el mismo interés, visibilizando así este mundo de sneakers y streetwear en la isla de Tenerife que cada vez tiene más peso y a su vez es difícil de seguir.

ABSTRACT

Streetwear fashion was born as a poor man's fashion since it emerged in the slums of New York until it gradually gained fame until it came to create brands that revolve around this fashion and collaborating with luxury brands to design unique garments with a high economic value and limited units, so not everyone has access to them.

The result of this project is the creation of an event that welcomes all kinds of public although it is more aimed at young people who have the same interest, thus making visible this world of sneakers and streetwear on the island of Tenerife that every time has more weight and at the same time is difficult to follow.

ÍNDICE

0. INTRODUCCIÓN

1. RESUMEN / *ABSTRACT*

2. OBJETIVOS

2.1 OBJETIVOS GENERALES

2.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

3. METODOLOGÍA

4. CRONOGRAMA

5. FASE DE INVESTIGACIÓN

5.1 HISTORIA DEL CALZADO

- Origen y evolución de calzado
- El calzado de tacón
- Las primeras zapatillas adaptadas al deporte

5.2 *STREETWEAR*

- Qué es
- Dónde surge
- Marcas *streetwear*

5.3 *SNEAKERHEAD*

- Qué es
- Dónde surge
- Marcas de *sneakers*
- Exposiciones de zapatillas
- *Raffle* y reventas
- Películas con *sneakers* icónicas

6. UBICACIÓN DEL EVENTO

7. ANÁLISIS DE REFERENTES

7.1 A NIVEL INTERNACIONAL

- Sneaker con
- Sneaker Fever

- Sneaker Swap
- Sneaker Society

7.2 A NIVEL NACIONAL

- Scarpworld
- Dashape
- Lover Sneaker

8. DEFINICIÓN DEL PROYECTO

9. FASE DE DESARROLLO

9.1 *NAMING*

9.2 PROPUESTA DE LA IVC DEFINITIVA

9.3 COLOR

9.4 TIPOGRAFÍA

10. APLICACIONES DE LA IDENTIDAD

10.1 MATERIAL DE EVENTO

10.2 CARTELERÍA

10.3 MATERIAL *POP* Y *MERCHANDISING*

10.4 PÁGINA WEB

10.5 REDES SOCIALES

11. CONCLUSIÓN

12. BIBLIOGRAFÍA

13. BIBLIOGRAFÍA DE IMÁGENES

14. ANEXOS

- Anexo 1
- Anexo 2
- Anexo 3
- Anexo 4

OBJETIVOS | 2

Con la investigación para la creación de este evento quiero llegar a diferentes fines de los cuales podemos clasificar como generales y específicos.

Objetivos generales

El principal objetivo al que se trata de llegar es crear un evento donde se reúnan diferentes participantes que compartan los mismos gustos por una pasión, la cultura urbana y lo que esto engloba.

Objetivos específicos

Entre los objetivos específicos que giran en torno a la creación de festival encontramos:

- Crear difusión de mismo mediante la creación de redes sociales y página web
- Elaborar una programación con diferentes actividades que acogerá el evento
- Desarrollar *merchandising* con la marca de evento

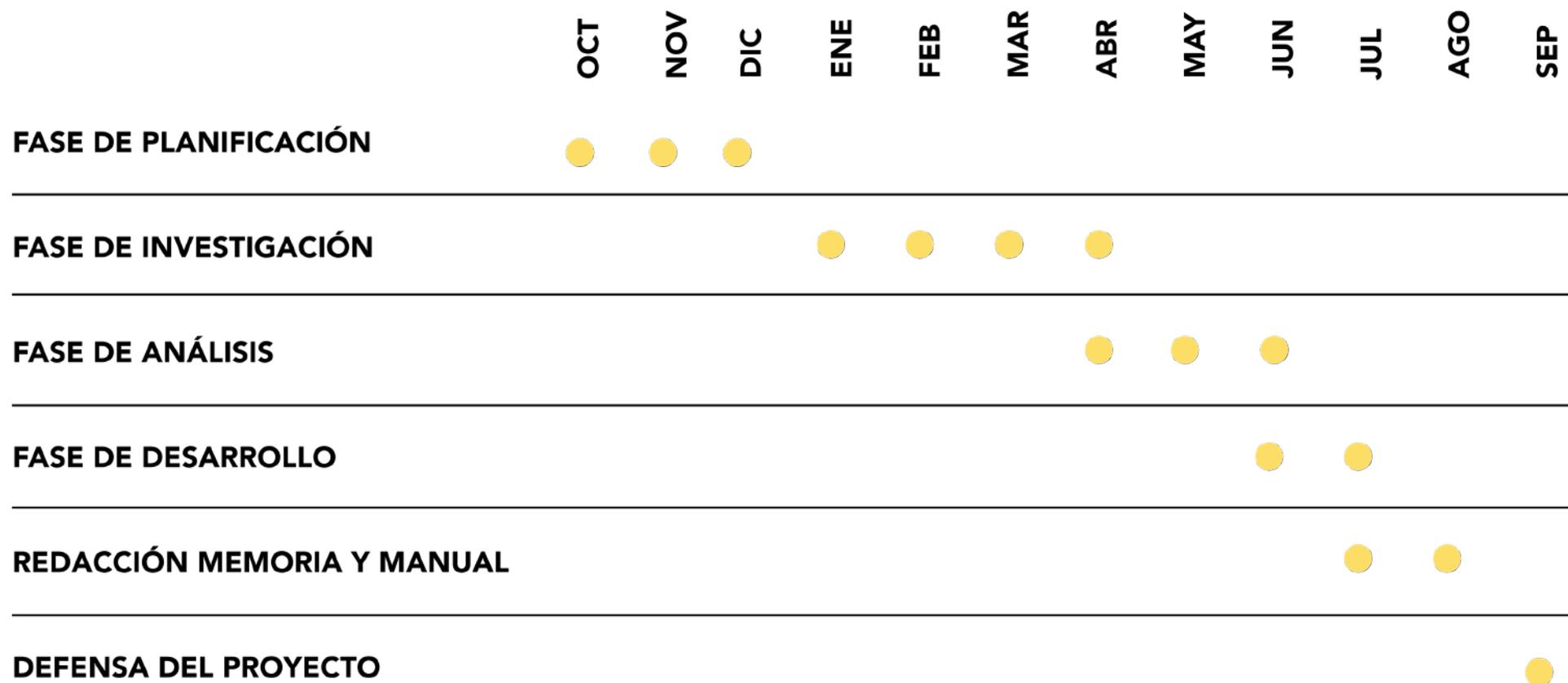
METODOLOGÍA | 3

Para la realización de este proyecto se ha hecho una investigación donde se explica el inicio de la cultura urbana, cómo nació en barrios “marginales” y cómo llegó el *streetwear* a los grandes desfiles de marcas de lujo.

Luego de esta investigación, se inicia la etapa de análisis y desarrollo visual para la solución de la marca creada y su aplicación en proyectos gráficos.

SNEAKER BEE FESTIVAL

CRONOGRAMMA | 4



FASE DE INVESTIGACIÓN

25

HISTORIA DEL CALZADO

Origen y evolución del calzado

Se cree que el origen del calzado fue antes del paleolítico (10.000 a.C.) ya que se han descubierto pinturas rupestres donde se ven como trabajaban el cuero en el calzado. En aquel entonces el calzado no solo se usaba para proteger los pies sino que también era un símbolo de diferentes clases sociales.

En el antiguo Egipto sólo tenían permitido usar calzado los grandes faraones y las personas que ocupaban un puesto de mucha autoridad y/o prestigio, sus zapatos se confeccionaban con paja trenzada o con hoja de palmera. Además las sandalias del faraón eran un tanto peculiar ya que en la suela llevaba pintado a los rostros de sus enemigos de las batallas ganadas en las ceremonias oficiales.

En Grecia eran los hombres libres los que podían usar zapatos y fueron estos los que comenzaron a adaptar los zapatos a todo tipo de pie y actividad. Fue así que en esa época se comenzaron a llevar botas aunque el calzado más popular eran las sandalias.

En Roma, al igual que en Egipto, solo podía usar zapatos personas de clase alta y dentro de la clase alta se diferenciaban porque se les proporcionaba un tipo de calzado según sus actividades; por ejemplo, los cónsules usaban zapatos blancos, los senadores usaban zapatos marrones unidos por cuatro cintas negras atadas y el calzado de las legiones era botines abiertos en la parte delantera donde se dejaban ver los dedos. Fue en el siglo III donde las mujeres romanas de clase alta comenzaron a usar calzado donde destacaban las perlas y las piedras preciosas. Mientras que para las mujeres que se dedicaban a la prostitución se usaba un calzado de color rojo.

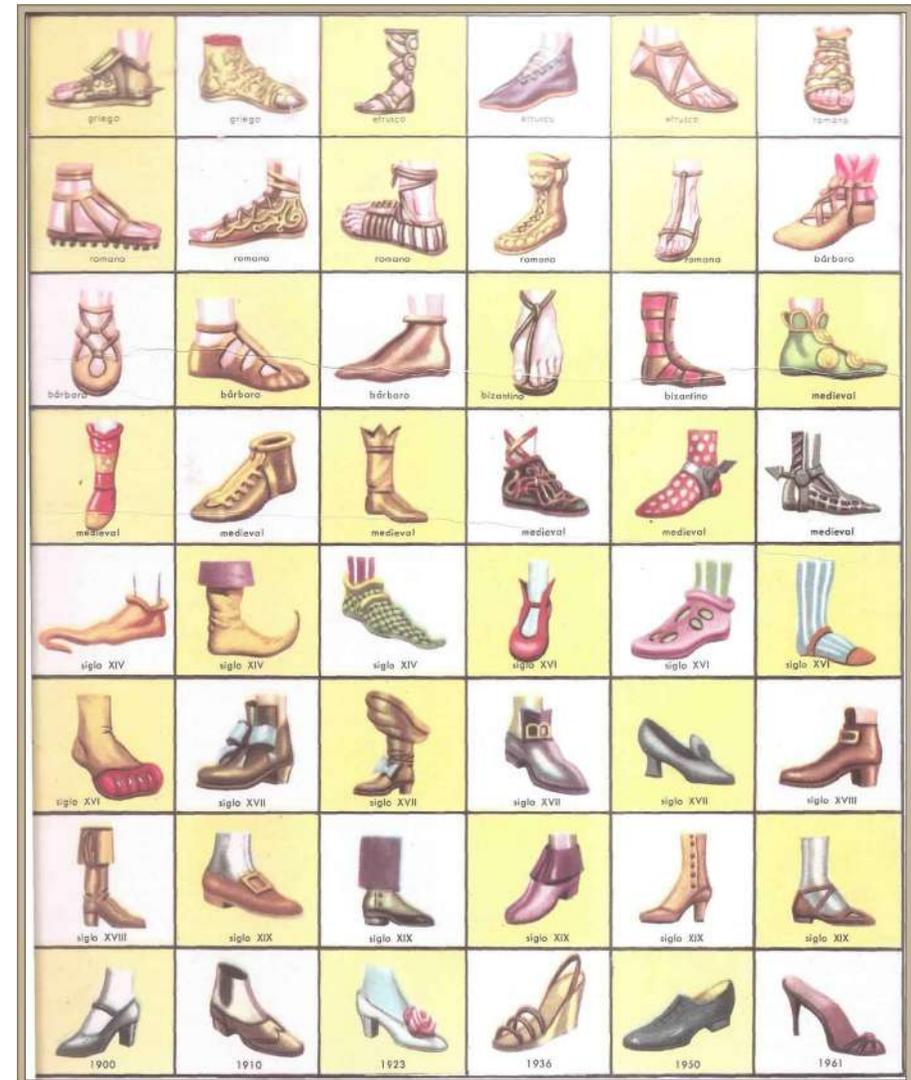


Figura 01: Evolución del calzado

En la Edad Media el uso del calzado da un cambio y empieza a verse como un accesorio estético y no tanto como una forma de clasificación social, ya que estaba bastante generalizado. Además en esta época surgen grandes personas en la historia que marcan tendencia el uso del calzado:

- Godofredo Plantagenet era hijo ilegítimo de Enrique II de Inglaterra y usaba un tipo de calzado llamado polainas para ocultar un abultamiento que le estaba creciendo en el pie.
- Carlos VIII de Francia usaba un zapato de tacón con una punta cuadrada, así de esta forma podía ocultar que tenía seis dedos en sus pies.
- Luis XIV de Francia, conocido como el Rey Sol, usaba zapatos de tacón ya que era de estatura baja y gracias al tacón podía disimularlo ya que parecía más alto, además puso de moda este tipo de calzado.

Estos personajes públicos de alto estándar fueron los primeros en marcar tendencia en la moda del calzado.

Con la llegada de la Revolución Francesa se dejó de lado cualquier tipo de calzado con tacón y se pasó a buscar un calzado plano que fuera más cómodo, es en ese momento cuando entra en tendencia las sandalias y los escaarpines. En el siglo XIX, junto a la Revolución Industrial, nacen nuevas formas de fabricación del calzado y por consecuencia nuevos modelos, es así como surge el clásico modelo Oxford. Gracias a toda la maquinaria que se creó durante la Revolución Industrial se pudo empezar a producir en serie y ya no hacía falta tener que solicitar bajo pedido los zapatos al artesano. Poco más tarde, en el siglo XX, las mujeres ponen de moda de nuevo el zapato de tacón en modelos como stiletto o los tacones de aguja adaptados a las tendencias de la época con acabados elegantes; más tarde se pone de moda las bailarinas, los mocasines y las plataformas.



Figura 02: Tacones rojos de Luis XIV de Francia



Figura 03: Revolución Francesa en 1789

El calzado de tacón

En cuanto a quién fue el inventor del calzado de tacón se tiene dos teorías. La primera es que el calzado de tacón se creó en el siglo X por los persas y la segunda es que se crearon en el siglo XV en el pueblo de Anatolia por los hititas.

Lo que tienen en común ambas teorías es que los primeros zapatos de tacón se crearon para montar a caballo ya que usando la bota con tacón se asegurarían que sus pies estuvieran enganchados a los estribos y, además, con ello avisaban al animal con un golpe para que fuera más rápido y con fuerza.

Fue durante la Edad Media y en el Renacimiento que el uso del tacón se extendió ya que el pavimento de las calles era de tierra y con las lluvias se formaba barro, por lo que con el tacón evitaban que se mancharan los pies de forma excesiva. Con el paso del tiempo el uso del zapato con tacón se convierte en status social ya que, entre más altura tuviera el tacón más representaba a la clase alta y al poder. Luis XIV era un amante de los tacones altos y rojos que para él simbolizaba poder, tanto fue así que creó una ley para que solo la nobleza los pudiera usar.

Más tarde en los siglos XV y XVI se fueron añadiendo diferentes materiales a la suela del zapato, normalmente era madera ligera, con la idea de mejorar el apoyo de pie al suelo y añadiendo más tacón para realzar la figura, es en ese momento cuando surgen los chapines. Esta moda había comenzado en España y después fue llegando a países como Italia donde cogieron esta moda y la volvieron más extravagantes.

Con la llegada de Barroco se puso de moda los tacones muy altos con la idea de que estos al ser usados por la mujer iban a hacer que la figura de su busto se realzara marcando así los escotes que se llevaban en la época, en cuanto a los hombres



Figura 04: Zapato de tacón fabricado por Los Persas



Figura 05: Zapato de tacón en el Barroco

tenían que usar un bastón para evitar caerse debido a la altura del tacón.

El tacón como lo conocemos hoy en día surgió en el siglo XX. Después de la Segunda Guerra Mundial se creó el zapato de tacón conocido como Stiletto, un tacón fino donde se concentraba todo el peso de la persona en la aguja. Más tarde en los 60 fueron los Beatles quienes pusieron de moda las botas chelsea en los hombres y sobre todo en los grupos de rock and roll que los imitaban. Otro ejemplo de uso de tacón en hombres fue David Bowie. Este usaba grandes plataformas, tacones de aguja, tacones altos, etc; todo lo que significaba moda femenina en la época, fue entonces el boom de los zapatos con tacón en el mundo del modelaje y del diseño de moda.



Figura 06: Tacón stiletto rojo



Figura 07: David Bowie en tacones

Las primeras zapatillas adaptadas al deporte

Antiguamente no se usaba ningún tipo de calzado para hacer deporte sino que se hacía deporte con los pies descalzos, con el paso del tiempo fueron usando el calzado de diario ya que en aquella época no se distinguía de un calzado de salir con un calzado de deporte o con el calzado de estar por casa por ejemplo.

Las primeras zapatillas deportivas fueron creadas en el año 1870 y se conocían por el nombre de “las plimsolls” y estaban hechas con la suela de goma y en la parte superior el material usado era de lona, eran unos zapatos sencillos de caña alta que se especificaron como zapatos para correr ya que eran usados por jugadores de tenis y de croquet. Más tarde en el año 1895 se le añadieron clavos en la suela con la idea de dar un mejor agarre en el deporte, esta zapatilla fue muy usada por grandes atletas que ganaban competiciones importantes y esto hizo que esta zapatilla se popularizara.

No fue hasta el siglo XX, más concretamente en el año 1907, que se empezaron a fabricar las zapatillas con una goma de mejor calidad y se mejoró su suela. El concepto *Sneaker* surge cuando los jugadores de baloncesto comienzan a hacer promociones junto con marcas deportivas y esto hizo que dichas zapatillas se popularizaran entre los jóvenes y que todos quisieran tener unas. Con el paso de los años las zapatillas de deporte dejan de ser exclusivamente para hacer deporte y se comienzan a usar en el día a día independientemente de la edad de los usuarios. Las primeras zapatillas deportivas que se comercializaron de forma masiva para un uso diario fueron las Keds en el año 1916 y los materiales principales que se usaron fueron la tela para la parte superior y la goma para la suela. Un año después salieron las Converse All Stars que al principio solo eran exclusivas para los jugadores de la liga de baloncesto.



Figura 08: Zapatillas Plimsolls



Figura 09: Converse All Stars Chuck Taylor

De hecho, también cabe destacar que Josef William Foster, que era un atleta, había diseñado unas zapatillas que se hicieron conocidas entre sus compañeros de atletismo los cuales le pedían a Josef unas. Tanto fue el éxito que en el año 1895 fundó Mercury Sports que en 1960 pasaría a llamarse Reebok, la famosa marca que hoy en día conocemos.

Años más tarde en Alemania Adolf Dassler crea Adidas junto a su hermano Rudolf y diseñaron sus primeras deportivas después de la 1ª guerra mundial y en 1928 algunos atletas de los juegos olímpicos calzan Adidas, lo que hizo que la marca se popularizara aún más, pero lo que verdaderamente hizo que Adidas diera el boom pasó en el año 1954, cuando la selección alemana de fútbol ganó el mundial calzando Adidas. Años antes del boom de Adidas, en 1948 concretamente, los hermanos se separaron y Rudolf creó Puma y Adolf siguió con Adidas.



Figura 10: Josef Williams Foster, fundador de Reebok



Figura 11: Adolf Dassler, fundador de Adidas

STREETWEAR

¿Qué es?

El *streetwear* es una tendencia que busca reflejar comodidad y versatilidad sin dejar a un lado la autenticidad; las prendas de este estilo suelen ir de precios bajos a precios muy elevados si vamos a prendas de marcas. Las prendas de este estilo tienden a ser holgadas para dar comodidad y libertad a los usuarios de este estilo. (Toxqui, 2021)

Donde surge el *streetwear*

El *streetwear* se originó en los años 80 en Nueva York, donde comenzó la historia del hip-hop como un movimiento artístico y cultural. Con el auge de bandas como Beastie Boys, Public Enemy y Run D.M.C. Este último fue el responsable de la primera fusión de música y ropa deportiva, reviviendo las icónicas zapatillas Adidas Superstar, modelo creado en 1969. Años después, lanzaron la canción “My Adidas” en el álbum “Raising Hell”, que no solo expresaba el millonario contrato con Adidas que habían firmado previamente, sino que plasmaba con éxito lo que expresan a través de la canción: llevar un estilo único a las calles donde sería una expresión social, libertad y rebeldía que se expresaba mediante la moda y la música.

Por el contrario, el mismo movimiento de que hablamos anteriormente, en la costa oeste estadounidense nació del surf, del skateboarding y del intercambio cultural entre el reggae, el punk y el hip-hop. Todo esto hizo que las nuevas generaciones y la juventud del momento empezaran a llevar su propio estilo, similar al que se manifestó en San Francisco y Los Ángeles. En 1984, el surfista Shawn Stussy y su amigo Frank Sinatra Jr. se unen para juntos formar la marca Stussy, una compañía que hacía ropa para la cultura de la calle. Usaron las iniciales de



Figura 12: Nueva York en los años 80

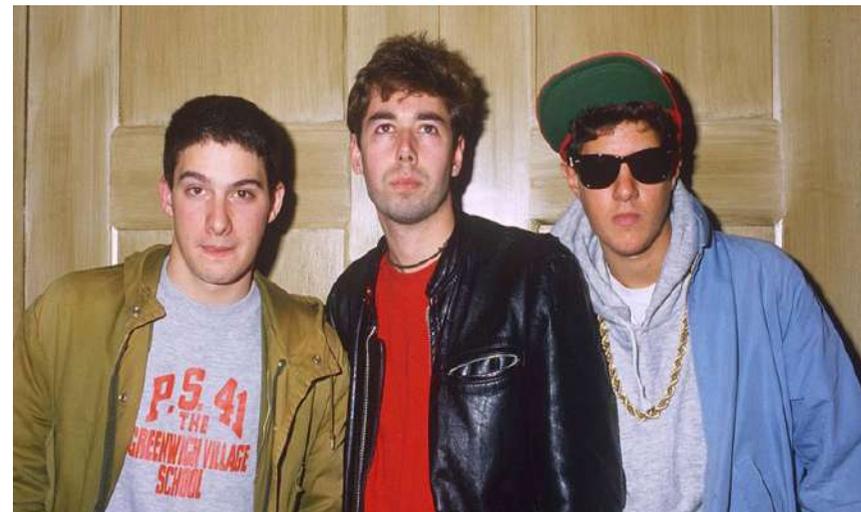


Figura 13: Banda Beastie Boys

Shawn Stussy (SS) para jugar con la identidad visual como lo hacían las principales casas de moda, imitando así a la marca de lujo francesa llamada Chanel. Más adelante Shawn se atrevió a mezclar la moda de las calles con la moda de lujo usando así el famoso patrón de la marca de lujo Louis Vuitton, creando de esta manera *Stu-ey Vuitton*.

A principios de la década de 1990, James Jebbia revolucionó la moda callejera cuando abrió una pequeña tienda en la calle Lafayette llamada Supreme. La marca tiene que ver con la esencia del skate y se mezcla con lo urbano. En 2017, Kim Jones se asoció con Supreme para presentar la colección Louis Vuitton FW 17/18 en el Palais Royal de París, lo que demuestra que la alta costura se combina bien con la cultura urbana de las calles. Después de que Kim Jones dejará de trabajar con Louis Vuitton, la compañía nombró a Virgil Abloh como director creativo en la sección de moda masculina. Virgil Abloh es actualmente uno de los diseñadores más influyentes en la moda urbana actual y ha lanzado su propia firma bajo el nombre de Off-white.

Marcas streetwear

Según nombra Francisco Javier, escritor y editor de moda, entre todas las marcas que nos podemos encontrar en el mercado actual de la moda urbana podemos hacer un top10 con las más destacadas.

En primer lugar nos encontramos con la famosa marca Supreme que fue creada por James Jebbia en abril del año 1994 en la ciudad de Nueva York. Esta marca destaca por su color rojo y por colaborar frecuentemente con diferentes marcas del panorama como Nike, The North Face, Timberland, Comme des Garçons, etc. Cabe destacar que la gran mayoría de sus productos son revendidos por un precio mayor que el de precio original de salida ya que sus productos son demandados.

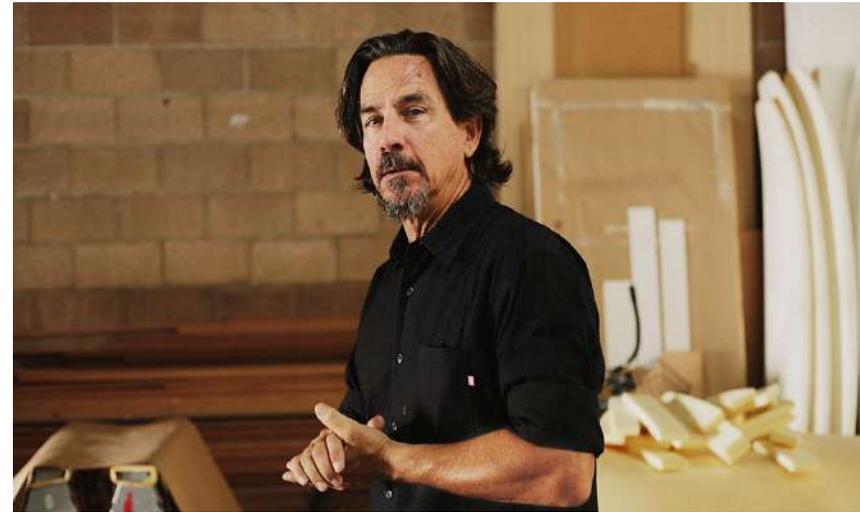


Figura 14: Shawn Stussy



Figura 15: Tienda cerrada de Supreme en Lafayette

En segundo lugar nos encontramos con Stüssy, esta marca nace a principios de los años 80 y se considera que fue la marca que inventó el estilo *streetwear* y lo lanzó al mercado. Su fundador fue Shawn Stüssy que con 24 años tenía un negocio de tablas de *surf* en Los Ángeles y acabó vendiendo más camisetas que tablas de *surf*. Cuando se dió cuenta de esto se unió con su amigo Frank Sinatra Jr para expandir el mercado a Nueva York con la ayuda de James Jebbia.

En tercer lugar se encuentra Off-White, fundada en 2013 por Virgil Abloh, quien comenzó su carrera en la moda como director creativo de Kanye West y Jay-Z, famosos cantantes del panorama estadounidense. Ahora Virgil tiene su propia marca en París con la que hace desfiles; el diseñador ha colaborado con marcas como Nike o IKEA para crear símbolos de identidad mediante el uso de bandas oblicuas, cruces en formas de flechas, comillas y bridas rojas.

El cuarto lugar se encuentra The North Face, que fue fundado en 1968 por Douglas Tompkins. La marca, que en un principio se centraba únicamente en ropa y complementos de la alta montaña, decidió dar el salto a la moda urbana tras la crisis económica de los 90 y en 1992 creó el famoso chaquetón estrella de la marca que hoy en día es una gran representación de la marca: el Nupset. Llamó la atención de los raperos de la época, como LL Cool J o Method Man, que fueron los primeros en llevar esta prenda, y su popularidad fue creciendo. Incluso hoy en día, The North Face hace diferentes colaboraciones con marcas y entre ellas se encuentra Supreme, Commes Des Garçons o Gucci.

En quinto lugar se encuentra la marca japonesa A Bathing Ape, mayormente conocida como BAPE, fundada por Tomoaki en Harajuku en el año 1993. Esta marca destaca por su estampado de camuflaje en diferentes colores, por sus sudaderas con capucha de tiburón y por sus zapatillas. En el año 2011 la



Figura 16: Bella Hadid desfilando en París para Off - White, 2019

marca fue vendida a un grupo de negocios de Hong Kong que compró la totalidad del negocio.

En sexto lugar se encuentra OBEY que fue fundada en California en el año 2001 por el artista urbano e ilustrador Shepard Fairey como una extensión de su trabajo en el activismo. El logo de la marca es la cara del luchador y actor francés André René Roussimoff, en su momento la marca era conocida por incorporar propaganda política y socialmente provocativa en los diseños de sus prendas.

En séptimo lugar nos encontramos con Nike, una multinacional estadounidense fundada en el año 1964 en Oregón por Phil Knight y Bill Bowrman. A pesar de que Nike dentro de su gama tiene productos que se consideran low cost por su precio asequible también nos encontramos con productos de alta calidad mucho más exclusivo al que no todo el mundo puede tener acceso debido a su alto precio, además, cabe destacar que para comprar algunos de sus productos suelen ser mediante acceso exclusivo. Nike no solo ha hecho colaboraciones con marcas de lujo como Louis Vuitton, Off - White y Sacai entre otros sino que también ha hecho colaboraciones con diferentes artistas como Travis Scot, J Balvin, Kendrick Lamar, etc.

En octavo lugar nos encontramos con Palace fundada en Londres el año 2009 por Lev Tanju y su equipo de skate. Esta marca se enfocó en la ropa para el skate con influencias de los años 90 y de la cultura pop, junto con anuncios de ropa al estilo VHS se hicieron influenciadores por internet con sus vídeos de skateboarding.

En noveno lugar nos encontramos con la marca Heron Preston lanzada en Estados Unidos en el año 2016 por Heron Preston, tras ser asesor y diseñador de Kanye West lanzó su propia marca en donde destaca el color naranja. Este diseñador había sido uno de los miembros del colectivo de música y moda Been Trill al igual que Virgil Abloh.



Figura 17: Colaboración Vans X BAPE

En último lugar pero no menos importante nos encontramos con la marca Carhartt. Esta marca fue fundada en Míchigan en el año 1890 por Hamilton Carhartt; al principio la marca se encargaba de crear prendas con las que vestir a los obreros y trabajadores ferroviarios con una ropa fuerte y duradera. En 1989 los alemanes Edwin y Saloméé Faeh hablaron con la marca para poder representarla en Europa y en 1994 consiguieron la licencia para poder diseñar su propia línea bajo el nombre de Carhartt WIP (Work In Progress).



Figura 18: Alpha Dia desfilando para Heron Preston en París, 2020

SNEAKERHEAD

¿Qué es?

Sneakerhead se traduce como cabeza de zapatilla aludiendo a esas personas que les apasiona coleccionar modelos exclusivos de zapatillas. Se trata de un hobby que se enfoca en los lanzamientos de deportivas que normalmente la mayoría están destinadas al baloncesto y al skateboarding. Dentro de las marcas de zapatillas que hacen lanzamientos se encuentran Nike, Reebok, Adidas, Jordan, Asics y New Balance. (Otero, 2015).

¿Dónde surge?

Esta moda surgió en la década de 1980 en los Estados Unidos, en el país más comunicada hasta el momento; esta moda nació vinculada al baloncesto ya que Michael Jordan era el mejor jugador reconocido de la NBA, esto hizo que surgiera en el año 1985 un modelo de zapatillas nuevo, las Nike Air Jordans. Además, en él influyeron los movimientos artísticos de la época que reflejaban la actitud de la sociedad, normalmente de clase baja

No es sorprendente que este fenómeno se haya extendido a través de las fronteras en la última década, extendiéndose rápidamente en países capitalistas como China y la República Checa. Debido a que la industria captó una forma rápida de hacer capital crearon colecciones más cuidadosas para atraer a los amantes de este estilo; creando así los modelos Air Jordans, las Nike Air Force 1, Nike Skateboarding y las Nike Dunks. Las ofertas limitadas de dichos ejemplares hacen que sus beneficios sean más caros que nunca, dependiendo del modelo y color de la zapatilla.

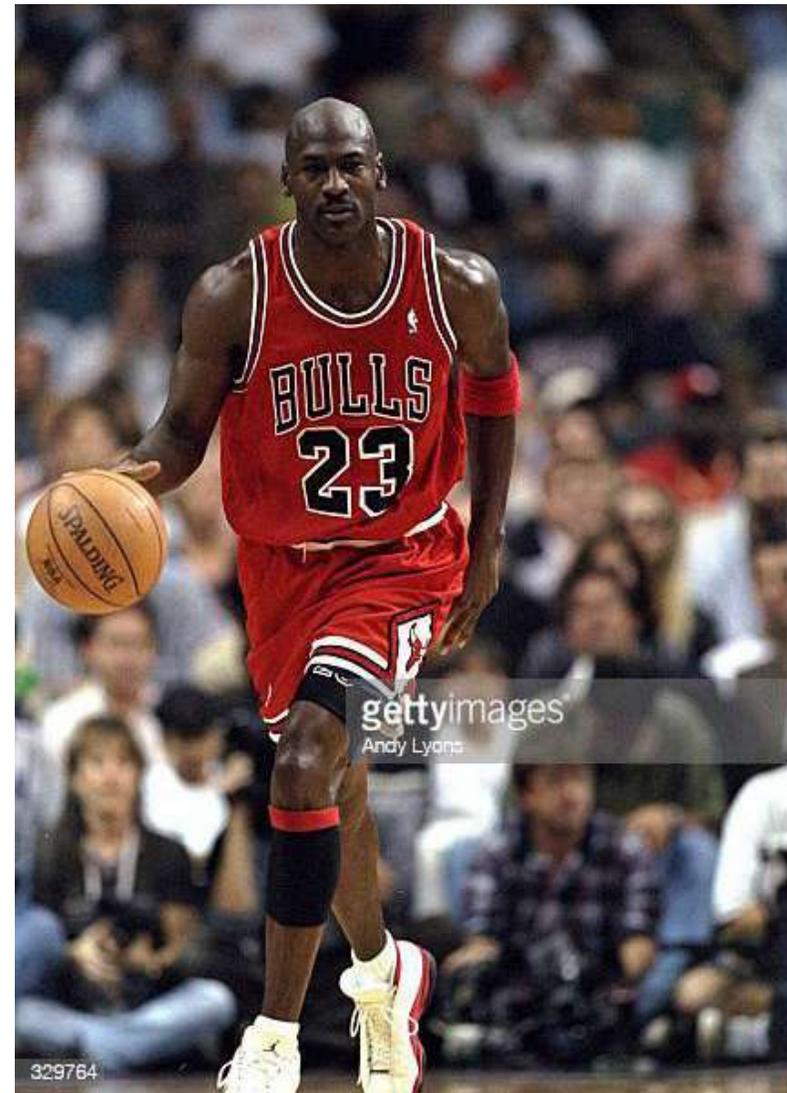


Figura 19: Michael Jordan, jugador de la NBA

Marcas de *sneakers*

Aunque en el mercado de las zapatillas deportivas haya una gran variedad de marcas no todas se dedican al lanzamiento exclusivo de zapatillas. Entre las marcas que se dedican a estos lanzamientos encontramos:

NIKE. Se podría decir que esta marca está en el top 1 de lanzamientos ya que suelen colaborar con muchas marcas del gremio. Nike tiene una gran historia tras su marca y es que fue creada por Bill Bowerman con su socio Phill Knight y poco después se unió Jeff Johnson, ya que cada vez la demanda de su calzado era mayor y necesitaban una ayuda extra. En la década de los 70 pasaron de ser distribuidores a ser fabricantes y empezaron a diseñar y a fabricar sus propias zapatillas para atletas; y es ahí cuando surge la marca. Esta marca cada vez iba adquiriendo más conocimiento sobre las zapatillas y en la década de los 80 lanzaron la tecnología Nike Air y esto hizo que la empresa no solo se fijara en el atletismo para sus lanzamientos sino que también hizo que se fijaran en otros deportes. Así fue y en el año 85 diseñaron el famoso modelo Jordan para el jugador de la NBA Michael Jordan.

ADIDAS. Fue fundada por Adi Dassler el 18 de agosto de 1949 ya que este quería aportar mejoras en el rendimiento deportivo. En su primera época nació el modelo Samba, una zapatilla perfecta para el fútbol sala gracias a su agilidad y velocidad, poco después crearon una mejora en la zapatilla añadiendo una plantilla de nylon lo que supuso un nuevo ajuste y sensación para el pie. En la década de los 70 con las nuevas subculturas que iban surgiendo hizo que influyera en la moda urbana y se crearon las Adidas superstars, las Adidas Stan Smith y las Adilette. Sin embargo en la década de los 80 se unió moda y deporte el cual fue influenciado por las tendencias del momento y adidas introdujo en sus zapatillas deportivas un registro digital de rendimiento con una pantalla en la lengüeta que



Figura 20: Nike Dunk colaboración con Ben & Jerry

medía la distancia recorrida, la velocidad media y el consumo de calorías. Por último, Adidas ha apostado por la sostenibilidad desde 2010 y se ha unido a Parley, una organización para la conservación de los océanos para desarrollar ropa y zapatillas confeccionadas con plástico que se ha recogido de los mares.

REEBOK. Nace en el año 1890 en Holcomb Brook, su fundador, Joseph William fabricaba y vendía zapatillas que los clientes usaban para hacer deporte, así que un día decidió crear unas zapatillas con clavos para correr la cual se hizo conocida en el mercado y fue acogida por los atletas. Más adelante Joseph implicó a sus hijos en el negocio familiar y fueron sus nietos quienes cambiaron el nombre de la empresa Joseph y Jeffrey Foster a Reebok; los productos de esta marca fueron usados en los juegos olímpicos de París en el año 1924 por varios deportistas de élite y años más tarde un experto en marketing deportivo quedó alucinado con la calidad de las zapatillas y contactó con la marca para distribuir Reebok en Estados Unidos. A día de hoy Reebok pertenece a Adidas ya que en el año 2006 la marca alemana compró la empresa.

NEW BALANCE. Esta empresa fue fundada por William J. Rile, nació en Estados Unidos en el año 1906. El nombre de esta empresa viene de cuando su fundador observaba las gallinas del jardín y se le ocurrió un nuevo sistema para mantener el equilibrio, de ahí salió New Balance. En 1956 diseñaron zapatillas de correr con la suela ondulada que se hizo muy popular en los clubes de atletismo de las universidades norteamericanas y usaban este calzado de forma habitual para entrenar y competir. En 2015 New Balance comenzó a patrocinar equipos de fútbol a través de Warriors Sports y esto hizo que la marca diera un saltó ya que su logo se comenzaba a ver en diferentes equipos de fútbol.

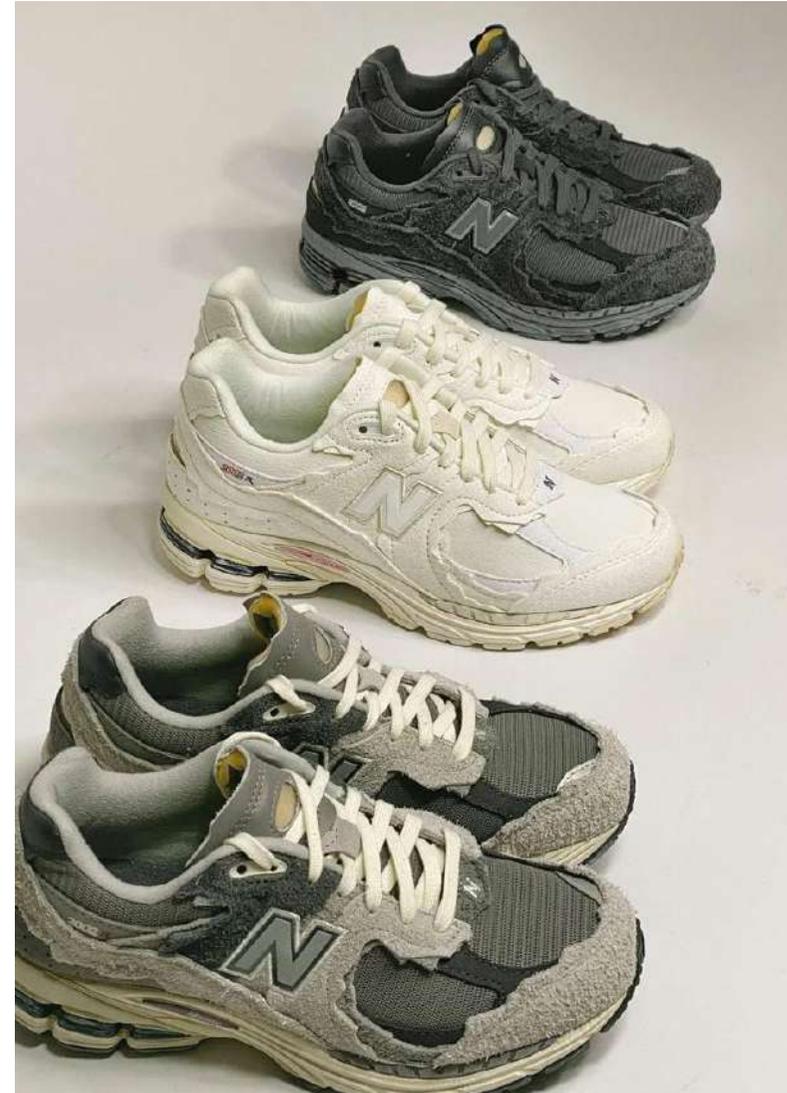


Figura 21: Modelo 2002 R de New Balance

VANS OFF THE WALL. Esta empresa fue fundada por los hermanos Paul y Jim Van Doren en California en el año 1966 y la primera idea que tuvieron fue copiar la silueta de las clásicas Converse, es así como surgieron las famosas Vans Authentic. Al principio empezaron diseñando 3 modelos y vendiéndolos por menos de 5 dólares así que vendían y fabricaban bajo pedido de los clientes. Vans es una marca de skate y surf, es por eso que su logo es un monopatín y además crearon una suela antideslizante que estaba enfocada para los patinadores; más tardes en los años 70 se unió al nombre de la marca el eslogan “*Off The Wall*” ya que al hacer los trucos de skate se separaban de la pared.

ASICS. Esta empresa fue fundada por Kihachiro Onitsuka en el año 1949 y nació en Japón bajo el nombre de Onitsuka Tiger. Kihachiro era fanático del deporte y de la vida sana, así que decidió crear unas zapatillas de deporte para incitar a los jóvenes a practicar más deporte. Más tarde, en el año 1977, la empresa integró a otras dos personas para llevar la empresa y surgió un cambio de nombre; de Onitsuka Tiger pasó a llamarse Asics que significa en latín “*Anima Sana in Corpore Sano*” que significa “mente sana en cuerpo sano”.



Figura 22: Asics x Above de clouds

Exposiciones de zapatillas

Las zapatillas se han convertido en un icono de la calle y a su vez de la alta costura que se ha ganado sitio en museos como obras de artes.

Con el boom que ha tenido en los últimos años las zapatillas el museo de Diseño de Londres ha decidido rendirle homenaje con la exposición “Sneakers Unboxed: Studio to Street” donde se pueden encontrar desde las primeras Air Jordans, las primeras Adidas que llevaron el nombre de un jugador de baloncesto y unas Converse del año 1918. En las salas del museo se muestra un recorrido haciendo un repaso a la historia comenzando por Nueva York en la época de los setentas y las zapatillas que llevaban los artistas de hip-hop del momento ya que fue cuando detonó las zapatillas como un accesorio más que deportivo.

Ligaya Salazar, directora de moda de Space Gallery, ha sido la encargada de organizar la exposición y ha descrito las *sneakers* como uno de los elementos de diseño más reconocibles del mundo. En su recorrido histórico, Salazar explica que Converse, por ejemplo, ha monopolizado los mercados de zapatos de tela y goma durante casi 50 años.

Los escenarios presentados en el museo, desde el hip-hop hasta el *skateboarding*, se enfocan en una subcultura más moderna: los *sneakerhead* y en el mercado de reventa. En

Los Ángeles se abrió una pop up bajo el concepto de museo efímero llamado “Snekeartopia” donde se muestran la cultura que tienen las zapatillas. Sus creadores son Steve Brown y Steve Harris y para ellos el nombre de este museo efímero “significa expresarnos nosotros mismos, sacar lo mejor de nosotros y expresarlo como una forma de arte”.



Figura 23: “Sneakers Unboxed: Studio to Street”

Una de las exposiciones que se encuentran son murales de grandes personas conocidas con sus zapatillas realizados por los muralistas invitados al evento, entre ellos destaca Alejandro Poli Jr (conocido artísticamente como "Man one"), otra es no poder parar de observar colecciones de zapatillas ya que a este evento asistieron personas con grandes colecciones e incluso se podía ver pares personalizados a mano por la artista alemana Sophie Mazzaro.

Por último, uno de los museos que también ha ofrecido sus instalaciones para la exposición de zapatillas ha sido el Museo de MK&G de Hamburgo bajo el nombre "Sneaker. Design for fast feet". En esta exposición no solo se podía ver zapatillas que grandes coleccionistas traían consigo, sino que también se podía observar posters y zapatillas con altos precios de reventa de las cuáles no existen muchos pares. La idea que tenían con la exposición era reflejar la cultura de las zapatillas que se estaba dando en Alemania en los jóvenes, sus diseños y las estrategias de marketing de sus fabricantes.



Figura 24: "Sneakertopia"



Figura 25: Graffiti de Nike Jordan elaborado por Sophie Mazzaro

Raffle y resell

Hoy en día las marcas anuncian los lanzamientos de las zapatillas y se distribuyen por diferentes páginas web o por diferentes tiendas físicas que se dedican a la venta de zapatillas y ropa del mismo estilo; pero no todo el mundo tiene acceso a la compra de estos artículos de alta demanda. Para poder comprar cierto tipo de zapatillas se debe inscribir a un *raffle* o rifa que son sorteos de las zapatillas en las que el ganador obtiene el derecho a compra a un precio de *retail*, esto quiere decir que lo compra al precio de salida. Este mundo de *hypebeast* y de exclusividad ha ido creciendo rápidamente y grandes marcas como Nike o Adidas tienen su propia app donde organizan estas rifas.

Para participar en un *raffle* se debe saber lo siguiente:

- Solo se puede participar una vez y escoger la talla que se desea comprar.
- Debemos informarnos de la fecha y hora de *raffle*.
- Si queremos la zapatilla podemos informarnos en qué tiendas y/o páginas web salen y si es fiable.
- Se gana el acceso a compra mediante azar.
- En caso de estar apuntado al *raffle* de unas zapatillas y ganarlo no hay opción a cancelar la compra, hay un registro de tu tarjeta de crédito y se cobra directamente.

Es en este último punto es donde surgen las reventas de zapatillas. Muchas personas que ganan los *raffle* revenden las zapatillas por un precio superior al de salida e incluso hay gente que ha creado negocios físicos de compra/venta de zapatillas como es el caso de “The Madrid Plug”, una tienda de reventa bastante conocida ubicada en Madrid. Actualmente existen muchas páginas oficiales donde puedes subir tus zapatillas y venderlas en cualquier parte del mundo, entre esas páginas destacan Goat, Klekt, Farfetch, End Clothing y por último las

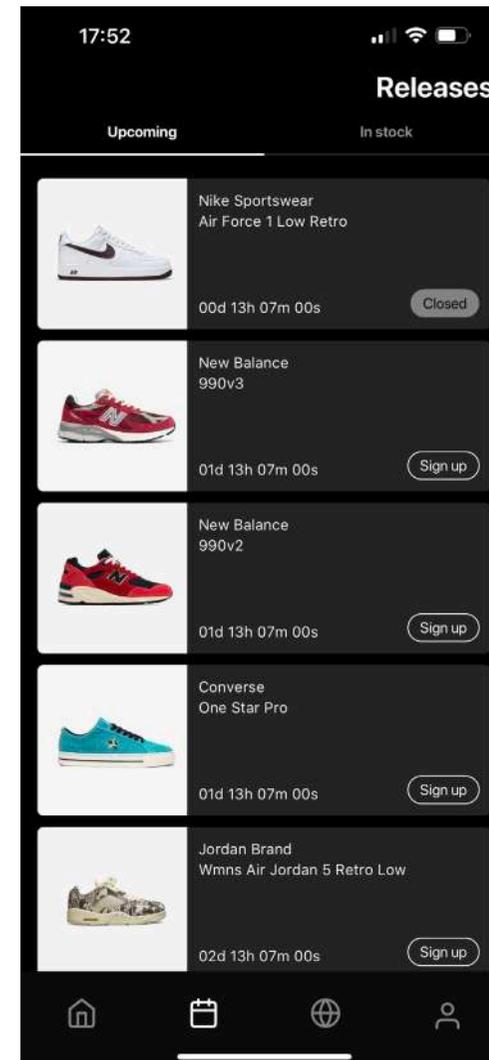


Figura 26: Captura de pantalla de la APP SNS del apartado Raffle

más conocida en el mercado de reventa es StockX. En esta última podemos ver el precio de las zapatillas por talla y además podremos pujar por el producto deseado y si el vendedor acepta la puja nos llevamos el producto por el precio que hayamos fijado mediante la puja.



FARFETCH

Figura 27: Logo de página de reventa, Farfetch



StockX

Figura 28: Logo de página de reventa, StockX



KLEKT

Figura 29: Logo de página de reventa, Klekt

Películas con *sneakers* icónicas

Dentro del cine podemos encontrar zapatillas que se han convertido en un ícono en todo el mundo. Un estudio del redactor Francisco Javier Girela destaca entre todas las zapatillas que salen en las películas las 16 siguientes como las más icónicas, tanto por la historia que tienen detrás como por la marca:

Las Nike Cortez fueron unas zapatillas muy reconocidas gracias a su aparición en la película *Forrest Gump* en el año 1994 cuando el personaje de Jenny les regala a Forest unas zapatillas de correr del modelo Cortez muy famosas en los años 70.

La Vans Checkerboard slip on fueron y siguen siendo un icono en el mundo del *skate* y del *surf*, por eso cuando hubo que elegir un calzado para el surfero Jeff Spicoli en la película *Aquel excitante curso* de 1982, se decidieron por estas vans ya que por aquel entonces muchos actores podían decidir su vestuario.

Las Nike Vandal salen en la película de *Terminator* del año 1984 cuando el personaje de Kyle Reese regresa sin ropa al pasado y entra a una tienda para coger alguna prenda y elige estas zapatillas. Fue tanto lo que destacaron en la película que Nike creó un único par para la película *Terminator Genisys* en 2015.

En la película de *Los Goonies* de 1985 no solo destaca un solo par de zapatillas sino que cada personaje llevaba un par distinto. En esta película salen las Nike Vandal Supreme, las Nike Terra TC y por último las Nike Air Sky Force Hi.

La película *El club de los cinco* del año 1985 gira entorno a estudiantes de universidad y era de esperar que muchos de ellos llevaran zapatillas después del lanzamiento de la película. En esta película la zapatilla que destacó fueron las Nike International.



Figura 30: Cartel de la película Forrest Gump

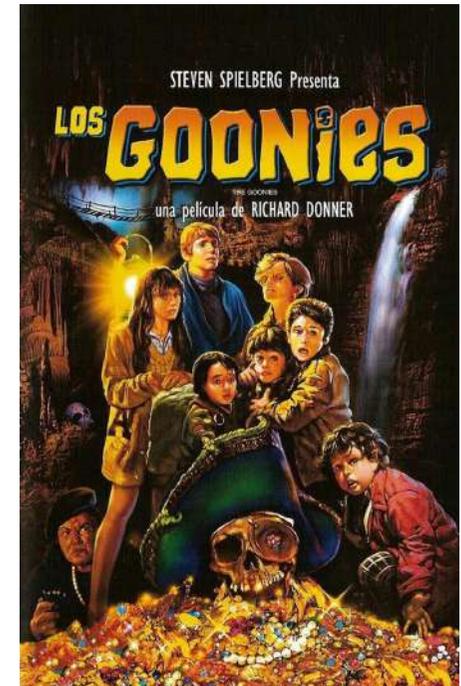


Figura 31: Cartel de la película Los Goonies



Figura 32: Actores de la película El club de los cinco

Para la película *Aliens* del año 1986 Reebok diseñó especialmente unas zapatillas para que el personaje de Ellen Ripley y que pudiera hacer sus viajes al espacio; de hecho estas zapatillas salen en primer plano en una de las escenas.

Las Nike Air Force II salen en la película *Big* del año 1988 y destacan por la escena en la que el personaje de Josh toca un piano enorme que está situado en el suelo de la tienda de juguetes.

Las famosas Jordan IV aparecen en la película *Haz lo que debas* del año 1989 donde el personaje principal es fanático de las zapatillas. Esta película refleja claramente lo que supone ser *Sneakerhead* y tener una gran colección.

Sin duda las Nike Air Mag son unas de las Nike más reconocidas en el mundo por su inteligencia y por su gran exclusividad ya que no hay muchos pares en el mundo. Estas zapatillas se diseñaron para la película *Regreso al futuro. Parte II* en el año 1989 para el personaje de Marty McFly; destacan por ser unas zapatillas de caña alta (llegando a ser casi botines), por sus cordones autoajustables y los paneles luminosos de la suela.

En el año 1992 fue la época de baloncesto gracias a que el equipo Dream Team había ganado medalla de oro en los juegos olímpicos. En ese mismo año se estrenó *Los blancos no la saben meter* donde hay una escena de un partido callejero de basket donde se ven en una de las escenas las Nike Air Command Force.

En el año 1996 se estrena *Space Jam* donde aparece el famoso jugador de baloncesto Michael Jordan. Para esta película se crearon las Air Jordan XI Space Jam que por primera vez se usó en la final de la Eastern Conference.



Figura 33: Escena de Haz lo que debas



Figura 34: Escena de Regreso al futuro II

Las Adidas Samba son las zapatillas representativas de la cultura brit pop y en la película *Trainspotting* de 1996 hay una escena donde el personaje de Mark Renton corre mientras se reproduce una canción llamada *Lust for Life*.

La película *Una mala jugada* del año 1998 destaca porque era la primera vez en la historia de cine que se hacía un unboxing en la gran pantalla, donde el personaje de Jake Shuttlesworth va a comprar las Air Jordan XIII nunca vistas anteriormente hasta el estreno de la película.

En la película *Kill Bill* del año 2003 cuando la novia va a matar a Bill se ve vestida con un conjunto amarillo y negro con unas zapatillas Onitsuka Tiger Tai Chi LE haciendo referencia como vestía Bruce Lee en *“Juego con la muerte”* del año 1978.

Para la película *Life aquatic* del año 2004 Adidas creó las Rom Zissou, la base de estas zapatillas eran iguales que las que llevaba el personaje de Rom pero lo diferente de estas Adidas es que se hicieron un custom para que fuera a conjunto con el uniforme de la tripulación.



Figura 35: Escena de la película Trainspotting

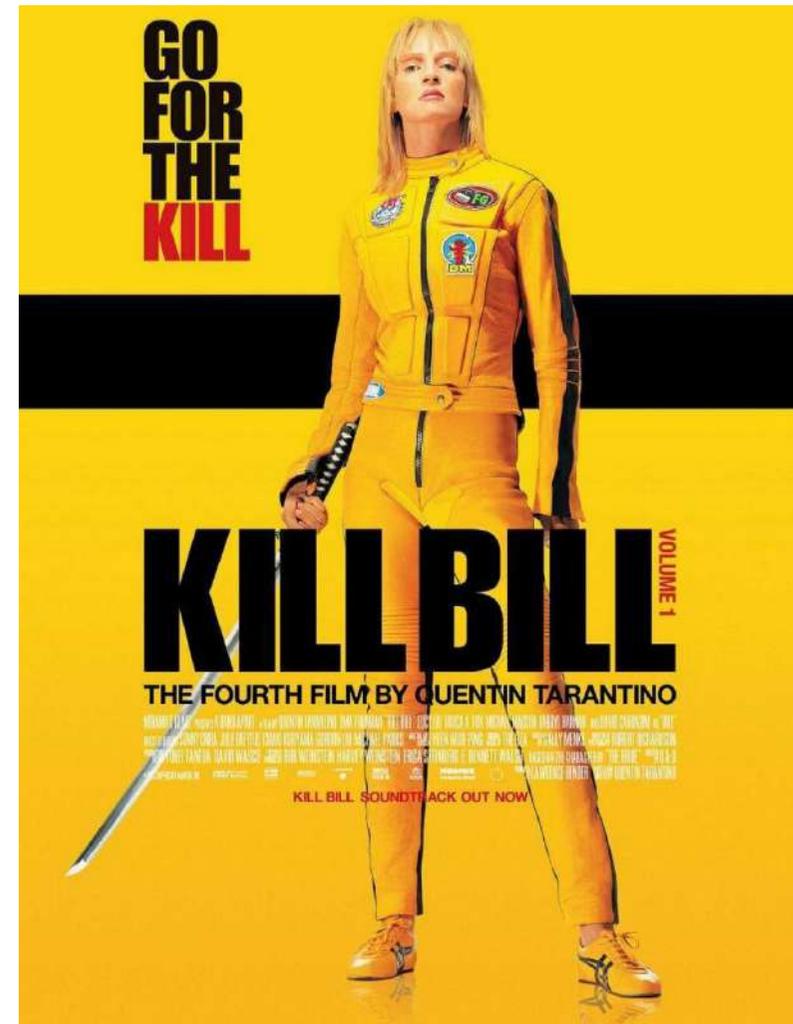


Figura 36: Cartel de la película Kill Bill

UBICACIÓN DEL EVENTO

6

UBICACIÓN DEL EVENTO

Tras investigar varias localizaciones para la celebración del evento me he decantado por la Plaza de Adelantado por varios motivos; para empezar la plaza está ubicada en el centro de La Laguna y esto es una estrategia para captar más asistentes ya que al ser una ciudad universitaria está repleta de estudiantes, que por lo general son personas con una edad aproximada de entre 18 y 24 años lo cual es ideal pues según los datos recopilados mediante el formulario (consultar los resultados de formulario en el anexo) las personas que se encuentran en este rango de edad suelen tener mayor interés por este mundo de las zapatillas y la moda urbana.

Por otro lado, tenemos de referente el *Burguer Fest*, organizado por la famosa hamburguesería *Beers*, celebrado este año en la misma plaza. El hecho de poder acudir y ver la organización del evento me ayudó a elegir el sitio pues estaba todo bastante bien organizado y habían diferentes tipos de actividades, entre ellas un pequeño escenario con DJ's, venta de comida y puestos de bebidas para mayores de 18.



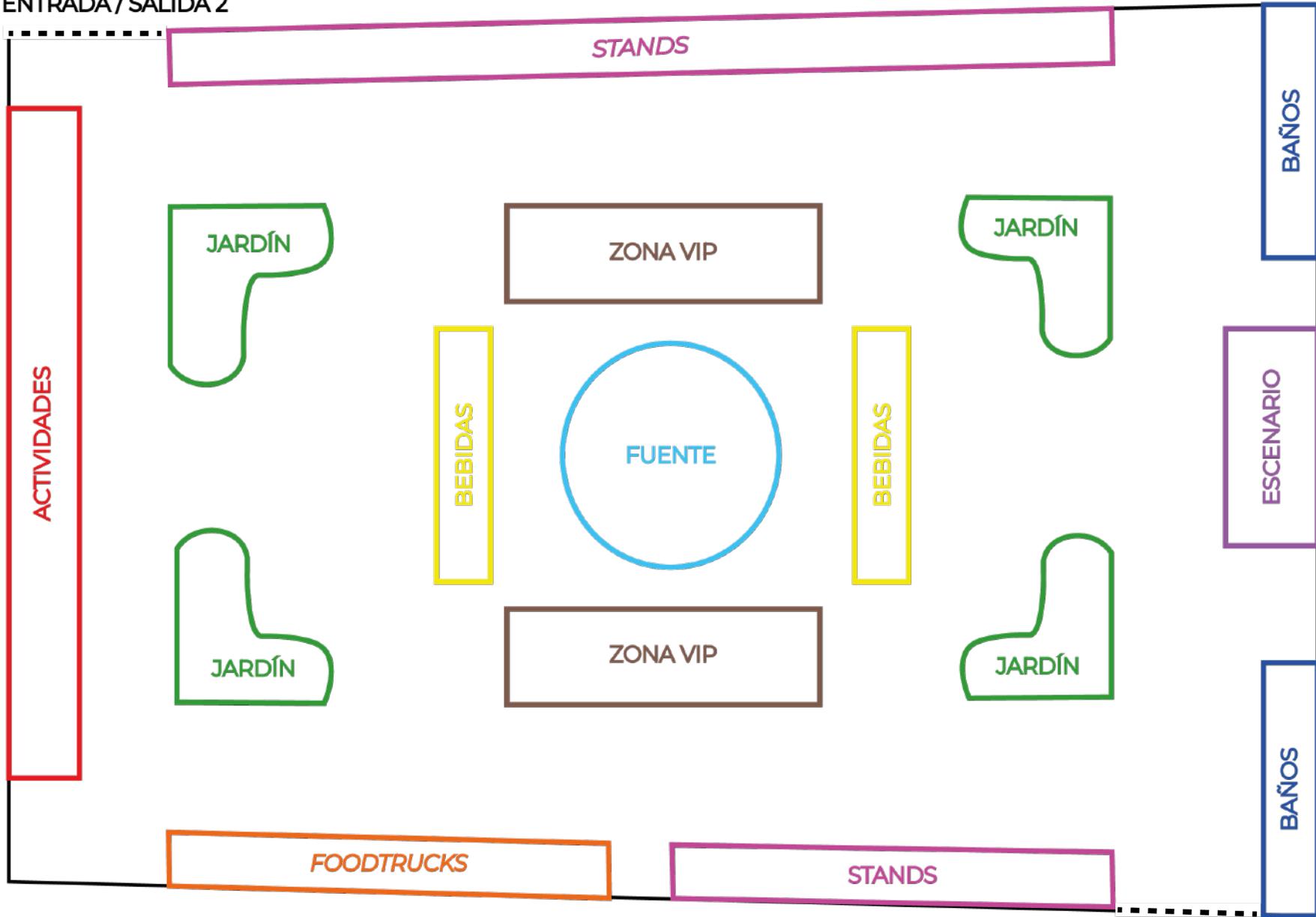
MAQUETA APROXIMADA DEL EVENTO

Para hacernos una idea aproximada de la organización del evento ambos días he creado un boceto aproximado de La Plaza De Adelantado y la organización de la misma.

Para diferenciar las zonas dentro del evento se ha hecho una leyenda de colores.



ENTRADA/SALIDA 2



**ANÁLISIS
DE REFENTES**

7

ANÁLISIS DE REFERENTES

A NIVEL INTERNACIONAL

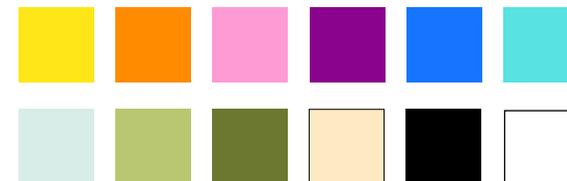
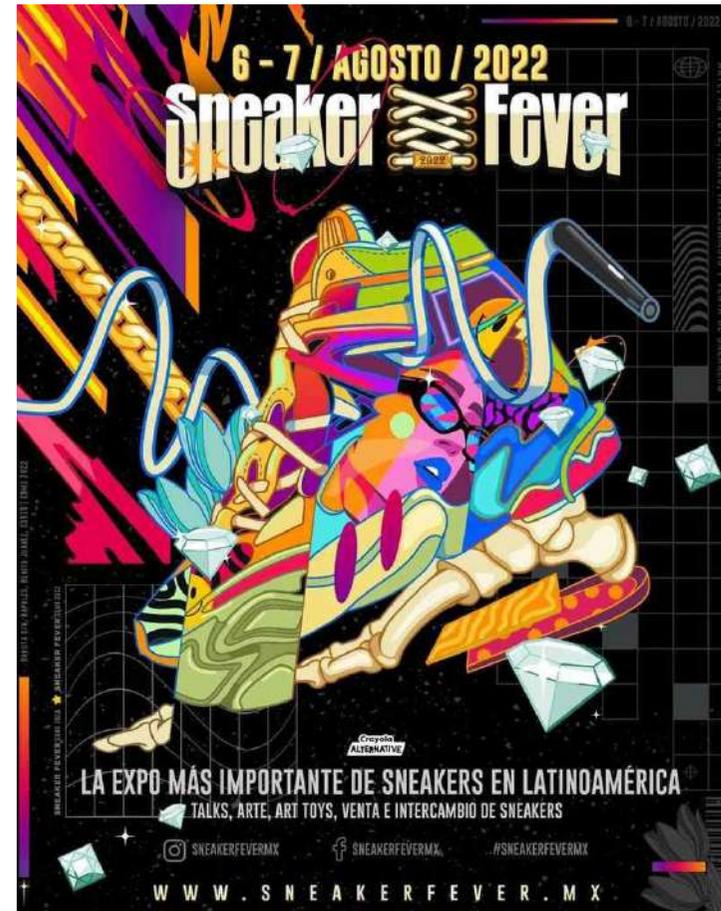
Sneaker Con

Uno de los eventos más grandes e importantes a nivel mundial de *sneakers* es el llamado Sneaker Con. Este evento tiene sus inicios en Estados Unidos y se ha celebrado en diferentes estados aunque gracias al éxito que ha tenido se ha expandido a diferentes países por todo el mundo. Este evento suele tener una duración de dos días por lo general y comienza a las 12:00 de la mañana hasta las 19:00 de la tarde. En este evento no solo se puede observar distintos modelos de zapatillas sino que también puedes comprar o vender por lo que permite a sus usuarios ganar algo de dinero con la reventa de zapatillas.



Sneaker Fever

El evento Sneaker Fever se considera el mayor evento de exposición de zapatillas y de la cultura urbana en todo Latinoamérica. Se ubica en la ciudad de México y tiene una duración de dos días aunque se pueden comprar las entradas para acceder un solo día, este evento da comienzo a las 11:00 de la mañana y finaliza a las 20:00 de la tarde. En este evento, no solo se puede ir a ver pares exclusivos de zapatillas sino que también permite a sus asistentes poder intercambiar pares entre ellos. Encontraremos arte relacionado con el mundo de los sneakers además de charlas donde podremos aprender más sobre el tema.



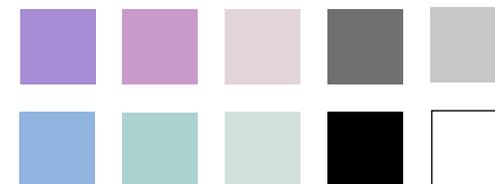
Sneaker Swap

Sneaker Swap es un evento de zapatillas que se celebra en Miami donde se aplican diferentes puntos de ventas para comprar, vender e intercambiar zapatillas entre los asistentes. En este evento también podemos encontrar organización de sorteos y regalos para todas las edades ya que lo que buscan es crear un ambiente cómodo entre los asistentes. Se celebra el 10 y 11 de septiembre y también se puede comprar la entrada para asistir un solo día, el evento comienza a las 12:00 de la mañana y termina a las 18:00 de la tarde.



Sneaker Society

Sneaker Society es un evento de zapatillas que se realiza en Colombia y es uno de los eventos más importantes del país y de sudamérica. Este evento tiene una duración de tres días y se celebrará el 7, 8 y 9 de octubre de 2022 y es de entrada libre. En este evento se encuentran las mejores marcas de *sneakers* y de *streetwear* donde además también asisten influencers de moda del país. Podemos encontrar personas que asisten a mostrar su colección de zapatillas, zonas donde puedes lavar tus zapatillas, algunas clases sobre el mundo de las zapatillas y sobre *sneakers* de todo tipo. Por último la compra - venta de artículos disponibles en el evento; a través de este evento se unen cultura y comercio.

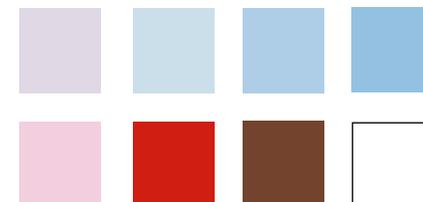


A NIVEL NACIONAL

Scrapworld

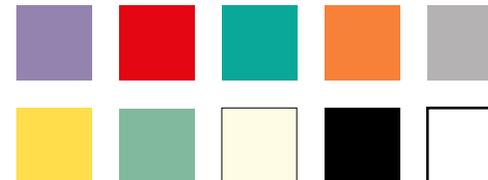
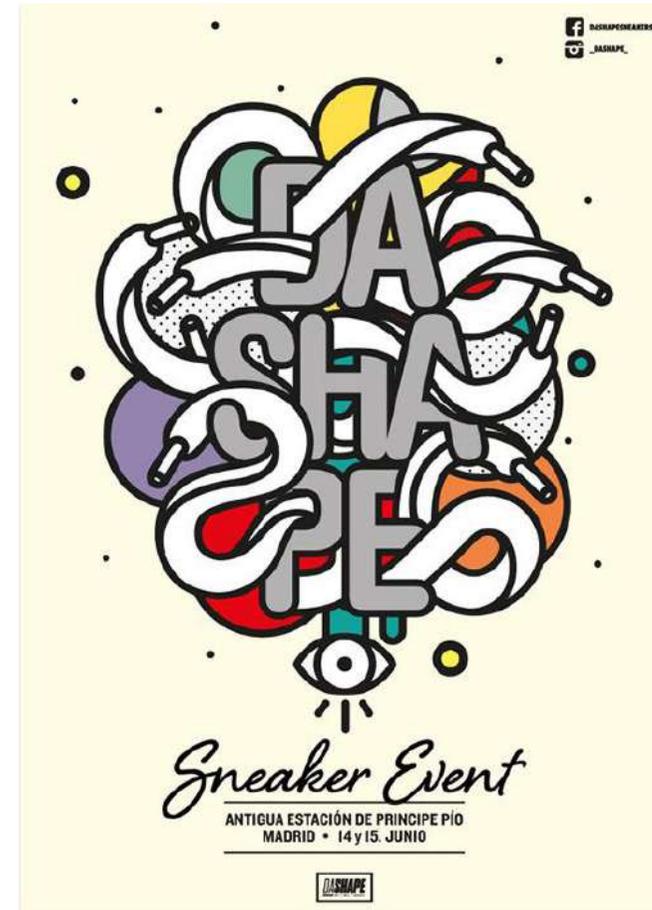
En lo que a España se refiere no encontramos grandes eventos de *streetwear* ni de *sneakers* aunque cada vez este mundo de la moda urbana es más reconocido y nacen nuevos eventos que giran en torno a ello. Scrapworld nació de las ideas de un *Youtuber* bastante conocido en España llamado Carlos Martín (aunque su nombre artístico es “By Calitos”) junto a Miguel Antón y Juan Villegas debido a que se dedicaban al mundo de la moda urbana y del lujo. Su evento cuenta con grandes patrocinadores como Zalando, Pull & Bear, Levi’s, Mahou, Red Bull y la marca de electrónica Lenovo. La organización confirma desde Scrapworld que “Este es uno de los encuentros presenciales más relevantes de la industria de la moda, donde marcas nacionales e internacionales pueden presentar y compartir sus recomendaciones con los interesados”. El evento tiene una duración de dos días y se puede comprar la entrada para 1 o 2 días según le convenga a los asistentes.

SCRAP WORLD



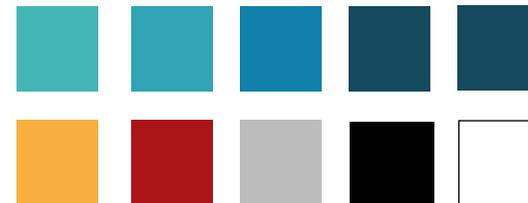
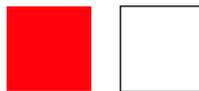
Dashape

En lo que a Dashape se refiere es un evento de zapatillas a puertas abiertas celebrado en Madrid que ha tenido varias ediciones, este evento se celebra en el antiguo parking de la estación Príncipe Pío. En este evento podemos visitar stands de diferentes marcas y también se puede disfrutar de un ambiente gastronómico ya que los asistentes tienen la oportunidad de probar comida de los diferentes *foodtrucks*. Además varios cantantes famosos del territorio español suelen acudir a dar su show en el evento, entre ellos se encuentran Yung Beef, Ms Nina y Joven Horacio. Sin embargo lo más destacable de este evento es que contaba con el Adidas Street United que fue el primer torneo de *sneaker shops* organizado por Adidas en el que vendías prendas exclusivas que solo se podrían encontrar dentro del evento.



Lover sneakers

Lover sneakers es un festival que llegó a Barcelona en el año 2015 donde se juntaron vendedores, compradores, admiradores de zapatillas, coleccionistas y customizadores para poder dar imagen a sus tiendas y con ello poder crear nuevos clientes. Además este evento cuenta con DJs, exposiciones, concursos y videojuegos. Este festival no ha vuelto a tener mas ediciones.



DEFINICIÓN DEL PROYECTO

8

CONTEXTO

Tras finalizar la fase de investigación llegamos a obtener la capacidad de comprender de dónde provienen las zapatillas que usamos todos los días y así entender la evolución de cada marca y porque son tan importantes en la historia ya que han marcado un antes y después en el mundo de la moda.

Como objetivo ya nombrado anteriormente, se trata de crear un evento de compra - venta de *sneakers* y de *streetwear* que además contenga diferentes tipos de actividades para los asistentes cómo pueden ser, poder obtener camisetas con diseños disponibles y poder estamparlos, contar historias sobre las marcas más reconocidas, grafitis, exposiciones, etc.

Dentro de España este mundo cada vez se está haciendo más reconocido en las ciudades capitalinas como Madrid, Barcelona, Valencia y demás, pero sin embargo a las Islas Canarias es más complicado por la lejanía y los problemas de aduanas a la hora de querer montar un negocio de este estilo ya que todos los productos vienen de afuera. Es por eso que se ha creado este evento para que todos los *sneakerhead* tengan la posibilidad de vivir un evento de este estilo y que no se tenga a Canarias tan apartada.

**FASE DE
DESARROLLO** | **9**

NAMING

En lo que al nombre de naming se refiere *Sneaker bee* trata de reflejar la filosofía de evento pues como podemos observar el nombre consta de dos palabras: *Sneaker* y *bee*.

Básicamente la palabra *Sneaker* significa zapatilla en inglés y es un concepto que se entiende en todo el mundo ya que de ahí proviene la famosa palabra *Sneakerhead* que define a una persona que es amante y coleccionista de las zapatillas. En cuanto a *bee* quería que el evento tuviera una mascota que a su vez fuera parte de la imagen de evento, la elección de una abeja es debido a que los colores negro y amarillo juntos destacan y quedan bien, asu vez la palabra abeja en inglés da juego ya que si a *bee* le quitamos una e se queda *be* que es el verbo ser en inglés.

Este juego de la palabras me gusta bastante ya que lo busco hacer y transmitir a través de este evento es que las personas se sientan libres de vestir y llevar las prendas que más les gusten independientemente si son caras o no, quiero que sean ellos mismos y que sientan cómodos con lo que lleven sin que nadie los juzguen. Quiero crear un ambiente de buen rollo, comodidad y felicidad para todos los usuarios que puedan asistir independientemente de sus edades.

PROPUESTA DE LA IVC DEFINITIVA

Para llegar a la propuesta definitiva de la identidad visual corporativa se ha seguido un estilo que engloba lo urbano, pues a la misma vez que fue surgiendo en los barrios de Nueva York el *streetwear* fue surgiendo el grafiti en los años 60, estilos que van de la mano. Así que por un capricho de mezclar ambas estéticas tanto como la urbana como la grafitera nació la idea de esta identidad visual, manteniendo la esencia con la combinación de colores en cuanto a sus aplicaciones. Con ello buscamos que sea referencia para la visualización del mismo en el evento y que después de ello siga recordando a los participantes la asistencia y les traiga buenos recuerdos a su memoria.

En el anexo que se encuentra al final de esta memoria se encuentran todos los pasos necesarios que se han dado para llegar a esta idea ya que ha sido un proceso largo de elección, tanto de formas como de color, y de cambios para tratar de conseguir la imagen más adecuada y sin dudar, la mejor.



COLOR

Para seleccionar los colores adecuados para la identidad visual corporativa se ha trabajado mediante la creación de un mood-board con referencias visuales de diferentes estilos de imágenes, entre ellas caben destacar imágenes de zapatillas, grafitis, collage e identidades visuales de otros eventos similares.

De estas ideas salió un color principal que, además, el nombre del evento ha influido en ello, es por eso que el color principal es el amarillo con ciertos ajustes para llegar al tono deseado. Como el amarillo es un color que por si solo brilla se ha añadido un negro para no quitarle protagonismo, asimismo son colores que juntos combinan muy bien. Según que aplicaciones deseamos adaptar la identidad visual, es decir, si el color de fondo en el que se adaptar es negro se cambiara el tono negro a blanco combinando así amarillo y blanco.

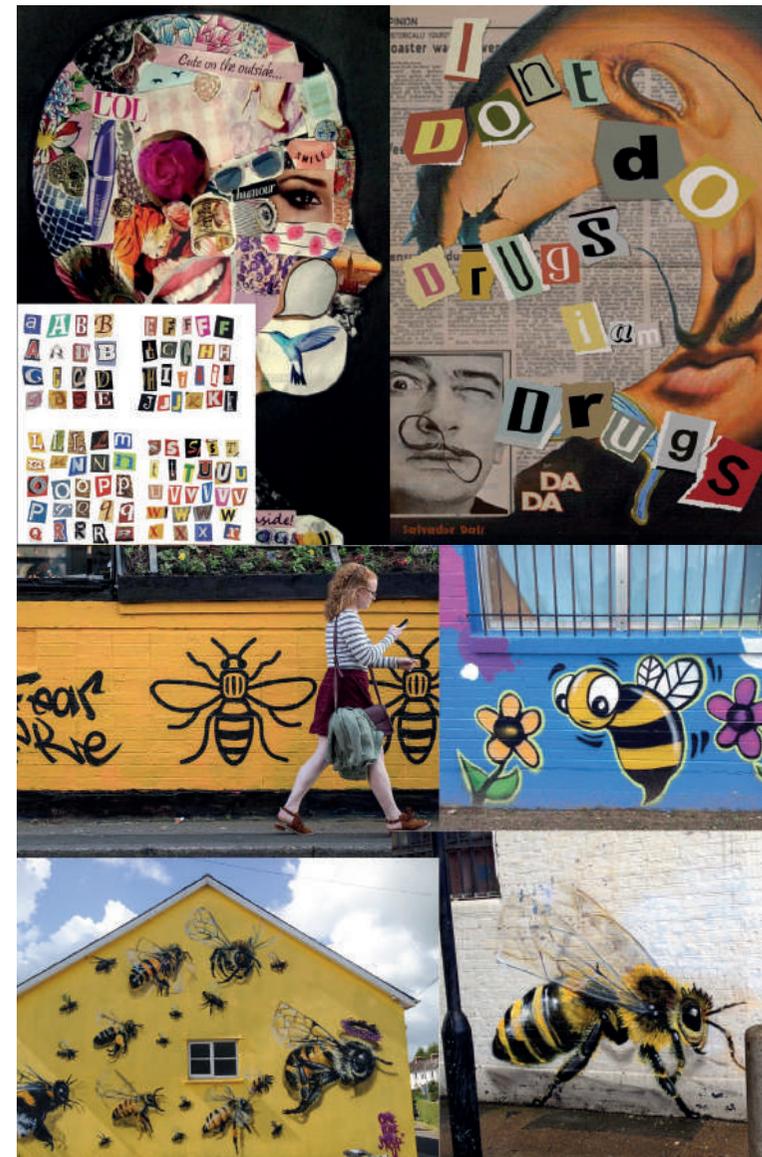
PANTONE P 7-6 C
R 255 G 223 B 115
C 1 M 11 Y 64 K 0
#ffdf73

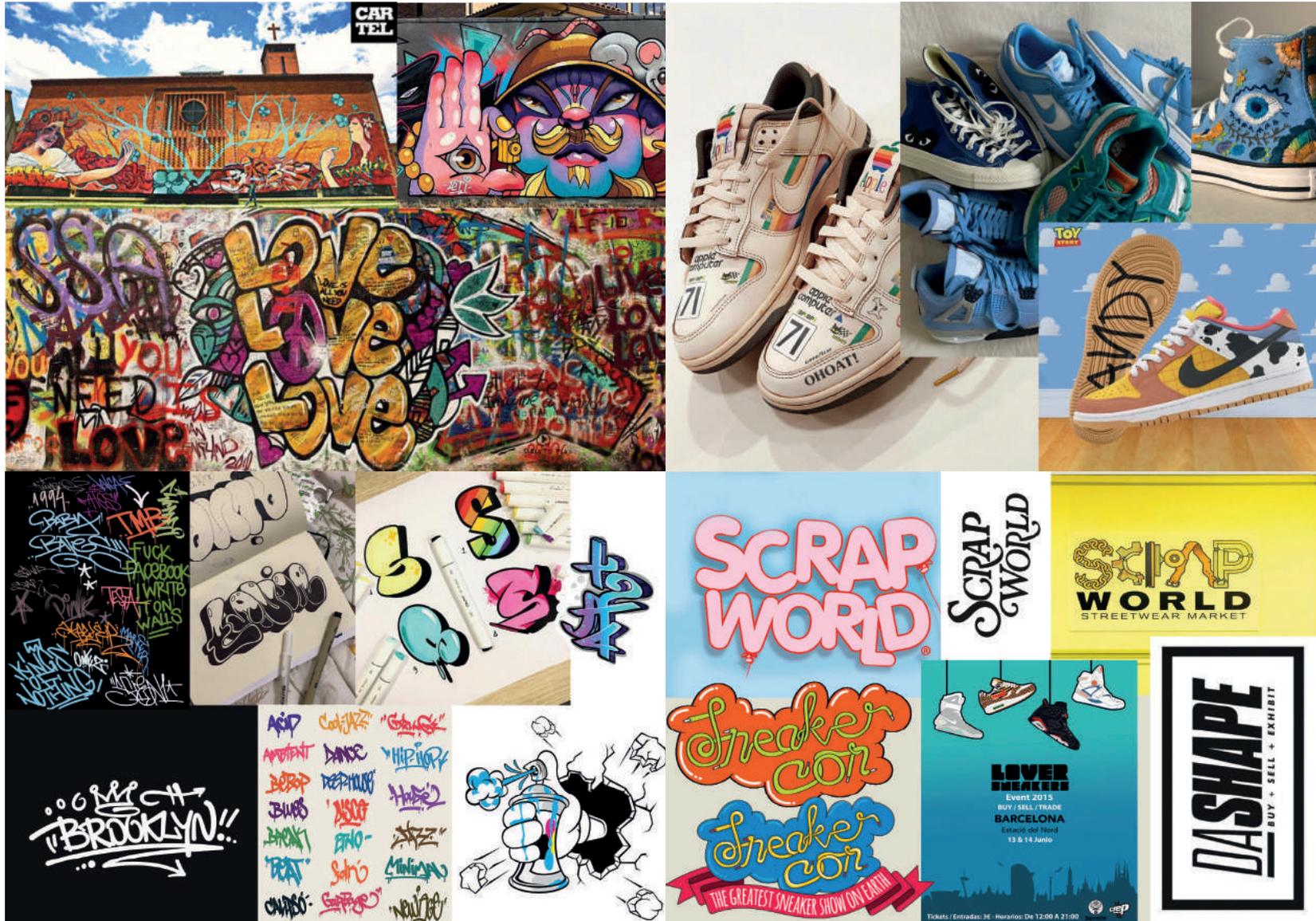


NEGRO
R 0 G 0 B 0
C 91 M 79 Y 62 K 97
#000000



BLANCO
R 255 G 255 B 255
C 0 M 0 Y 0 K 0
#ffffff





TIPOGRAFÍA

El isologo se compone de una tipografía principal llamada Urban Heroes, esta tipografía se caracteriza por tener un estilo grafitero en la que las letras se asemejan al chorreo de una pintura de grafiti, aún así he transformado de forma ligera la tipografía para que se apreciara en mayor medida el chorreo de las letras.

Entre los aspectos visuales que se pueden apreciar en el logotipo es el ajuste de *tracking* ya que todas las letras se ven más juntas asemejándose a un grafiti realizado en la calle donde parece que las letras se superponen una encima de la otra.

TIPOGRAFÍA ORIGINAL

The image shows the original typography for 'SNEAKER BEE'. The word 'SNEAKER' is on the top line and 'BEE' is on the bottom line. Both words are rendered in a bold, black, graffiti-style font with a 'drip' effect. The letters are closely spaced, and the overall appearance is that of a hand-painted tag.

TIPOGRAFÍA MODIFICADA

The image shows the modified typography for 'SNEAKER BEE'. The words are the same as in the original, but the spacing between the letters is significantly reduced, making them appear more crowded and overlapping. Red circles are drawn around several letters in both words to highlight the tight spacing and the way the letters now touch or overlap, which is a key visual change from the original.

**APLICACIONES DE
LA IDENTIDAD** | **10**

MATERIAL DEL EVENTO

Tanto para los trabajadores dentro del evento como para los asistentes se han diseñado y creado objetos básicos y necesarios para la realización y coordinación del mismo. Como dos tipos entrada, entrada libre y VIP por lo cual se ha creado una pulsera para aquellos que hayan decidido comprar la entrada VIP para diferenciarlos del resto, mientras que a los asistentes de entrada libre no les haría falta nada; cada personal que esté dentro del evento tendrá una acreditación para distinguirlos del resto; y por último un vaso reciclable para pedir las bebidas, dicho vaso se tendrá que pedir en barra y tendrá un coste de 2€.







CARTELERÍA

Para la correcta promoción y publicidad del evento se han creado carteles para colocarlos en puntos estratégicos. A los que se refiere con puntos estratégicos es a las calles principales que son bastante transitadas durante todo el día, de esta forma el evento se dará a conocer de forma fácil y rápida. Además se ha creado un *flyer* para repartir por las calles con las actividades que encontraremos los días del evento.



SNEAKER BEE

27 Y 28 DE MAYO
PLAZA DEL ADELANTADO
SAN CRISTÓBAL DE LA LAGUNA



SNEAKER BEE

27 Y 28 DE MAYO
PLAZA DEL ADELANTADO
SAN CRISTÓBAL DE LA LAGUNA



WWW.SNEAKERBEEVENT.COM

SNEAKER BEE

27 Y 28 DE MAYO
PLAZA DEL ADELANTADO
SAN CRISTÓBAL DE LA LAGUNA



WWW.SNEAKERBEEVENT.COM



SNEAKER BEE

27 Y 28 DE MAYO

PLAZA DEL ADELANTADO
SAN CRISTÓBAL DE LA LAGUNA



 
SNEAKERBEEVENT





PRÓXIMO EVENTO DE SNEAKER Y STREETWEAR EN LA LAGUNA

27 Y 28 DE MAYO

SÁBADO 27 - 16:00

APERTURA DEL EVENTO

La apertura del evento comenzará a las 16:00 de la tarde dando inicio a un sin fin de actividades y finalizará a las 23:00 de la noche con la mejor música.

SÁBADO 27 - 17:00

EL DASE

A las 17:00 dará comienzo el arte del grafiti en directo de la mano del Dase llegado directamente desde Barcelona, donde no solo podremos observar su forma de trabajar sino que además nos dará unos consejos a la hora de iniciarnos en el grafiti.

SÁBADO 27 - 18:00

EXPOSICIÓN DE ZAPATILLAS

Exposición de zapatillas de diferentes modelos y explicaremos su historia y de la marca para conocer dónde surgieron.

SÁBADO 27 - 19:00

SESIÓN DE DJ

Desde las 19:00 hasta la finalización del evento podremos disfrutar de una selección de música.



DOMINGO 28 - 16:00

APERTURA DEL EVENTO

La apertura del evento comenzará a las 16:00 de la tarde dando inicio a un sin fin de actividades y esta vez finalizará a las 21:00.

DOMINGO 28 - 17:00

EXPOSICIÓN DE ZAPATILLAS

Disfrutaremos de la exposición de zapatillas pero esta vez se suma ropa estilo streetwear donde contaremos su historia y descubriremos de donde proviene el término de este estilo.

DOMINGO 28 - 18:00

EL DASE

Como era de esperar, este día repetiremos con el arte del Dase para poder disfrutarlo al máximo.

DOMINGO 28 - 19:00

SESIÓN DE DJ

Desde las 19:00 hasta la finalización del evento podremos disfrutar de una selección de música.

¿TE LO VAS A PERDER?

Sábado 27 de Mayo de 16:00 a 23:00
Domingo 28 de Mayo de 16:00 a 21:00.

Pl. Del Adelantado, s/n, 38202, La Laguna, Santa Cruz de Tenerife

MERCHADISING

En cuanto al *merchandising* se han elaborado diferentes productos con la identidad visual de la marca, destacan así las camisetas ya que tienen un diseño diferente al resto de los productos. Todos estos productos estarán disponibles a la venta los días del evento.





















PÁGINA WEB

La difusión a través de redes y plataformas de internet es imprescindible para el alcance del evento, por lo que se ha generado una página web *responsive*, un perfil de Instagram y un Facebook para ayudar al impulso del evento y que llegue a más gente.

La página web se ha creado a partir de una plantilla disponible en Wix, sobre la cual se compone estos apartados:

Inicio: En el inicio aparece la identidad de la marca y seguidamente un botón que nos dirige a sobre nosotros para que nos puedan conocer mejor.

Sobre nosotros: aparece una imagen y un párrafo con una breve descripción de lo que trabajamos.

Programación: aparecen las fechas y las distintas horas a las que habrán las actividades que se describen en propio apartado.

Entradas: podremos comprar diferentes tipos de entradas, normal y VIP.

Tienda: podremos comprar los diferentes productos de merchandising del evento.

Perfil: podremos crearnos una cuenta e iniciar sesión para estar registrados y recibir correos de promociones.

Contáctanos: formulario a rellenar para ponerse en contacto con la organización del evento y/o atención al cliente.

Esta página web se diseñó con la plataforma Wix.com. Crea tu página web hoy. [Comienza ya](#)



INICIO

SOBRE NOSOTROS

PROGRAMACIÓN

ENTRADAS

TIENDA

PERFIL

CONTÁCTANOS



SNEAKER BEE

MUNDO DE SNEAKERS Y STREETWEAR

[Sobre nosotros >](#)

[¡Vamos a chatear!](#)

Esta página web se diseñó con la plataforma **Wix.com**. Crea tu página web hoy. [Comienza ya](#)



INICIO

SOBRE NOSOTROS

PROGRAMACIÓN

ENTRADAS

TIENDA

PERFIL

CONTÁCTANOS



SOBRE NOSOTROS

Sneaker Bee nace del frenesí por las zapatillas que comenzó como un hobby y a día de hoy es un sueño hecho realidad el poder compartir con el resto del mundo nuestra pasión. Sobre todo en Canarias, ya que más complicado tener acceso a eventos que giren en este entorno.

Esperamos que te guste lo que hacemos y que lo disfrutes tanto como nosotros!

¡Vamos a chatear!

Esta página web se diseñó con la plataforma Wix.com. Crea tu página web hoy. [Comienza ya](#)



INICIO

SOBRE NOSOTROS

PROGRAMACIÓN

ENTRADAS

TIENDA

PERFIL

CONTÁCTANOS



SÁBADO 27

La apertura del evento comenzará a las 16:00 de la tarde dando inicio a un sin fin de

DOMINGO 28

La apertura del evento comenzará a las 16:00 de la tarde dando inicio a un sin fin de

¡Vamos a chatear!

Esta página web se diseñó con la plataforma Wix.com. Crea tu página web hoy. [Comienza ya](#)



INICIO

SOBRE NOSOTROS

PROGRAMACIÓN

ENTRADAS

TIENDA

PERFIL

CONTÁCTANOS



ENTRADAS

27 sáb
may **Sneaker Bee VIP /** La Laguna [RSVP](#)

27 sáb
may **Sneaker Bee /** La Laguna [RSVP](#)

28 dom
may **Sneaker Bee /** La Laguna [RSVP](#)

[¡Vamos a chatear!](#)

Esta página web se diseñó con la plataforma Wix.com. Crea tu página web hoy. [Comienza ya](#)



INICIO

SOBRE NOSOTROS

PROGRAMACIÓN

ENTRADAS

TIENDA

PERFIL

CONTÁCTANOS



Camiseta Negra

25,00 €



Camiseta Blanca

25,00 €



Camiseta Azul y Rosa

25,00 €



Más vendido

Sudadera

30,00 €



Nuevo

Gorra Blanca



Gorra Negra

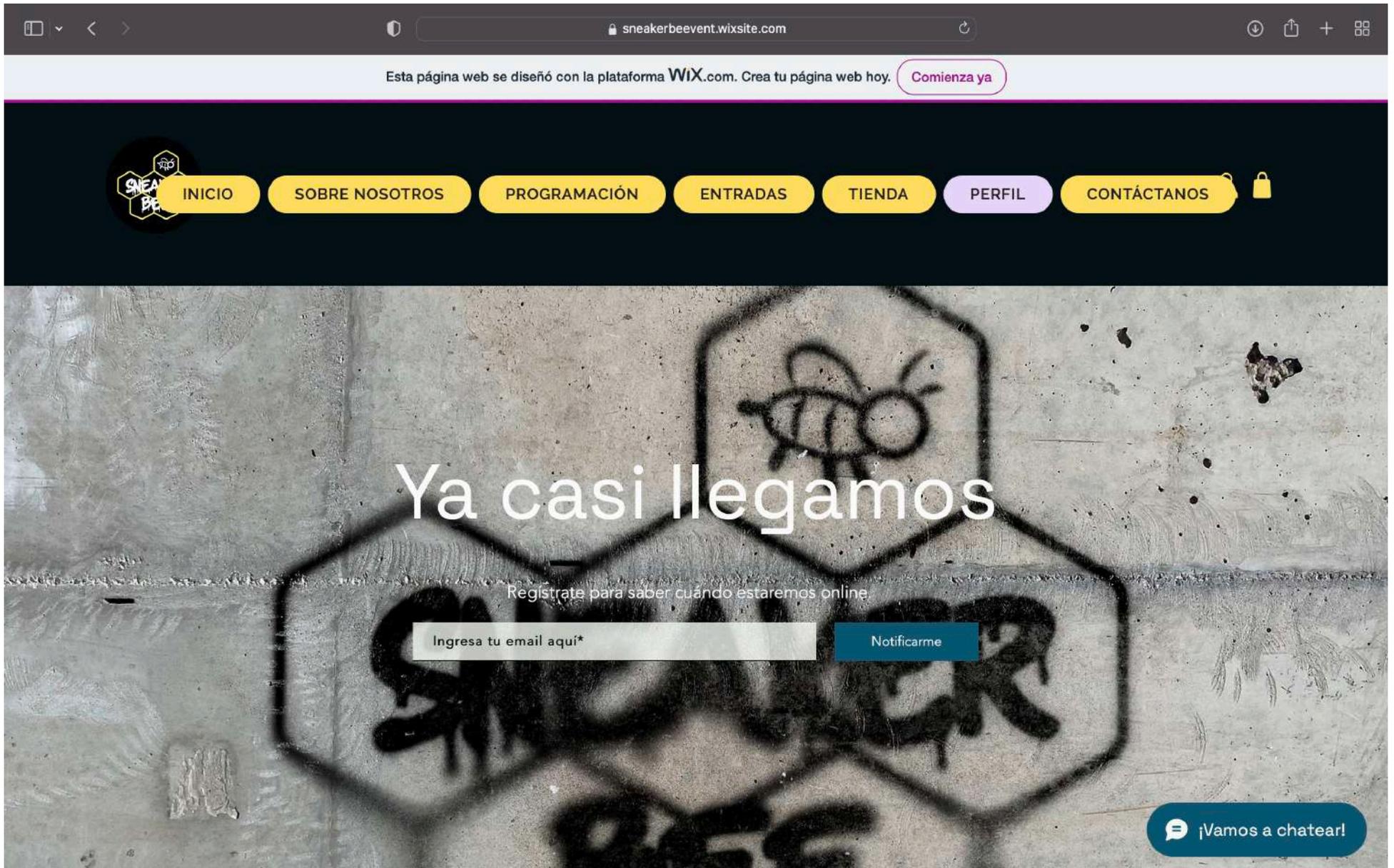


Llavero



Tote Bag

¡Vamos a chatear!



Esta página web se diseñó con la plataforma **Wix.com**. Crea tu página web hoy. [Comienza ya](#)



INICIO

SOBRE NOSOTROS

PROGRAMACIÓN

ENTRADAS

TIENDA

PERFIL

CONTÁCTANOS



Contacto

Pl. del Adelantado, 38201 La Laguna, Santa Cruz de Tenerife,
España

sneakerbeeevent@gmail.com

922 222 888

Nombre

Email

Teléfono

Dirección

Asunto

Escribe tu mensaje aquí...

Enviar

Mapa

Satélite

LAGUNERA
VEGA

17-13



¡Vamos a chatear!

Esta página web se diseñó con la plataforma Wix.com. Crea tu página web hoy. [Comienza ya](#)



INICIO

SOBRE NOSOTROS

PROGRAMACIÓN

ENTRADAS

TIENDA

PERFIL

CONTÁCTANOS



SNEAKER BEE

MUNDO DE SNEAKERS Y STREETWEAR

[Sobre nosotros >](#)

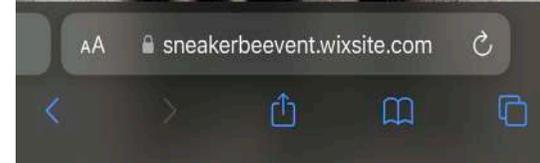
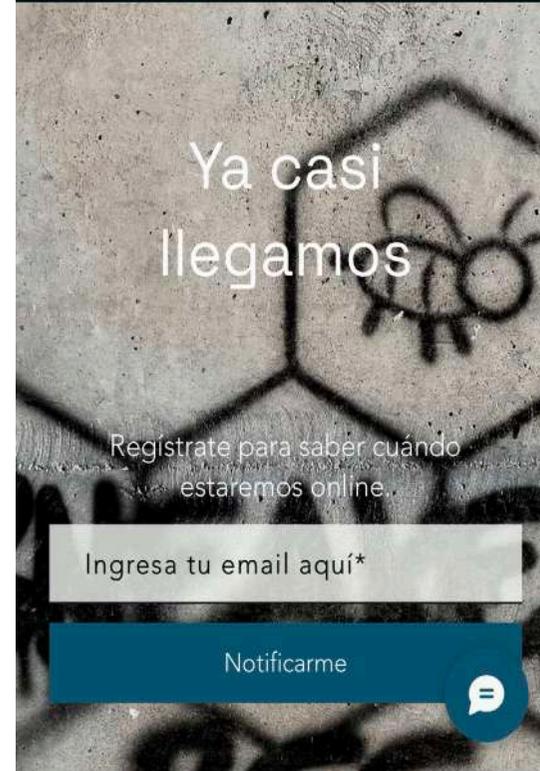
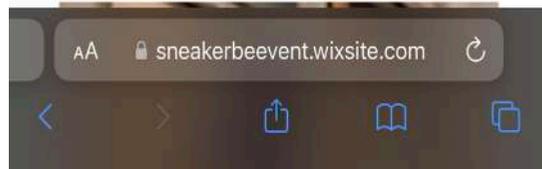
[¡Vamos a chatear!](#)







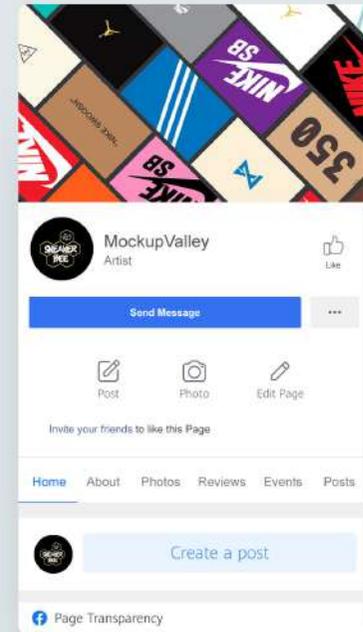
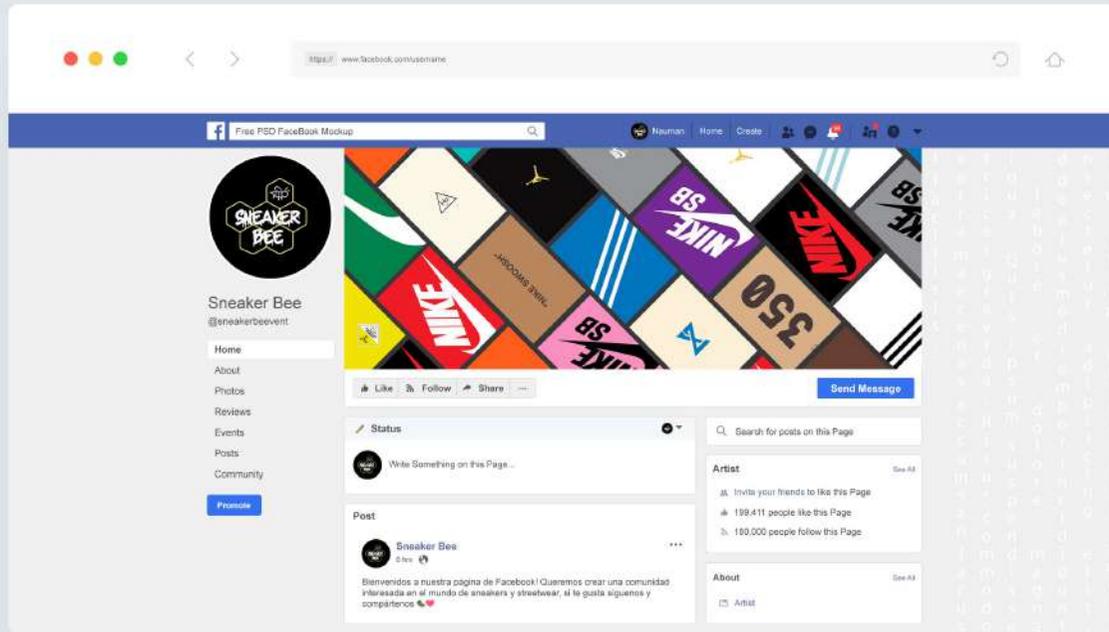
Camiseta Negra
25,00 €

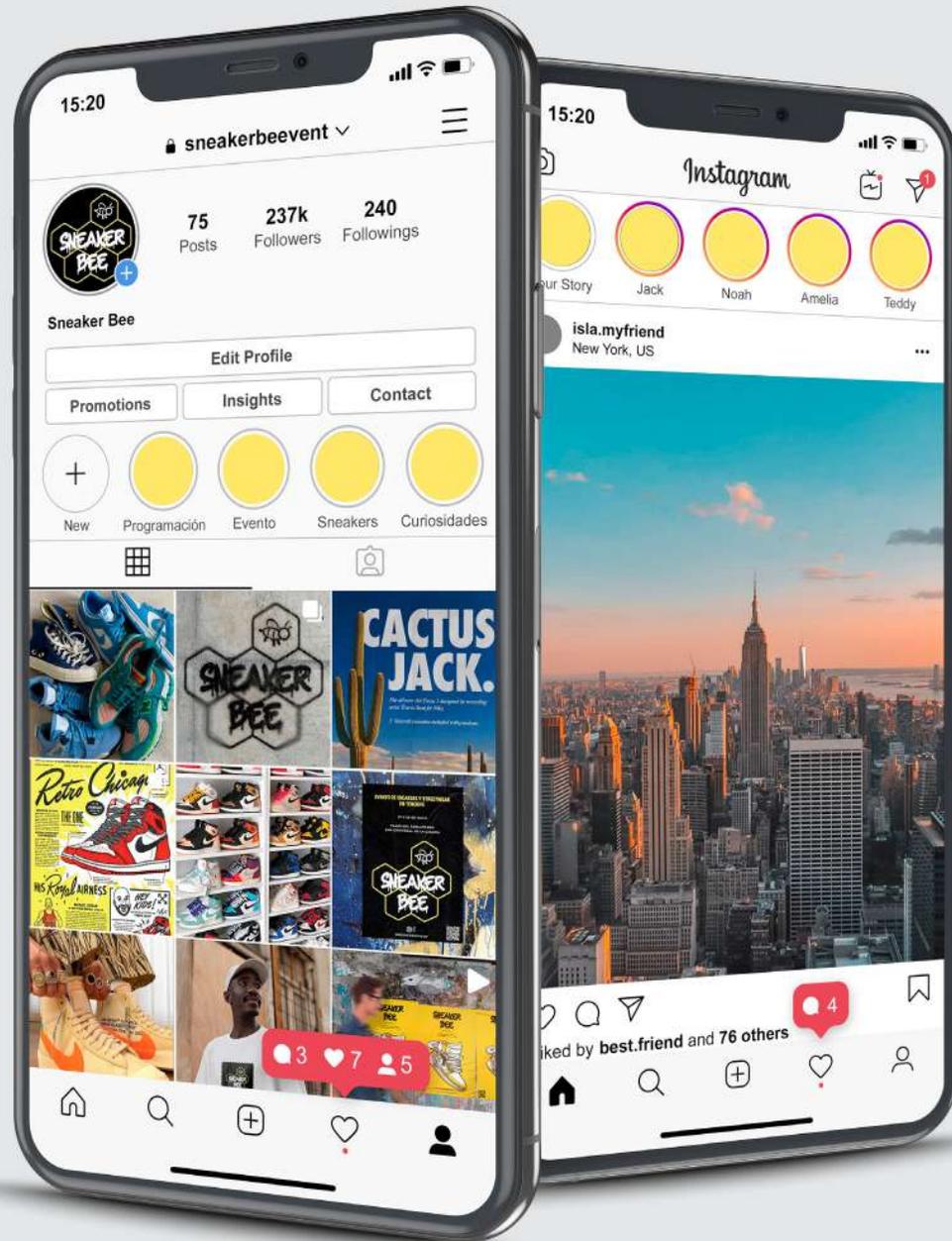




REDES SOCIALES

Con la creación de los perfiles en instgram y facebook se busca una forma más cercana de llegar al público y a la misma vez mantenerlos informados con las últimas actualizaciones del evento. Se han hecho diferentes publicaciones de diferentes estilos en torno al evento.





CONCLUSIÓN | 11

CONCLUSIÓN

Después de asistir a varios eventos como pueden ser de artesanía, gastronomía, música, etc. Nunca he visto ningún evento que gire en torno a la moda urbana y que vaya dirigido mayormente a personas jóvenes, ya que es una moda que la mayoría de la generación Z y de los *millennials* llevamos. No solo quise hacer el TFG sobre este evento porque es un tema que me gusta bastante y me interesa, sino que también es un tipo de evento al que no tenemos mucho acceso porque la mayoría de ellos se celebran en la península.

BIBLIOGRAFÍA | 12

BIBLIOGRAFÍA

A. (2021, 2 julio). *Logo Obey: la historia y el significado del logotipo, la marca y el símbolo.* | png, vector. 1000 Marcas. <https://1000marcas.net/obey-logo/>

Adidas. (2019, agosto). La historia de adidas: de 1949 hasta hoy. <https://www.adidas.es/blog/392942-la-historia-de-adidas-de-1949-hasta-hoy>

A. (2021a, febrero 1). *Historia del calzado – Origen y evolución.* August's Shoes®. <https://www.augusts-shoes.com/historia-del-calzado-origen-y-evolucion/>

Arbat, S. (2021, 17 mayo). *Locura por las 'sneakers': la exposición en la que convertirse en un experto en zapatillas es posible.* La Vanguardia. <https://www.lavanguardia.com/de-moda/20210517/7460247/sneakers-exposicion-zapatillas-londres.html>

Britto, V. (2016). *Victor Britto — Asics | MK&G.* Victor Britto. <http://victorbritto.work/asics-hamburg>

Carrillo, F. (2020, 1 julio). *Streetwear: lo que debes saber sobre el icónico estilo.* GQ. <https://www.gq.com.mx/moda/articulo/streetwear-historia-lo-que-debes-saber-sobre-el-iconico-estilo>

Colaboradores de Wikipedia. (2021a, octubre 19). *Godofredo Plantagenet.* Wikipedia, la enciclopedia libre. https://es.wikipedia.org/wiki/Godofredo_Plantagenet

Colaboradores de Wikipedia. (2021, 11 noviembre). *Supreme.* Wikipedia, la enciclopedia libre. [https://es.wikipedia.org/wiki/Supreme_\(marca\)](https://es.wikipedia.org/wiki/Supreme_(marca))

Colaboradores de Wikipedia. (2022, 3 marzo). *The North Face*. Wikipedia, la enciclopedia libre. https://es.wikipedia.org/wiki/The_North_Face

Colaboradores de Wikipedia. (2020, 24 enero). *A bathing Ape*. Wikipedia, la enciclopedia libre. https://es.wikipedia.org/wiki/A_bathing_Ape

Colaboradores de Wikipedia. (2022a, marzo 2). *Nike*. Wikipedia, la enciclopedia libre. <https://es.wikipedia.org/wiki/Nike>

Contributors to Wikimedia projects. (2022, 5 febrero). *Carhartt*. Wikipedia. https://en-m-wikipedia-org.translate.goog/wiki/Carhartt?_x_tr_sl=en&_x_tr_tl=es&_x_tr_hl=es&_x_tr_pto=sc

C. (2015, 15 junio). *Sneaker Con, el evento que todo sneakerhead sueña estar | Majos*. Majos | Moda y tendencias urbanas desde Chile. http://www.majos.cl/2015/06/sneakercon-el-evento-que-todo-sneakerhead-suen-a-estar/#.Yjlxey_WdmA

Chacón, A. M. (2021, 17 octubre). *La locura por los tenis se expande a Colombia*. El Tiempo. <https://www.eltiempo.com/vida/tendencias/sneaker-society-el-poxte-habla-del-evento-y-de-la-cultura-de-los-tenis-625747>

Claire, M. (2019, 15 abril). *¿Qué son y por qué se llaman así las «Chelsea boots»?* Marie-Claire.es. <https://www.marie-claire.es/moda/wikimoda/diccionario/wiki/termino/botines-chelsea>

Colaboradores de Wikipedia. (2022c, mayo 17). *Asics*. Wikipedia, la enciclopedia libre. <https://es.wikipedia.org/wiki/Asics>

España, J. D. (2022, 17 enero). *La historia de New Balance: El equilibrio perfecto*. JD Sports España | Blog. <https://blog.ids-ports.es/historia-new-balance/?gclid=Cj0KCOiAybaRBhDtARI->

[sAIEG3kIXtdioSoBVz_J9b6gm2mB3cH2ICwSIC1NLHcZS9TsZd-wypbE51yuwaAoz7EALw_wcB&qclsrc=aw.ds](https://www.instagram.com/p/sAIEG3kIXtdioSoBVz_J9b6gm2mB3cH2ICwSIC1NLHcZS9TsZd-wypbE51yuwaAoz7EALw_wcB&qclsrc=aw.ds)

España, J. D. (2021, 9 diciembre). *La historia de Vans “Off The Wall”*. JD Sports España | Blog. <https://blog.jdsports.es/historia-vans/>

Ediciones Sibila. (2014, 11 junio). *La primera feria exclusivamente de Sneakers, Dashape, inunda Madrid con miles de zapatillas este fin de semana*. <https://edicionessibila.com/la-primera-feria-exclusivamente-de-sneakers-dashape-inunda-madrid-con-miles-de-zapatillas-este-fin-de-semana/>

E. (2020a, abril 12). *La historia detrás de las zapatillas deportivas*. Estampas. <https://www.estampas.com/sociedad/67058/la-historia-detras-de-las-zapatillas-deportivas>

Francelia Rodríguez Ceballos. (2019, 23 abril). *Anuncian una nueva edición de Sneaker Fever*. Fashion Network. <https://mx.fashionnetwork.com/news/Anuncian-una-nueva-edicion-de-sneaker-fever.1091891.html>

Girela, J. F. (2021, 20 febrero). *Las 10 marcas de streetwear más importantes de nuestro tiempo*. GQ España. <https://www.revistagq.com/moda/articulo/mejores-marcas-streetwear-moda>

Girela, J. F. (2021b, agosto 16). *Las zapatillas más icónicas de la historia del cine*. GQ España. <https://www.revistagq.com/moda/galeria/zapatillas-mas-iconicas-del-cine-nike-reebok-adidas-air-jordan>

Generalife, E. A. L. D. P. Y. (2018, 22 noviembre). *Sobre chapines*. Patronato de la Alhambra y Generalife. <https://www.alhambra-patronato.es/sobre-chapin>

Historia y evolución del calzado. (2018, 3 septiembre). Sarroca Podólogos. Tus podólogos en Zaragoza de confianza. <https://www.sarrocapodologos.es/historia-y-evolucion-del-calzado-podologo/>

Historia, C. (2022, 7 marzo). *La documentación más antigua sobre el calzado tiene 15.000 años. En una Read more*. CurioSfera Historia. <https://curiosfera-historia.com/origen-e-historia-del-zapato-de-tacon/>

Isaza, J. J. (2014, 24 junio). *Breve historia de las marcas: Nike*. Bien Pensado. <https://bienpensado.com/historia-marca-nike/>

Información, L. (2019, 27 octubre). *Cuando las zapatillas deportivas son arte: una exposición reúne a Jordan y Rihanna*. La Información. <https://www.lainformacion.com/management/zapatillas-deportivas-arte-exposicion-reune-jordan-rihanna/6516275/>

Kelly, A. (2021, 26 agosto). *Hombres con tacones*. L'Officiel España. <https://www.lofficiel.es/moda/hombres-con-tacones-una-historia-de-la-moda>

La historia de Reebok | BLAST. (2020). BLAST. <https://www.digitalsport.com.ar/blast/news/la-historia-de-reebok-159/>

Mujer México. (2020). *Qué es streetwear y por qué es tendencia*. <https://mujermexico.com/moda-y-belleza/que-es-streetwear-por-que-es-tendencia/>

- Martinez, J. (2022, 18 marzo). *Moda urbana y "sneakers": todo listo para una nueva edición de Scrapworld*. FashionUnited. <https://fashionunited.es/noticias/ferias/moda-urbana-y-sneakers-todo-listo-para-una-nueva-edicion-de-scrapworld/2022031838180>
- Magazine ESP, S. (2021, 4 marzo). *Las sneakers están en las tiendas y ahora en los museos*. Sneakers Magazine España. <https://www.sneakersmagazine.es/cultura/sneakers-tiendas-museos-londres>
- M. (2020, 10 noviembre). *Origen e historia de los zapatos de tacón*. Mobiliario Comercial Maniqués. <https://www.mobiliariocomercialmaniquies.com/blog/origen-e-historia-de-los-zapatos-de-tacon/>
- Ortega, E. (2021, 17 mayo). *Sneakerheads. ¿Qué son?* Enrique Ortega Burgos. <https://enriqueortegaburgos.com/sneakerheads-que-son/>
- Otero, L. (2015, 10 septiembre). *¿Qué es un "sneakerhead"?* MuyInteresante.es. <https://www.muyinteresante.es/curiosidades/preguntas-respuestas/que-es-un-sneakerhead-231441873315>
- Ortega, C. (2019, 30 enero). *Entrevistamos a 404 STUDIO tras su desfile en Samsung EGO*. WAG1 MAGAZINE. <https://www.wag1mag.com/entrevistamos-a-404-studio-tras-su-desfile-en-samsung-ego/>
- OMPI. (2019, abril). *ASICS: Estilo de vida de calidad a través de la tecnología deportiva inteligente*. OMPI. https://www.wipo.int/wipo_magazine/es/2019/02/article_0003.html

Pérez, I. (2021, 25 febrero). *Por qué los tacones fueron inventados para los hombres*. Business Insider España. <https://www.businessinsider.es/tacones-fueron-inventados-hombres-818381>

Raffle Sneakers: sorteos en los que hay que pagar el premio. (2018). MENZIG. <https://www.menzig.style/a/raffle-sneakers-que-son-sorteo/>

Solsona, R. (2017, 14 abril). *Historia y evolución del calzado*. Didactalia: material educativo. <https://didactalia.net/comunidad/materialeducativo/recurso/historia-y-evolucion-del-calzado/3c5862bd-7860-4fb8-98ef-ca5767543192>

Saldivia, Y. (2020, 12 abril). *La historia detrás de las zapatillas deportivas*. Estampas. <https://www.estampas.com/sociedad/67058/la-historia-detras-de-las-zapatillas-deportivas>
SNEAKER SWAP - IV. (2021, 15 agosto). Eventbrite. <https://www.eventbrite.com/e/sneaker-swap-iv-tickets-160257118355>

Sneaker Society – Feria de sneakers y streetwear en Colombia. (2021). Sneaker Society. <https://sneakersocietycolombia.com>

Wikipedia contributors. (2021, 7 abril). *Obey (clothing)*. Wikipedia. [https://en.wikipedia.org/wiki/Obey_\(clothing\)](https://en.wikipedia.org/wiki/Obey_(clothing))

Wikipedia contributors. (2022, 9 marzo). *Palace Skateboards*. Wikipedia. https://en.wikipedia.org/wiki/Palace_Skateboards

Yolanda, C. (2021). *Sneakers historia y presente*. Yolanda. https://www.calzadosyolanda.com/blog/52_sneakers-historia-y-presente-.html#

**BIBLIOGRAFÍA
DE IMÁGENES**

13

Figura 01: Historia y biografías. (s. f.). *Historia y biografías - BIOGRAFÍAS e HISTORIA UNIVERSAL, ARGENTINA y de la CIENCIA*. Recuperado 6 de agosto de 2022, de https://historiaybiografias.com/historia_del_calzado/

Figura 02: *Luis XIV, el rey de los tacones rojos – Historia en Comentarios*. (2016, 19 septiembre). Recuperado 6 de agosto de 2022, de <https://historiaencomentarios.com/2016/09/19/luis-xiv-l-rey-de-los-tacones-rojos/>

Figura 03: Moreno, J. (2018, 12 septiembre). *Revolución Francesa: Resumen*. unprofesor.com. Recuperado 6 de septiembre de 2022, de <https://www.unprofesor.com/ciencias-sociales/revolucion-francesa-resumen-1842.html>

Figura 04: *Zapato-Persa* (s. f.). Mobiliario Comercial Maniqués. Recuperado 6 de Agosto de 2022, de <https://www.mobiliariocomercialmaniquies.com/blog/historia-de-los-zapatos-de-tacon/zapato-persa/>

Figura 05: Barroco, F., 2022. *Barroco. Historia del calzado*. Recuperado 6 de agosto de 2022, de http://historiacalzadodaf.blogspot.com/2011/06/barroco_26.html

Figura 06: Regueiro, A., 2022. *Stiletos: el poder de los tacones altos — Project Glam*. Recuperado 6 de agosto de 2022, de <https://www.project-glam.com/project-glam/stiletos-el-poder-de-los-tacones-altos>

Figura 07: *David Bowie: photo by Masayoshi Sukita, clothes by Kansai Yamamoto | Androgynous fashion, David bowie, Bowie.* (s. f.). Pinterest. Recuperado 6 de agosto de 2022, de <https://www.pinterest.es/pin/692358142685555968/>

Figura 08: *Converse all star 1908.* (s. f.). Recuperado 6 de agosto de 2022, de <https://shopf.off67.ml/products.aspx?cname=-converse+all+star+1908&cid=29>

Figura 09: Madrigal, J. (2020, 12 julio). *La historia detrás del éxito de las zapatillas All Star de Converse.* Esquire. Recuperado 6 de septiembre de 2022, de <https://www.esquire.com/es/moda-hombre/a33234664/zapatillas-all-star-converse-hombre/>

Figura 10: Yahoo. 2022. *Yahoo.* Recuperado 6 de agosto de 2022, de https://consent.yahoo.com/v2/collectConsent?sessionId=3_cc-session_3d5804d1-a463-4394-9e91-b74b437000bf

Figura 11: Larrechea, R. (2016, 26 mayo). *Adidas y Puma: la historia de un odio fraternal que ha revivido por el running.* elEconomista.es. Recuperado 6 de septiembre de 2022, de <https://www.eleconomista.es/empresas-finanzas/noticias/7591453/05/16/Adidas-y-Puma-la-historia-del-odio-fraternal-que-revive-por-culpa-del-running.html>

Figura 12: Piñero, D., 2022. *Nueva York, 1975: bienvenidos a la Ciudad del Miedo* Recuperado 6 de agosto de 2022, de <https://www.unabrevehistoria.com/2016/11/nueva-york-bienvenidos-la-ciudad-del.html>

Figura 13: Serrano, A., 2022. *Beastie Boys nos hacen revivir su último concierto*. Recuperado 6 de agosto de 2022, de <https://www.mondosonoro.com/noticias-actualidad-musical/beastie-boys-ultimo-concierto/>

Figura 14: Oliver, J., 2022. *INTERVIEW: SHAWN STUSSY — THE NEW ORDER* /. Recuperado 6 de agosto de 2022, de <http://thenewordermag.com/tno/shawnstussy>

Figura 15: WAG1 MAGAZINE. (s. f.). *SUPREME ha cerrado su tienda original en Nueva York* . Recuperado 6 de agosto de 2022, de <https://www.wag1mag.com/supreme-ha-cerrado-su-tienda-original-en-nueva-york/>

Figura 16: Images, G., 2022. *Bella Hadid walks the runway during the Off-White show*, Getty Images. Recuperado 6 de agosto de 2022, de <https://www.gettyimages.ch/detail/nachrichtenfoto/bella-hadid-walks-the-runway-during-the-off-white-show-nachrichtenfoto/1133326272?language=it>

Figura 17: *Vans DE | Herren, Frauen & Kinderschuhe | Bekleidung und Rucksäcke*. (s. f.). Recuperado 6 de septiembre de 2022, de <https://www.vans.de/>

Figura 18: Images, G., 2022. *Model Alpha Dia walks the runway during the Heron Preston Menswear show*, Getty Images. Recuperado 6 de agosto de 2022, de <https://www.gettyimages.es/detail/fotograf%C3%ADa-de-noticias/model-alpha-dia-walks-the-runway-during-the-fotograf%C3%A4-de-noticias/1199967812>

Figura 19: Image, G., 2022. *Michael Jordan Fotografías e imágenes de stock - Getty Images*. Recuperado 6 de agosto de 2022, de <https://www.gettyimages.com.mx/fotos/michael-jordan>

Figura 20: Uaplg 2022. *UAPLG*. Recuperado 6 de agosto de 2022, de <https://uaplg.co/?lang=es>

Figura 21: *New Balance 2002R - Protection Pack. Sneakerhead outfit ans pieces. Collection of the year! | Swag shoes, Dad shoes, Sneakers in 2022 | Swag shoes, Hype shoes, Fashion shoes*. (s. f.). Pinterest. Recuperado 6 de septiembre de 2022, de <https://www.pinterest.es/pin/164592561374579839/>

Figura 22: *Above the Clouds x Asics Gel-1090 | Sneakers fashion, Swag shoes, Hype shoes*. (s. f.). Pinterest. Recuperado 6 de septiembre de 2022, de <https://www.pinterest.es/pin/9218374228074529/>

Figura 23: Unboxed, S., 2022. *Sneakers Unboxed: Studio to Street*. Design Museum. Recuperado 6 de agosto de 2022, de <https://designmuseum.org/exhibitions/sneakers-unboxed-studio-to-street>

Figura 24: Fernández , E. (2019, 26 octubre). *Conoce «Sneaker-topia» el primer museo dedicado a la cultura sneaker*. Tónica. Recuperado 6 de agosto de 2022, de <https://www.tonica.la/zona/Conoce-Sneakertopia-el-primer-museo-dedicado-a-la-cultura-sneaker-20191025-0015.html>

Figura 25: *Sophie Mazzaro*. (s. f.). Recuperado 6 de agosto de 2022, de <https://www.berlin-losangeles.com/story/sophie-mazzaro>

Figura 26: García, M. Raffle (2022) SNS APP. Recuperado 6 de agosto de 2022.

Figura 27: Download, L., 2022. *Farfetch Logo*. Logo Download. Recuperado 6 de agosto de 2022, de <https://es.logodownload.org/farfetch-logo/>

Figura 28: *File:StockX logo.svg - Wikimedia Commons*. (s. f.). Recuperado 6 de septiembre de 2022, de https://commons.wikimedia.org/wiki/File:StockX_logo.svg

Figura 29: *Brothers, U., 2022. klekt logo. Undercover Brothers*. Recuperado 6 de agosto de 2022, de <https://undercoverbrothers.com/klekt-logo/>

Figura 30: *Affinity, F., 2022. Forrest Gump (1994). FilmAffinity*. Recuperado 6 de agosto de 2022, <https://www.filmaffinity.com/es/film444796.html>

Figura 31: *Los Goonies | Doblaje Wiki | Fandom*. (s. f.). Doblaje Wiki. Recuperado 6 de agosto de 2022, de https://doblaje.fandom.com/es/wiki/Los_Goonies

Figura 32: País, E., 2022. *'El club de los cinco' ha envejecido como una película machista, según su protagonista*. Verne. Recuperado 6 de agosto de 2022, de https://verne.elpais.com/verne/2018/04/10/articulo/1523355882_531857.html

Figura 33: Casademont, R. S. (2020, 1 julio). *'Haz lo que debas', 31 años de la película más cañera y controvertida de Spike Lee*. Fotogramas. Recuperado 6 de septiembre de 2022, de <https://www.fotogramas.es/noticias-cine/a28455069/haz-lo-que-debas-pelicula-spike-lee/>

Figura 34: Graff, H., 2022. *La Cueva del Nerd - Subastan un tenis de "Back to the Future II" por cerca de 100,000USD*. Lacuevadelnerd.com. Recuperado 6 de agosto de 2022, de <https://lacuevadelnerd.com/index.php/geekopolis/5791-subasta-un-tenis-de-back-to-the-future-ii-por-cerca-de-100-000usd>

Figura 35: Lanacion.com.ec. 2022. *Zapatillas de película: las siete deportivas más famosas de la historia del cine* – La Nación. Recuperado 6 de agosto de 2022, de <https://lanacion.com.ec/zapatillas-de-pelicula-las-siete-deportivas-mas-famosas-de-la-historia-del-cine/>

Figura 36: Affinity, F., 2022. *Kill Bill. Volumen 1 (2003)*. FilmAffinity. Recuperado 6 de agosto de 2022, de <https://www.filmaffinity.com/es/film524439.html>

Inside Events - UCJC. 2022. *Así fue el ScrapWorld - Inside Events - UCJC*. Recuperado 6 de Agosto de 2022, de <https://insideevents.ucjc.edu/2022/03/28/asi-fue-el-scrapworld/>

Momó, A. (s. f.). *Pin en Lettres*. Pinterest. Recuperado 6 de septiembre de 2022, de <https://www.pinterest.es/pin/118219558945225312/>

Pisadas. 2022. *Pisadas Dashape*. Recuperado 6 de agosto de 2022, de <https://pisadasmyblog.wordpress.com/2014/06/12/pisadas-dashape/>

Rubio Heredero, A., 2022. *Así fue el ScrapWorld - InsideEvents - UCJC*. Recuperado 6 de agosto de 2022, de <https://insideevents.ucjc.edu/2022/03/28/asi-fue-el-scrapworld/>

Sneaker Con (S/f). Tkvco.com. Recuperado el 6 de agosto de 2022, de https://www.tkvco.com/?category_id=11760587
Society, S., 2022. *Home - Sneaker Society*. Recuperado el 6 de agosto de 2022, de <https://sneakersocietycolombia.com>

Sneaker Con. (s. f.). Sneaker Con | The premier sneaker event. Recuperado 6 de agosto de 2022, de <https://sneakercon.com/events/sneaker-con-washington-dc>

Sneaker Con. (s. f.-b). Sneaker Con | The premier sneaker event. Recuperado 6 de agosto de 2022, de <https://sneakercon.com/events/sneaker-con-salt-lake-city>

Sneaker Con - Feed. (s. f.). Sneaker Con | The premier sneaker event. Recuperado 6 de agosto de 2022, de <https://sneakercon.com/feed/sneaker-con-shanghai-presented-by-tmall-chic-live>

SNEAKER SWAP X - (JULY 23). (2022, 23 julio). Eventbrite. Recuperado 6 de agosto de 2022, de <https://www.eventbrite.com/e/sneaker-swap-x-july-23-tickets-330935726667>

SNEAKER SWAP XI - (SEPT 10). (2022, 10 agosto). Eventbrite. Recuperado 6 de agosto de 2022, de <https://www.eventbrite.com/e/sneaker-swap-xi-sept-10-tickets-387674644297?aff=ebdsoporgprofile>

Society, S., 2022. *sneakersociety.co* · *Fotos y videos de Instagram*. Instagram.com. Recuperado 6 de agosto de 2022, de <https://www.instagram.com/sneakersociety.co/?hl=es>

Figura 25: *Sophie Mazzaro*. (s. f.). Recuperado 6 de agosto de 2022, de <https://www.berlin-losangeles.com/story/sophie-mazzaro>

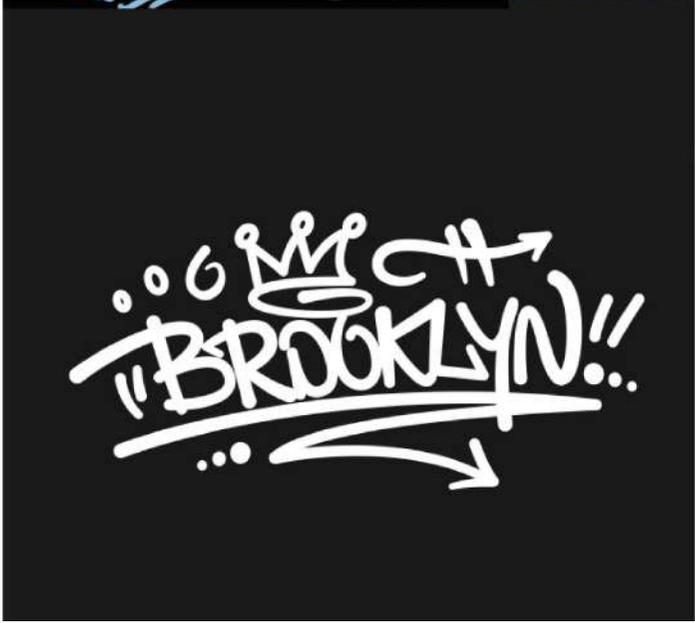
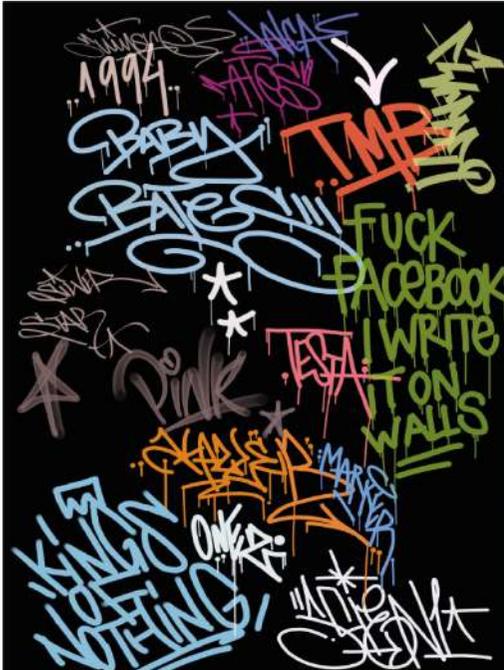
Sneakers, L., 2022. *LoverSneakers.com*. Recuperado 6 de agosto de 2022, de <https://www.lov Sneakers.com/es/>

Sneakers, L., 2022. *Lover Sneakers Event - Good2b lifestyle Barcelona & Madrid*. Recuperado 6 de agosto de 2022, de <https://good2b.es/event-post/lover-sneakers-event/>

SNEAKER BEE FESTIVAL

ANEXOS | 14

ANEXO 1 - MOODBOARD



SCRAP
WORLD®

SCRAP
WORLD

SCRAP
WORLD
STREETWEAR MARKET

Sneaker
con
Sneaker
con
THE GREATEST SNEAKER SHOW ON EARTH

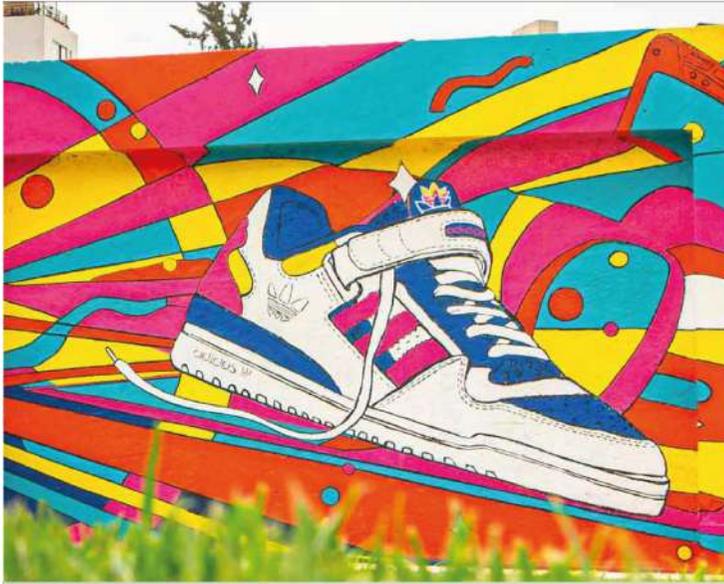


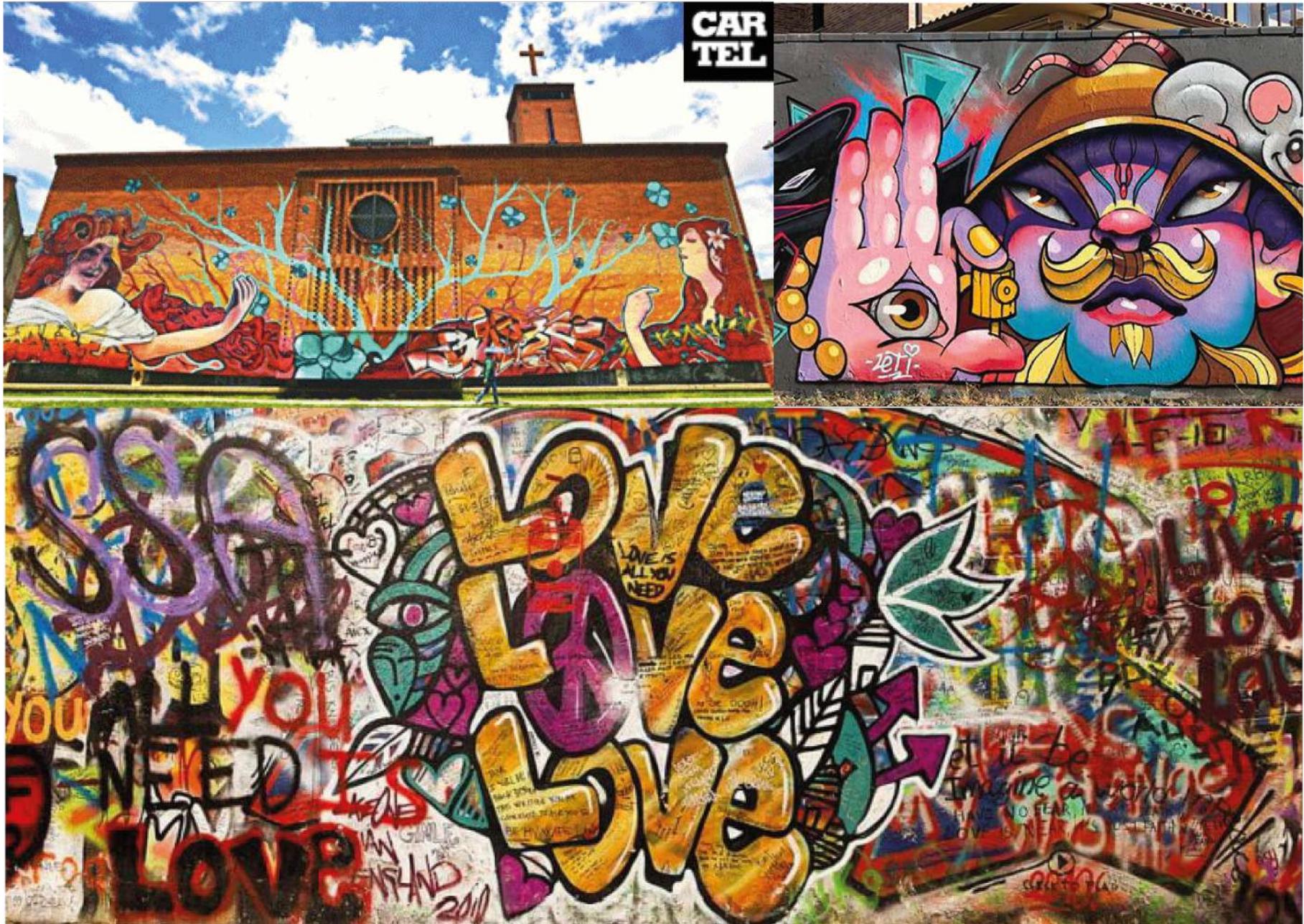
**LOVER
SNEAKERS**
Event 2015
BUY / SELL / TRADE
BARCELONA
Estació del Nord
13 & 14 Junio

Tickets / Entradas: 3€ - Horarios: De 12:00 A 21:00



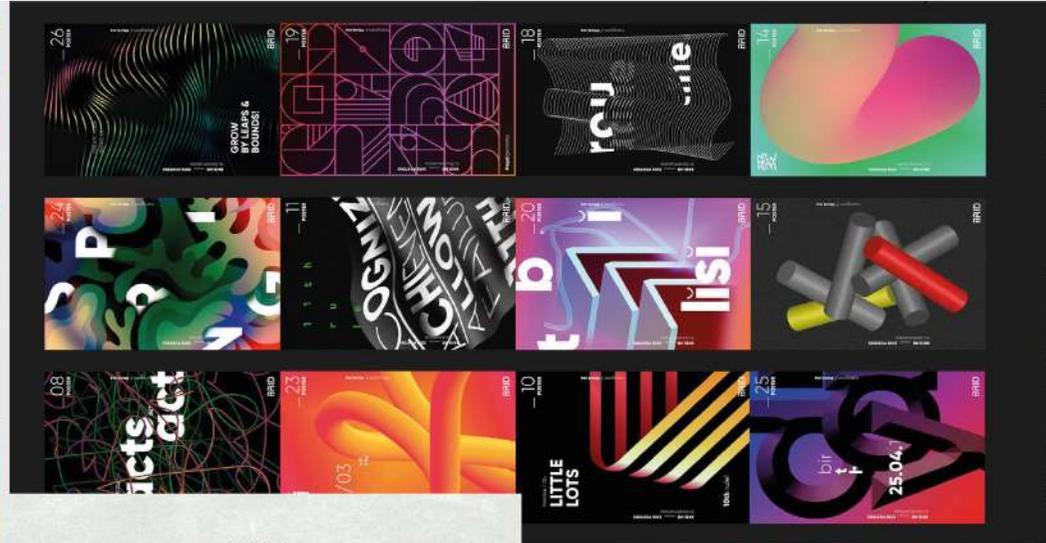
DASHAPE
BUY + SELL + EXHIBIT





CAR
TEL





Region
Continent
Of Fódlan

SCHOOLS

RENCONTRES INTERNATIONALES
DES ÉCOLES DE DANSE

12-14 JUIN

LE SAAL FORUM DES ARTS VISUELS
17 RUE TARDIEU - 41010 ANGERS
02 41 81 41 80
WWW.ANGERS-ANGERS.FR
WWW.ANGERS-ANGERS.FR

Faerghus

Emblem Houses

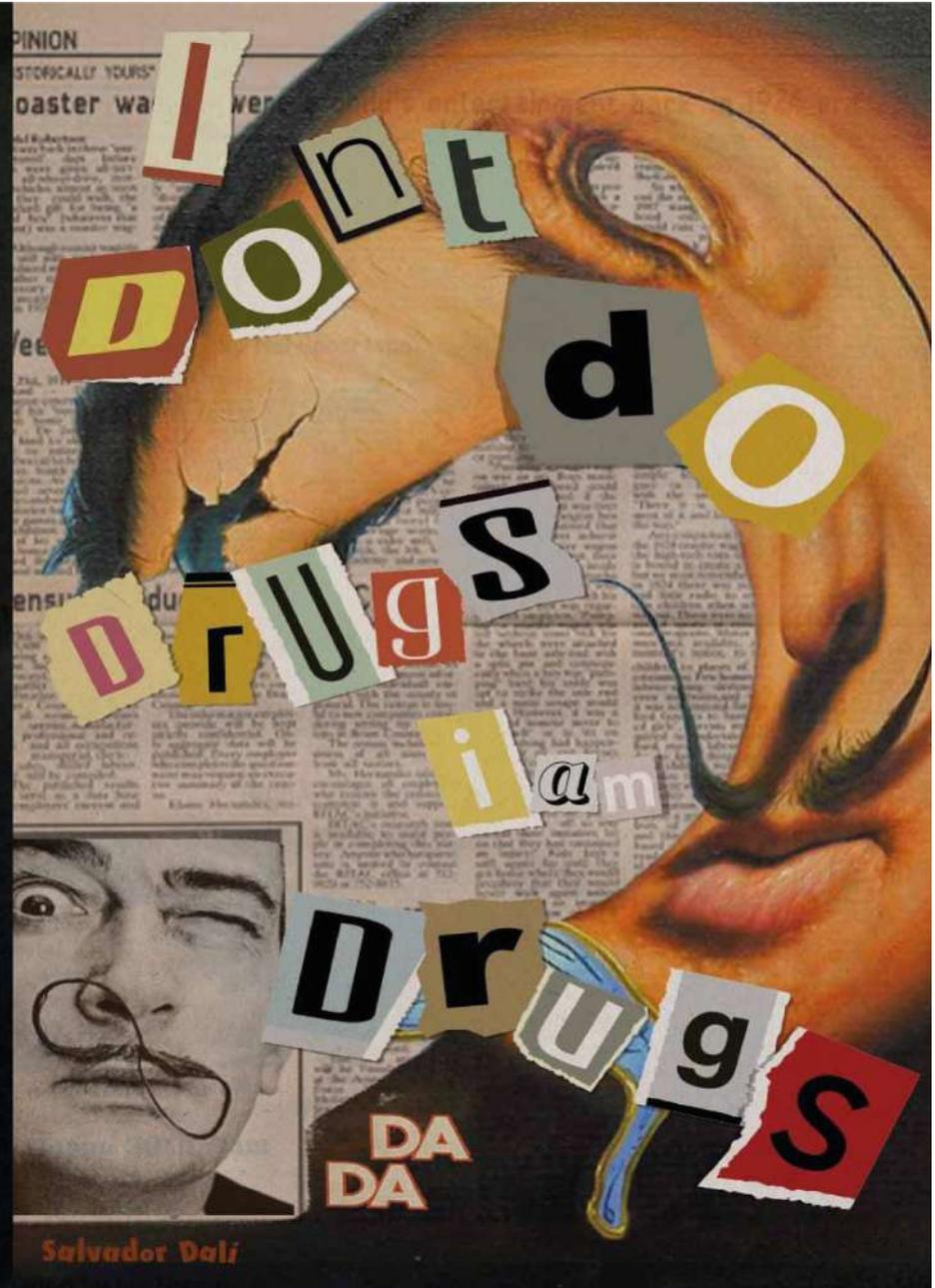
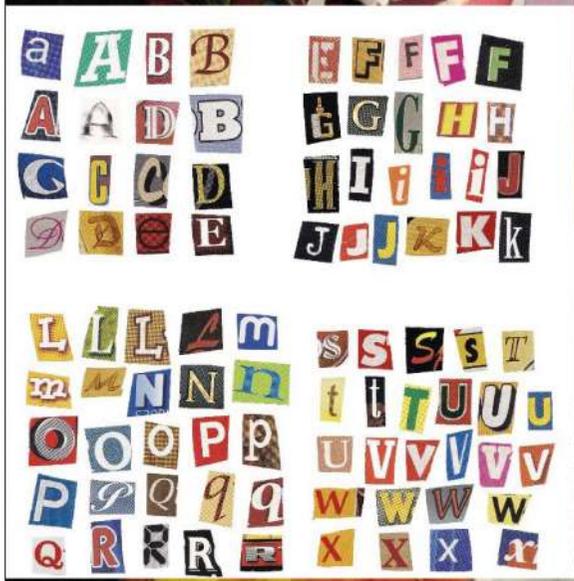
2020

ガルグ=マク
大修道院
ディミトリ

7.13 - 8.22

FELIX
ASHE
SYLVAIN
INGRID

YAAN. DESIGN





ANEXO 2 - TIPOGRAFÍAS

**SNEAKER
BEE**

SNEAKER BEE

SNEAKER BEE

SNEAKER

BEE

SNEAKER



SNEAKER

BEE

SNEAKER

BEE

SNEAKER

BEE

SNEAKER

BEE

ANEXO 3 - BOCETOS PREVIOS







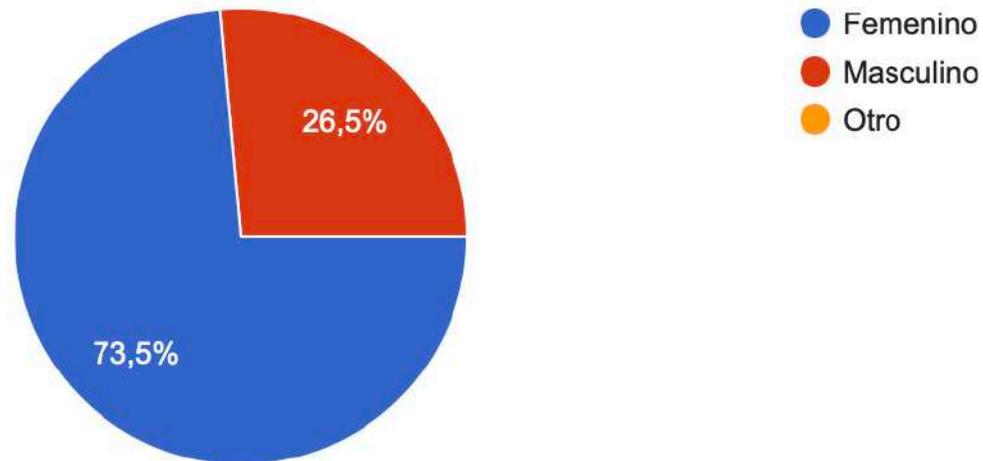


ANEXO 4 - FORMULARIO



Sexo

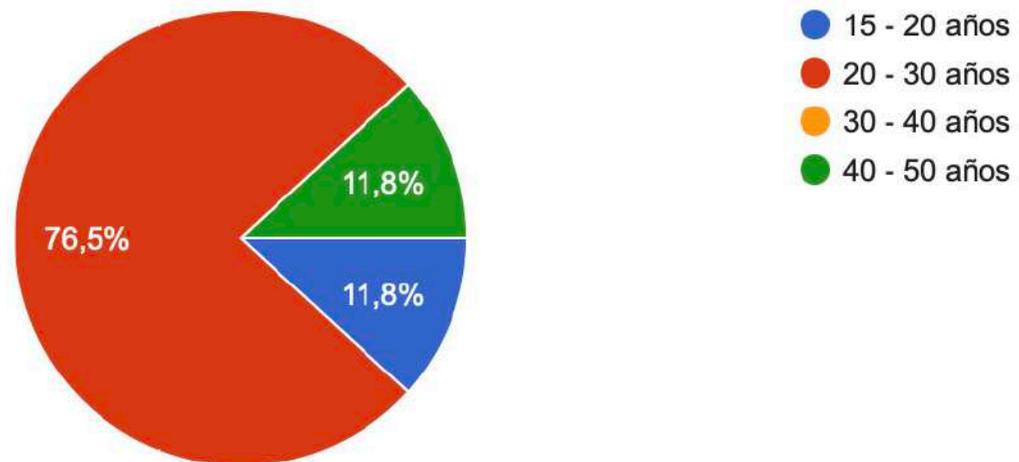
34 respuestas





Edad

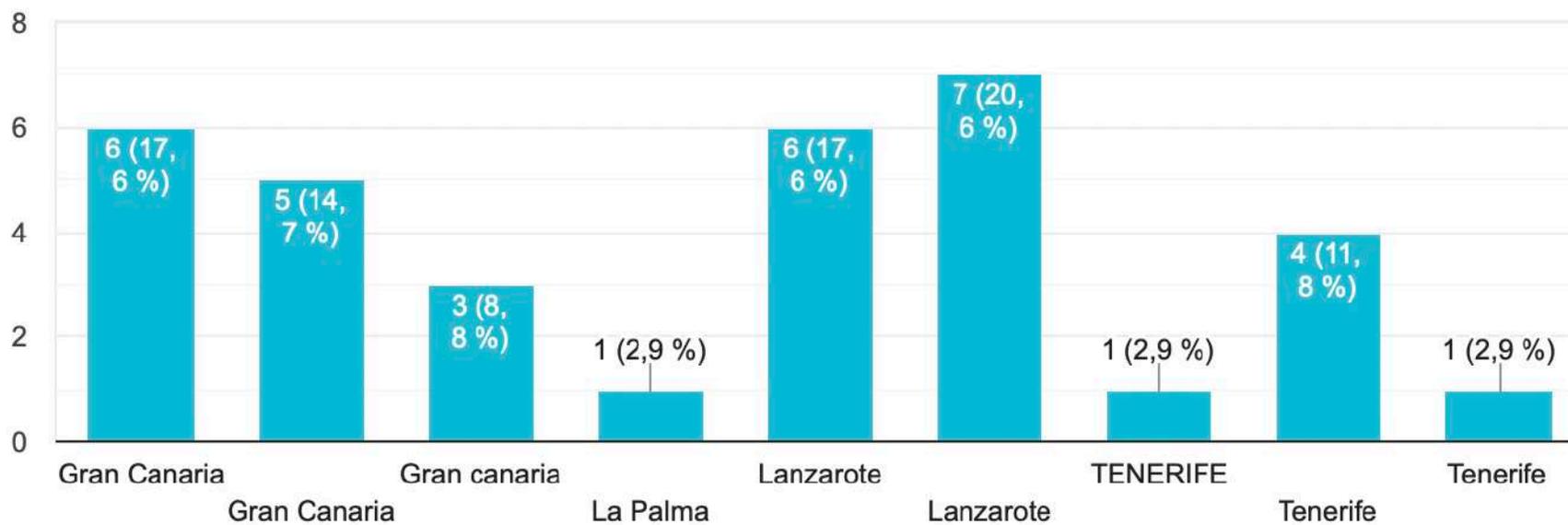
34 respuestas



De qué isla eres



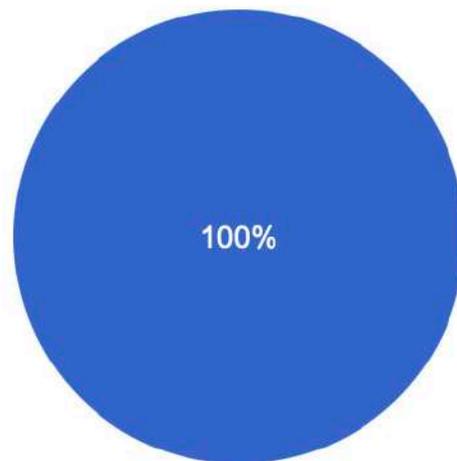
34 respuestas



Si eres de Tenerife, ¿en qué zona resides?

18 respuestas

 Copiar

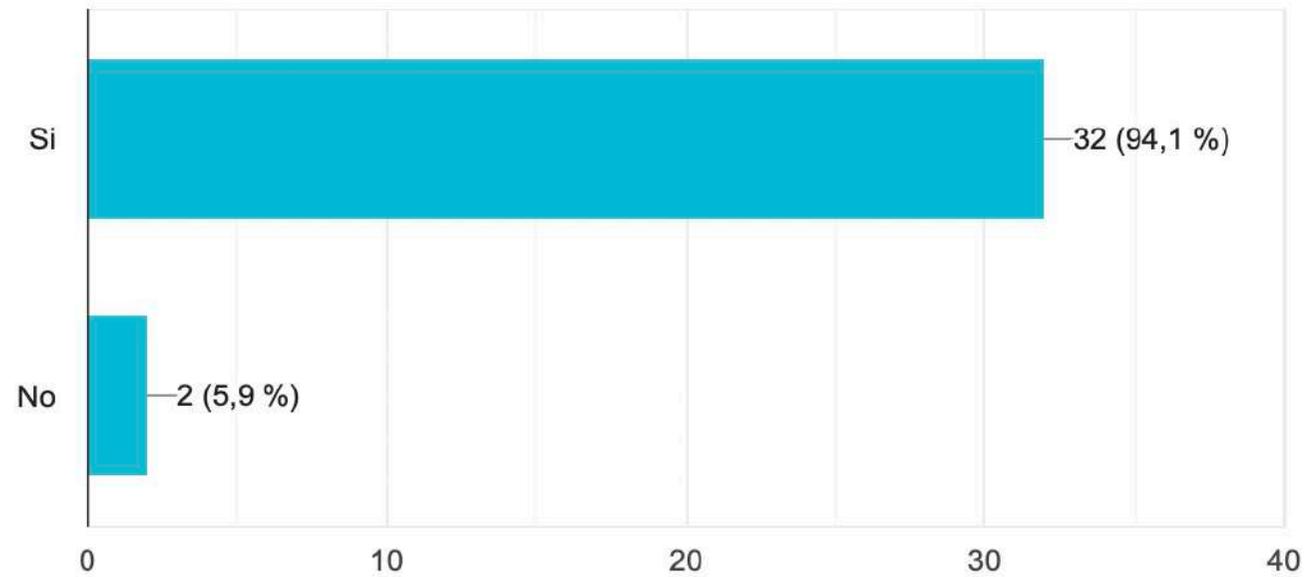


- Zona norte
- Zona sur

¿Te gusta el mundo de la moda urbana y de las zapatillas?



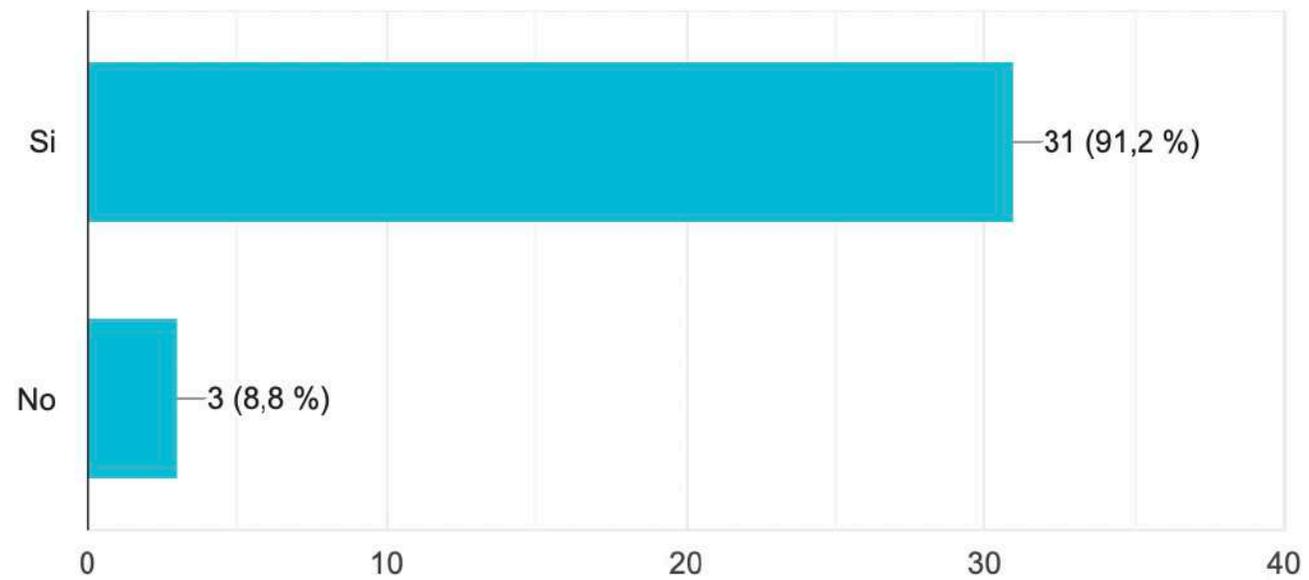
34 respuestas



¿Asistirías a un evento que gire en torno al mundo del streetwear?



34 respuestas



Si tú respuesta a la pregunta anterior fue si, ¿Te gustaría que el evento fuera de 1 o 2 días?



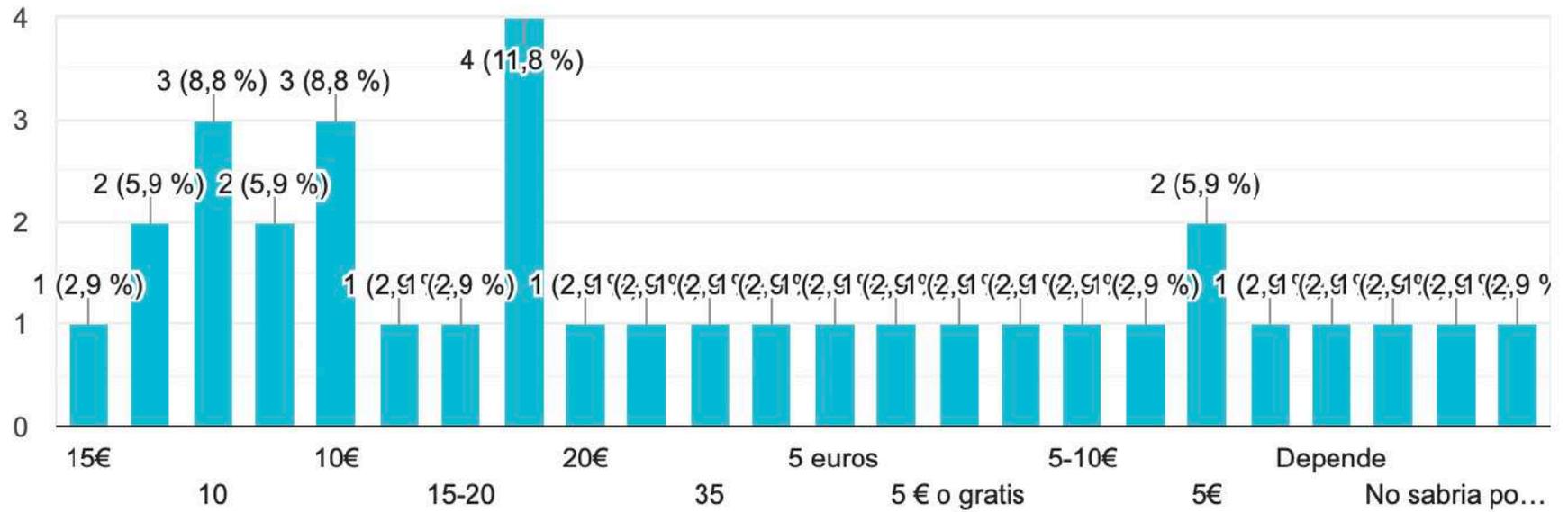
34 respuestas



¿Qué precio pagarías por la entrada a este evento?



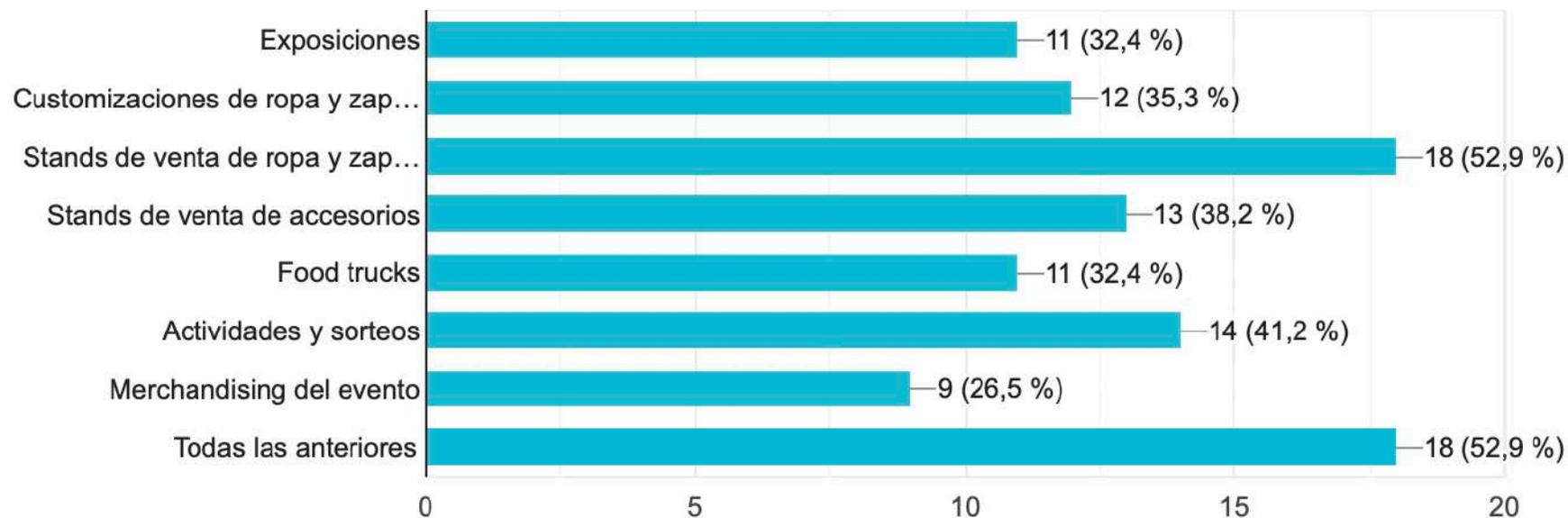
34 respuestas



Cuál de las siguientes actividades quieres que este presente en el evento



34 respuestas



SNEAKER BEE FESTIVAL

MANUAL DE LA IVC

ÍNDICE

0. INTRODUCCIÓN

1. ELEMENTOS BÁSICOS DE LA IDENTIDAD

1.1 ISOLOGO

2. CONSTRUCCIÓN Y VERSIONES

2.1 CONSTRUCCIÓN Y ESTUDIO DE PROPORCIONES

2.2 ÁREA DE PROTECCIÓN

2.3 ÁREA DE PROTECCIÓN - VERSIÓN SECUNDARIA

2.4 TEST DE REDUCCIÓN

2.5 TEST DE REDUCCIÓN - VERSIÓN SECUNDARIA

2.6 VERSIONES DE LA IDENTIDAD

2.7 VERSIONES EN NEGATIVO Y POSITIVO

2.8 VERSIONES EN NEGATIVO Y POSITIVO - VERSIÓN SECUNDARIA

3. TIPOGRAFÍAS. APLICACIÓN Y USO.

3.1 TIPOGRAFÍA PRINCIPAL

3.2 TIPOGRAFÍA SECUNDARIA

3.3 USOS INCORRECTOS

4. COLORES CORPORATIVOS

4.1 COLORES CORPORATIVOS PRIMARIOS

4.2 COLORES COPORATIVOS SECUNDARIOS

5. PAPELERÍA CORPORATIVA

5.1 HOJA DE CARTA 1

5.2 HOJA DE CARTA 2

5.3 SOBRE AMERICANO SIN VENTANILLA

5.4 SOBRE AMERICANO CON VENTANILLA

5.5 FACTURA

5.6 TARJETA

5.7 CARPETA

5.8 FIRMA DE *E-MAIL*

6. MATERIAL *POP* Y *MERCHANDISING*

6.1 GORRA CON CIERRE AJUSTABLE

6.2 *TOTE BAG*

6.3 TAZAS

6.4 LLAVERO

6.5 CAMISETAS

6.6 SUDADERA

6.7 ADHESIVOS

6.8 CARTELERÍA PUBLICITARIA

6.9 *FLYER* DEL EVENTO

7. MATERIAL DEL EVENTO

7.1 ENTRADAS FÍSICAS

7.2 ENTRADAS *ONLINE*

7.3 ACREDITACIONES

7.4 PULSERAS

7.5 VASOS

7.6 *STAND*

8. VEHÍCULO

9. REDES SOCIALES

9.1 FACEBOOK

9.2 INSTAGRAM

10. PÁGINA WEB

SNEAKER BEE FESTIVAL

INTRODUCCIÓN | 1

INTRODUCCIÓN

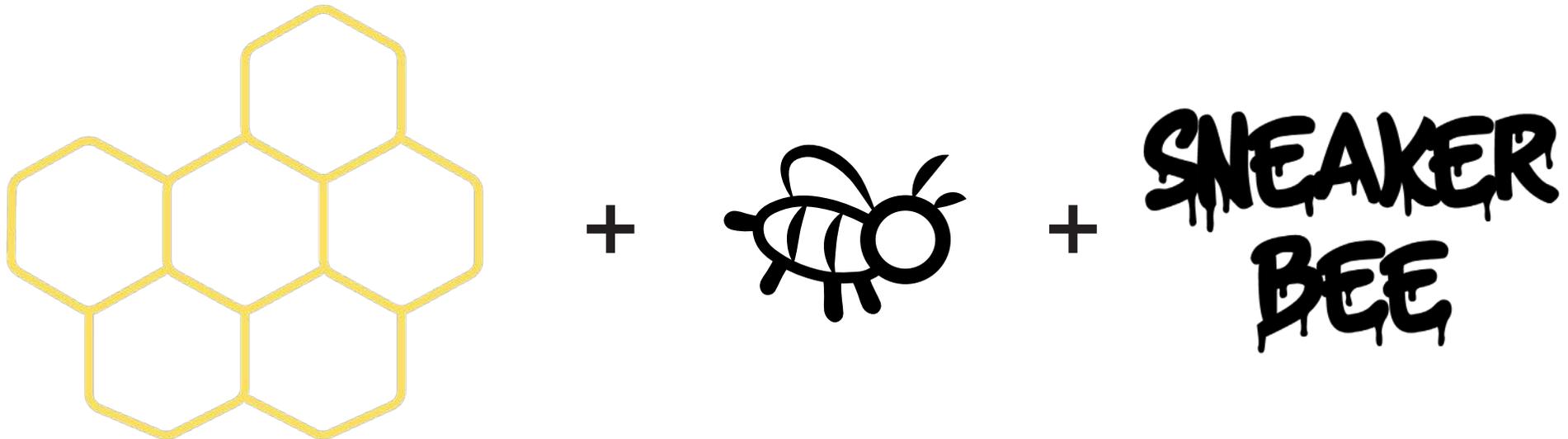
En este manual se reúne todas las herramientas básicas para el correcto uso y aplicación de la imagen gráfica del proyecto Sneaker Bee en diferentes productos. Lo que se trata de conseguir a través de este manual es crear una guía para mantener coherencia y armonía visual en todos los productos relacionados con la marca y por consecuencia en todo lo que se aplique el nombre e imagen de evento

Las normas que contiene este manual deben respetarse y mantenerse a lo largo de la aplicación de la identidad visual corporativa con el fin de no cometer errores en el uso de la misma.

**ELEMENTOS
BÁSICOS DE LA
IDENTIDAD** | **2**

ISOLOGO

La identidad visual corporativa gráfica que representa el evento se trata de un imagotipo, que viene a ser el conjunto de elementos entre imagen y texto. Este se compone de una imagen de un panal de abejas más una abeja en la parte superior de panal, además de nombre de evento centrado.



Además dentro de los elementos básicos que construyen esta identidad encontramos la marca, los colores y la tipografía.

MARCA



TIPOGRAFÍA

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

1234567890

COLORES

PANTONE P 7-6 C
R 255 G 223 B 115
C 1 M 11 Y 64 K 0
#ffdf73

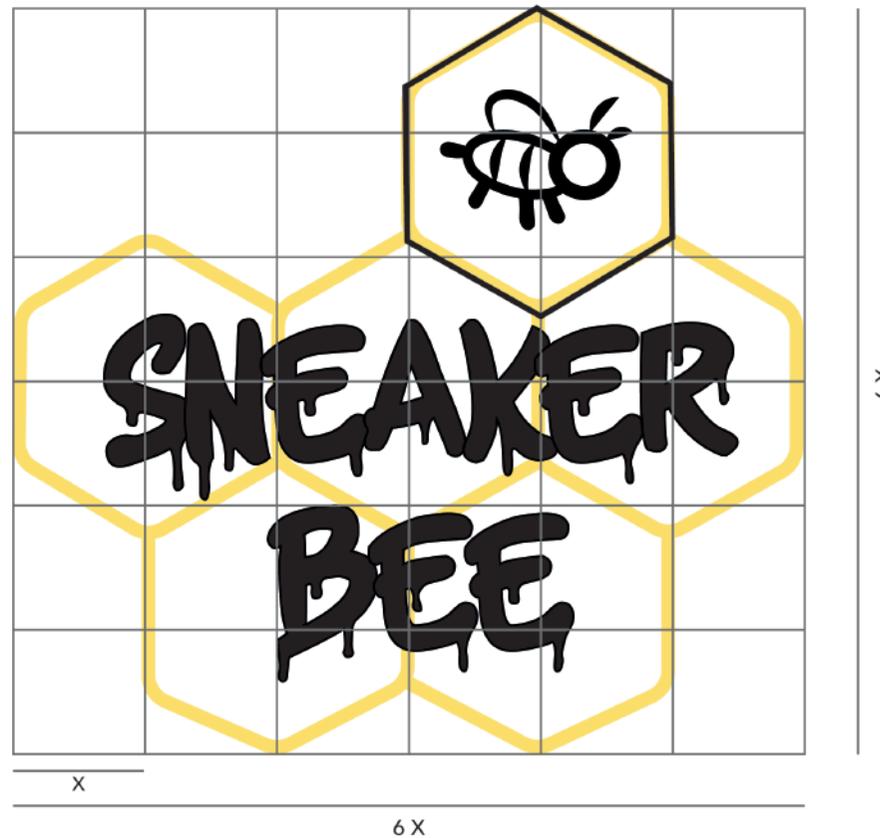
NEGRO
R 0 G 0 B 0
C 91 M 79 Y 62 K 97
#000000

CONSTRUCCIÓN Y VERSIONES

3

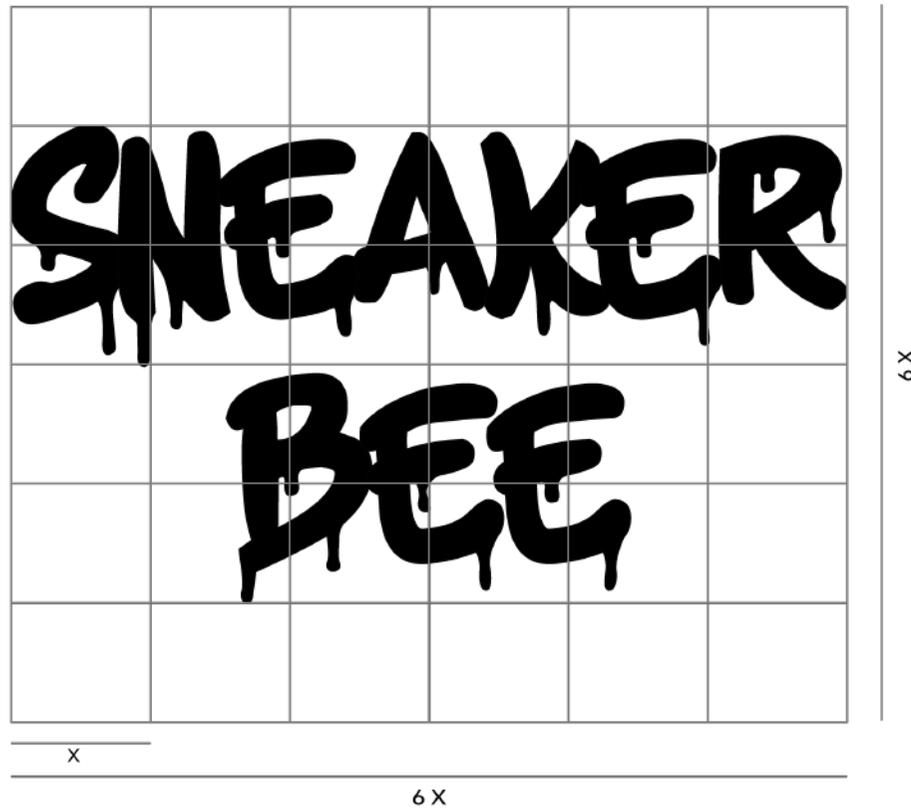
CONSTRUCCIÓN Y ESTUDIO DE PROPORCIONES

El imago tipo se construye mediante una cuadrícula que tiene una base X de 6 x 6 de área. La forma base sobre la que se construye este imago tipo parte de 6 hexágonos unidos entre sí que dan la forma al panal de abejas.



CONSTRUCCIÓN Y ESTUDIO DE PROPORCIONES

La versión secundaria se construye también mediante una cuadrícula con una base X de 6 x 6 de área.



ÁREA DE PROTECCIÓN

En cuanto al área de protección se usará como elemento de la ilustración el hexágono para determinar la misma de imago-tipo por lo que ningún elemento fuera de la ilustración debe interferir en el área de protección.



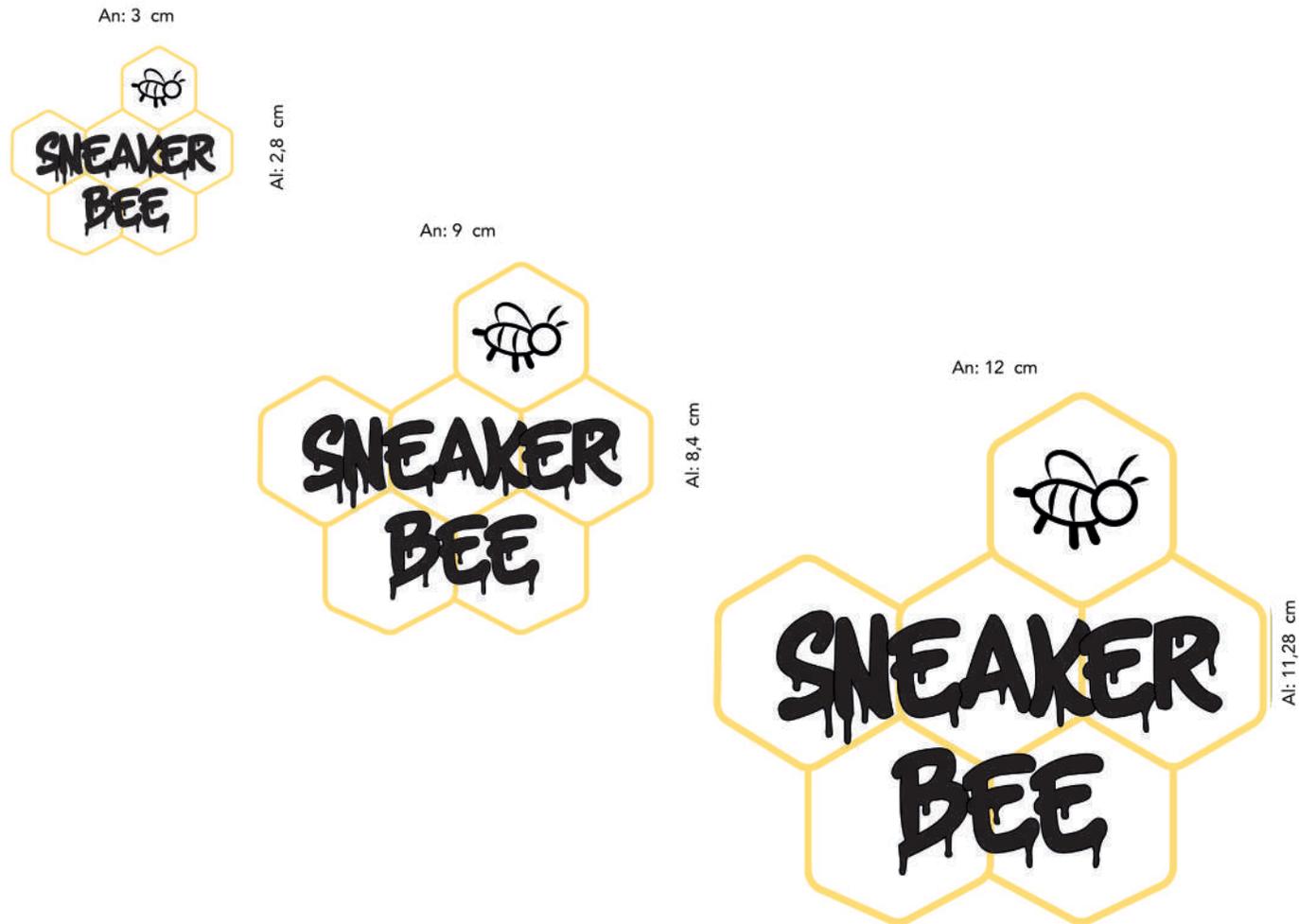
ÁREA DE PROTECCIÓN

Para el área de protección de la versión secundaria se ha usado para determinarla una X de 2,19 cm de ancho y 1,51 cm de alto.



TEST DE REDUCCIÓN

En el test de reducción veremos el tamaño mínimo al que se puede reducir la identidad visual corporativa.



TEST DE REDUCCIÓN

En el test de reducción veremos el tamaño mínimo al que se puede reducir la versión secundaria de la identidad visual corporativa.



VERSIONES DE LA IDENTIDAD

La versión principal de la identidad siempre será la primera opción de uso, en caso de que esta no se pueda aplicar de forma satisfactoria para obtener el resultado deseado se usará la segunda versión.

VERSIÓN PRINCIPAL



VERSIÓN SECUNDARIA



VERSIONES EN POSITIVO Y NEGATIVO

Para las versiones en positivo y negativo vemos que la diferencia es el color de fondo en referencia al imagotipo y se intercambian entre sí.

VERSIONES EN POSITIVO



VERSIONES EN NEGATIVO



VERSIÓN SECUNDARIA EN POSITIVO Y NEGATIVO

VERSIONES EN POSITIVO

SNEAKER
BEE

SNEAKER
BEE



VERSIONES EN NEGATIVO



TIPOGRAFÍAS APLICACIÓN Y USO

4

TIPOGRAFÍA PRINCIPAL

La tipografía principal del evento es la Urban Heroes, se emplea su versión regular, pues es la única con la que cuenta la familia tipográfica.

URBAN HEROES

A B C D E F G H I J K L M N Ñ O P Q R S T U V W X Y Z

1 2 3 4 5 6 7 8 9 0

., - _ ' 6 ? // # @ % & / () = + <

TIPOGRAFÍA SECUNDARIA

La tipografía secundaria del evento es la Marker Felt en su versión Wide , la Copperplate en su versión regular y la avenir medium, en este caso estas tipografías se han usado para la aplicación de cartelería publicitaria.

MARKER FELT WIDE

A B C D E F G H I J K L M N Ñ O P Q R S T U V W X Y Z

1 2 3 4 5 6 7 8 9 0

, . - _ ' ¿ ? ! # @ % & / () = + <

COPPERPLATE

A B C D E F G H I J K L M N Ñ O P Q R S T U V W X Y Z

1 2 3 4 5 6 7 8 9 0

, . - _ ' ¿ ? ! # @ % & / () = + <

AVENIR MEDIUM

A B C D E F G H I J K L M N Ñ O P Q R S T U V W X Y Z

1 2 3 4 5 6 7 8 9 0

, . - _ ' ¿ ? ! # @ % & / () = + <

USOS INCORRECTOS

MALA LEGIBILIDAD SOBRE FONDO



DISTORSIÓN



ROTACIÓN



TRAMAS CON LA MARCA



CAMBIOS DE COLOR



SUPERPOSICIÓN CON LA MARCA



COLORES
CORPORATIVOS | **4**

COLORES CORPORATIVOS

La gama cromática principal que se emplea son el amarillo, negro y blanco que son los colores principales de la identidad visual. Aunque el uso de negro y el blanco variará según el fondo sobre el que se use, es decir, si el fondo es de un tono claro se usará el color negro y si es a la inversa se usará el color blanco.

PANTONE P 7-6 C
R 255 G 223 B 115
C 1 M 11 Y 64 K 0
#ffdf73

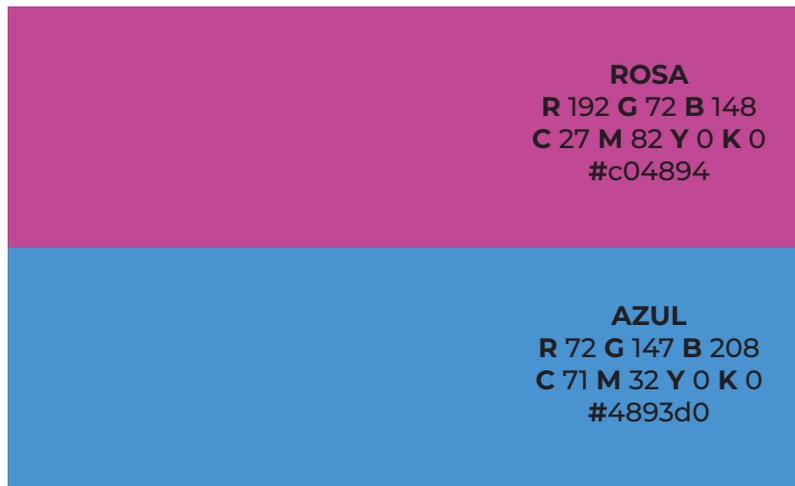
NEGRO
R 0 G 0 B 0
C 91 M 79 Y 62 K 97
#000000

BLANCO
R 255 G 255 B 255
C 0 M 0 Y 0 K 0
#ffffff



COLORES CORPORATIVOS SECUNDARIOS

En el momento que se requiera usar otro color, será el azul y el rosa en una saturación similar al amarillo usado en la identidad.



USO SOBRE FONDO DE COLOR



**PAPELERÍA
CORPORATIVA** | **7**

HOJA DE CARTA

Primera hoja de carta

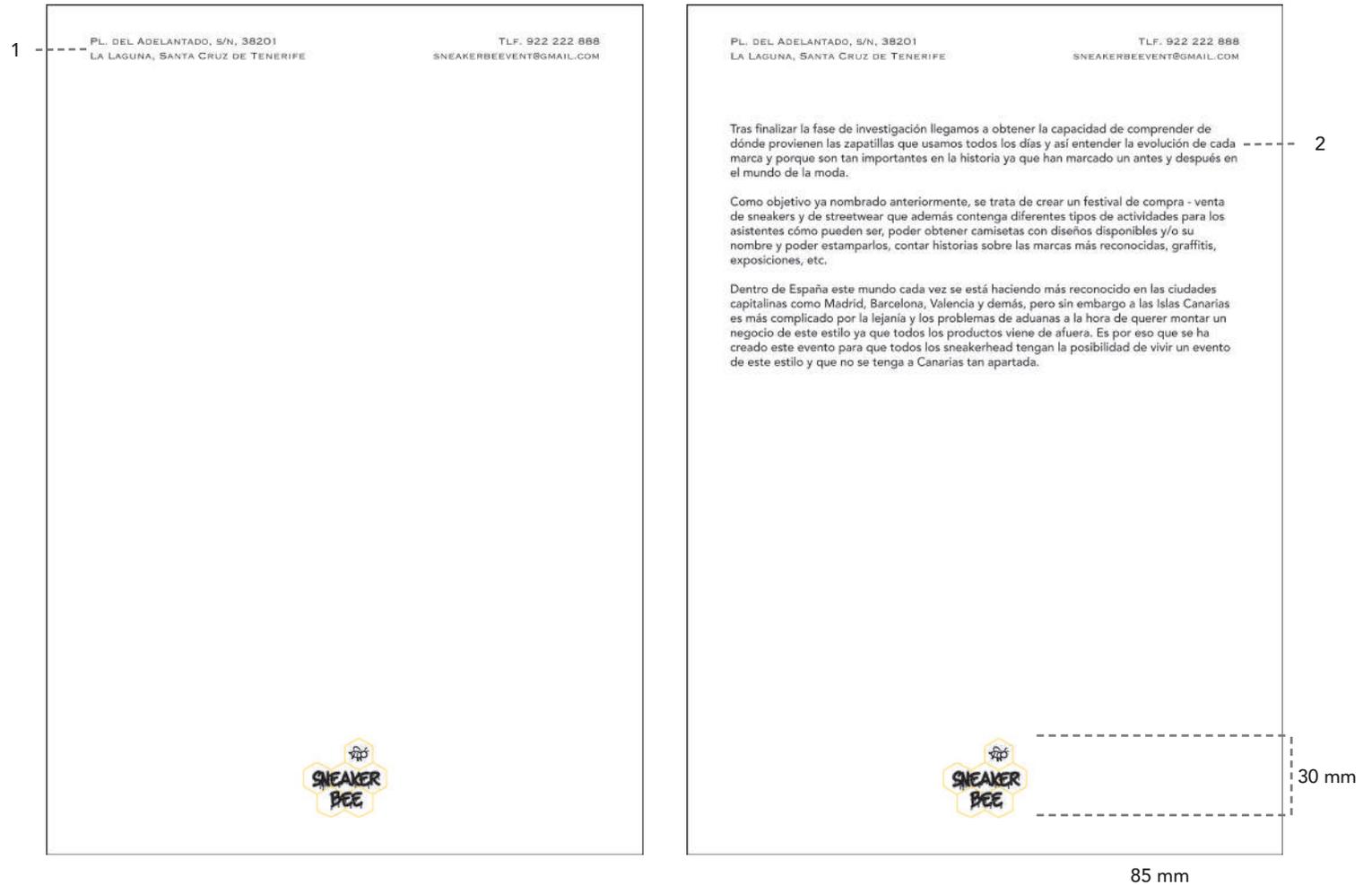
Formato: 297 x 210 mm

Gramaje: 100 g/m²

Escala: 40%

1. Copperlate light 10 pt
Interlineado 12 pt

2. Avenir medium 12 pt
Interlineado 14,4 pt



HOJA DE CARTA

Segunda hoja de carta

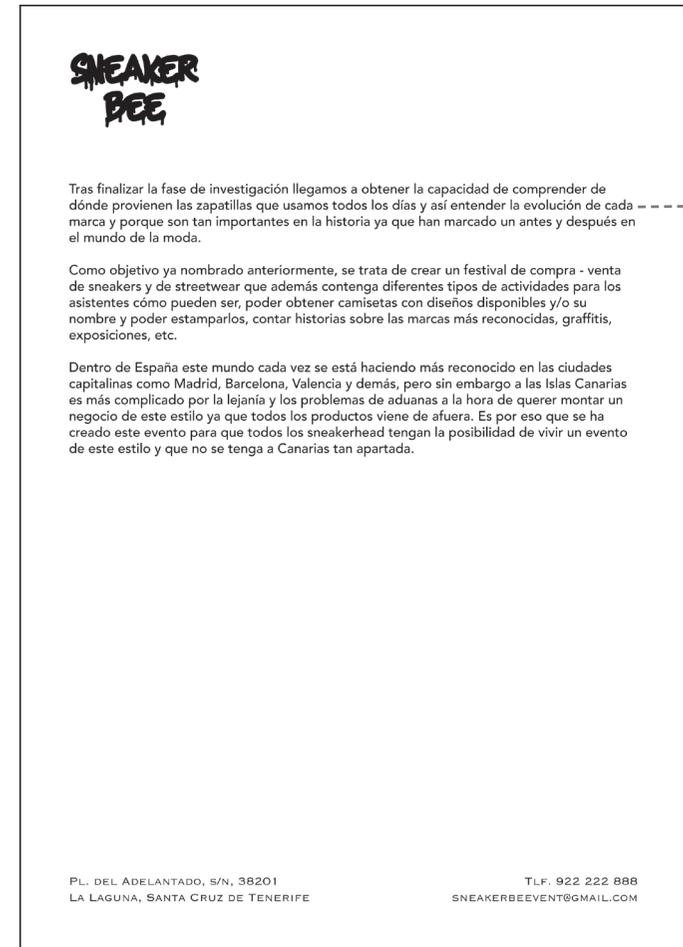
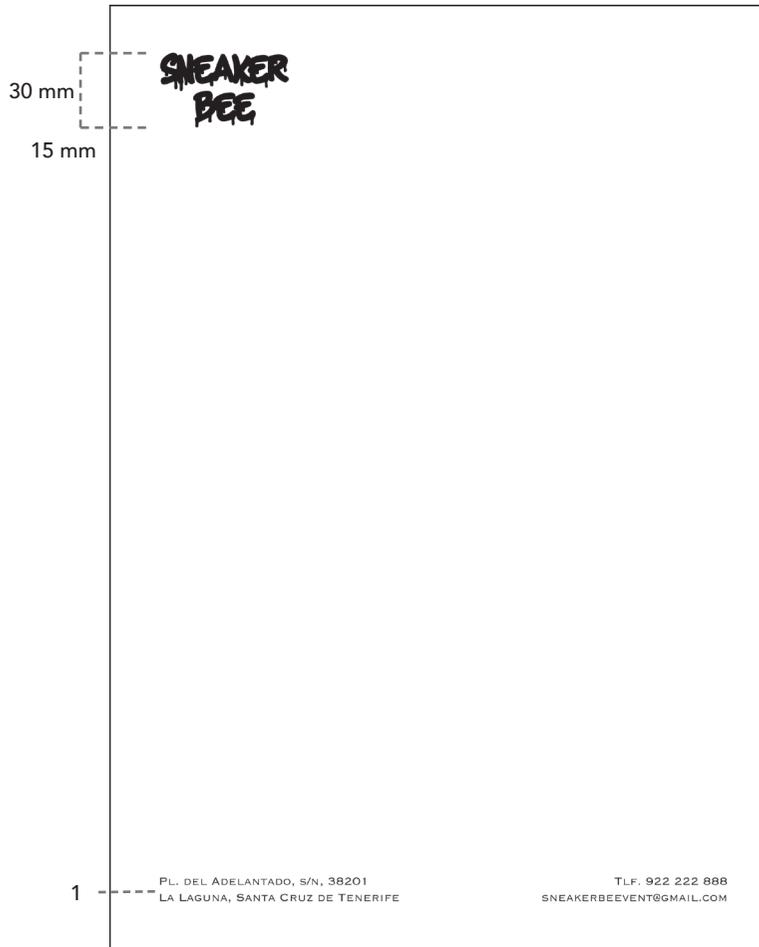
Formato: 297 x 210 mm

Gramaje: 100 g/m²

Escala: 40%

1. Copperlate light, 10 pt
Interlineado, 12 pt

2. Avenir medium, 12 pt
Interlineado, 14,4 pt



Tras finalizar la fase de investigación llegamos a obtener la capacidad de comprender de dónde provienen las zapatillas que usamos todos los días y así entender la evolución de cada marca y porque son tan importantes en la historia ya que han marcado un antes y después en el mundo de la moda.

Como objetivo ya nombrado anteriormente, se trata de crear un festival de compra - venta de sneakers y de streetwear que además contenga diferentes tipos de actividades para los asistentes cómo pueden ser, poder obtener camisetas con diseños disponibles y/o su nombre y poder estamparlos, contar historias sobre las marcas más reconocidas, graffitis, exposiciones, etc.

Dentro de España este mundo cada vez se está haciendo más reconocido en las ciudades capitalinas como Madrid, Barcelona, Valencia y demás, pero sin embargo a las Islas Canarias es más complicado por la lejanía y los problemas de aduanas a la hora de querer montar un negocio de este estilo ya que todos los productos viene de afuera. Es por eso que se ha creado este evento para que todos los sneakerhead tengan la posibilidad de vivir un evento de este estilo y que no se tenga a Canarias tan apartada.

SOBRE AMERICANO

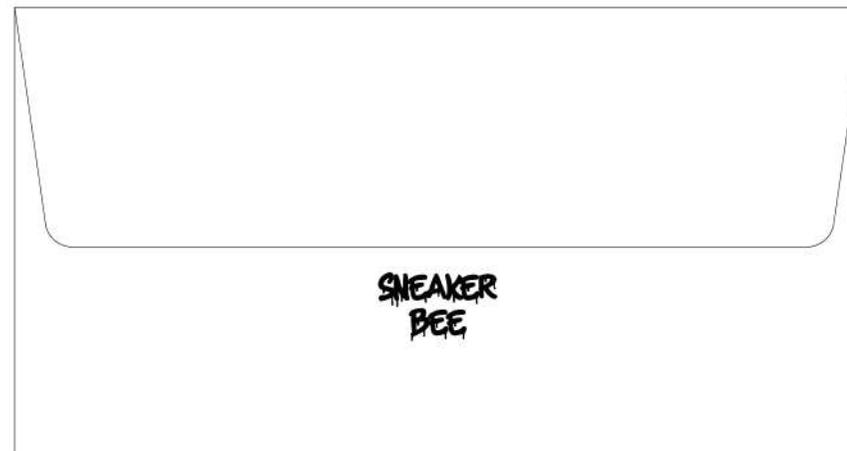
Sin ventanilla

Formato: 110 x 210 mm

Gramaje: 100 g/m²

Escala: 40%

1. Copperlate light 6 pt
Interlineado 7,2 pt
2. Copperlate light 6 pt
Interlineado 7,2 pt



SOBRE AMERICANO

Con ventanilla

Formato: 110 x 210 mm

Gramaje: 100 g/m²

Escala: 40%

1. Copperlate light 6 pt
Interlineado 7,2 pt
2. Copperlate light 6 pt
Interlineado 7,2 pt



TARJETA

Formato 55 x 85 mm
Gramaje: 300 g/m²
Escala: 100%

1. Copperlate Regular 7 pt
Interlineado 8,4 pt



CARPETA

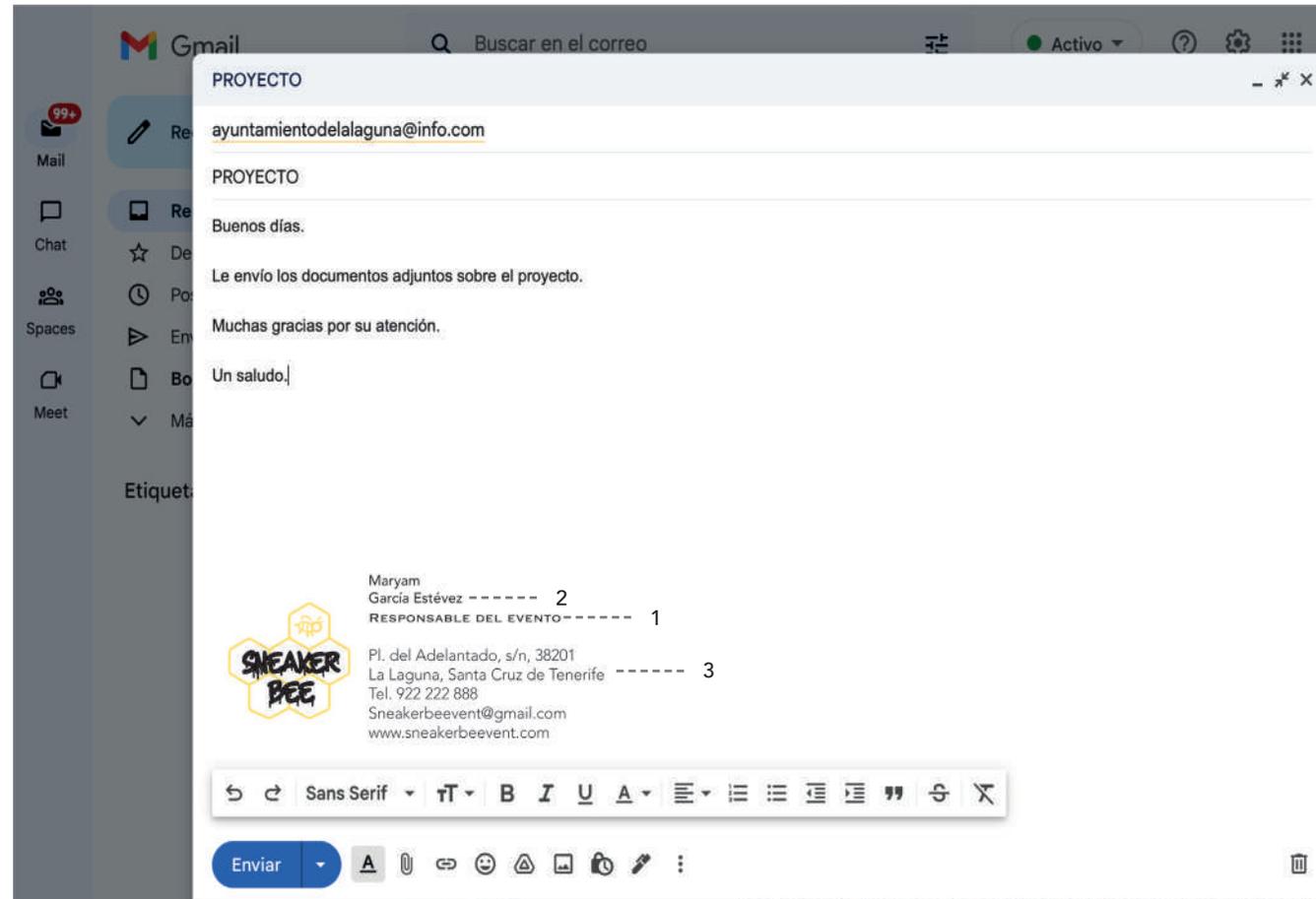
Formato 460 x 324 mm
Gramaje: 200 g/m²
Escala: 40%

1. Copperlate Regular 10 pt
Interlineado 12 pt



FIRMA DE E-MAIL

1. Copperlate Regular 9 pt
Interlineado 10,8 pt
2. Avenir Medium 9 pt
Interlineado 10,8 pt
3. Avenir Light 9 pt
Interlineado 10,8 pt



PL. DEL ADELANTADO, S/N, 38201
LA LAGUNA, SANTA CRUZ DE TENERIFE

TLF. 922 222 888
SNEAKERBEEVENT@GMAIL.COM

Tras finalizar la fase de investigación llegamos a obtener la capacidad de comprender de dónde provienen las zapatillas que usamos todos los días y así entender la evolución de cada marca y porque son tan importantes en la historia ya que han marcado un antes y después en el mundo de la moda.

Como objetivo ya nombrado anteriormente, se trata de crear de sneakers y de streetwear que además contenga diferentes asistentes cómo pueden ser, poder obtener camisetas con el nombre y poder estamparlos, contar historias sobre las marcas, exposiciones, etc.

Dentro de España este mundo cada vez se está haciendo más capitalinas como Madrid, Barcelona, Valencia y demás, pero es más complicado por la lejanía y los problemas de aduanas negocio de este estilo ya que todos los productos viene de a creado este evento para que todos los sneakerhead tengan la de este estilo y que no se tenga a Canarias tan apartada.

**SNEAKER
BEE**





PL. DEL AEROLATORIO, S/N. 98201
LA CAJAL, SANTA CRUZ DE TENECA
922 224 888
www.losinsectos.com

CLIENTE

FACTURA

ALPROJECT
TECNOLOGIA ENFERIA
INDUSTRIALPROJECT.COM
922 999 000

FACTURA N° 224
FECHA: 15/02/2022

N°	PRODUCTO	PRECIO	CANTIDAD	TOTAL
1	CAMISETA NEGRO ENTRENAMIENTO PFP/LOP	28	5	140
2	SLIPPERS CIRCULAR NEGRO	7	6	42
3	BOLSA DE TELA BLANCA	15	2	30
4	BOLSA DE TELA NEGRO	19	2	38
SUBTOTAL				250
IGIC (5%)				12,50
TOTAL				262,50

MÉTODO DE PAGO
El pago se realizará en un plazo de 15 días

BANCO SANTANDER
ES12 3456 7890 1234
SWIFT / BIC: ABCDEMS1XXX

Maryem García Esteban
DIRECCIONALES DEL VESTIRIO

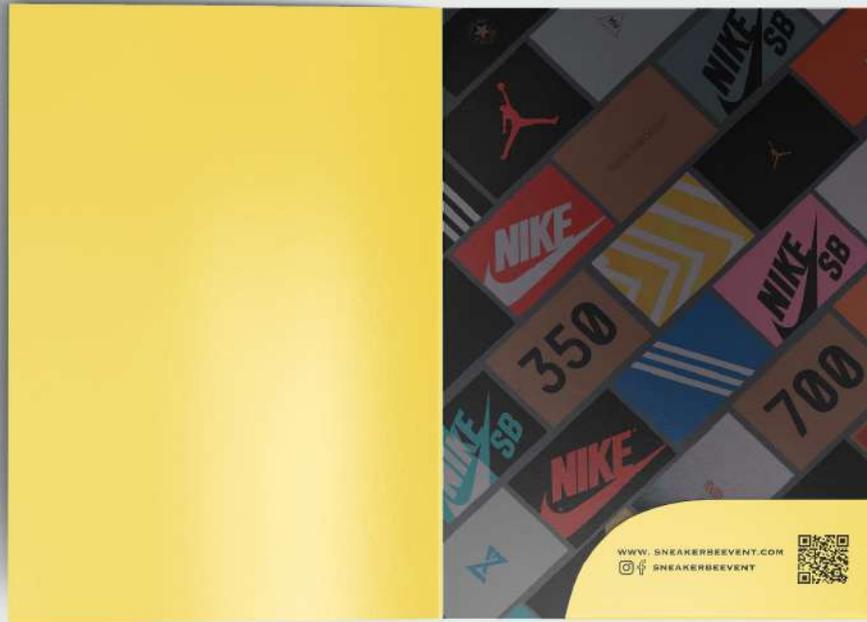
En caso del cumplimiento de la normativa europea 2016/679 sobre Protección de datos (RGPD) le informamos que el tratamiento de los datos proporcionados por usted, será responsable de SNEAKER BEE con el objetivo de enviarle una factura y, en su caso, de programar o no cada le comunicar la información a terceros puede ejercer sus derechos de acceso, modificación, cancelación o supresión del tratamiento a través de: marketing@losinsectos.com o en PL. DEL AEROLATORIO, S/N. DEL AEROLATORIO, S/N. 98201, LA CAJAL, SANTA CRUZ DE TENECA.

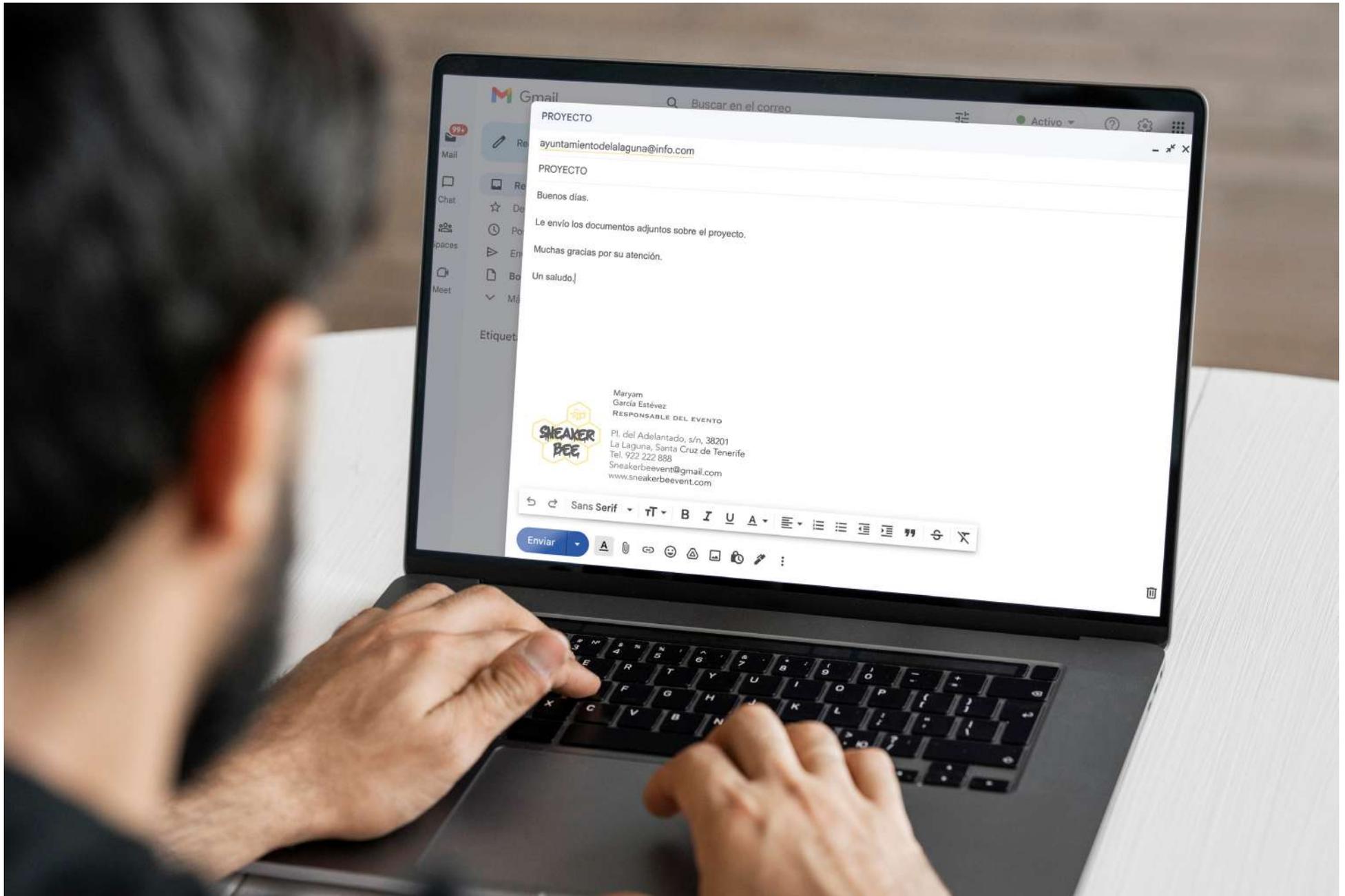


WWW.SNEAKERBEEEVENT.COM
922 222 888
SNEAKERBEE@GMAIL.CO
SNEAKERBEEVENT
SNEAKERBEEVENT



SNEAKER BEE
MUNDO DE SNEAKERS
Y STREETWEAR





MATERIAL *POP* Y
MERCHAUNDISING

8

GORRA CON CIERRE AJUSTABLE

Color: blanco y negro
Material: 100% algodón
Tintas: 2/0 CMYK

El diseño se aplica mediante la técnica de impresión de bordado.









TOTE BAG

Color: blanco y negro

Material: 100% algodón, 280 g/m²

Tintas: 2/0 CMYK

El diseño se aplica mediante la técnica de impresión sobre textil, por lo cual tendremos un material de buena calidad.





TAZAS

Color: blanco y negro

Capacidad: 325 ml

Material: Cerámica



LLAVERO

Color: negro

Material: sólido de acero con anilla robusta



CAMISETA

Color: diseño blanco sobre fondo negro
Material: algodón 100%

Estampado en la parte trasera.





CAMISETA

Color: diseño blanco sobre fondo negro
Material: algodón 100%

Estampado en la parte delantera





CAMISETA

Color: rosa y azul

Material: algodón 100%

Impresión textil

Estampado en la parte delantera



SUDADERA

Color: amarilla

Material: algodón 100%

Impresión textil

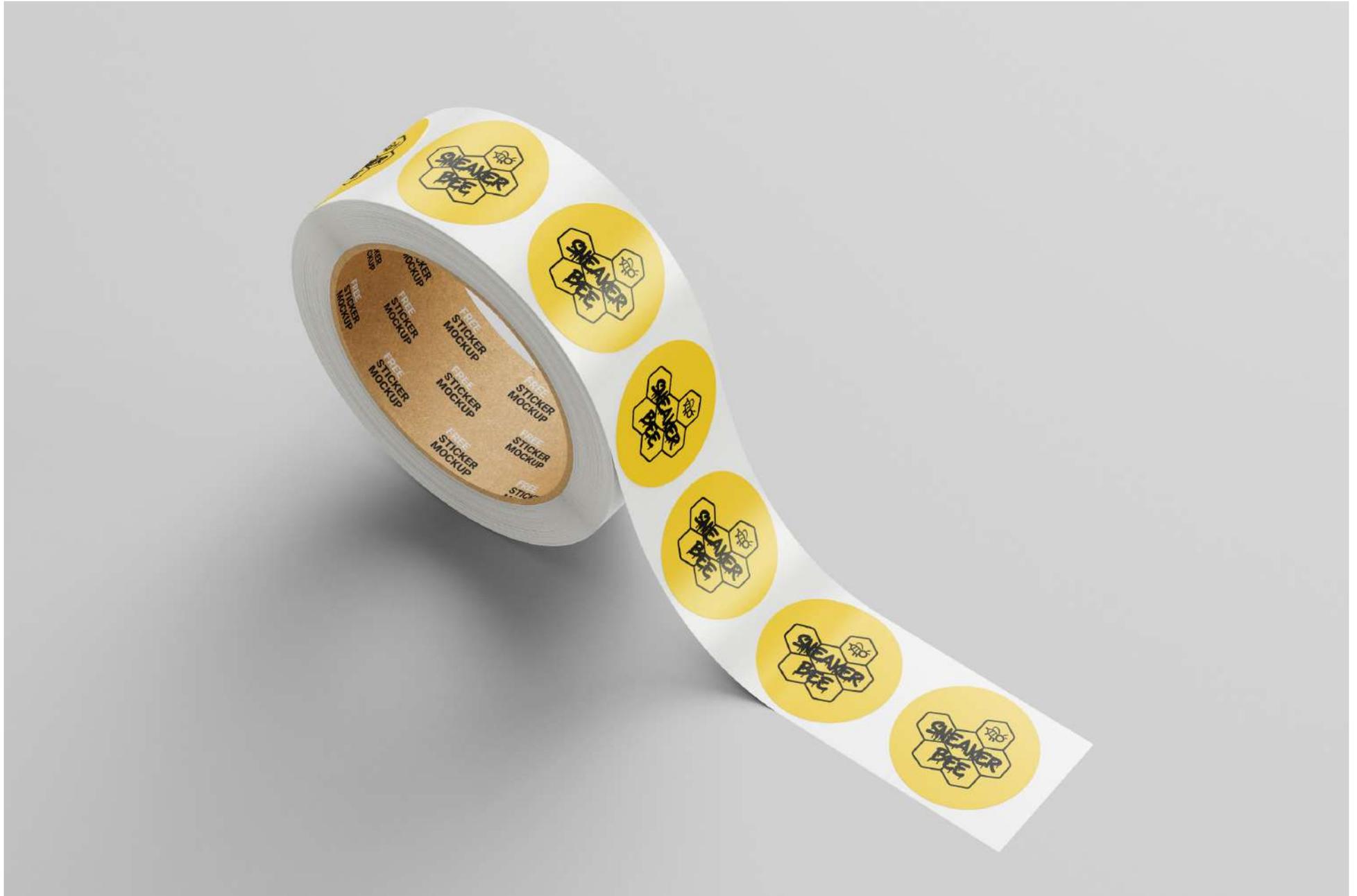
Estampado en la parte delantera



ADHESIVOS

Color: rosa y amarillo
Formato: 70 x 70 mm





CARTELERÍA PUBLICITARÍA

Formato: 100 x 140 cm

Impresión sobre papel valla blueback de 120gr/m.

Nº tintas: cuatricromía CMYK 4/0

Marquesina en parada de guagua / tranvía.



SNEAKER BEE

27 Y 28 DE MAYO

PLAZA DEL ADELANTADO
SAN CRISTÓBAL DE LA LAGUNA



 
SNEAKERBEEVENT



CARTELERÍA PUBLICITARÍA

Formato: 50 x 70 cm

Impresión sobre papel estucado mate de 135gr/m.

Nº tintas: cuatricromía CMYK 4/0



SNEAKER BEE

27 Y 28 DE MAYO

PLAZA DEL ADELANTADO
SAN CRISTÓBAL DE LA LAGUNA



WWW.SNEAKERBEEVENT.COM

SNEAKER BEE

27 Y 28 DE MAYO

PLAZA DEL ADELANTADO
SAN CRISTÓBAL DE LA LAGUNA



WWW.SNEAKERBEEVENT.COM

SNEAKER BEE

27 Y 28 DE MAYO

PLAZA DEL ADELANTADO
SAN CRISTÓBAL DE LA LAGUNA



WWW.SNEAKERBEEVENT.COM

**EVENTO DE SNEAKERS Y STREETWEAR
EN TENERIFE**

27 Y 28 DE MAYO

PLAZA DEL ADELANTADO
SAN CRISTÓBAL DE LA LAGUNA



SNEAKERBEEEVENT



**EVENTO DE SNEAKERS Y STREETWEAR
EN TENERIFE**

27 Y 28 DE MAYO

PLAZA DEL ADELANTADO
SAN CRISTÓBAL DE LA LAGUNA



SNEAKERBEEEVENT



FLYER DEL EVENTO

Formato: A5

Impresión sobre papel estucado mate de 135gr/m.

Nº tintas: cuatricromía CMYK 4/0

PRÓXIMO EVENTO DE SNEAKER Y STREETWEAR EN LA LAGUNA

27 Y 28 DE MAYO

SÁBADO 27 - 16:00

APERTURA DEL EVENTO

La apertura del evento comenzará a las 16:00 de la tarde dando inicio a un sin fin de actividades y finalizará a las 23:00 de la noche con la mejor música.

SÁBADO 27 - 17:00

EL DASE

A las 17:00 dará comienzo el arte del grafiti en directo de la mano del Dase llegado directamente desde Barcelona, donde no solo podremos observar su forma de trabajar sino que además nos dará unos consejos a la hora de iniciarnos en el grafiti.

SÁBADO 27 - 18:00

EXPOSICIÓN DE ZAPATILLAS

Exposición de zapatillas de diferentes modelos y explicaremos su historia y de la marca para conocer dónde surgieron.

SÁBADO 27 - 19:00

SESIÓN DE DJ

Desde las 19:00 hasta la finalización del evento podremos disfrutar de una selección de música.



DOMINGO 28 - 16:00

APERTURA DEL EVENTO

La apertura del evento comenzará a las 16:00 de la tarde dando inicio a un sin fin de actividades y esta vez finalizará a las 21:00.

DOMINGO 28 - 17:00

EXPOSICIÓN DE ZAPATILLAS

Disfrutaremos de la exposición de zapatillas pero esta vez se suma ropa estilo streetwear donde contaremos su historia y descubriremos de donde proviene el término de este estilo.

DOMINGO 28 - 18:00

EL DASE

Como era de esperar, este día repetiremos con el arte del Dase para poder disfrutarlo al máximo.

DOMINGO 28 - 19:00

SESIÓN DE DJ

Desde las 19:00 hasta la finalización del evento podremos disfrutar de una selección de música.

¿TE LO VAS A PERDER?

Sábado 27 de Mayo de 16:00 a 23:00
Domingo 28 de Mayo de 16:00 a 21:00.

Pl. Del Adelantado, s/n, 38202, La Laguna, Santa Cruz de Tenerife

**MATERIAL DEL
EVENTO** | **9**

ENTRADAS FÍSICAS

Entradas físicas individuales para los días 27 y 28

TICKET
SNEAKER BEE

27 DE MAYO | 16:00 - 23:00

143 95 420 15 364 2 86



10 €

ENTRADA VIP

143 95 420 15 364 2 86



TICKET

SNEAKER BEE

28 DE MAYO | 16:00 - 21:00

143 95 420 15 364 2 86



10 €

ENTRADA VIP

143 95 420 15 364 2 86



ENTRADA *ONLINE*

Entrada *online* para la compra en la web oficial del evento.



ENTRADA ANTICIPADA
SNEAKER BEE EVENTO - TENERIFE 1ª FECHA
Sábado, 27 de mayo de 2023, 16:00
 PLAZA DEL ADELANTADO, LA LAGUNA
 11,50 € (10,00 € + 1,50 en GD) - Imp. Incl.



Apto para todos los públicos



Organiza: B99530875 MECEN ENTERTAINMENT S.L. La adquisición de esta entrada representa la aceptación de las siguientes condiciones: La organización no garantiza la autenticidad y no se responsabiliza de las entradas adquiridas fuera de los puntos de venta oficiales. Este canal no se hace responsable de cualquier diferencia de precio respecto a entradas adquiridas a través de otros canales de venta. No se admiten cambios ni devoluciones, salvo por causas previstas en la legislación vigente. La organización se reserva todos los derechos de imagen y propiedad intelectual del espectáculo, quedando prohibida cualquier filmación, grabación o reproducción en el interior del recinto sin la autorización expresa del organizador. El público podrá ser objeto de registro a la entrada del recinto de acuerdo con la Ley. Queda prohibida la introducción de toda clase de armas y objetos arrojadizos o peligrosos. Se reserva el derecho de admisión por razones de orden público. No se permitirá la entrada al recinto a las personas que se encuentren bajo los efectos de bebidas alcohólicas, estupefacientes, psicotrópicos, estimulantes o sustancias análogas o sean portadores de ellas. La entrada deberá conservarse completa y en buen estado, pudiendo denegarse la admisión en caso contrario. Toda entrada amonedada, rota, en mal estado o con condiciones de falsificación, autorizará al organizador a denegar la entrada al recinto. El organizador podrá exigir a cualquier del recinto al portador en caso de incumplimiento de las indicaciones del personal de la organización. El canal únicamente gestiona la distribución de entradas por cuenta del organizador, por lo que queda expresamente eximida de toda obligación y/o responsabilidad que compete al organizador. Toda reclamación sobre la realización, suspensión, modificación o anulación del espectáculo deberá dirigirse al organizador cuyos datos constan en esta misma entrada. Las relaciones jurídicas, derecho y obligaciones derivadas de la tenencia de esta entrada estarán sujetos en todo momento a lo establecido por las leyes españolas vigentes.

Localizador compra
EATASVCE75IPFFXA

Localizador entrada (1/3)
EATAL1A7POEATA5VCE75IPFFXA3CGIB14768



ACREDITACIONES

Material: PVC de 0,76 mm de grosor

Acreditaciones para diferenciar entre la organización del evento y el personal que trabaja en ella



PULSERAS

Material: tyvek

Aquellos que hayan obtenido entrada VIP obtendrán una pulsera a la entrada del evento para diferenciarse del resto y poder adquirir los extras por los que han pagado.



VASO

Material: polipropileno rígido

Impresión: serigrafía

Vaso reutilizable con tapa y pajita de plástico rígido.



STAND

Material: acero de 40 mm y lona de algodón
Medidas: 300 x 300 cm

Stand para los puestos del evento





SNEAKER BEE FESTIVAL

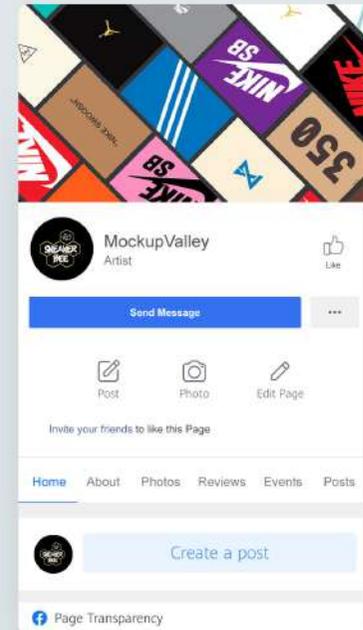
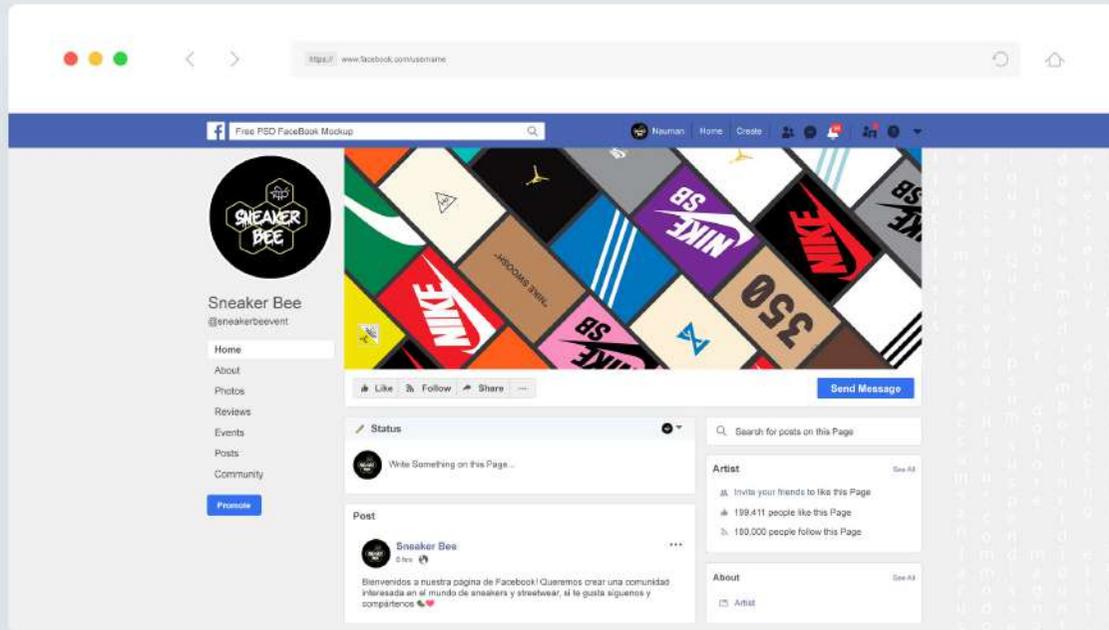
VEHÍCULO | 9



REDES SOCIALES | 10

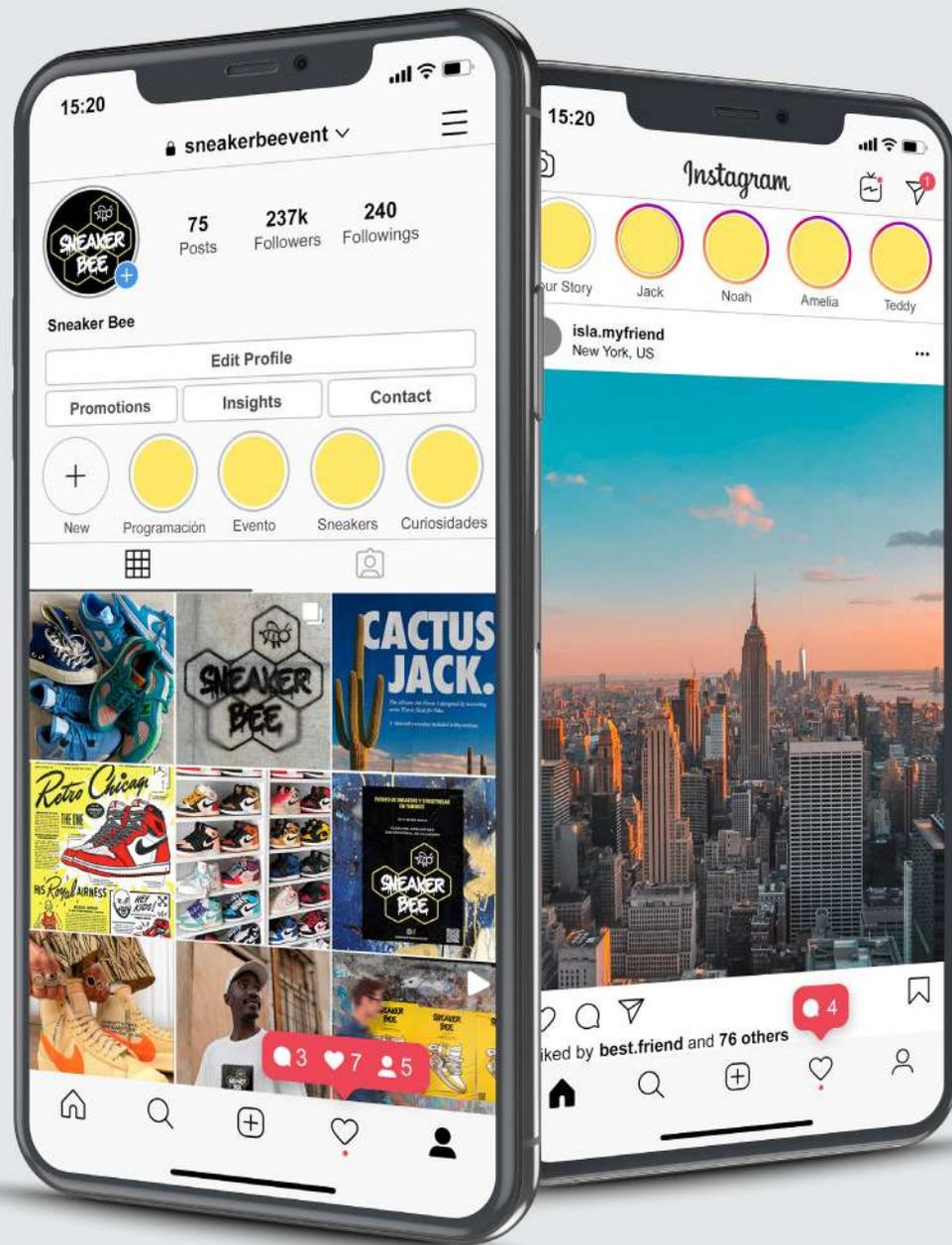
FACEBOOK

Entre las redes sociales que tiene el evento se encuentra el facebook donde se va actualizando la información del mismo.



INSTAGRAM

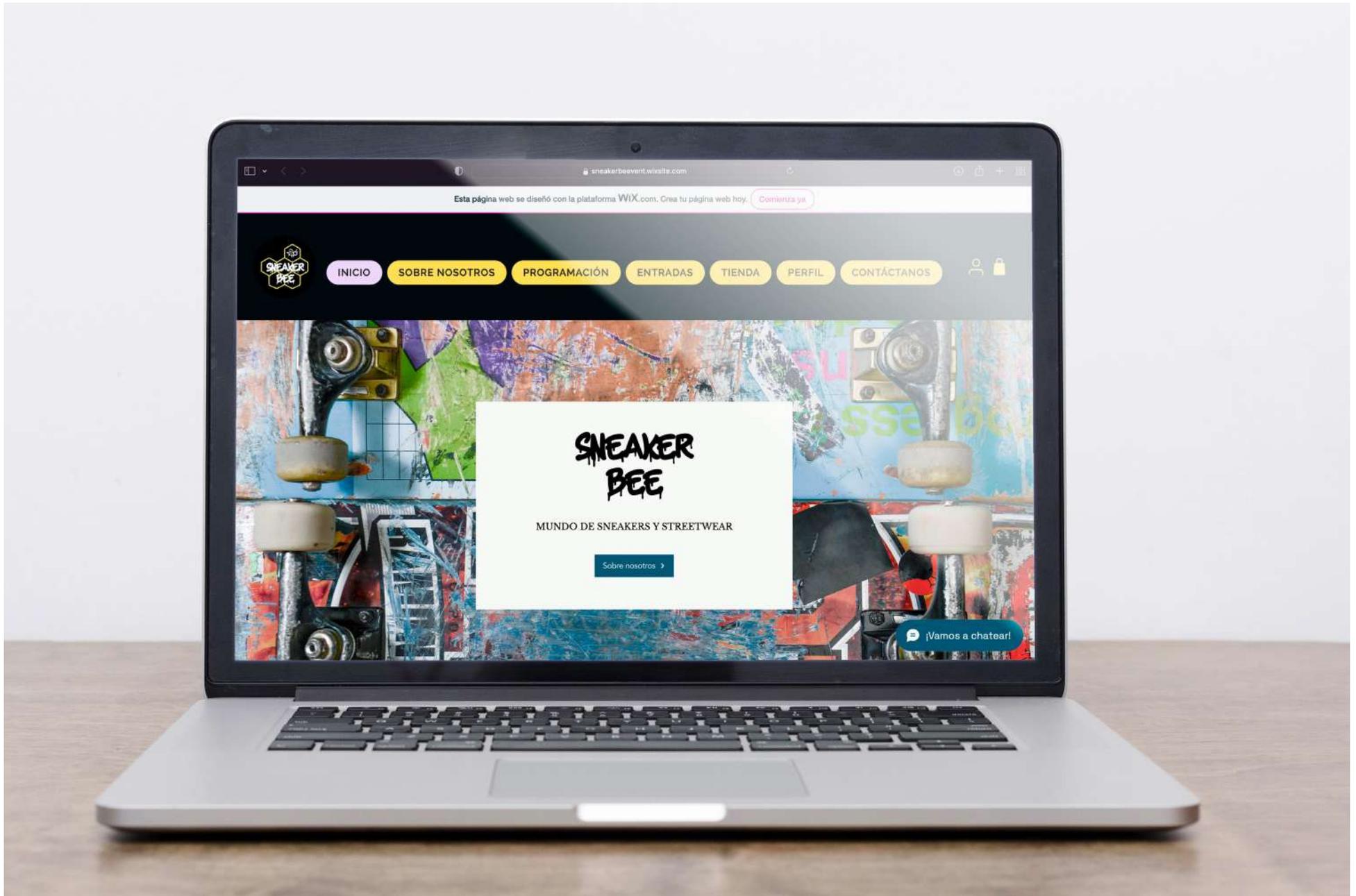
Entre las redes sociales que tiene el evento se encuentra el instagram donde se va actualizando la información del mismo.

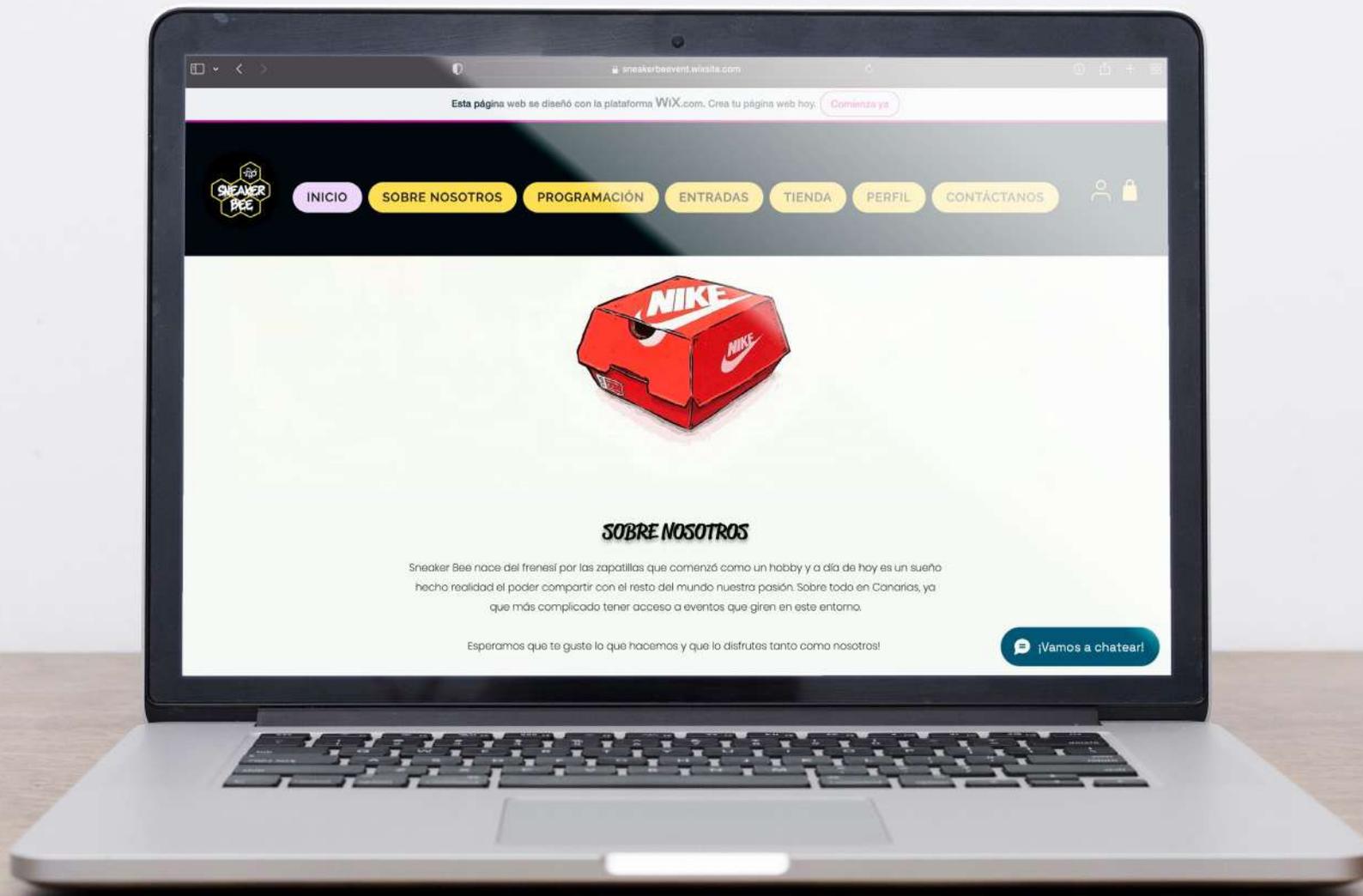


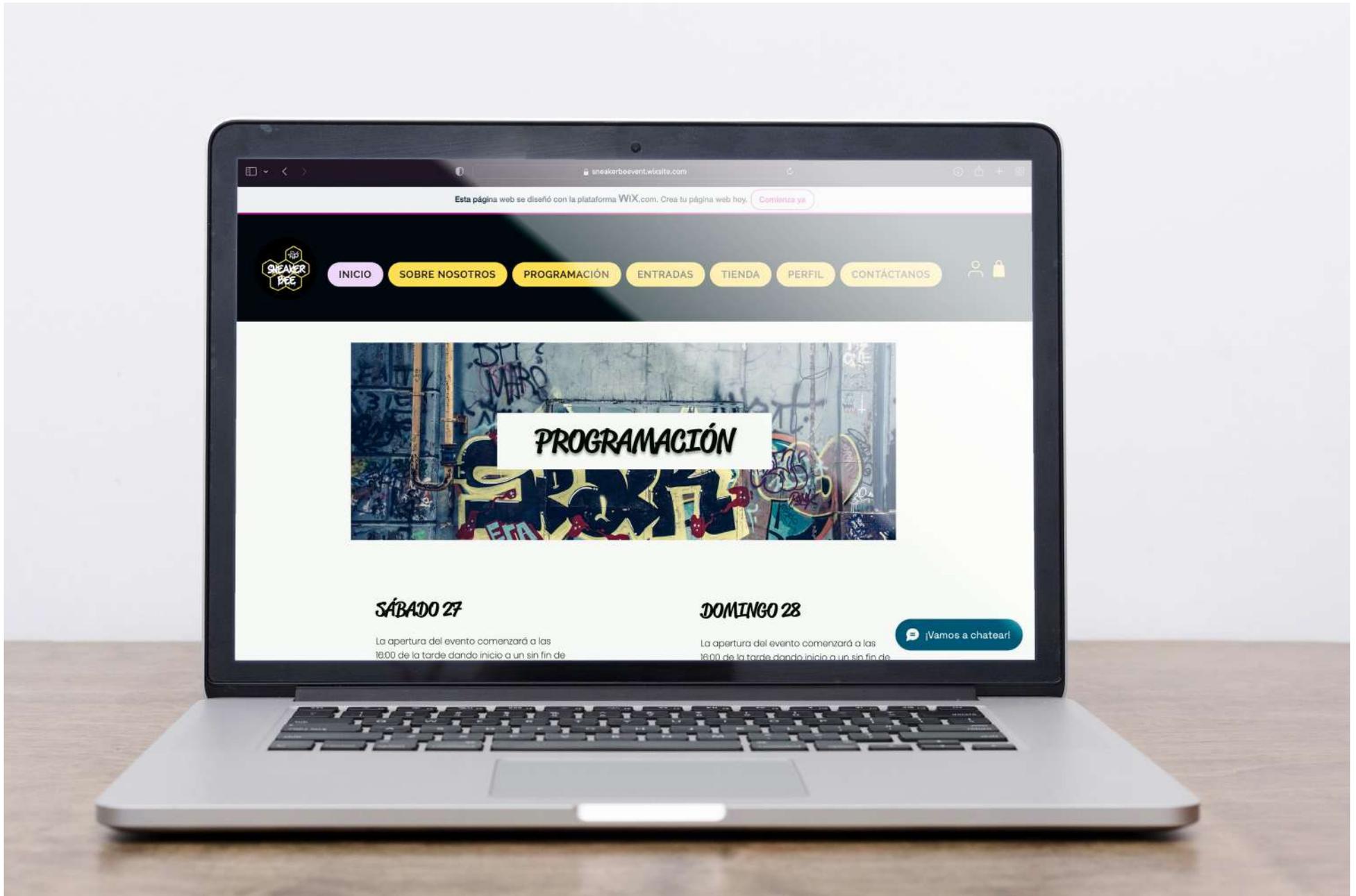
PÁGINA WEB | 11

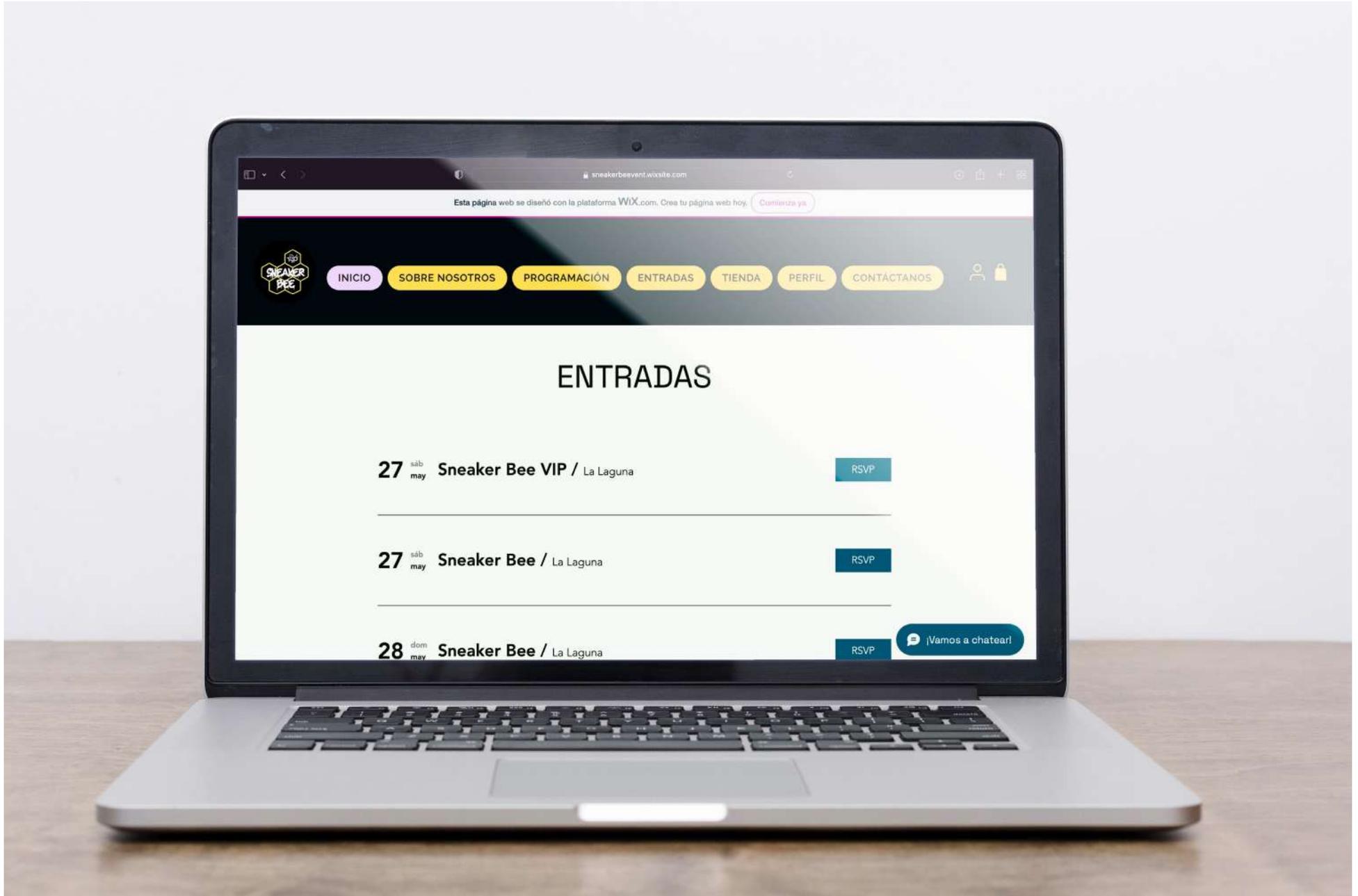
PÁGINA WEB

Página web aplica a la visualización de un ordenador.









INICIO

SOBRE NOSOTROS

PROGRAMACIÓN

ENTRADAS

TIENDA

PERFIL

CONTACTANOS



ENTRADAS

27 ^{sab}_{may} Sneaker Bee VIP / La Laguna

RSVP

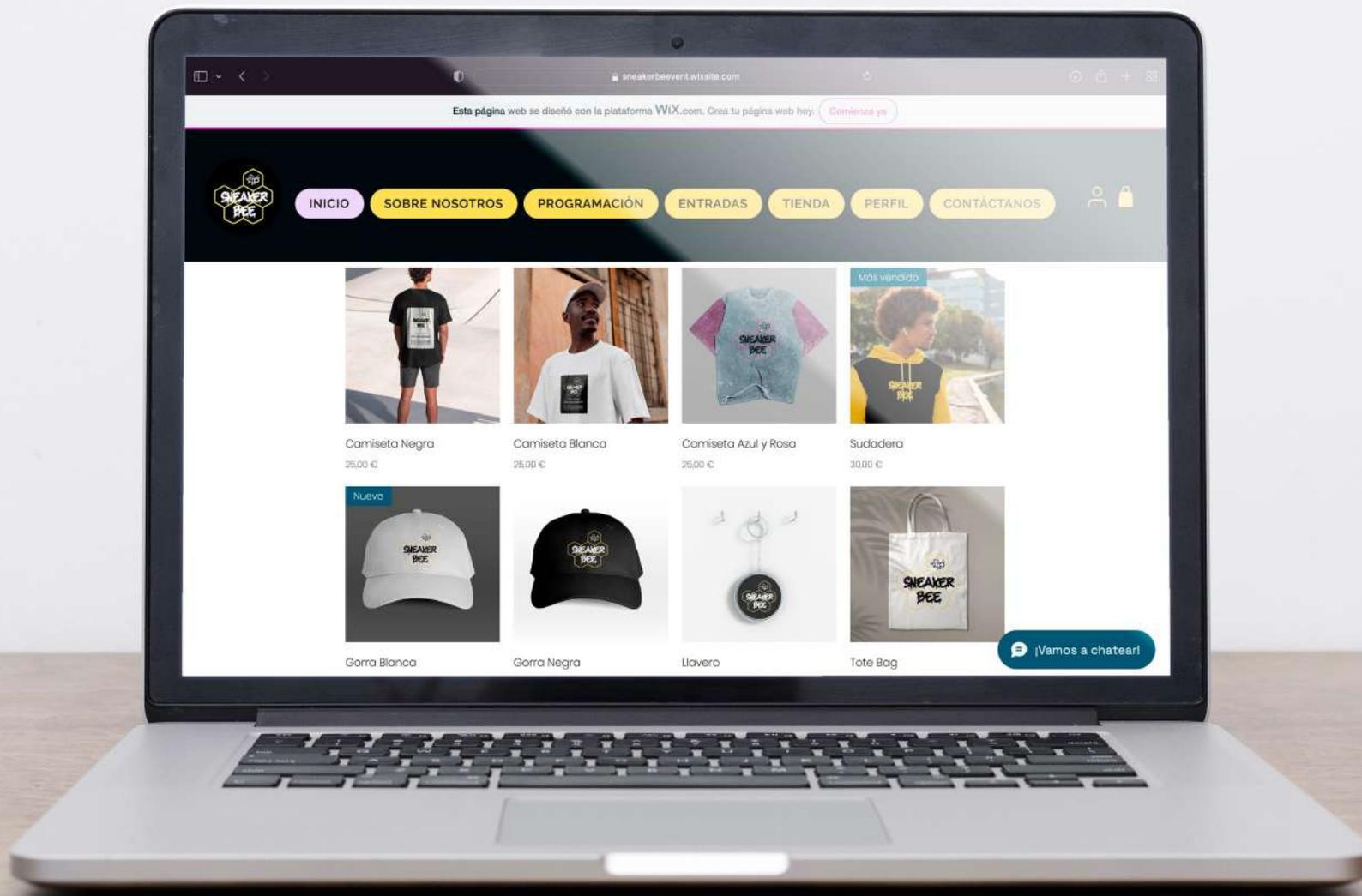
27 ^{sab}_{may} Sneaker Bee / La Laguna

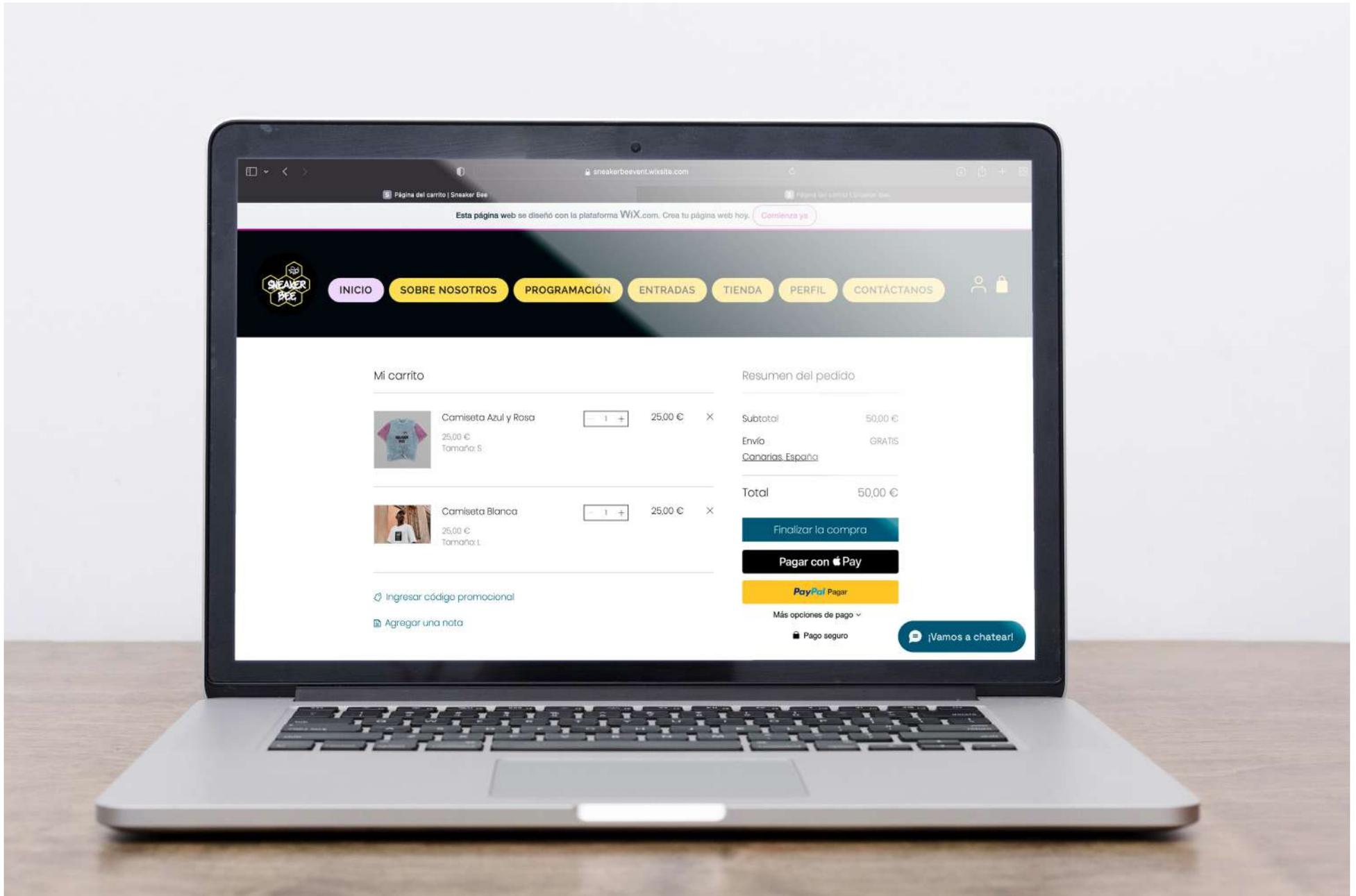
RSVP

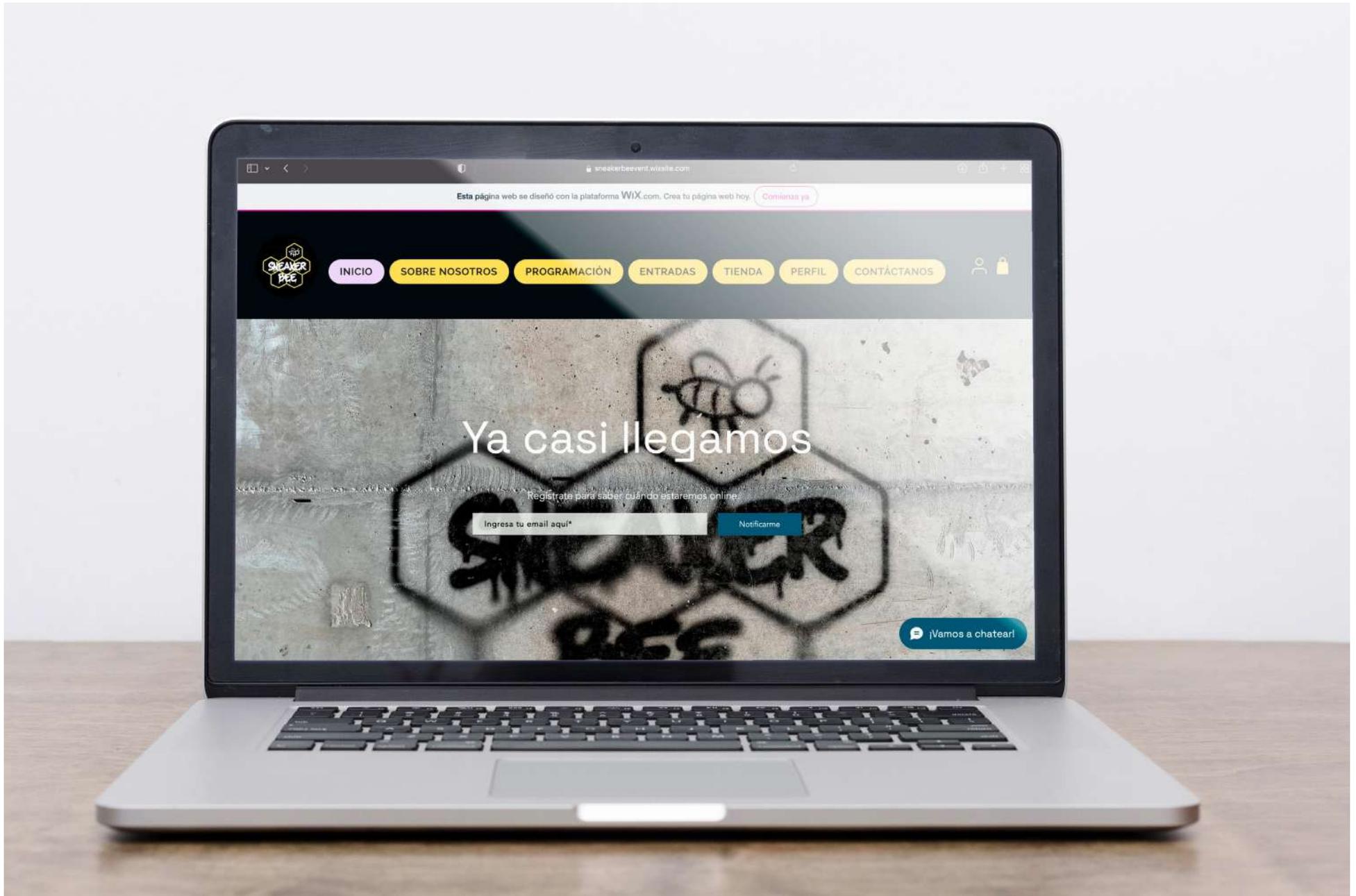
28 ^{dom}_{may} Sneaker Bee / La Laguna

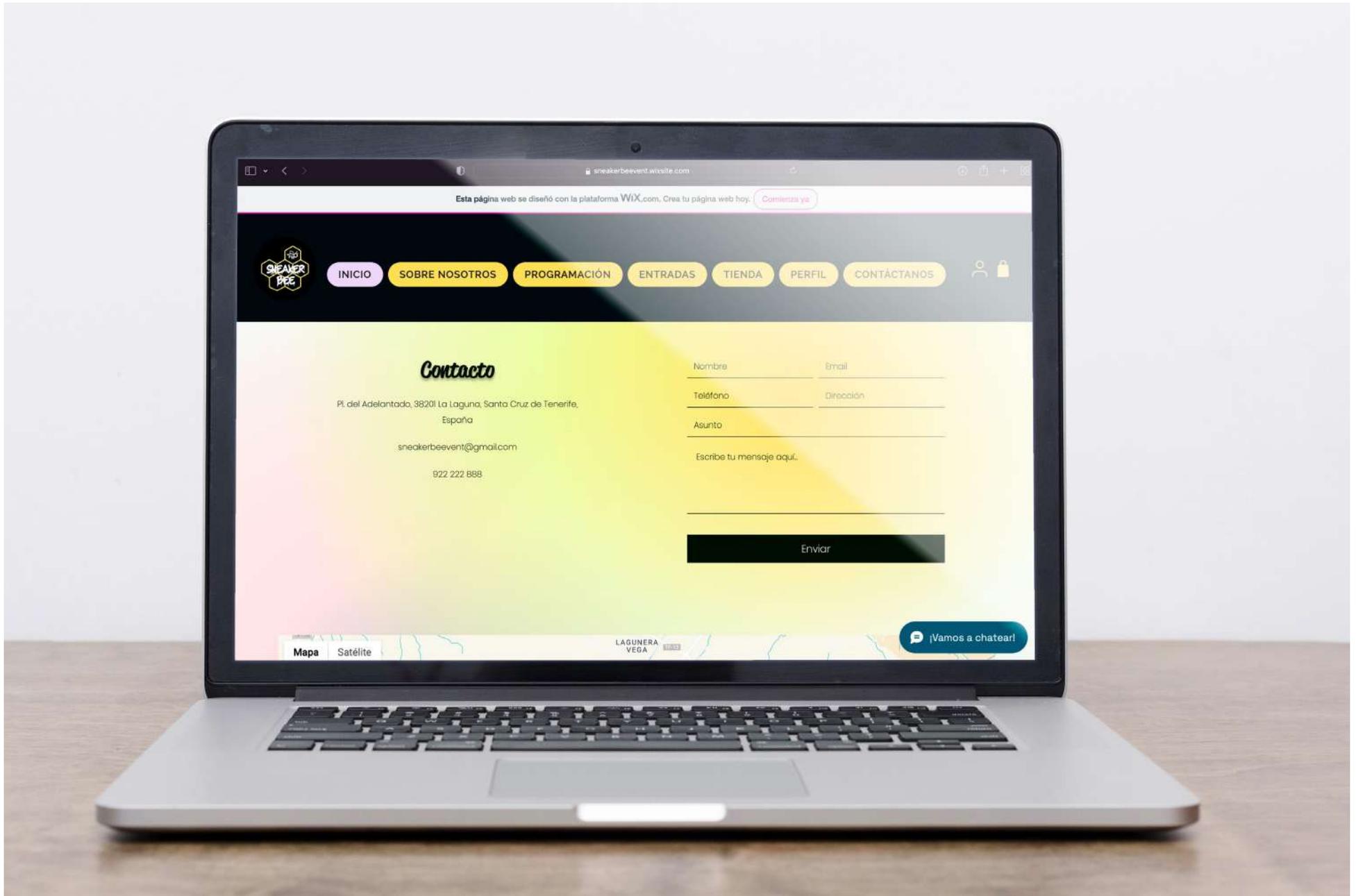
RSVP

¡Vamos a chatear!



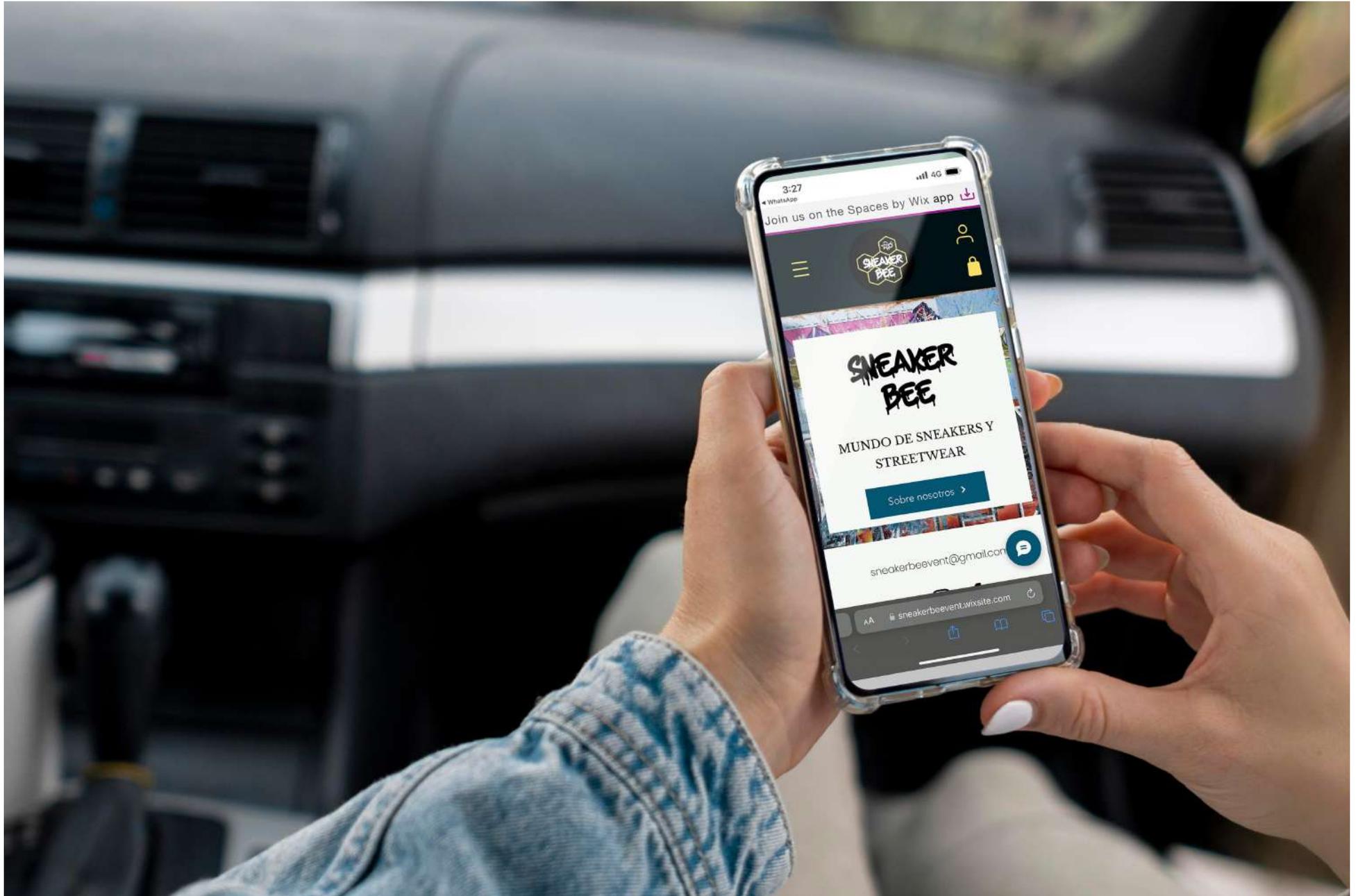




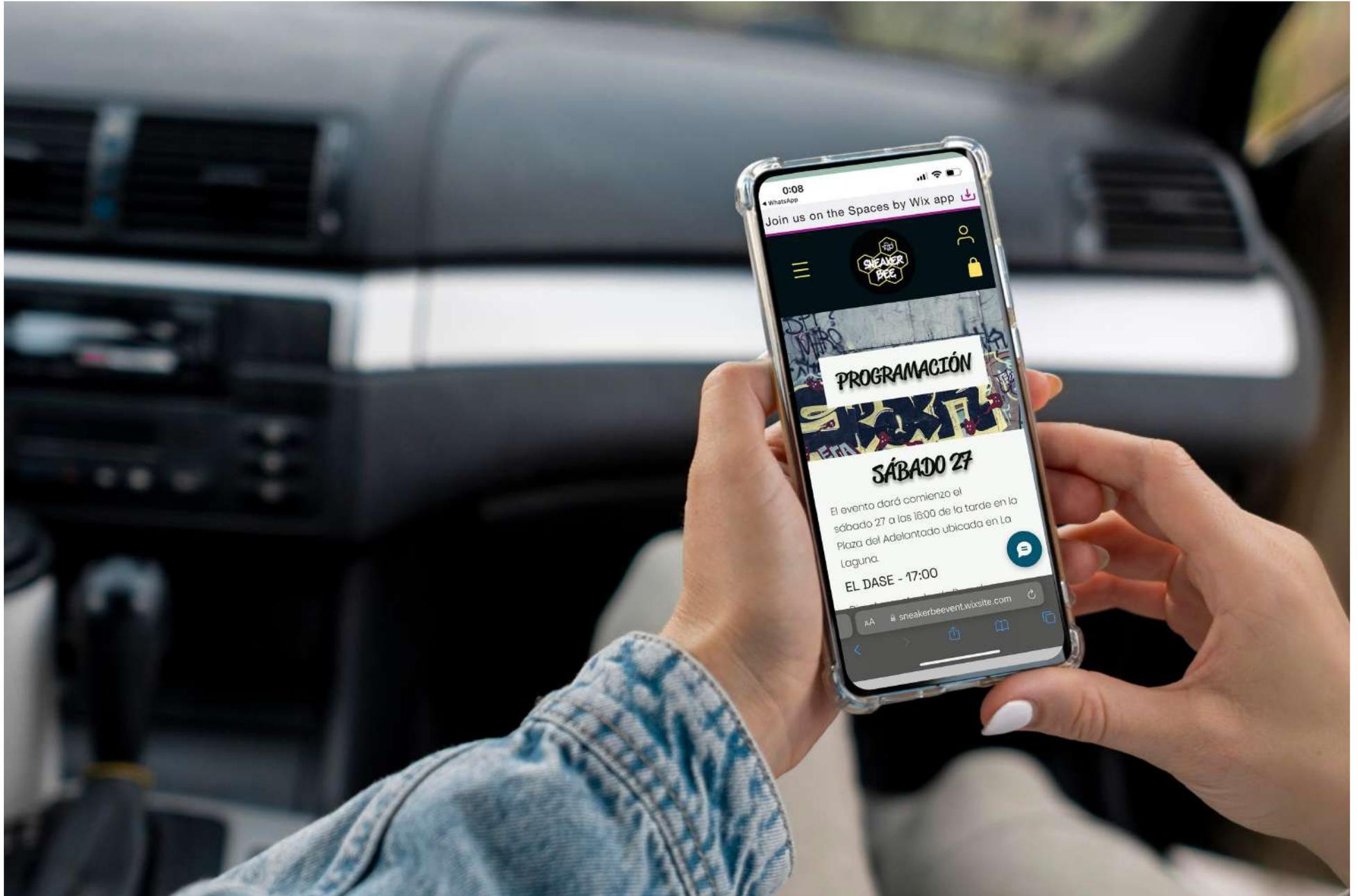


PÁGINA WEB

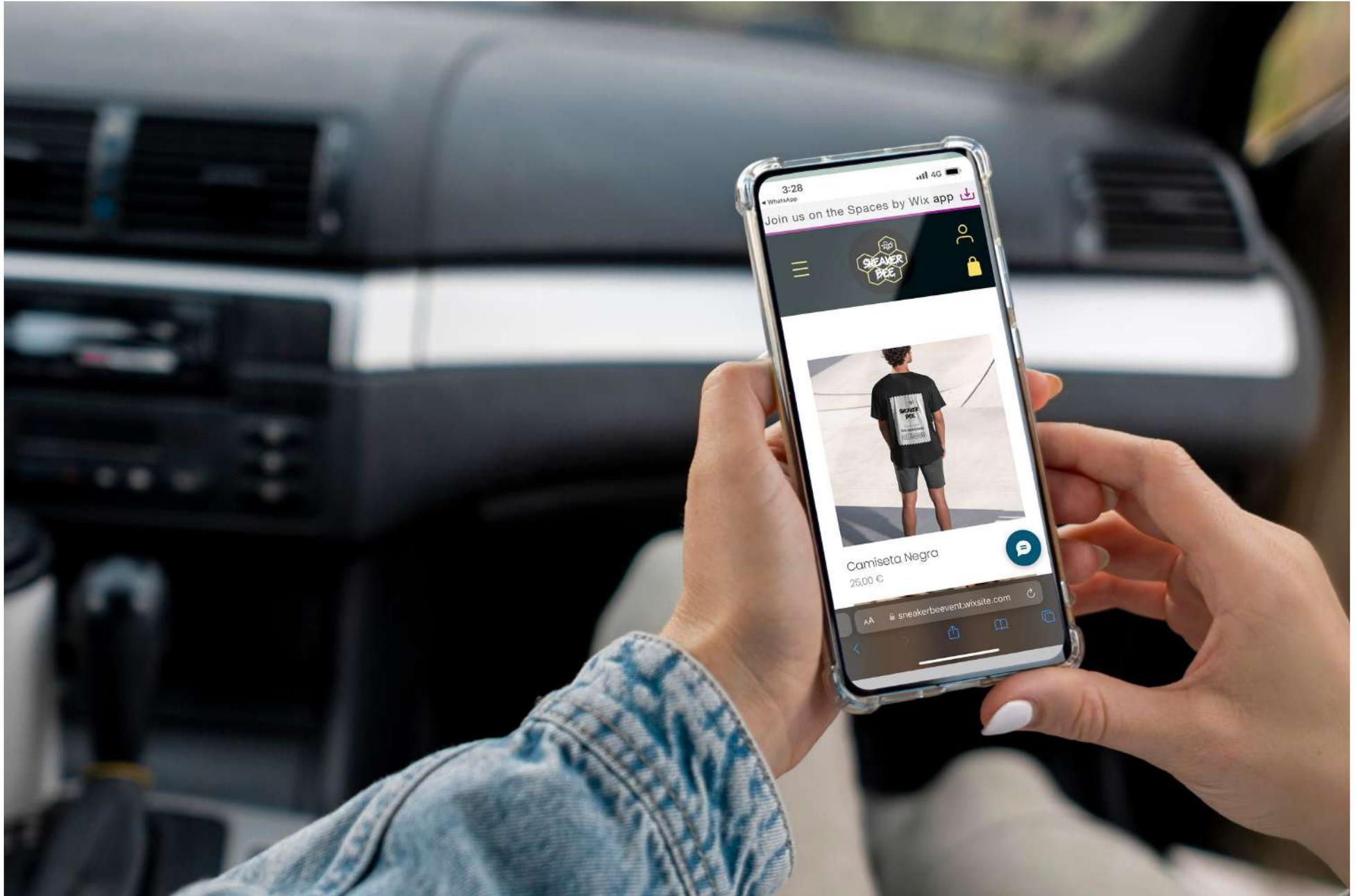
Página web aplica a la visualización de un móvil.

















**SNEAKER
BEE**

