

KIKIKICKZ

SNEAKERS



LAS
**ZAPAS
TILLAS**
QUE HAN HECHO
HISTORIA

KIKIKICKZ

SNEAKERS



LAS ZAPATILLAS QUE HAN HECHO HISTORIA



TODO LO QUE HAY QUE SABER SOBRE LAS ZAPATILLAS: SU HISTORIA, JERGA, FIGURAS Y TENDENCIAS.

Adoptadas por raperos y bailarines de breakdance, las zapatillas se han convertido en un emblema esencial de la moda urbana: son, al mismo tiempo, un codiciado objeto de colección y una industria que mueve millones.

En este libro se descubren desde la historia y los modelos icónicos de las marcas más importantes hasta las principales colaboraciones y las figuras que han cambiado por completo la escena de las zapatillas, como Michael Jordan, Virgil Abloh o Travis Scott. Con fotografías a todo color, entrevistas a expertos y curiosidades, abarca la evolución de las zapatillas desde sus orígenes hasta su ascenso como fenómeno cultural.



¿Sabías que...?

El término *sneaker* procede del verbo inglés *to sneak* (ir a hurtadillas). La invención de la palabra se atribuye al escritor F. W. Robinson, en 1862, y al publicista estadounidense Henry Nelson McKinney, en 1917. Ambos la utilizaron para evocar la capacidad que ese zapato daba para moverse en silencio gracias a su suela de goma, a diferencia del calzado de cuero, más ruidoso, y que era la norma en aquella época.

¿Qué es una sneaker?

La zapatilla, también conocida como «deportiva», es un tipo de calzado diseñado originalmente para hacer deporte. La parte superior puede estar hecha de distintos materiales, aunque suele presentar una suela de goma. En su origen, la lona de algodón era el material más utilizado, pero desde entonces se ha ido sustituyendo por el cuero, más resistente, así como por sus variantes: ante, nobuk, etcétera. También se suelen utilizar terciopelo, punto, materiales sintéticos, reciclados o de origen biológico.

Las zapatillas pueden ser de caña baja o alta (cuando el cuello cubre parte o todo el tobillo), con puntera redonda o alargada y suela de grosor variable. Estas formas y materiales, en un primer momento, se eligieron y desarrollaron para favorecer el rendimiento atlético. Ahora su uso también se basa en razones puramente estéticas.



LA OBSESIÓN POR LAS ZAPATILLAS

«¡Ponte las zapatillas!» Los orígenes del calzado deportivo se resumen en esta conocida frase, dicha por generaciones de padres a sus hijos. Estas zapatillas eran, simplemente, para hacer deporte.

Por supuesto, siguen cumpliendo este papel, pero en la calle las zapatillas han superado su destino original, ya que se han convertido en marcas de discurso, estilo y personalidad.

Nos encantan, ya sean minimalistas o multicolor, con tres bandas o un Swoosh, concebidas por un diseñador famoso o de una marca streetwear de culto... Básicamente, nos gustan todas. Las sneakers unen, y están por encima de la edad, el género, el origen social, la cultura y la indumentaria.

Se consideran un fenómeno social, un vehículo para la obsesión y el deseo, para la especulación y el lucro. Pero, sobre todo, las zapatillas son objetos culturales. Desde los campus universitarios hasta las calles de las ciudades, pasando por las pasarelas de la Semana de la Moda, y desde los movimientos de protesta clandestinos hasta el gran público, las zapatillas cuentan nuestra historia.

La humilde zapatilla deportiva se ha convertido en un símbolo de nuestra era. Ha recorrido un largo camino, pero nos atreveríamos a decir que la línea de meta aún no está a la vista, y que la sneaker seguirá siendo un testimonio del largo camino recorrido.

Sneakers: ¡qué historia



La épica historia de la sneaker

Las zapatillas han recorrido un largo camino. Desarrolladas a finales del siglo xix, durante décadas solo fueron equipamiento deportivo. Se convirtieron en símbolos de estilo y objetos de deseo tras una agitada historia llena de cambios sociales, avances técnicos, innovaciones tecnológicas y revoluciones culturales.

Al principio, fue el deporte

Nacidas de un invento revolucionario, al principio las zapatillas se utilizaban solo para hacer deporte y durante décadas muchos diseñadores las limitaron a esta función específica.

Insuring Comfort in Summer Footwear
Shoes for outing, tennis and everyday use

ALL over the country men are wearing Keds this season. You will find them in town or at the theatre—on the street or at the tennis court—wherever you go for work or play.

Keds are the ideal footwear for warm weather. Their elastic rubber soles put new life in your step. Their soft, pliable fabric makes them always cool and comfortable.

Keds now include models made with regular soft soles and firmly bonded toes—just like leather shoes. This means a choice of style and distinction—the very shoe you have needed to wear with your white flannels or Palm Beach suit.

With these additions, Keds are now a complete line of casual summer shoes—ranging from the easy, less formal tennis shoe to the latest and most fashionable style of footwear. Last year millions of pairs of Keds were worn by men, women and children.

Can't find them everywhere? Ask to see the various models—notice how wonderfully light and comfortable they are. Look for the name Keds on the sole.

For men and women, \$4.50—\$6.00
For children . . . \$2.25—\$3.50

Keds

United States Rubber Company

La historia de la zapatilla comienza en 1839 con el descubrimiento de la vulcanización del caucho. El proceso, desarrollado por Charles Goodyear, permitió fabricar el tipo de suelas que conocemos hoy en día, y a finales de siglo ya lo utilizaban los primeros fabricantes de calzado deportivo. Las primeras zapatillas se fabricaron en una época en la que el mundo del deporte experimentaba un cambio radical. Con la celebración de los primeros Juegos Olímpicos en 1896, el deporte se estructuró en clubes y federaciones, y las autoridades públicas impulsaron la práctica del ejercicio físico, aunque poniendo más el foco en la preparación para la guerra que en el bienestar personal.

A principios del siglo xx se producía el despegue de la incipiente industria del calzado deportivo: desde los botines de cuero destinados al atletismo o al fútbol hasta las zapatillas de baloncesto de lona confeccionadas por los primeros grandes fabricantes estadounidenses, Keds y Converse.

Ganaron más adeptos después de la Primera Guerra Mundial, cuando algunos avances sociales como las semanas laborales más cortas o las vacaciones pagadas permitieron a más gente disfrutar de actividades de ocio, y las zapatillas deportivas se convirtieron en su calzado preferido. Aunque el progreso social se ralentizó durante la Segunda Guerra Mundial, se reanudó con mayor intensidad durante los años dorados del capitalismo.

Aparecieron en escena nuevos fabricantes como Adidas, Puma y Asics, lo que provocó una feroz competencia por ofrecer las zapatillas de mejor rendimiento en cada deporte y patrocinar a los mejores atletas.

Algo especialmente manifiesto en el caso de grandes eventos como los Juegos Olímpicos y la Copa del Mundo de fútbol, cuya popularidad aumentó con las primeras retransmisiones televisivas. Nike se unió a los principales proveedores de artículos deportivos en los 70, un momento crucial para la industria. El bienestar era ya un concepto muy extendido y el footing experimentó su primer auge, seguido del fitness y el baloncesto.

A medida que las nuevas prácticas ganaban popularidad, la carrera por fabricar la zapatilla ideal se reanudó con mayor intensidad. Las líneas de productos se multiplicaron y las marcas empezaron a externalizar la producción a Asia, creando centros de innovación para diseñar zapatillas con la última tecnología, como las Nike Air, las Adidas Torsion, las Asics Gel y las Reebok Pump. Los fabricantes continuaron en busca de la innovación y la convirtieron en su objetivo hasta los 90, mientras mostraban una curiosa aversión a la idea de ver sus creaciones utilizadas fuera del terreno de juego. Pero todo llega para los que tienen paciencia, y las zapatillas no fueron una excepción.



¿Sabías que...?

«Lo lamentamos, pero trabajamos con ropa deportiva, no con moda.» Esta fue la respuesta de Nike a la propuesta de colaboración del diseñador de moda Yohji Yamamoto en 2002. Una prueba, si es que hacía falta, de que algunos fabricantes a menudo se han centrado en el rendimiento en lugar de en otras cualidades.

La primera colaboración de una marca deportiva fuera de su ámbito fue en 1986, con el grupo de rap neoyorquino Run-DMC.



Terminología de la Sneaker

El universo de las zapatillas tiene su propio vocabulario, con mucha jerga y abreviaturas. Estos son los términos que debes conocer.

BNIB

Son las siglas de «brand new in box». Se refieren a zapatillas no usadas que se venden en su caja original con todas las etiquetas y accesorios.

Bred

Acrónimo formado por las palabras «black and red». Aunque se originó con la línea Nike Air Jordan, el término se utiliza para referirse a cualquier zapatilla deportiva negra y roja.

Acampar

Se utiliza cuando los fans esperan delante de una tienda toda la noche, a veces durante días, el lanzamiento de una nueva zapatilla.

Cop

Comprar o *pillarse* un par de zapatillas.

CW

Iniciales de «colorway», la combinación de colores que se indica en la caja de las zapatillas.

Drop

Es lo contrario de «cop», es decir, *pasar de comprar* unas zapatillas. También se refiere, de forma más general, al lanzamiento de un producto.

DS

Iniciales de «deadstock». Inicialmente, el término se refería a las zapatillas que

ya no vendían los minoristas y que solo estaban disponibles en el mercado de la reventa. Sin embargo, ahora se refiere a un par que nunca se ha probado ni usado.

F&F

Iniciales de «friends & family» (amigos y familia): son las zapatillas más «exclusivas», que solo se regalan a amigos y familiares de los empleados de la marca.

Fufu

Término de argot para «fake» (falso), que designa una zapatilla falsificada.

GR

Iniciales de «general release» (lanzamiento genérico); suelen referirse a las zapatillas que están a disposición del gran público, a diferencia de los lanzamientos de edición limitada.

Grial (o santo grial)

Se trata de un modelo muy raro y difícil de conseguir. Este término también se utiliza para describir la zapatilla más deseada y soñada por un fan. Es el «santo grial», un par casi imposible de conseguir.

L

Hace referencia a «lose» o «loss» (perder o pérdida). Llevarse una L significa perder en un sorteo o «raffle».

Legit check

Se realiza para verificar la autenticidad de una zapatilla.

OG

Al principio eran las siglas de «Original Gangster», pero han pasado a significar simplemente «original». Se refieren al primer lanzamiento de un diseño, a un color clásico o a una reedición fiel.

Raffle

Un sorteo en línea para poder comprar un par de zapatillas, un método de marketing utilizado con frecuencia por los fabricantes y distribuidores.

Reseller

Revendedor: compra zapatillas de deporte para venderlas y obtener beneficios.

Restock

Se da cuando se fabrica un nuevo lote de una zapatilla que se había agotado y se envía a las tiendas.

Sample

Se traduce como «muestra». Es un prototipo creado para pruebas o promoción y que nunca se fabrica en serie.

Sneakerhead

Persona que colecciona zapatillas por afición.

WA

breviatura de «win» (ganar), lo contrario de «L» («lose» o «loss»: perder o pérdida). Se refiere al billete de un sorteo premiado.

ÍNDICE DE CONTENIDOS DEL LIBRO



¿Qué es una sneaker?

Anatomía de una sneaker

Terminología de la sneaker

La épica Historia de la sneaker

Al principio fue el deporte

Más allá del ámbito deportivo

Hip-hop: y luego vino el estilo

Los 80: la era dorada que lo cambió todo

Los 90: la década del lifestyle

Entrevista a Maximilien N'Tary-Calaffard, historiador de zapatillas

Marcas y modelos

Nike: el indiscutible número uno

Jordan: el otro imperio Nike

Adidas: atemporal

Yeezy: vanguardista

Puma: el reto

Reebok: a su aire

Converse: clásica

New Balance: corredor de fondo

Asics: tecnología ante todo

Vans: estrella del skate

Otras marcas

Competidores de lujo

Entrevista a Elie Costa, coleccionista

Créete lo que dicen: las sneakers van con todo

A la caza de la edición limitada

¡Cola, cola, colabora!

Colaboraciones inolvidables

Jeff Staple x Nike SB Dunk Pigeon: el perturbador original

Kanye West: el revolucionario

Virgil Abloh: la bestia del hype

Travis Scott: el nuevo rey

El mundo digital: un ideal estratégico

Los sorteos

Entrevista a Yeezy Mafia, los cronistas de las zapatillas por excelencia

El éxito de la reventa

Reventa: ¿amenaza o promesa?

Los entresijos del mercado de la reventa

Las zapatillas y el mercado de la reventa: el precio justo

Falsificaciones: la otra cara de la fama

Cómo autenticar unas sneakers

Las zapatillas más caras de todos los tiempos

Entrevista a Kilian Dris, fundador de Kikickz

El futuro de las sneakers

Zapatillas: ¿crecimiento sin límites?

Innovación y revolución en marcha

Personalización: tradición eterna, tendencia del mañana

Ecología: un juego totalmente nuevo

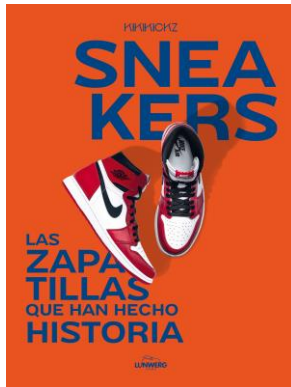
Hacia un mercado más inclusivo (¡por fin!)

Los límites del compromiso

Entrevista a Sarah Andelman, Cofundadora de Colette

Conclusión: ¡la obsesión por las zapatillas!





Ficha técnica del libro

SNEAKERS

Las zapatillas que han hecho historia

Kikikickz (Alexandre Pauwels)

Lunwerg Editores, 2023

18 x 24 cm.

174 páginas

Cartoné

PVP c/IVA: 23,90 €

A la venta desde el 25 de octubre de 2023

MÁS INFORMACIÓN A PRENSA:

Lola Escudero - Directora de Comunicación de Lunwerg

Tel.: 619 212 722 - lescudero@planeta.es

EL LIBRO POR DENTRO

Las zapatillas más caras de todos los tiempos



- 1 Air Jordan 13**
2,2 millones de dólares
El récord absoluto se estableció el 11 de abril de 2023 en Sotheby's. La zapailla más cara de la historia en la era Jordan 13. El jugador de los Bulls, Michael Jordan, tuvo en el segundo partido de las Finales de la NBA de 1998 contra los Utah Jazz, el último que jugó y ganó la leyenda del baloncesto.
- 2 Nike Air Yeezy 1**
1,8 millones de dólares
Durante dos años, la zapailla más cara fue esta creación de las Nike Air Yeezy 1, que Kanye West lanzó antes de su lanzamiento en los premios Grammy de 2009. Se subastó en Sotheby's en abril de 2023, y duplicó el récord anterior.

Algunas zapatillas alcanzan precios astronómicos. Sin embargo, los precios de las zapatillas que hacen records suelen quedar fuera del mercado de la reventa tradicional, y a menudo se trata de modelos utilizados durante momentos clave de la historia (la mayoría de ellos protagonizados por Michael Jordan).



- 3 Nike Air Ship**
1,47 millones de dólares
Este modelo, usado por Michael Jordan el 1 de noviembre de 1984, y firmado por él, fue la única zapailla Nike que volvió antes de morir su primer modelo de la firma.
- 4 Air Jordan 1 High**
650.000 dólares
El 3 de mayo de 1985 durante un partido amistoso en Trieste (Italia), recordado porque el jugador diseñó el tablero de control de la cancha haciendo un movimiento de la mano. El modelo batió el récord de las zapatillas más caras de la historia en agosto de 2020 en una subasta de Sotheby's en mayo de 2020.
- 5 Air Jordan 1 High**
550.000 dólares
Otro par usado por Michael Jordan, unas Air Jordan 1 High de 1985 con la pinta combinada de blanco, rojo y negro. Trató su valor estimado y se vendió por más de medio millón de dólares en Sotheby's en mayo de 2020.

148



Kanye West:

el revolucionario

La revolución de las zapatillas de Kanye West comenzó en 2009. El rapero cambió la faz de la industria generando un gran revuelo con sus diseños vanguardistas y un novedoso enfoque de marketing.

El origen de las Nike de Kanye West se remonta a los años 2009. El rapero cambió la faz de la industria generando un gran revuelo con sus diseños vanguardistas y un novedoso enfoque de marketing.



107
106

Cómo autenticar unas sneakers

Costuras y materiales
La importancia reside en los detalles. Cuando tienes un par en las manos, hay que examinarlos en busca de la más mínima tara. Si bien los errores de fabricación no son algo infrecuente, tanto la regularidad de las costuras como la calidad de los materiales o la forma de las piezas insertadas deben ser perfectos. Los expertos utilizan luz azul para inspeccionar los elementos de fabricación.

Embalaje
El proceso de autenticación empieza por el embalaje. Cada marca tiene cajas con diseños únicos, con la información impresa en lugares precisos. La caja y el papel de seda son los primeros elementos que se analizan.



Olor
Las zapatillas tienen olores concretos. A menudo se comparan a los profesionales de la autenticación con la salsicúa que tropezan en la trinchera del perfume, hecho a su ligadura perfumada, hecho a su ligadura perfume, hecho a su ligadura perfume. Identificar el origen del producto, una distinción siguiendo con la experiencia.

Etiquetas
Los fabricantes suelen imprimir estos detalles. Tanto las etiquetas de la caja como las del interior de una zapatilla pueden ser relevantes. Una etiqueta mal colocada, una caja que falta o un código QR erróneo son señales de alarma.

Etiquetas
Los fabricantes suelen imprimir estos detalles. Tanto las etiquetas de la caja como las del interior de una zapatilla pueden ser relevantes. Una etiqueta mal colocada, una caja que falta o un código QR erróneo son señales de alarma.

Los modelos:

Nike

<p>1972 Cortez</p> <p>Antes de convertirse en la zapatilla favorita de Forrest Gump, marcó el primer debut de Nike, que lo hizo a principios de los 70, en los meses de su creación. La Cortez revolucionó al footing con su suela de goma y felpa. Más tarde, se convirtió en un modelo de éxito de ventas con aseo californiano.</p>	<p>1973 Blazer</p> <p>La Blazer representó el primer hito en la larga relación de Nike con el baloncesto. Presentada en 1973, que reguló la entrada de la marca en este prometedor mercado y comenzó con diseñar y comercializar canchales antes de ser utilizada por los atletas. Su diseño sencillo es el secreto de su atractivo atemporal.</p>	<p>1982 Air Force 1</p> <p>El modelo más vendido de Nike fue creado por el diseñador Bruce Kirby y bautizado con el nombre del avión experimental estadounidense. Presentada en 1982 como una zapatilla para baloncesto, su éxito fue impulsado por algunos equipos y jugadores, trascendiendo las canchales para convertirse en un ícono de la ropa informal de todo el mundo.</p>	<p>1985 Dunk</p> <p>Introducida al extranjero por colaboradores muy medicados y celebrados como Travis Scott, el Dunk es la actualidad uno de los modelos series de Nike. Apareció en el catálogo de fabricantes de la empresa en 1985, unos meses después de la Air Jordan 1, que era similar en apariencia -ambas zapatillas fueron diseñadas por Peter Moore- y tuvo un gran éxito entre los atletas.</p> <p>En 2002 se lanzó una versión diseñada específicamente para el fútbol que se convirtió en un icono de la Nike SB Dunk.</p>	<p>1987 Air Max 1...</p> <p>Este símbolo del éxito de Nike en el mercado de la moda deportiva se creó en 1987 para revitalizar la línea de zapatillas de correr de la marca. Sin embargo, el revolucionario diseño de Bruce Kirby, con una suela repleta de espuma que debía ver la tecnología Air no solo atrajo a los atletas. Las Air Max 1 se convirtieron en los cables y el mismo pasó con el resto de los modelos de la línea Air Max que aparecieron más tarde.</p>	<p>... y el resto de los modelos de Air Max</p> <p>Descendiente de la Air Max 1, la línea Air Max está repleta de modelos que han legado una trayectoria similar. Estaban pensadas para correr, pero las últimas cada vez más atraídas de las Air Max 90, 95, 97 y de Air Max han hecho que todas ellas se presenten como cambio informal, reforzando así la posición de Nike como el fabricante de ropa deportiva número uno del mundo.</p>
---	---	--	--	--	---

63
38

ERSE CONVERSE CONVERSE CONVERSE CONVERSE CONVERSE CO



Chuck Taylor, inventor de la zapatilla All Star. En esta fotografía se le ve con un balón de baloncesto.

Chuck Taylor, inventor de la zapatilla All Star. En esta fotografía se le ve con un balón de baloncesto.

Cuenta la historia que Converse nació de un accidente. Marquis Mis Converse se cayó por unas escaleras, y en ese momento decidió crear un calzado antideslizante. Fundó su empresa en 1908 en Massachussetts, y al principio vendía botas forradas con suela de goma. En 1916, empezó a fabricar calzado deportivo. El modelo más vendido, diseñado para el baloncesto y patrocinado con una planta de atleta de una serie de jugadores de baloncesto en 1917, y tres años más tarde pasó a llamarse All Star. En la nómina de jugadores de baloncesto que se alió por el modelo, Chuck Taylor, fue el más destacado. El diseñador de la marca. La zapatilla Chuck Taylor All Star, que ha experimentado importantes cambios hasta nuestros días, alcanzó consiguientemente en la más vendida de todos los tiempos.

Converse dominó el mercado combinando sus primeros grandes éxitos con importantes inversiones en el patrocinio de atletas y

50



Las zapatillas All Star de Converse. Hechas en Estados Unidos. Hechas en Estados Unidos. Hechas en Estados Unidos.

Las zapatillas All Star de Converse. Hechas en Estados Unidos. Hechas en Estados Unidos. Hechas en Estados Unidos.

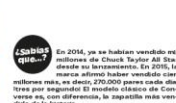
grandes eventos. A finales de los 50, Converse comenzó con el 60% del mercado estadounidense de calzado deportivo y el 90% de los jugadores profesionales de baloncesto llevaban productos de la marca. Por esa época, un Chuck Taylor se consideraba un fenómeno del mundo de la moda. Los mejores futbolistas del pop y la comunidad de artistas como Bob Dylan y Roger Daltrey también calzaban estas zapatillas, que fueron adoptadas por generaciones de adolescentes.

Su condición de ícono y símbolo del estilo de vida estadounidense no impidió que Converse quedara. Tras su auge en los años 60, la marca se declaró en bancarota en 2003. A finales de los años 90, Nike, que con modelos probados, el reconocimiento de una serie de reacciones y colaboraciones con marcas como Converse de la época, con el apoyo de Nike y el uso del logo de Chuck Taylor para sus zapatillas, recuperó la marca. Nike volvió a comprar los derechos de la marca y el nombre de Chuck Taylor All Star volvieron a estar.

64

El modelo más vendido de Converse es el All Star. En 2015, se vendieron más de 270.000 pares de este modelo. En 2014, ya se habían vendido mil millones de All Star desde su lanzamiento. En 2015, el modelo más vendido de Converse fue el All Star. En 2015, se vendieron más de 270.000 pares de este modelo. En 2014, ya se habían vendido mil millones de All Star desde su lanzamiento.

El modelo más vendido de Converse es el All Star. En 2015, se vendieron más de 270.000 pares de este modelo. En 2014, ya se habían vendido mil millones de All Star desde su lanzamiento. En 2015, el modelo más vendido de Converse fue el All Star. En 2015, se vendieron más de 270.000 pares de este modelo. En 2014, ya se habían vendido mil millones de All Star desde su lanzamiento.



Fundada en 1908, Converse fue una de las primeras empresas fabricantes de ropa deportiva. La historia de la marca está muy ligada a la saga de su modelo por excelencia, la Chuck Taylor, que pasó de ser un ícono en las canchales a un fenómeno cultural transgeneracional.

La creciente preocupación por el medioambiente ha influido en las tendencias de consumo; también en el mercado de las zapatillas deportivas. Los fabricantes de ropa deportiva han lanzado un montón de líneas e iniciativas ecológicas y se han creado muchas marcas nuevas bajo la promesa de la sostenibilidad. Todo ello es digno de elogio, pero ¿lo que hacen es suficiente?

La responsabilidad medioambiental ya no es solo una promesa ética, para muchas marcas se ha convertido en un imperativo empresarial. Los consumidores, que ahora son más conscientes de sus prácticas medioambientales, están impulsando esas marcas. Y según diversas estadísticas, cobran gran importancia a la sostenibilidad a la hora de elegir que comprar. Las zapatillas deportivas no son una excepción, sobre todo porque muchas de ellas están hechas de la moda, conocida por ser una de las más contaminantes del planeta. En los últimos años, los grandes fabricantes han empezado a ocuparse del tema, y ahora ofrecemos una serie de zapatillas respaldadas con el medioambiente.



Las zapatillas de Nike con un diseño ecológico. Hechas en Estados Unidos. Hechas en Estados Unidos. Hechas en Estados Unidos.

Nike, que lanzó la iniciativa All Star - a shoe made from recycled plastic, se ha comprometido a una estrategia de cero residuos y carbono neutro. Además, ofrece un programa de reciclaje de zapatillas con algún porcentaje de materiales reciclados. Desde 2014, Nike ha creado una línea vegana llamada Better Cotton. En 2014, Nike lanzó una línea vegana llamada Better Cotton. En 2014, Nike lanzó una línea vegana llamada Better Cotton.

Nike, que lanzó la iniciativa All Star - a shoe made from recycled plastic, se ha comprometido a una estrategia de cero residuos y carbono neutro. Además, ofrece un programa de reciclaje de zapatillas con algún porcentaje de materiales reciclados. Desde 2014, Nike ha creado una línea vegana llamada Better Cotton. En 2014, Nike lanzó una línea vegana llamada Better Cotton.

Nike, que lanzó la iniciativa All Star - a shoe made from recycled plastic, se ha comprometido a una estrategia de cero residuos y carbono neutro. Además, ofrece un programa de reciclaje de zapatillas con algún porcentaje de materiales reciclados. Desde 2014, Nike ha creado una línea vegana llamada Better Cotton. En 2014, Nike lanzó una línea vegana llamada Better Cotton.

163

En 2014, ya se habían vendido mil millones de All Star desde su lanzamiento. En 2015, el modelo más vendido de Converse fue el All Star. En 2015, se vendieron más de 270.000 pares de este modelo. En 2014, ya se habían vendido mil millones de All Star desde su lanzamiento.

En 2014, ya se habían vendido mil millones de All Star desde su lanzamiento. En 2015, el modelo más vendido de Converse fue el All Star. En 2015, se vendieron más de 270.000 pares de este modelo. En 2014, ya se habían vendido mil millones de All Star desde su lanzamiento.

Ecológia: un juego totalmente nuevo



Las zapatillas de Nike con un diseño ecológico. Hechas en Estados Unidos. Hechas en Estados Unidos. Hechas en Estados Unidos.

Las zapatillas de Nike con un diseño ecológico. Hechas en Estados Unidos. Hechas en Estados Unidos. Hechas en Estados Unidos.

162

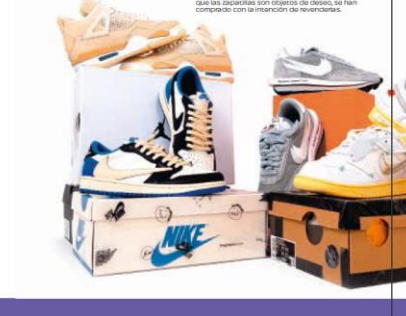
Tras la gran popularidad de las zapatillas y la estrategia de las ediciones limitadas empleada por las marcas, el mercado de la reventa se ha hecho un hueco en el mundo de los sneakers. Aunque, a pesar de la reciente atención mediática, el fenómeno no es nuevo.

El mercado de la reventa (referido aquí a la actividad de revender zapatillas después de su lanzamiento con fines lucrativos) está reconocido por muchos que se consignan en el mundo de la moda. En los últimos años, el fenómeno de la reventa de zapatillas se ha convertido en un fenómeno cultural transgeneracional.

En esencia, el valor de una zapatilla viene determinado por la ley de la oferta y la demanda, aunque en este caso el juego de oferta y demanda es más complejo. Los fabricantes de zapatillas limitadas y modelos neo desatendidos, el mercado de la reventa se expande a medida que crece la popularidad de las zapatillas. No cabe duda de que la reventa es uno de los productos de moda que las zapatillas son objeto de deseo, se han convertido en un fenómeno de reventa.

Reventa: ¿amenaza o promesa?

El mercado de la reventa surgió con la moda de las zapatillas modernas durante los 80, época dorada en la que las zapatillas alcanzaron un estatus de culto. En aquella época, los modelos se dividían por regiones y las marcas participaban en el mundo de la moda. A menudo la demanda superaba a la oferta, y la compra para la reventa se convirtió en una característica del comercio de las zapatillas. En consecuencia, se crearon concurrencias o de participantes que reaccionaban rápidamente por el precio y de unas miras a otras. Sin embargo, las marcas también empezaron a comercializar zapatillas trucadas que ya no estaban disponibles, tanto nuevas como antiguas. En 2014, ya se habían vendido mil millones de All Star desde su lanzamiento. En 2015, el modelo más vendido de Converse fue el All Star. En 2015, se vendieron más de 270.000 pares de este modelo. En 2014, ya se habían vendido mil millones de All Star desde su lanzamiento.



Las zapatillas de Nike con un diseño ecológico. Hechas en Estados Unidos. Hechas en Estados Unidos. Hechas en Estados Unidos.

Las zapatillas de Nike con un diseño ecológico. Hechas en Estados Unidos. Hechas en Estados Unidos. Hechas en Estados Unidos.