

Tecnología y redes sociales son claves para los negocios de moda

- Hoy se realizó la primera jornada académica del Bogotá Fashion Week, plataforma de circulación y contacto para negocios de la Cámara de Comercio de Bogotá.
- Las expertas internacionales Fiona Ferrer y Alexandra Farah hablaron sobre la importancia de emplear herramientas como las redes sociales para fidelizar y cautivar clientes, de concebir a la tecnología como un elemento indispensable en el diseño de prendas o accesorios y de apoyar a los empresarios en su fortalecimiento empresarial para que puedan lograr mejores negocios en Colombia y en el exterior.

Bogotá, 26 de abril de 2017. La tecnología, entendida como las herramientas que tienen los diseñadores en la actualidad para acercarse a sus compradores y cautivarlos, es un recurso infaltable a la hora de buscar nuevos mercados. En este escenario, las redes sociales son un canal que los empresarios del sector de la moda deben explorar para ser competitivos.

Esta fue la principal conclusión de la primera conferencia académica del Bogotá Fashion Week, plataforma de la Cámara de Comercio de Bogotá, que giró en torno al papel de la tecnología en el mundo de la moda. En ella participaron Alexandra Farah, editora, consultora de moda y responsable del Technofest de São Paulo enfocado en negocios sostenibles, y Fiona Ferrer, periodista, empresaria de moda y coach de moda de El Corte Inglés.

De acuerdo con Fiona Ferrer, quien intervino en el conversatorio “Fashion business, nuevos canales, nuevos mercados en el mundo de la moda”, gracias a redes sociales como Instagram y Twitter la moda ya no se comunica de la misma forma. Por esto, las marcas están llamadas a tomar nota de este cambio si su objetivo es consolidar un canal de relacionamiento cercano con sus clientes en un contexto en el que cada vez son más las marcas y las empresas que buscan atraer a los mismos compradores.

“Hay que saber utilizar las redes bien. Yo, por ejemplo, estoy dándole visibilidad al Bogotá Fashion Week desde mis cuentas, pero soy cuidadosa con respecto a lo que publico para que el público comprenda de qué se trata el evento. No se trata de subir información

Mayor información:

Adriana Alba/Jefe de Prensa

Tel 5941000 ext. 1608

Celular 3203290074

adriana.alba@ccb.org.co

Clara Marín/Prensa

Tel 5941000 ext. 2672

Celular 3165787575

clara.marin@ccb.org.co

Visítenos en: www.ccb.org.co

Síguenos en:     
Cámara de Comercio de Bogotá

porque sí, sino de elegir los contenidos que, en este caso, reflejan la magnitud de la plataforma para no generar confusiones con respecto a ella o al tema que se quiera comunicar”, afirma Ferrer.

Como consejo para los empresarios, la experta reiteró que es necesario que sean claros y transparentes con sus clientes con respecto a su capacidad de producción, que sean fieles al ADN de su marca y, consecuentemente, lo comuniquen a través de las herramientas que la tecnología facilita.

Alexandra Farah, por su parte, dictó la conferencia “Moda y tecnología”. En ella se refirió a la importancia de entender la moda como una necesidad inherente al ser humano y de incorporar el uso de la tecnología a la moda para darle un propósito a cada prenda o accesorio que las personas usan, algo que la industria, en ocasiones, parece olvidar.

“La tecnología es la nueva moda y la industria debe asumir el reto de usarla a la hora de crear prendas para que sean realmente útiles. Además, deben lograr que esas prendas sean sostenibles. Esto es complejo, pero no imposible porque la gente quiere y necesita estos productos. La tecnología es una herramienta, no un medio, para lograr que la industria produzca bienes o servicios con valores agregados”, aseguró Farah.

La invitada, quien lidera un programa de investigación sobre los posibles usos tecnológicos aplicados a la moda y ha trabajado con marcas brasileras en la construcción de su propuesta de moda sostenible, puso como ejemplo las creaciones de una diseñadora peruana que incorporó varias celdas solares a sus creaciones con el fin de que los usuarios tengan acceso a una fuente de energía portátil para cargar sus dispositivos electrónicos.

“En Brasil y otros países de Latinoamérica ya se están logrando resultados interesantes con respecto al uso de la tecnología en la moda –afirmó Farah. De hecho, junto al IED en Brasil estamos haciendo investigaciones para que la tecnología sea aplicada en la industria de la moda y se convierta en parte de lo que nos ponemos a diario”.

La experta, así mismo, resaltó la producción de joyería que se realiza en Colombia y la alta calidad de las confecciones. “El esfuerzo que se está haciendo en Bogotá, bajo el liderazgo de la Cámara, para fortalecer empresarialmente a los diseñadores es clave para profesionalizar el sector al punto que puedan competir con otros mercados. Ya lo hacen con Miami, por ejemplo, y eso es muy meritorio”, concluyó Farah.

Mayor información:

Adriana Alba/Jefe de Prensa

Tel 5941000 ext. 1608

Celular 3203290074

adriana.alba@ccb.org.co

Clara Marín/Prensa

Tel 5941000 ext. 2672

Celular 3165787575

clara.marin@ccb.org.co

Visítenos en: www.ccb.org.co

Síguenos en:     
Cámara de Comercio de Bogotá

En ese sentido, Fiona Ferrer coincidió con que es vital que exista una estructura empresarial que soporte los compromisos adquiridos por los diseñadores frente a sus compradores y que, en ese sentido, el trabajo que ha hecho la Cámara es crucial para apalancar el enorme potencial de los diseñadores colombianos que cautivan a mercados como el europeo con su apuesta por una combinación entre la tradición y la vanguardia.

El fortalecimiento empresarial, precisamente, es una de las acciones que la Cámara de Comercio de Bogotá realiza para lograr más y mejores empresas en la ciudad – región. A esa estrategia se suma el trabajo que se adelanta con las iniciativas cluster de prendas de vestir, joyería y bistería, y cuero calzado y marroquinería y las plataformas de circulación y contacto para negocios como el Bogotá Fashion Week (BFW).

La segunda jornada académica del BFW, que se realizará el 27 de abril, contará con la presencia de la experta del Instituto Europeo de Diseño (IED), Anna Sabater, quien dictará la conferencia “Gestionando intangibles, del concepto a la rentabilidad en las marcas de moda”, de Ana Paula Blanco Limonge, gerente de Marketing de Swarovski para Brasil y Latinoamérica, quien dictará la conferencia "Decodificando tendencias e innovaciones mundiales de joyería y moda para su negocio". En el conversatorio las acompañará un representante de Acicam (Asociación Colombia de Industriales del Calzado, el Cuero y sus Manufacturas).

Mayor información:

Adriana Alba/Jefe de Prensa

Tel 5941000 ext. 1608
Celular 3203290074
adriana.alba@ccb.org.co

Clara Marín/Prensa

Tel 5941000 ext. 2672
Celular 3165787575
clara.marin@ccb.org.co

Visítenos en: www.ccb.org.co

Síguenos en:     
Cámara de Comercio de Bogotá