

Estudio de viabilidad en la creación de una revista enfocada en moda en la ciudad de Cúcuta- Norte de Santander

Feasibility study in the creation of a magazine focused on fashion in the city of Cúcuta- Norte de Santander

Elena Méndez Laporta¹
Maria Paula Peña Carreño²
Alexa Marianne Fellner Jaimes³
Ana Yarima Arias⁴

Resumen

Cúcuta se ha caracterizado por manejar una industria sólida y de crecimiento de moda y comercio. Por ende, está en los primeros lugares de producción en Colombia, es decir un territorio líder en fabricación, en la cual acuden ciudades para hacer de una idea una realidad con calidad estable y es cabecilla de réplicas de productos. El objetivo de este artículo es conocer si es viable la creación de una revista enfocada en moda en la ciudad de Cúcuta- Norte de Santander. Se utilizó un enfoque metodológico cuantitativo por cuanto el diseño de la investigación fue descriptivo y de campo. El estudio arrojó resultados de manera positiva, las personas encuestadas demostraron un alto interés en lo que son la revistas y apoyaron la idea de la creación de una.

Palabras claves: Industria, innovación, moda, producción, replica, revista, tendencias, viabilidad.

Abstract

Cucuta has been characterized to handle a solid industry and growth of fashion and commerce. Therefore, it is in the first places of production in Colombia, that is to say a territory leader in manufacturing, in which cities come to make of an idea a reality with stable quality and is the ringleader of replicas of products. The objective of this article is to know if it is viable the creation of a magazine focused on fashion in the city of Cúcuta- Norte de Santander. A quantitative methodological approach was used because the design of the research was descriptive and field. The study showed results in a positive way, the people surveyed showed a high interest in what the magazines are and they supported the idea of creating one.

Keywords: Industry, innovation, Fashion, production, reply, magazine, trends, viability.

¹Estudiante de tecnología en Diseño de Moda FESC. ec_mendez@fesc.edu.co

²Estudiante de tecnología en Diseño de Moda FESC. mp.pena@fesc.edu.co

³Estudiante de tecnología en Diseño de Moda FESC. am.fellner@fesc.edu.co

⁴Docente. ay_arias@fesc.edu.co

1. Introducción

Este proyecto de investigación se centra en resolver una necesidad del ser humano, como lo es la invención de un medio de comunicación llamado revista en la ciudad de Cúcuta- Norte de Santander, es decir que viable y productivo podría ser esta creación de este mecanismo para la sociedad. Este contiene lectura informativa en el campo de la moda, los aspectos más relevantes y de interés para aquellas personas involucradas en el diseño, e incluso para aquellos apasionados de este sector que se interesen por la influencia que acapara cada detalle, textura y color bajo un contenido determinado (Cámara de Comercio de Cúcuta, 2014).

La importancia en la ejecución de este proyecto se ha consolidado por la repercusión que tiene el sector moda en el mundo y en la ciudad. Muchas personas que se consideran emprendedores, en la mayoría de ocasiones han estado formadas de ideas vagas y simplemente se dejan llevar por la intuición y aspectos muy generales sin preparación previa o investigación alguna del producto final. De esta manera es como se perciben las debilidades en este campo y se abre paso a la oportunidad de mejorar y ampliar el conocimiento, para reforzar aquellas falencias con un soporte válido y seguro, que sea de fácil acceso y que genere una cultura más proactiva, amante del intercambio de información que parta de una base sólida transmitiendo veracidad, credibilidad y un contenido apropiado. De esta manera la revista puede ser de gran ayuda para todo tipo persona, desde el más experto que quiere enriquecer sus saberes por una fuente real, como de aquel novato inseguro, que pueda sentirse plenamente confiado, aportándole a la innovación y de la misma manera estar atraída por cada contenido que conforma la estructura de la revista (Paperblog, 2015).

La metodología empleada en este proyecto es de enfoque cuantitativo, ya que se obtienen datos

estadísticos, en donde se realizan a una muestra específica de población que son personas involucradas en el mundo de la moda o amantes de esta. Por medio de la técnica de la encuesta, el segmento tendrá una serie de opciones para elegir y sacar una conclusión final sobre la viabilidad o la demanda que tiene este medio para el segmento cucuteño. Las limitaciones que fueron notorias en esta investigación, fue al momento de encuestar a los empresarios, ya que cuentan con poco tiempo disponible y también al momento de solventar económicamente la producción y edición de la revista, debido a que no se cuenta con todo el capital suficiente.

La finalidad de esta investigación es determinar si es viable la creación de la revista enfocada al sector moda, ofreciendo un medio seguro, eficiente y confiable para la sociedad, la cual puede ser de gran utilidad para las personas amantes de la moda o que viven en este campo. Se percibe que Cúcuta es una ciudad líder en producción de réplicas y no de innovación. La idea es invitar o incentivar al emprendimiento de calidad, a que las personas aprendan que cada tela, color, textura, tendencias, tiene un hilo conductual o razón de ser y que siempre debe haber una información previa ya sea para hacer un producto realidad o llevarlo puesto, con un peso y seguridad suficiente mas no por una idea vana y pasajera.

Finalmente, la conclusión que se puede dar de esta investigación es positiva, la gente siente la necesidad de la creación de esta herramienta de información, debido a que no hay una enfocada a esto en su totalidad, quieren tener conocimientos plenos y confiables que puedan servir como instrumento guía ya que actualmente se presenta escases de información a la hora de crear o presentar un producto final.

La presente investigación está organizada de la siguiente manera: inicia con una breve introducción; seguido del problema abordado, los objetivos trazados, la justificación y el diseño meto-

dológico; seguidamente, se exponen los marcos o los principios a tener en cuenta junto con el presupuesto, se analizan los resultados obtenidos; y por último se presentan las conclusiones en donde todo está regido por un cronograma de actividades planteado en este proyecto.

2. Metodología

Esta investigación es de enfoque cuantitativo, ya que se obtienen datos estadísticos tomados de un segmento de personas determinado al principio de la investigación, de esta manera los pasos deben tener una secuencia que conlleven al objetivo en común, para que la información sea concreta y de gran utilidad reflejando un soporte técnico y al mismo tiempo puedan ser comprobados respondiendo a una problemática ya establecida. Esta investigación utiliza un tipo de estudio exploratorio y descriptivo. Es exploratorio porque pretende examinar la viabilidad que tiene la creación de una revista, es decir es el primer paso que el investigador realiza sobre la muestra, con el objetivo de conocer las características y aspectos más importantes que conlleva a un estudio aproximado por medio de cálculos estadísticos y observaciones. Por último, también es un tipo de estudio descriptivo, porque pretende identificar la viabilidad de la revista, teniendo presente las distintas variables, aspectos desconocidos, la importancia, la recolección de la información; que conllevan a mostrar resultados concretos y completos de esta investigación, especificando rasgos relevantes y en lo que puede contribuir la creación de este medio para la sociedad.

3. Resultados y discusión

Primera fase

Según una encuesta realizada a través de la página de internet 20minutos.es. arrojó que la revista con más relevancia y la más leída en el mundo es la revista Vogue que se edita en múltiples países; seguida por ELLE una revista mundial que se enfo-

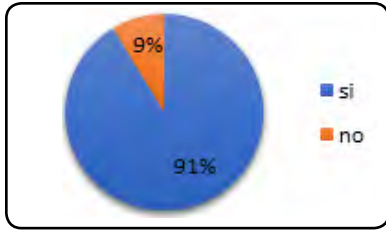
ca en moda, belleza, salud y entretenimiento dirigida a mujeres; en tercer lugar, está la revista Cosmopolitan que ha sido publicada por más de un siglo, también es conocida como Cosmo. Seguida esta Glamour una revista que en la actualidad es publicada en numerosos países, incluyendo el Reino Unido, Estados Unidos, Francia, Alemania, España, Rusia, Grecia, Polonia, Sudáfrica, Hungría, México, Rumania y los Países Bajos, además de una versión en español en Latinoamérica (Cámara Industrial Argentina de la Indumentaria, 2015). Con lo anterior se puede ver que existe gran variedad de revistas de moda que tienen un gran flujo de venta e interés. Como las anteriores existen otras revistas enfocadas a la moda y a otros artículos relacionados, como el día a día de famosos que para mucha gente es interesante (Ellashablan, 2016).

Según esto, se recalca lo ya dicho en los antecedentes del presente trabajo en el cual se hace una recopilación de cada una de las importantes revistas de moda y se nota la falta de estas en el país, ya que solo existe una, la cual tiene gran flujo de lectores, es decir colombianos y extranjeros interesados en este mundo y comprando y/o suscribiéndose a revistas de ámbito internacional, donde dan poca información de lo que pasa actualmente en el sector moda en nuestro país, empresarios, blogueros, diseñadores estudiantes y demás personas interesadas en conocer pero con una escases de material informativo y de fácil acceso, de esto surge la idea y necesidad de crear una revista de moda local la cual informe tanto a los empresarios y productores como a los consumidores.

Segunda fase

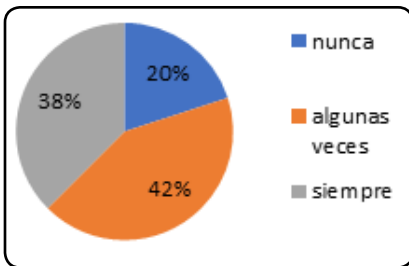
Según el estudio de mercado realizado por medio de las encuestas arroja los siguientes resultados.

1. ¿Le gusta las revistas de moda y tendencias?



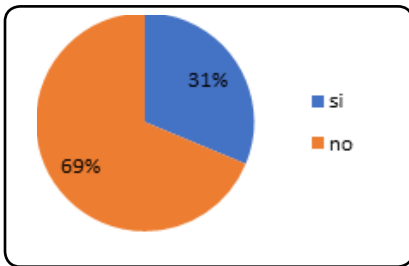
Gráfica 1. Gustos en revistas de moda
Fuente: Elaboración propia.

2. ¿Qué tan seguido compra revistas de moda?



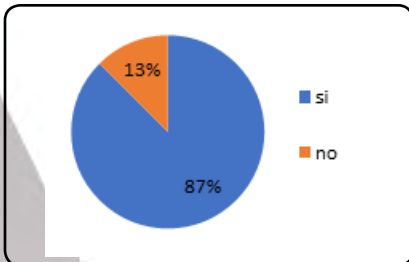
Gráfica 2. Frecuencia de compra de revistas de moda
Fuente: Elaboración propia.

3. ¿Esta suscrito en alguna revista de moda?



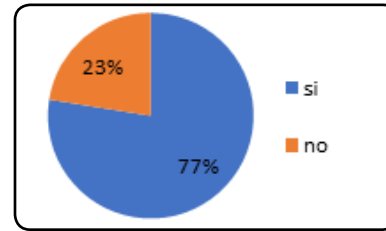
Gráfica 3. Suscripción en revistas de moda
Fuente: Elaboración propia.

4. ¿Apoyaría la creación de una revista enfocada en la investigación de modas en cucuta?



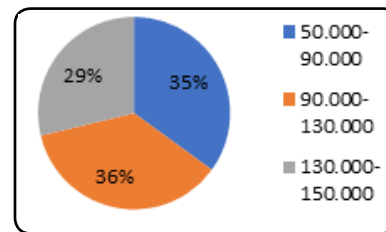
Gráfica 4. Apoyo en la creación de una revista de moda
Fuente: Elaboración propia.

5. ¿Le gustaría tener la oportunidad de suscribirse en una revista de moda?



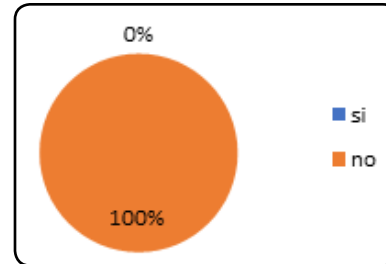
Gráfica 5. Oportunidad de suscribirse en una revista de moda
Fuente: Elaboración propia.

6. ¿Cuanto estaría dispuesto a pagar por una suscripción en la revista anualmente?



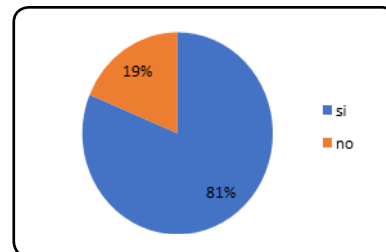
Gráfica 6. Costo de suscripción
Fuente: Elaboración propia.

7. ¿Sabe de alguna revista de moda Local?



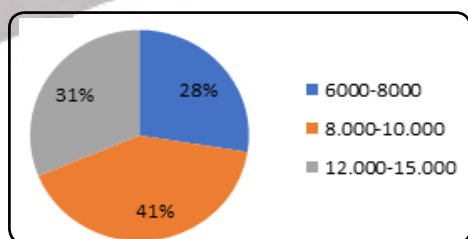
Gráfica 7. Conoce de alguna revista de moda local
Fuente: Elaboración propia.

8. Compraría una revista solamente enfocada en el sector moda, como tendencias, influencias, figurines, tips importantes...



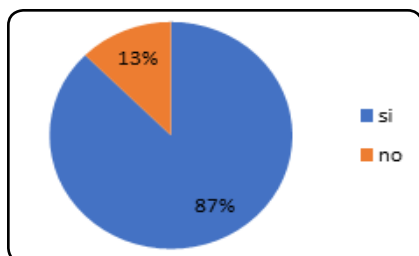
Gráfica 8. Compraría una revista de moda
Fuente: Elaboración propia.

9. Cuanto pagaría por una revista en modo fisico?



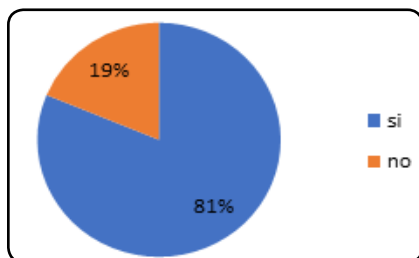
Gráfica 9. Cuanto pagaría por una revista de moda
Fuente: Elaboración propia.

10. Le gusta estar actualizado en el mundo de la moda?



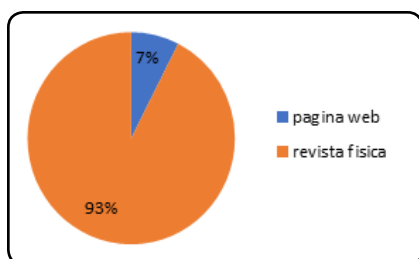
Gráfica 10. Le gusta estar actualizado en el mundo de la moda
Fuente: Elaboración propia.

11. Cree que la revista de moda y tendencias, tendría algún impacto en la sociedad?



Gráfica 11. La revista de moda tendrá un impacto en la sociedad
Fuente: Elaboración propia.

12. De que manera le parece mas comodo leer una revista?



Gráfica 12. Formato de revista
Fuente: Elaboración propia.

Respecto a lo anterior planteado se puede determinar que los resultados son positivos, a favor de la creación de una revista de moda en la ciudad de Cúcuta- Norte de Santander ya que al aplicarle las encuestas al mercado objetivo. Se preguntó por qué la importancia y se indica la escasa información sobre todo lo relacionado con moda y el mundo que lo relaciona como lo son las tendencias que deberían tener una gran influencia en sector, para así romper con el paradigma de que sea una ciudad maquila, carecida de innovación, para que así sus individuos den terminación correcta de sus marcas propias y el auténtico conocimiento que la industria requiere pasa su avance continuo, tanto para la sociedad como para las personas que están empezando a incursionar en la moda, ya que serán los futuros profesionales con el fin de que tenga la formación completa y correcta de su entorno.

Se habla de un mercado técnico o mercadotecnia como el proceso social y administrativo por el que los grupos e individuos satisfacen sus necesidades al crear e intercambiar bienes y servicios, con esto se hace referencia a que muchas veces en la ciudad de Cúcuta los empresarios del sector moda se centran en satisfacer necesidades sin importar que esta creación que realizan no tenga ningún proceso creativo sino sea una simple replica más económica y asequible para quienes lo buscan. Esto se hizo con respecto a un trabajo de campo realizado en las vitrinas de la ciudad donde se pudo notar una igualdad de prendas en diferentes almacenes que no son de una cadena en común.

Seguidamente se puede notar que el mercado operacional en este caso es la elaboración de prendas, calzado o accesorios a corto plazo, y con eso se identifica la ciudad ya que existe un proceso de producción muy rápido gracias a las fábricas que se encuentran en Cúcuta y sus alrededores, por esta rápida producción que hay es que se denomina ciudad maquila, ya que es capaz de generar y surtir a la ciudad y a diferentes ciudades del país en un periodo de corto tiempo.

Sobre la economía de este sector moda se hizo un análisis, ya que el comercio en la ciudad está “grave” esta expresión la usan muchos empresarios, los cuales trabajaban con el vecino país y hacían grandes exportaciones de sus productos, pero no ha decaído por completo gracias a que Cúcuta se dio a conocer como gran productora resaltando la parte de calzado y jean e hizo vínculos con ciudades grandes de Colombia como Medellín y Bogotá, dando así una nueva dirección y buscando expandir su comercio mas a nivel nacional y buscar nuevos aliados estratégicos en otros países como Brasil que se veía en una fábrica de jean local, para salir de la situación actual creada por el problema fronterizo. En este caso la revista serviría para impulsar las empresas locales, dándolas a conocer a nivel nacional y que se creen negocios viables, y a mediano o largo plazo dar a conocer las empresas nacionales a nivel internacional generando así que todo el comercio del país se extienda de manera sólida.

Tercera fase

Implementar estrategia para captar un nuevo público, con esto se hace referencia a generar un interés enfocado hacia un público diferente al sector moda, es decir personas del común con otros intereses que priman en su cotidianidad, pero que de igual manera se interese y se informe sobre la moda y su constante cambio, para esto se haría estrategias de publicidad en redes sociales que hoy en día son usadas por una gran parte del mundo y ofrecen la posibilidad de hacer publicidad por bajo costo las principales son Instagram y Facebook, en las cuales se expondría lo interesante que podría ser para ellos la revista y los puntos clave que cualquier persona debe saber a la hora de vestir, consejos de cómo llevar esas prendas que todos tienen pero que por lo general no usan, también informarlos sobre cómo se deben vestir para cada ocasión y hacerlos reconocerse a sí mismo su tipo de cuerpo y rostro y transmitirles ideas que ayuden en su presentación personal diaria esto se haría con

imágenes explicativas digitales sobre el contenido y se coloca un link directo donde podrán conocer más a fondo los temas de la revista y podrán hacer aportes sobre qué es lo que más les gustaría para así poder estar en contacto con el público en general, es decir el público objetivo del sector moda y el público que se quiera vincular con este proyecto.

4. Conclusiones

Según lo analizado en este proyecto se puede deducir que no existe una revista informativa en el sector moda. Por lo tanto se aplicaron unas encuestas con una variedad de preguntas acerca del impacto que puede tener este proyecto, y se notó por medio de los resultados que las revistas tienen una gran influencia en la sociedad, ya que dichos, resultados se dieron de manera positiva, estas personas demostraron un alto interés en lo que son la revistas y apoyaron la idea de la creación de una, que se indaga por la falta de conocimiento en la parte investigativa que abarca el sector moda, además de ver la necesidad de innovación en la ciudad de Cúcuta.

Por medio de este objetivo planteado y el trabajo de campo realizado por las vitrinas, se puede concluir que las industrias de moda, no ofrecen ninguna propuesta innovadora, por ende se puede notar que todos estos empresarios siguen haciendo réplicas de manera continua y tomando como objetivo vender por lo económico y no por la calidad, que conlleva a un proceso de innovación rápido y sin parte investigativa.

La estrategia que se planteó en este plan se hizo con la intención de capturar un nuevo público no objetivo que por medio de propagandas pagas de bajo costo en Instagram y Facebook. Estas se hacen para todo su público, por lo tanto cualquier persona que esté involucrada en estas redes sociales de manera alternativa, tendría la oportunidad de saber y ver la publicidad de la revista, sin la necesidad de seguir nuestras cuentas.

Este nuevo plan se ejecutó con una intención de que esta localidad y su sociedad crezca día a día, asimismo se observó que existe una problemática acerca de la desinformación en lo que se relaciona con las influencias, el comportamiento y las novedades de la moda por escasos medios que instruyan sobre el tema mencionado, de esta manera, sus pobladores se basan en lo mismo y no hay creatividad alguna.

Por ello se quiso dar la propuesta de un medio impreso que informe mensualmente la relevancia o importancia de este mundo, su exploración y la razón de cada tendencia, que esas personas que están en el sector posean el conocimiento necesario y suficiente de la parte investigativa con el fin de evitar el duplicado de modelos que se popularizan en el ámbito sin ningún juicio verdadero. La parte grata de este proyecto fue que se manifestó el verdadero propósito de manera positiva gracias a sus resultados, que verificaron la importancia, y la aceptación de la revista con énfasis en la parte investigativa de modas.

5. Referencias

Cámara de Comercio de Cúcuta. (2014). Documento de Clúster. Iniciativa El Norte de la Moda. Recuperado de <http://www.datacucuta.com/PDF/publicaciones-externas/CLUSTER/NORTE%20DE%20LA%20MODA/DOCUMENTO%20DEL%20CLUSTER.pdf>

Cámara Industrial Argentina de la Indumentaria. (2015). La historia de Vogue: la revista de moda y estilo más relevante del mundo. *Ciudad Autónoma de Buenos Aires Moda*. Recuperado de <http://www.ciaindumentaria.com.ar/plataforma/la-historia-de-vogue-la-revista-de-moda-y-estilo-mas-relevante-del-mundo/>

Paperblog. (2015). El origen de las revistas de moda. Recuperado de <http://es.paperblog.com/el-origen-de-las-revistas-de-moda-3255132/>

Ellashablan. (2016). Las 7 mejores revistas de moda femeninas. Recuperado de <https://ellashablan.com/mejores-revistas-de-moda-femeninas/>

VisteLaCalle. (2010). El origen de la "Moda" y su soporte en papel: las revistas. *VisteLaCalle*. Recuperado de <http://vistelacalle.com/21554/el-origen-de-la-moda-y-su-soporte-en-papel-las-revistas/>