

MARIANA CASTRO SANSÓN.

IMPACTO Covid-19 MUNDIAL.

Este a sido un tiempo de tribulación y mucha reflexión para el ser humano actual. Después de muchas noches de desvelo, he llegado a algunas conclusiones:

Pretendemos adoptar la idea más confortable y cómoda con respecto a esta crisis sanitaria mundial llamada pandemia, queremos pensar que en los siguientes días todo se normalizará y volveremos a nuestras vidas de antes, ¿Pero qué tal si no es así? ¿Qué pasará si nuestras vidas y nuestras profesiones cambian radicalmente? ¿Hemos siquiera pensado en esa posibilidad?

El ser humano siempre está en la búsqueda de su estabilidad, suele conformarse y atrincherarse en su zona de confort. Lo conocido es lo más cómodo. Salir de ese espacio es un riesgo que pocos quieren tomar por una simple razón; es salir de esa área segura para entrar en un espacio llamado, vulnerabilidad, en el cual el ser humano no se siente cómodo. Sin embargo, lastimosamente esa es la zona donde actualmente nos encontramos como raza humana.

Se vive cada día con la incertidumbre de no saber qué sucederá con la salud y estabilidad de los seres queridos, con la economía personal y global, la duda de cómo cambiará el día a día de la vida como se conoce hasta ahora. Por qué está claro que se estaba viviendo de forma equivocada, necesitábamos ser más conscientes de nuestro entorno y del mal uso que le se le da al planeta. Ahora dependemos totalmente de una herramienta llamada “internet”, ahora el mundo solo depende de esa conectividad que siempre acerco a quienes estaban lejos y alejó a quien estaba cerca, es más, se vivía sin ser consciente de eso, y cada vez alejaba más al hombre de su ser.

No se percibía el cambio del entorno a pasos agigantados. Por un lapso de tiempo fue olvidado ese instinto innato que llevamos los seres humanos llamado “adaptabilidad”, el instinto que nos impulsa a razonar, entender y transformar nuestros problemas en algo positivo y convertirlo en algo llamado “supervivencia “. Es necesario un golpe en seco para recordar la habilidad que el ser humano había olvidado.

El mundo no está en pausa, solo se está redireccionando, está recuperando el sentido original, está recuperando costumbres perdidas que alimentaban el ser y no el ego. Es una oportunidad de retomar el camino original, que en algún punto se perdió sin avisar.

El humano convirtió el mundo en un mundo moderno, lleno de excentricidades banales que no aportaban nada al ser. Esa competencia desenfrenada por tener reconocimiento, fama, dinero o alguna otra satisfacción mundana innecesaria a consta de cualquier limite o principio que realmente eran la esencia del ser humano.

Hasta hace 4 semanas se había olvidado el placer de sentarnos en un café, con grata compañía a disfrutar de una buena conversación, por el simple hecho de que algún celular interrumpiría esa calma y esa paz, recordándonos algún afán estúpido y superficial para cortar ese momento sublime. Ese mismo celular es por el que hoy se le dice a un ser querido, cuanto se anela compartir 5 minutos con ellos, sentados en cualquier esquina, sin guantes, sin tapabocas, sin el temor de un abrazo, el temor de ser tocados y convertirnos en contagiados o portadores de ese bicho llamado virus.

Es contradictorio cómo está pandemia empobrece económicamente y enriquece en lo personal e intangible, nuevamente y lo más seguro forzados, las familias están sentadas juntas, completas, compartiendo lo mucho o poco que ahí en sus mesas, pero unidas.

Además, el gobierno enuncia como dice Pilar Gonzalez hoy jueves 2 de abril, en su artículo matutino

“la idea de una ciencia objetiva políticamente neutra, sobre la cual se funda la legitimidad social de la acción pública en aras del bien común, está en crisis “

Se evidenció cómo el gobierno chino escondió a sus habitantes y al resto del mundo, la gran crisis que se vivía por el COVID-19, lo cual causó el fallecimiento de muchos ciudadanos y la noticia fue viral principalmente por las redes sociales. Es probable que el gobierno quisiera evitar el pánico colectivo, sin embargo, esto fue imposible, ya que se difundieron videos donde se evidenciaba cómo se apilaban cadáveres de personas infectadas, viralizándose por el resto del mundo. Sin embargo, los gobiernos de otros países veían lejana la llegada del virus a sus fronteras y no tomaron medidas preventivas si no hasta que el virus ya había incubado en varios de sus residentes. Fue una medida social más que política. La decisión de una tendencia #quedateencasa, donde con ese hastak se pide a la gente conciencia de no seguir expandiendo el virus para pronto terminar con este amargo periodo. Dicho esto, se debe estar pensando que no todas las personas tienen acceso a una red social o un celular donde leer la noticia de la invasión de un nuevo virus que ha afectado al mundo en su totalidad y posiblemente muchos de ellos no tengan un hospital al cual acudir en busca de ayuda y tratamiento oportuno.

Los gobiernos en su mayoría están dando subsidios y ayudas económicas a la población más vulnerable para así fomentar el cuidado en casa y bajar así el índice de muerte por hambre y escasez, pero a sabiendas que no hay un tiempo estipulado para la permanencia del virus en su población, muchos países van a verse extremadamente afectados en su estructura económica. Hasta ahora en países como los EUA no se tiene una fecha límite para la cuarentena y en países como Colombia se busca extenderla hasta Mayo, pero por lo que dice un artículo del INFOBAE escrito por Pilar González, se dice que el virus no tiene una fecha límite de estadía.

“Es probable entonces que el nuevo Coronavirus sea parte de nuestras vidas durante al menos un año, si no más. Esto como un consenso de la salud pública que aún espera por la vacuna. Si la cuarentena funciona, la pandemia podría disminuir lo suficiente como para que las cosas vuelvan a una apariencia de normalidad”

Sin embargo, cómo se mencionaba antes, no es cuestión de quedarse en casa con las manos cruzadas, si no de incursionar en mercados que se van a potencializar durante la crisis, cómo implementos deportivos, implementos de salud y elementos para mejorar la calidad de vida que se presenta ahora. Los productos de lujos y excentricidades que venían dominando el comercio, pasarán a un segundo y tercer plano, por su inutilidad actual.

En el área de la moda es importante dirigir la mirada hacia productos de valor emocional y prácticos, más que a productos elitistas superficiales e inservibles, en el cual no solo se obtenga una satisfacción banal, sino un beneficio real y útil además de poder brindar participación en su producción a la población mayormente afectada por esta pandemia

Por el momento no se tiene una cura, ni una vacuna contra el virus que se traduzca en el final de la mega crisis, sin embargo, todos los países están tomando medidas sanitarias que conducen a desarrollar la vida y el trabajo a través de plataformas virtuales para evitar el contacto físico con los demás y minimizar los contagios. La invitación es a dirigir las capacidades en el desarrollo de plataformas digitales que faciliten la agilidad en la producción y prestación de servicios. Básicamente a reinventar bajo las nuevas condiciones de vida que ofrece no muy amablemente nuestro entorno inmediato.

PROYECTO RESTRUCTURADO DESPUES DEL IMPACTO COVID-19

Mariana Castro San

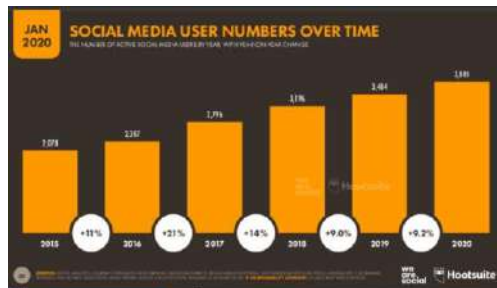
Es un proyecto brindaré un servicio de gestionamiento en el desarrollo, la logística y la experiencia de marcas nuevas o ya consolidadas en el mercado. Para contextualizarlo un poco les cuento de donde surge mi proyecto, hace aproximadamente 9 meses funde un taller de confección ubicado en medellin, donde me encargaba de dirigir la produccion del patronaje y confección, ademas asesoraba a las marcas sobre la tela e insumos que mejor quedaban con las prendas, al finalizar el trabajo, les entregaba una ficha técnica especificando el trabajo que se le había hecho en confección y los moldes para futuras producciones, y detrás de ese buen trabajo en su mayoría quedaba con el contacto de esas personas las cuales me pedían asesoría para mover sus marcas en redes sociales . En el transcurso de mi vida me he inclinado por dar contenido las redes, me he educado acerca del logaritmos de redes sociales. por ser un tema en el que me desenvuelvo muy bien y me apasiona, uno mis dos profesiones y decido seguir con las asesorías por medios digitales de una plataforma virtual con un dominio de pagina, llamado www.marianacastrosan.con. Si entran a este, podrán conocer mis diseños y el trabajo que he desarrollado a travez de mi carrera, ademas, de ingresar a conversaciones online conmigo desde cualquier parte del mundo.

Es un acompañamiento virtual en el proceso de creación o evolución de su marca, entendiendo su necesidad para conceptualizar su proyecto de moda y más que solo un prenda, regalar al consumidor un valor de marca, una experiencia y sin duda, recordación. Debido a que estamos en un entorno de cambio contante y actualmente en aislamiento social es la oportunidad para cambiar mi oficina física por una virtual, con la ventaja de llegar a más consumidores de una forma más eficiente.

Como decía antes, veo esto como una gran oportunidad para seguir creciendo una industria muy potente, y yo como diseñadora ayudar a comunicar la identidad de una marca a un público específico en un mundo de diversidad.

Ahora, si vamos a hablar de la problemática 2020 tenemos en cuenta que es un tema que nos afecta a todos, y rápidamente debemos buscar la forma de innovar en el mercado desde el área donde nos desenvolvemos

Por medio de estudios podemos ver el crecimiento en el uso de medios virtuales para la comunicación y adquisición tanto de productos como de servicios. En los tres primeros meses del año vemos cómo experimenta, un crecimiento nunca antes visto, lo confirma Enrique Duarte en su Columna de T21mx. Y en la tabla de hootsuite cómo crece un 9.2% del uso de medios digitales.



Tanto para mi como para el cliente y sus consumidores es óptimo el desarrollo de un espacio virtual al cual acceder con internet desde un dispositivo móvil o un computador.

Al tener un dominio de página se obtiene credibilidad y confiabilidad, además, de que tengo la oportunidad de promocionarla y de aumentar la visibilidad de esta por google u otros buscadores.

Busco no solo asistir a marcas en el área de desarrollo sino también en el área de logística y comunicación, pues bien, con un servicio de 1 hora semanal por 5 semanas, se programarán las sesiones teniendo en cuenta la disponibilidad tanto de cliente como del asesor.

En primera instancia se busca conocer al cliente, tanto su entorno como el entorno del consumidor al que quiere llegar con su producto y marca, para construir una estrategia efectiva para su consumo, entendiendo sus necesidades y recreando vestibilidades y diseños auténticos.

El enfoque será: el estudio de tendencias actuales y a futuro, el textil apropiado para la prenda, teniendo en cuenta la caída de la tela por su calibre y textura. Los diseños que deben ser acordes al propósito e identidad de la marca. Es importante un logo que hable por sí solo acerca de la identidad de la marca. Al igual que una carta de color coherente. Y un factor muy importante en esta época que es el posicionamiento en redes sociales, y por último darle el toque de las marquillas y etiquetas para terminar de darle la identidad a la marca. Y lo más importante, el posicionamiento de una marca resiliente. analizando estrategias de marketing digital para potencializar sus ventas online. usando herramientas para llegar al consumidor teniendo en cuenta la emocionalidad, la necesidad y la identificación del cliente con la marca. Post y story en Instagram y Facebook que podrán diseñar por medio de 3 simples aplicaciones.

Conclusion: Mi valor como marca es acercar al cliente a la materialización de una idea por medio de prendas.

MARIANA CASTRO SAN.
Asesora en desarrollo de Marca



T



Busca entender a sus consumidores por medio de una asesoría física o virtual para los clientes asociados al mundo de la moda donde se analizan valores para llegar a un producto innovador, cumpliendo con las expectativas de los clientes.

ASESORÍA PERSONAL

STYLE

Materializando TUS PRENDAS

MARCA COMERCIAL

YASS

MARIANA CASTRO SAN.

La metodología de Mariana se basa en el entendimiento de la necesidad de los clientes y materializar los sueños de las personas en una prenda.

FÍSICA Ó VIRTUAL

REF.



Diseñadora
modista de la
marca BETA,
Origen de
Colombia.

Frida Giannini



¿QUÉ PASA SI NO SE LE ENTIENDE EL LENGUAJE DE LA MODA?
¿QUÉ PASA SI NO SE LE ENTIENDE EL LENGUAJE DE LA MODA?



Asesora de la línea prêt-à-porter de la marca Prada. En el año 2007 diseñó el primer bolso de la línea de bolsos. Desde entonces se convirtió en todas las líneas de accesorios y en el 2009 fue nombrada asesora creativa de la línea femenina de la marca. Con ella se creó el primer bolso de la línea de bolsos. Con ella se creó el primer bolso de la línea de bolsos. Con ella se creó el primer bolso de la línea de bolsos.

¿QUÉ PASA SI NO SE LE ENTIENDE EL LENGUAJE DE LA MODA?



FASHION DESIGN

COMUNICACIÓN

IDEAS

