

Fashion Marketing Talks: el arte de vender, tres visiones un estilo

Jobss Esteban Fajardo Mideros
Profesor de Mercadeo
Universidad Mariana

María Camila Cuero Mideros
Juan Camilo Rosero Escobedo
Juan Camilo Andrade Ordoñez

Estudiantes de Administración de Negocios Internacionales
Universidad Mariana

El día 21 de noviembre del presente año se llevó a cabo Fashion Marketing Talks en la Universidad Mariana, evento que logró reunir a estudiantes, docentes y diseñadores de la región con un objetivo mutuo: profundizar en la experiencia de la moda y el *marketing* desde el contexto nariñense. La diseñadora Claudia Guerrero fue la encargada de dar inicio a esta actividad, compartiendo conocimientos y vivencias propias. Desde el comienzo de su intervención, quedó claro su dominio del área y sus 28 años de experiencia; su trayectoria en el diseño se ha caracterizado por la creatividad y la innovación, evidenciada en su elección de mostrar al mundo sus creaciones a través de su propia imagen como ventana para lo que posteriormente sería la marca Claudia Guerrero. Además, la decisión de tener una empresa homónima implica innovación junto con la gran responsabilidad de usar su nombre como marca.

Entre las múltiples ideas que compartió, destacó la capacidad de adaptación a los cambios tanto en el mundo de la moda como en las tendencias del mercado y en el devenir diario de la sociedad. Dada la naturaleza académica del conversatorio, estas ideas resultan de vital importancia para quienes, dentro de su formación académica, consideran el *marketing* como un área interdisciplinaria dentro de cualquier tipo de organización. Estos ejemplos muestran cómo las diferentes estrategias han permitido a las empresas posicionarse en mercados regionales, nacionales e internacionales.

La tarde se tiñó de colores, cultura y orgullo propio de la mano del diseñador Francisco Sepúlveda, quien ha conseguido, de manera magistral, fusionar la necesidad de adaptarse a lo nuevo con la belleza de abrazar las raíces y la tradición. Su marca XZAE representa a Nariño en el mundo actual y ha permitido que personas de distintos países se acerquen a la cultura del sur de Colombia simplemente al usar sus prendas. Además, la sostenibilidad y el respeto por la naturaleza están presentes en cada diseño, utilizando materiales y técnicas amigables con el planeta; los diseños siempre están inspirados en los animales. Tras la intervención de Francisco, quedó claro que tener una idea de negocio clara y completa, así como contar con un equipo multidisciplinario, marca totalmente la diferencia al momento de emprender. Por otra parte, tener una idea

clara y una identidad definida son factores determinantes para lograr el éxito de una marca.

El último diseñador, Juan Carlos Cañón, cumplió cabalmente con la expresión “cerrar con broche de oro”. Ofreció una perspectiva distinta de lo que puede ser la moda nariñense; sus creaciones reflejan el lujo y la atención al detalle, llevando la elegancia y la belleza a otro nivel. Su intervención dejó claro que la alta costura está presente en el departamento. Uno de los factores que sin duda han consolidado el éxito de Juan Carlos es el hecho de que enfoca gran parte de sus esfuerzos en ofrecer una experiencia única a sus clientes, donde la exclusividad es la norma, conduciendo a quienes usan sus prendas a la idea de que no es solo ropa, sino belleza plasmada en su confección.

Tras las intervenciones de los tres diseñadores, varias impresiones se hacen notar. Por un lado, resulta llamativo ver la diversidad de ideas que puede inspirar la moda en cada individuo y cómo, en cada persona, las creaciones reflejan su forma de ver la vida y su esencia. Sin embargo, lo que más llamó la atención fue ver cómo cada uno de los diseñadores ha tenido un contexto distinto y, por ende, una historia diferente que contar, pero a pesar de esto, han encontrado en el mercado personas de todo el mundo que empatizan con su experiencia y que encuentran en cada una de las marcas un reflejo de lo que ellos mismos quieren transmitir.

También hubo tiempo para interactuar con el público y resolver sus dudas sobre temas como la segmentación de clientes, el posicionamiento de marca y la ventaja diferencial. Al cierre de la intervención, cada uno de los diseñadores presentó un desfile muestra de su colección actual. Se contó con la participación especial de los diseñadores, cuyos creativos atuendos, que combinaban referencias étnicas andinas con cortes y texturas contemporáneas, fueron exhibidos por estudiantes del programa de Mercadeo de la Universidad Mariana, quienes desfilaron en el auditorio San José de esta institución. Entre cada bloque de modelaje, los asistentes conocieron de voz de sus propios creadores los desafíos, estrategias y sacrificios que han enfrentado para consolidar su marca.

Finalmente, se reconoce el invaluable aporte de la Universidad Mariana de Pasto para hacer realidad este inspirador encuentro, demostrando así su compromiso con la promoción del talento local. Un agradecimiento especial merece el programa de Mercadeo y su director Andrés Fernando Andrade Santander, por conceptualizar y coordinar magistralmente todos los aspectos de este evento, que sin duda motivó y entusiasmó a los futuros profesionales de Mercadeo. También, se reconoce el respaldo del equipo de trabajo de los docentes organizadores del conversatorio titulado “Fashion Marketing Talks”, a saber: Mag. Ángela Patricia Herrera Luna, Mag. Angélica Isabel Pantoja Muñoz, Mag. Jobss Esteban Fajardo Mideros y demás docentes del programa de Mercadeo, así como al personal administrativo de esta institución, que una vez más demostraron su capacidad para organizar actividades de gran impacto que enriquecen la experiencia formativa desde una perspectiva práctica y con una visión orientada al emprendimiento.

Figura 1

Desfile



Fuente: Archivo institucional Universidad Mariana, dependencia Mercadeo y Comunicaciones (2023).

Figura 2

Equipo de trabajo organizador del evento



Fuente: Archivo institucional Universidad Mariana, dependencia Mercadeo y Comunicaciones (2023).