

TRABAJO DE GRADO

Revista digital Significant

María Fernanda Sabogal Rozo

Universidad Santo Tomas

Facultad de Comunicación Social

División de Ciencias Sociales

Comunicación Social para la paz

BOGOTÁ D.C

2023

TRABAJO DE GRADO

Revista digital Significant

María Fernanda Sabogal Rozo

https://scienti.minciencias.gov.co/cvlac/visualizador/generarCurriculoCv.do?cod_rh=00021

50853

Universidad Santo Tomas

Facultad de Comunicación Social

División de Ciencias Sociales

Comunicación Social para la paz

BOGOTÁ D.C

2023

Dedicatoria

La dedicatoria de este trabajo se extiende hasta el cielo para expresar mi absoluta gratitud a mi mamá Sarai, a mi abuela Olga y mi abuelo Cesar, ellos, que me impulsaron, apoyaron y amaron incondicionalmente hasta que nos despedimos.

A mi papá que ha sido mi amigo incondicional toda la carrera, quien me ha impulsado a seguir mis sueños y me ha motivado en los momentos en los que estuve a punto de rendirme.

Finalmente, a todos los educadores que hicieron parte de mi proceso y me transmitieron el amor por esta carrera.

Introducción

En la sociedad colombiana se le atribuye a la moda la categoría de irrelevante, superficial y trivial, se piensa que son simplemente prendas que cubren una necesidad básica y nos hace ver mejor. Al ser algo exclusivo del exterior se relega a algo ilusorio, una carta de presentación frente a los demás; es tomado como un reflejo de la vanidad y se ignora completamente que es lo opuesto. El hecho de quedarse solo en el aspecto estético debilita todo lo que la moda tiene por decirnos, esta es el reflejo de la cultura, la economía, el pensamiento e ideales de la sociedad en una época de la historia determinada, es incluso, una guía visual de los diferentes eventos históricos.

Un análisis de la forma de vestir de un periodo específico nos permite vincular fenómenos políticos, económicos y culturales, es una radiografía de los pensamientos, libertades y deseos sociales de aquellos que la portan.

La revista digital “Significant” pretende mostrar a sus consumidores la importancia de la moda en diferentes ámbitos como la distinción social, la inspección de significados de clase y de género, el desarrollo de la sociedad de consumo, una forma de manifestación del poder y finalmente la posibilidad de expresión de la identidad personal.

Adicional a esto, nace para responder a dos necesidades clave:

- La de un medio de moda independiente cuyo enfoque sea la forma en que las expresiones individuales y colectivas toman sentido dentro la sociedad y se reflejan a través de las prendas y los accesorios.

- Una plataforma en la que los emprendimientos de ropa, calzado, accesorios y maquillaje puedan hacer publicidad y atraigan nuevos clientes, además de apoyarlos con la creación de contenido.

Esta revista busca ser un espacio seguro y creativo en el que se cree una comunidad que aporte al desarrollo de la tolerancia y el respeto en la cultura colombiana haciéndole entender a los consumidores de la revista que todos somos libres de expresarnos y donde se rechaza cualquier tipo de estigmatización y estereotipos.

Por otro lado, este proyecto busca contribuir con la construcción de paz igualando las oportunidades de los pequeños empresarios en el mundo digital, esto, desde el servicio de creación de contenido y estrategias de difusión para aquellos que quieran pautar en la página web o en las redes sociales.

Título del proyecto

signi**FH**icant
Significant: significativa
FH: fashion

Justificación

La necesidad de comunicar las emociones, sensaciones, opiniones y pensamientos ha sido siempre parte de los seres humanos, en un principio se usaron elementos como señas, sonidos, pinturas y señales de humo, pero a medida que la información y la población iba creciendo y haciéndose más densa las formas de comunicarse también debían evolucionar y volverse mas efectivas.

El antecesor principal de la revista digital es la prensa, esta tuvo su origen en el Imperio Romano en el año 59 antes de Cristo y su hoja de noticias llamada *Alta diurna*, el siguiente en poner a circular un periódico fue el gobierno imperial chino en el año 713 y finalmente Europa quien aportó los avisos y publicaciones hechas a mano.

La imprenta dio paso a una revolución en la publicación de material escrito. Esto es de suma importancia pues permitió a los historiadores, investigadores y antropólogos tener un registro certero y cronológico de los diferentes sucesos evitando que la información se distorsione o se pierda a través de los años. Es fundamental conocer el pasado para construir el futuro sobre bases sólidas.

En cuanto a las primeras revistas publicadas se logra apreciar desde un principio un diferencial importante con respecto a los periódicos, estos, contenían principalmente contenido político, filosófico y religioso, mientras que las revistas se enfocaban en el entretenimiento con secciones como noticias, poemas e historietas; una de las primeras revistas de las que se tiene registro histórico es “The tatler” una revista originaria de la ciudad de Londres fundada por Richard Seel en 1709 en la que se publicaban chismes escuchados en los diferentes cafés de la ciudad. Aunque en la actualidad existen diferentes

formatos de revistas como las informativas o las de divulgación científica las que predominan son las que centran sus publicaciones en el entretenimiento. Se podría pensar que por tener contenido más informal son menos importantes que los periódicos cuyos anuncios eran oficiales o venían directamente del gobierno, sin embargo, la cotidianidad de una sociedad es el mejor reflejo del contexto.

La migración de lo físico a lo digital inicia en los 90 impulsado por varios factores como la llegada y el uso masivo del internet impulsando el consumo de información inmediata de fácil acceso. Si bien el formato era inicialmente tipo blog cumplía con su función y le permitía a los usuarios acceder a la información a cualquier hora del día desde la comodidad de su casa y tomó aún más fuerza cuando las editoriales notaron que los costos de producción disminuían, era más ecológico y un solo formato bastaba para miles de usuarios. Con el avance de la tecnología y las diferentes herramientas que esta ofrece como redes sociales y aplicaciones móviles este cambio ha logrado mantenerse y seguirá vigente por varios años más.

Otra de las ventajas de las revistas digitales es la gratuidad, favoreciendo la equidad en el acceso a la información generando un espacio de oportunidades de aprendizaje y ocio para cualquiera que tenga acceso a la red.

Fundamentación conceptual

- *Moda:* La RAE define la moda como el gusto colectivo y cambiante en lo relativo a prendas de vestir y complementos. Por otro lado, autores como Lipovetsky afirman que es una búsqueda de la novedad y una forma de venerar el presente que incide directamente en la identidad individual y colectiva. Es también un transmisor de información constante de lo social y lo personal, a través del vestuario se puede hacer juicios de valor. El historiador Hobsbawm afirma que la moda es lo más influyente para el entendimiento de los procesos culturales en relación con el poder, el conflicto y la alteración de la sociedad.
- *Medio alternativo:* Son aquellos medios opuestos a los medios masivos y generalmente nacen de una necesidad social, buscan impulsar la conciencia social y generar retroalimentación continua entre su audiencia. Su contenido es ajeno a los grupos de poder y es casi opuesto al elaborado por los medios tradicionales.
- *Radiografía social:* La Real Academia Española define la radiografía como una descripción detallada, al aplicarlo a este caso concreto podemos afirmar que se trata de una herramienta de análisis cuyas bases están en la investigación y la observación.
- *Estrategia digital:* Graciela Pérez define la estrategia digital como un plan para maximizar los beneficios comerciales de los activos de datos y las iniciativas centradas en la tecnología. Es además la aplicación de las tecnologías digitales a los modelos de negocios para formar nuevas capacidades diferenciadoras de negocio; se centra en el uso de la tecnología para mejorar el rendimiento empresarial, ya sea creando nuevos productos o reimaginando productos actuales.

- *Redes sociales:* Son una variedad de plataformas, aplicaciones y tecnologías que permiten a las personas interactuar socialmente con otro a través de la web donde se difunde contenido en función de la participación del usuario y el contenido generado por el mismo. Las usadas para esta estrategia serán: Instagram y Spotify
- *Página web:* Es un conjunto de información contenida en una dirección específica de Internet, a la que se accede mediante un navegador y que se construye usando lenguajes de programación. En otros términos, se entiende como página web al conjunto de información que un sitio web muestra en una pantalla, incluyendo a la totalidad de sus elementos (textos, imágenes, contenidos multimedia, entre otros).
- *Pauta publicitaria:* Medios digitales enfocados en publicidad definen la pauta publicitaria como un anuncio publicado en redes sociales o plataformas digitales que tiene como objetivo comunicar, impulsar un negocio y obtener visibilidad frente a un público determinado por periodo de tiempo específico.

Línea de investigación: *Narrativas, representaciones y tecnologías mediáticas*

Las narrativas relacionadas a la moda que se presentan en los diferentes medios masivos (redes sociales, televisión y radio) tienden a reforzar el concepto de que la moda es algo superficial, poco relevante y se ve más como una pretensión que como una expresión. Un claro ejemplo de esto son la mayoría de los portales de moda, se limitan a describir las prendas que se ven en las pasarelas, los vestidos que usan los famosos o decir lo que será o no tendencia los siguientes meses. Son escasos los medios que toman la moda como una expresión cultural, política, económica y social. Incluso, aquellos que lo hacen consideran que dos artículos o tres son suficientes.

La revista digital Significant pretende aportar desde esta línea investigativa y desde la comunicación un cambio en la narrativa actual que considera la moda como una simple necesidad o un lujo, replanteando en los consumidores la idea de que la moda es un reflejo social, esperando que logren ser más críticos con respecto a lo que consumen (contenido y prendas).

Además de lo anterior, este medio pretende ser un apoyo y una guía para los emprendedores que deseen incursionar en el mundo digital, se crearan estrategias de difusión, segmentación y contenido específicas para la necesidad de cada cliente.

Aporte a la paz

Esta revista digital pretende aportar a la paz desde diferentes ámbitos, en primer lugar, creando un espacio digital en el que se promueva el diálogo y la comprensión desde el respeto y la tolerancia y la comunidad que forme este medio se caracteriza por expresar sus perspectivas y el intercambio de ideas en temas relacionados a la paz y la mejora de la sociedad.

En segundo lugar, de contenido compartido en las diferentes plataformas de esta revista estará enfocado a la educación y sensibilización de los consumidores, si bien el contenido no será explícitamente relacionado a la paz conocer las diferentes culturas, de dónde vienen las prendas que usamos o nos han marcado a lo largo de nuestra vida e historias de personas influyentes en el campo de la moda crearán empatía entre la comunidad mejorando la mediación de conflictos y la disminución de la violencia. Sumado a esto la educación para la paz ayuda a la persona a entender de forma crítica la realidad compleja y conflictiva para luego situarse en ella y actuar de forma consciente.

Finalmente, este medio está comprometido con la promoción de la justicia social y el respeto a los derechos de todos los miembros y colaboradores de la comunidad, esta plataforma también estará abierta para denunciar casos de violencia, injusticia, discriminación o desigualdades sociales. Se promoverá además la igualdad de oportunidades frente a espacios publicitarios digitales.

Planteamiento estratégico

Objetivo general: Difundir información relacionada con la moda y su importancia antropológica, sociológica y cultural.

Objetivos específicos:

- Desarrollar contenidos de valor enfocados a la recuperación del valor de la moda.
- Promover el aprendizaje y consumo de contenido de calidad en redes sociales
- Generar un espacio publicitario apto para los emprendedores microempresarios del sector de la moda
- Diseñar herramientas digitales de expresión que motiven una cultura de paz y tolerancia

Misión: Ser la primera opción de los consumidores en el área de entretenimiento e información en moda aportando a la construcción de paz desde la resignificación de la moda y la difusión de información histórica de interés.

Visión: En 2026 ser reconocido como un medio de comunicación líder en el ámbito de la moda y la investigación en Colombia.

Valores Corporativos:

La revista digital Significant es un medio de comunicación comprometido con la veracidad de la información, el respeto por los consumidores y las fuentes. Es un espacio de construcción de paz desde la eliminación de estereotipos, juicios y cualquier acto de violencia cultural o verbal.

Transparencia: Se unirán esfuerzos hacia el logro de objetivos comunes, aumentando la confianza de los clientes, de esta forma creando espacios de participación ciudadana contribuyendo a la construcción de un mercado óptimo.

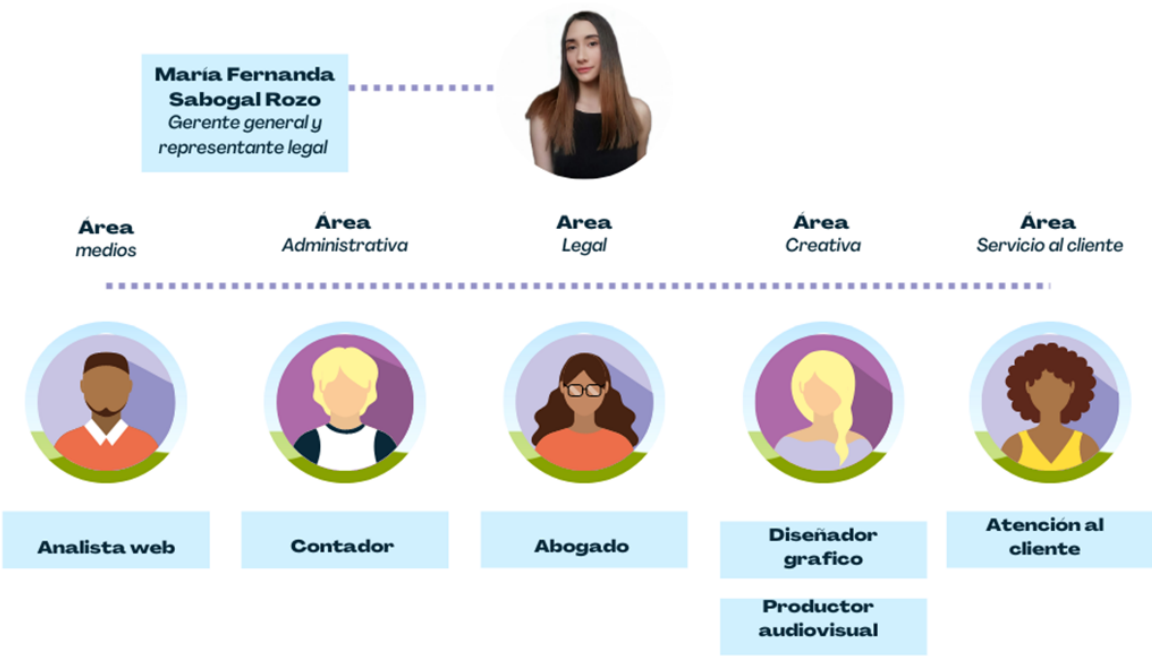
Integridad: Proceder y actuar con coherencia entre lo que se piensa, se dice y se hace cultivando el respeto a la verdad y la honestidad, estas prácticas con el fin de aprender de manera colectiva mejorando mutuamente y a la par de evolucionar la cultura.

Servicio: Gozamos y disfrutamos de nuestra labor por esto daremos respuesta a las necesidades de nuestros usuarios y colaboradores de forma amable, oportuna y efectiva sin sacrificar una cualidad en virtud de la otra.

Responsabilidad social: Este medio de comunicación siente un gran sentido de responsabilidad frente a la sociedad colombiana y al medio ambiente, es por esto por lo que las acciones y decisiones que se tomen serán en pro de estos dos factores. Además, este proyecto busca impactar de forma positiva dentro de los consumidores y apoyar el desarrollo económico de aquellos emprendedores que pauten en la página.

- Este espacio digital rechaza totalmente cualquier acto de discriminación, bien sea en comentarios directos o indirectos. No se permitirán actitudes racistas, xenófobas, homofóbicas o que hagan referencia al aspecto físico de los demás. Tampoco está de acuerdo con las muestras de desigualdad e inequidad de género.

Organigrama



Postura ética

La revista digital Significant nace de la necesidad de los usuarios de consumir contenido de valor, verídico y que aporte a la construcción de tejido social desde la investigación. Este proyecto está enfocado en darle valor a la moda partiendo de esta para hacer una radiografía social y cultural.

Las acciones que se realicen dentro de la empresa serán transparentes, guiadas por el respeto y estarán dentro del marco legal colombiano. Así mismo las relaciones con los diferentes involucrados como colaboradores, inversionistas, técnicos y fuentes serán funcionales y tolerantes.

El contenido publicado en la página (tanto el propio como las pautas que se realicen con terceros) será verificado previamente con el fin de ofrecer a los consumidores información veraz y de calidad. Uno de los valores principales de esta revista digital es la diversidad convirtiéndose en un espacio seguro para que los usuarios expresen opiniones, reflejen su estilo e interactúan con los demás, es por esto por lo que se rechaza cualquier acto de discriminación o de irrespeto.

Este medio tiene una postura ética enfocada a la autenticidad y la diversidad fomentando estos valores en todos los miembros de la comunidad, es un espacio que busca promover la inclusión y combatir los estereotipos perpetuados a lo largo de los años que afectan a la sociedad colombiana y tiene consecuencias graves como desórdenes alimenticios o depresión. Enlazado con lo anterior se busca crear conciencia sobre el impacto psicológico de los mensajes que se promueven dentro de esta industria como la normalización de estándares de belleza poco realistas que desembocan en una imagen corporal negativa. Este

espacio se compromete a promover en todo momento una relación saludable con la imagen corporal.

Significant es un proyecto comunicativo colombiano que se enorgullece de sus raíces, historia y gente, es por esto por lo que se tiene un compromiso con el talento creativo nacional y emergente dándole visibilidad a emprendimientos locales que aún no cuentan con la posibilidad de exposición de las grandes cadenas apoyando así la creatividad y diversidad en esta industria.

Descripción del servicio

Significant es una revista digital que busca mostrar la moda como elemento fundamental en el entendimiento de la sociedad, la historia y la economía de Colombia y el mundo usando como herramienta la investigación y los canales digitales como medios de difusión.

Este emprendimiento se forma en primer momento como respuesta y materialización de una pasión propia (la moda) y le hace frente a la necesidad de incentivar el consumo de contenido de calidad e innovador que le ofrezca al usuario una nueva perspectiva de la moda; mostrarla como algo menos superficial y más trascendental

Esta empresa será unipersonal y ofrecerá principalmente dos servicios:

1. Contenido de información y entretenimiento enfocado a la moda como radiografía cultural.
2. Creación de contenido y pautas publicitarias para emprendimientos de ropa, calzados, accesorios y belleza.

Este emprendimiento pretende convertirse en un referente de opinión e información en temas de moda, además de generar una comunidad fuerte y sana en la que los miembros puedan expresarse sin miedo a ser juzgados y los emprendedores cuenten con una plataforma segura y efectiva para atraer nuevos clientes.

Adicionalmente a todo esto, el proyecto pretende continuar construyendo paz desde la generación de oportunidad de emprendimiento y empleos directos.

La rentabilidad de esta empresa está asegurada en un 95% (siempre puede existir un margen de error y es por esto por lo que no se puede asegurar un 100% de éxito) pues

previamente se realizó un estudio de mercado con perfiles seleccionados de acuerdo con el buyer persona establecido. Sus resultados serán analizados más adelante.

Otros factores que garantizan la rentabilidad del proyecto es el servicio de creación de contenido y pautas publicitarias, en un momento de la sociedad en el que la mayoría de las cosas se mueven online contar con una presencia en redes y un contenido llamativo se vuelve una necesidad para los emprendedores.

Si bien el éxito no puede asegurarse, este modelo tiene las cualidades óptimas para establecerse como una compañía sólida. Uno de los factores que aumenta esta probabilidad es el conocimiento propio en el campo de la moda, la experiencia previa trabajando con marcas y productos alineados a la industria de la moda y finalmente la pasión y valentía por defender el que ha sido mi proyecto durante un año y medio.

Otros factores diferenciales de este producto son:

1. No tiene vida útil ni es de carácter estacional: las personas consumen contenido de forma constante a lo largo de todo el año.
2. El contenido no está centrado en temas mediáticos sino en investigaciones breves de carácter histórico, social y cultural así que no perderá relevancia a través del tiempo.

La revista digital Significant ofrecerá diferentes servicios artículos y reportajes verídicos respaldados con un trabajo investigativo de calidad, estos serán informativos, educativos, de actualidad y pocos de entretenimiento relacionados con la industria de la moda.

Entrevista a personas del medio de la moda: En este espacio la revista le ofrecerá a los consumidores la oportunidad de conocer a personajes influyentes en la industria de la moda

por medio de entrevistas en formato de podcast o video. Las preguntas estarán referidas a cambios o momentos que marcaron la historia de la moda, a temas sociales como el reflejo de las culturas en la forma de vestir y el aporte de la industria de la moda a la paz y a la reconstrucción del tejido social colombiano.

Investigaciones y artículos en formato de podcast: Se presentarán informes breves en formato de audio acompañados de pequeños fragmentos musicales que ambientan y aportan al contexto del tema.

Con el fin de lograr el interés del público y atraer suscriptores y clientes potenciales a la página se manejarán diferentes formatos de contenido divididos en las plataformas Instagram, Spotify y Portal web.

- Instagram: Se publicarán piezas graficas con información llamativa y fácil de consumir de los temas:
 - o Pequeños fragmentos de los eventos relevantes de las décadas y su reflejo en la moda.
 - o Moda y empoderamiento femenino ¿Cómo la moda ha Sido una herramienta de expresión en la lucha feminista a lo largo de los años?
 - o Moda y cultura: Moda de los diferentes lugares del mundo y su contexto
 - o Historias y publicaciones con publicidad presentada en un formato más orgánico.
 - o Trivias de datos históricos interesantes que generen engagement y crecimiento en la página

En esta red social solo se publicarán fragmentos de las diferentes investigaciones y artículos, en primer lugar, los usuarios tienden a preferir contenido corto y en segundo, lo que se busca es generar curiosidad en el usuario y dirigirlo al portal web

- Spotify: Se publicarán podcast de día temas
 - o Ente hilos e historia: podcasts divididos en décadas y su reflejo en la moda
- Portal web:
 - o Artículos completos obtenidos del resultado de investigaciones previas en el sector de la moda.
 - o Moda y empoderamiento femenino ¿Cómo la moda ha Sido una herramienta de expresión en la lucha feminista a lo largo de los años?
 - o Moda y cultura: Moda de los diferentes lugares del mundo y su contexto.
 - o Moda y sociedad colombiana: como la moda en Colombia ha evolucionado y es reflejo de la historia y las subculturas.
 - o Entrevistas a expertos de:
 - ☐ La industria de la moda como diseñadores o dueños de marcas.
 - ☐ Antropólogos, sociólogos o historiadores

Con el fin de ganar seguidores, conservar el público, ganar alcance e interacciones se publicará contenido de forma constante en las diferentes plataformas

- Instagram: diario
- Spotify: cada 2 semanas
- Portal web: cada tercer día

Como gancho para motivar a las personas a obtener la suscripción premium se ofrecerá:

- Contenido exclusivo y más profundo en formato de artículos, Podcast o videoblog
- Descuentos del 10% en las tiendas de los emprendedores aliados, acceso prioritario a las nuevas colecciones y oportunidad de preventa.
- Información exclusiva de eventos como showrooms o bazares con prendas de segunda mano que promueven los ciclos responsables

Es fundamental aclarar que el pago de una membresía y los beneficios que esta ofrece es solo para la página web. El contenido en las redes sociales de la revista será 100% gratuito. Más adelante se detalla la estrategia de difusión y crecimiento del medio, allí quedará claro la forma en la que se maneja la información inicialmente (mientras se obtiene el mínimo de suscriptores para monetizar la página web)

Formatos de presentación y acceso al contenido: Los usuarios de la revista podrán acceder al contenido desde diferentes plataformas como Instagram, Spotify y la página web oficial de la revista, así mismo, podrán consumir el contenido en diferentes formatos: artículos, podcast, post con imágenes y videos. Todo esto permitirá que el usuario tenga una experiencia agradable, pues las piezas gráficas y apoyos visuales ayudarán a la fácil comprensión del contenido y la variedad de formatos que se ofrecen se ajustan a las necesidades momentáneas de consumo del usuario.

- Aquellos suscriptores que paguen la membresía tendrán más facilidad de acceso a la página web, podrán descargar los podcasts, las entrevistas y los videoblogs para verlos en cualquier momento y lugar.

La comunicación y su aporte a la idea de negocio

Este modelo de negocio tiene como base la comunicación. Al ser una revista digital cuyo objetivo es la distribución de contenido relacionado con la industria de la moda una comunicación asertiva y bidireccional se convierte en un elemento determinante para el éxito del producto. Además de ser necesaria para satisfacer al usuario y mantenerlo informado brinda las herramientas necesarias para construir las estrategias comunicativas apropiadas para el crecimiento de los canales digitales y el mantenimiento de una comunicación interna sólida que favorezca el éxito corporativo.

Entorno jurídico

Significant al ser un espacio digital (página web y redes sociales) debe tener presente las leyes colombianas que regulan las plataformas virtuales.

1. *Ley 527 de 1999*: es la que regula la forma en cómo se deben llevar las operaciones comerciales a través de medios electrónicos.
2. *Ley 1480 de 2011 Estatuto del consumidor*: este artículo garantiza que los consumidores accedan a una información adecuada. También resalta la educación y la protección especial a los niños, niñas y adolescentes.
3. La publicidad exhibida en la página “Significant” y en sus redes sociales debe ser lícita y respetar las limitaciones del contenido en las publicaciones propias.
4. *Ley 1581 de 2012 Ley de protección de datos personales*: el uso de los datos personales de los suscriptores y clientes debe ser seguro y confidencial. Es necesario implementar medios tecnológicos idóneos para

asegurar que sean almacenados evitando el acceso indeseado por parte de terceras personas, y en ese mismo orden garantizar la confidencialidad de los datos.

Es imprescindible para este proyecto la ley de propiedad intelectual en primer lugar para evitar sanciones al usar contenido registrado previamente por otra empresa o persona. En segundo lugar, esta ley protege el contenido intelectual publicado en la página como los artículos investigativos y los podcasts.

La sostenibilidad del emprendimiento tiene su base en los espacios publicitarios y la monetización del contenido, lo que hace que adquiera un carácter comercial, así que la página web debe estar inscribirse en el Registro Mercantil y suministrar a la Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales (Dian), la información de las transacciones económicas que se realicen en la web.

Valor diferencial

Contemplando la cantidad de competencia que existe actualmente en el mercado digital en temas de moda es necesario tener una propuesta innovadora.

Esta revista digital tiene como diferencial la asociación de la moda a la parte social de la humanidad. Se da a la tarea de mostrar cómo la moda ha sido el reflejo de las situaciones históricas, económicas y políticas a través de los años. Además, le ofrece a los consumidores un contenido con una alta calidad investigativa diferenciándose de aquellos que ofrecen un contenido light.

La mayoría de los canales de moda que están en la red tienden a mostrar un contenido genérico enfocado a los superficiales y se limitan a vender el espacio en sus medios sin ofrecer una estrategia o la creación de contenido de los pequeños empresarios.

Caracterización del producto

Según cifras publicadas por el Digital 2022 Global Overview Report los colombianos en promedio pasan diariamente 10 horas en internet, 3 horas usando las diferentes redes sociales y 51 minutos escuchando podcast lo que indica que la mejor forma de llegar a los consumidores es por medio de las plataformas digitales.

Se eligió el medio comunicativo de revista digital por la facilidad en la integración de contenido audiovisual, links, archivos descargables y animaciones. Es un formato que le ofrece a los usuarios acceso inmediato a la información y permite su participación volviéndolo un medio dinámico y a los consumidores partícipes activos de una comunidad.

Al ser un proyecto enfocado hacia el emprendimiento es necesario tener en cuenta factores como la sustentabilidad, las revistas digitales son plataformas de publicidad con mucho potencial lo que le permitirá al proyecto obtener ganancias de las pautas y convenios que se realicen, creando un espacio equitativo en el que los microempresarios y emprendedores del sector de la moda anuncien sus productos o servicios de forma fácil y con la posibilidad de abrirse a un nuevo mercado, aumentar sus ventas por medio de diferentes estrategias comunicativas como el posicionamiento de las marcas, las relaciones digitales con los clientes y el marketing digital.

Significant es una revista digital que difundirá su contenido principalmente en la red social Instagram, se complementará con un blog, y podcast en la plataforma Spotify y videos cortos en la aplicación Tik Tok.

Aporte del modelo de negocio en términos de investigación

En primer lugar, la revista digital aporta a la investigación desde la recolección y análisis de datos del comportamiento de los usuarios, sus preferencias de lectura y las interacciones, estos pueden ser usados para apoyar estudios de mercado que buscan comprender mejor la audiencia. Esta información también es relevante en la toma de decisiones de las estrategias y la mejora de los contenidos y servicios.

Esta revista estará enfocada a la investigación y seguimiento de tendencias del pasado y del presente dando cuenta de las novedades y los cambios que se presenten en la industria de la moda. Se hará un monitoreo constante de eventos, influencias culturales y consecuencias económicas. Este medio se actualizará constantemente frente a nuevas tecnologías,

herramientas digitales prácticas innovadoras que le permitan mejorar la calidad del servicio comunicativo y la experiencia de los usuarios.

Como se ha mencionado anteriormente esta revista tiene su enfoque en los temas sociales que se desprenden de la moda así que aportará a la investigación en este campo con artículos de sostenibilidad, inclusión, responsabilidad social y comercio justo. Se abordaran también aspectos como el impacto ambiental de la industria, la diversidad en la representación de modelos, la ética en la producción de las prendas. Todo esto con el fin de generar conciencia acerca de nuestra historia y promover prácticas más responsables y sostenibles para el futuro.

Impacto de la propuesta en el sector productivo

Las redes sociales como Instagram, Spotify y las diferentes plataformas como los blogs y las revistas digitales se ha convertido en un espacio propicio para la publicidad, con millones de usuarios navegando diariamente es posible llegar a nuevos clientes a través de pautas comerciales en medio de páginas de entretenimiento.

El formato de la revista digital y su apoyo en redes sociales permite la creación de contenido publicitario más genérico y natural que enganche más al nicho de mercado específico. Esto en un primer momento beneficia directamente a quienes pauten en la página y adicionalmente impulsa el comercio; mientras más exitosa sea una empresa más generará empleo. Desde la creación de oportunidades de emprendimiento se ataca la pobreza y la inequidad reduciendo así la violencia estructural para crear y mantener una sociedad en paz es necesario cultivar también la justicia social.

La estrategia de postear a los empresarios locales en redes sociales que tienen un alcance global permite que estos tengan la oportunidad de llegar a una audiencia más amplia y diversa que si se anunciaran en un medio tradicional nacional, el generar reconocimiento internacional les traería múltiples beneficios como el aumento de ventas y la exportación de productos al exterior. Sumado a esto la promoción y publicidad es más efectiva que en los medios impresos pues llega de forma directa al público objetivo por medio de anuncios, banner o post.

Las redes sociales permiten una comunicación bidireccional y una interacción entre los clientes esto tiene dos ventajas puntuales para la marca:

- En primer lugar, se crea una conexión con los usuarios haciendo que se genere un sentimiento de confianza y lealtad que favorece directamente las ventas.
- En segundo lugar, los consumidores de los productos podrán dejar comentarios y reviews de los productos apoyando la campaña de marketing y el buen nombre de los emprendimientos, estos comentarios también le permitirán al empresario recopilar información acerca de las preferencias y opiniones de los productos influyendo en las mejoras al mismo o la creación de uno nuevo.

Además de lo anterior este proyecto pretende aportar a la generación de empleo de forma directa contratando a un diseñador o un asistente de producción una vez al mes, si bien no es un gran aporte teniendo en cuenta las altas cifras de desempleo registradas en la ciudad es un inicio y una oportunidad de crecimiento.

Caracterización de los clientes / buyer persona

La revista digital Significant definió sus clientes objetivos teniendo en cuenta características como las plataformas digitales que usan, la edad, los intereses particulares y las necesidades que se presentan referentes al manejo de la información en temas de moda nacional y global.

Cómo clientes principales se espera un mayor porcentaje de mujeres que de hombres, ambos dentro del rango de edad de 18 a 34 años que hagan uso constante de las redes sociales Instagram, Tik tok y Spotify (plataformas en las que será distribuido el contenido). Aquellas personas también son consumidoras de blogs informativos y páginas web.

Este nicho establecido tiene como característica el interés por la moda, la historia y los análisis antropológicos y sociológicos que se pueden realizar a partir de este tema. Así mismo esta revista digital con sus diferentes espacios pretende resolver necesidades como la falta de información actualizada en cuanto a temas de moda, la falta de información e investigación en temas de historia y moda, todo esto mediante formatos que sean breves y fáciles de entender.

Necesidades de los clientes

Dentro de las necesidades encontradas en el público objetivo se resalta la falta de información de calidad referente a la moda, si bien existe contenido en diferentes portales web éste no tiene detrás una labor investigativa ardua, se presenta un contenido más *light* enfocado a presentar las tendencias o analizar los diferentes diseños presentados en los diferentes eventos.

La observación, los grupos focales y las entrevistas permitieron encontrar las necesidades principales del público objetivo:

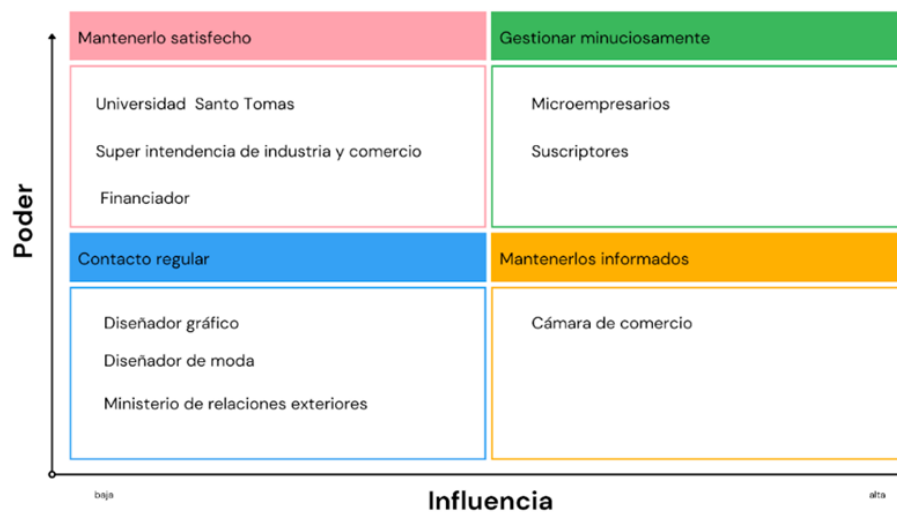
- La información actualizada fue la que más mencionaron los entrevistados, estos buscan acceder a información relevante y actualizada de la industria de la moda de manera constante e inmediata a través de las diferentes plataformas digitales presentes en sus teléfonos.
- La facilidad de navegación y el consumo atractivo también se mencionó en repetidas ocasiones, los usuarios buscan una revista en la que sea fácil de navegar y que les ofrezca una experiencia llamativa. Buscan además un lenguaje fácil de comprender acompañado de piezas gráficas atractivas, pero con un contenido investigativo fuerte detrás.

Continuando con el contenido los usuarios afirman que las plataformas existentes carecen de contenido diverso y representativo, en la industria de la moda aún se manejan estereotipos muy marcados lo que hace que los usuarios no se sientan representados o incluidos, ellos expresan que desean ver cueros reales, de varias edades, etnias y géneros.

Se encontró también dentro de los usuarios que consumen contenido relacionado a la moda constantemente un deseo de interacción y participación, los medios digitales suelen convertirse en canales unidireccionales donde no hay posibilidad de interactuar. Este espacio es reclamado por los consumidores quienes quieren tener la opción de comentar y compartir opiniones y valoran sentirse parte de una comunidad que les permita contribuir con su voz.

Grupos de interés (internos y externos)

Stakeholder Revista digital reivindicando la moda



Definición de grupos de interés, públicos internos y externos

Grupos de interés:

Los grupos de interés de la revista digital Reivindicando la moda son en primer lugar: *los lectores*, son aquellos que consumen contenidos y se benefician de la información. Los anunciantes y patrocinadores son quienes aportan ingresos al medio a través de las pautas publicitarias por las que pretende llegar a su público objetivo.

Los *diseñadores y los emprendimientos de ropa, calzado y accesorios nacionales* también hacen parte del grupo de interés pues esta revista es una plataforma de exposición y promoción que les brinda la oportunidad de visibilizar sus productos ante una audiencia interesada en ellos.

Los proveedores y socios comerciales son quienes ayudarán a la monetización de la página por medio de la publicidad paga. Serán los encargados de supervisar el presupuesto y el marco legal, además de garantizar el buen funcionamiento de la plataforma y la experiencia del usuario.

Públicos internos:

Equipo editorial: Corrector de estilo, diseñador gráfico y fotógrafo.

Equipo de marketing: Se encargará de pautar con los anunciantes y crear estrategias de posicionamiento para el medio.

Públicos externos:

El *público general* que incluye a todos aquellos que estén interesados en la moda, son por ejemplo los lectores habituales y los consumidores de contenido.

La *comunidad en línea y seguidores en redes sociales*, estos interactúan con el contenido, comparten sus opiniones y ayudan a difundir el medio digital.

Estrategias comunicativas para la persuasión del cliente

En primer lugar, se realizó un diagnóstico para determinar el público objetivo de la revista, este análisis de las necesidades de los consumidores para establecer la mejor ruta para llegar al cliente objetivo y atraer más leads.

Se realizó una encuesta a 30 personas con el fin de encontrar datos como el rango de edad de los consumidores, las redes sociales que más usan y el tiempo que pasan en estas, el formato de contenido que más le llama la atención y si estuviesen dispuestos a encontrar publicidad en las plataformas, piezas gráficas o podcasts compartidos en la revista.

Con los datos encontrados se desarrolló una estrategia de marketing en para las redes sociales Instagram y spotify, estas a su vez impulsarán el crecimiento de la página web de forma directa por medio de enlaces que se publicarán de forma frecuente y directa.

Estrategia de comunicación:

Objetivo:

Durante los primeros tres meses del proyecto el objetivo será alcanzar de forma progresiva y orgánica 1.000 seguidores en la red social Instagram

Objetivo específico:

- Aumentar progresivamente el público de la revista digital
- Entender el comportamiento del público para favorecer el crecimiento de la revista

Estrategia:

Fortalecer las redes sociales con el fin de impulsar las entradas al blog generando engagement y posicionamiento de marca

Táctica:

Creación de contenido llamativo para la audiencia objetiva que incite a los consumidores a consultar el portal web de forma constante.

Métricas:

Se medirán los avances en redes de forma mensual:

- Engagemet en Instagram: tasa de interacciones y seguidores
- Visitas a la página
- Re-visitas a la página
- Participación en los foros

●

Competencia

Revista / Creador de contenido	S MODA (revista digital)	Valeria Villalobos (creadora de contenido)	Lookiero.es
Público Objetivo	Consumidores de contenido de moda en plataformas digitales.	Consumidores de contenido de moda en plataformas digitales.	Consumidores de contenido de moda en plataformas digitales.
Personalidad de la marca	Juvenil Familiar	Juvenil	Juvenil
Producto	Creación y difusión de contenido relacionado con la moda.	Creación y difusión de contenido relacionado con la moda.	Difusión de contenido relacionado con la moda y servicio de personal shopper

Fortalezas	Buen contenido visual (fotográfico). Posicionamiento y credibilidad en el mercado.	Contenido llamativo para los usuarios digitales.	Posicionamiento y credibilidad en el mercado. Variedad de contenido temático
Debilidades	Publicaciones poco frecuentes (un sábado al mes). Falta de variedad en el contenido publicado.	Estrategia de comunicación centrada en redes con poca difusión.	Falta de variedad en el contenido publicado. Pocas publicaciones con contenido social (es lo que los consumidores buscan).

Marketing	Estrategia digital centrada en Instagram y su portal web. Alianza con el periodico El Pais (España)	Estrategia digital con su centro en Tik Tok.	Estrategia digital centrada en Instagram y su portal web. Publicidad en diferentes eventos del área de la moda. Alianza con celebridades o marcas de lujo. Publicidad tradicional.
------------------	---	---	--

FODA



Sostenibilidad

Producto, Precio Plaza y Promoción

- *Producto:* esta revista digital tiene como objetivo principal satisfacer la necesidad del cliente específico entregando información actualizada del mundo de la moda nacional e internacional, también pretende ser un medio de entretenimiento y educación en el que se demuestre que la moda no es solo algo superficial o pasajero, sino que tiene una implicación cultural, social y es la radiografía de lo que se vive en cada época. Una vez avance el proyecto se podrá suplir la necesidad de pautas publicitarias para pequeños emprendedores del sector de la moda (marcas de ropa, accesorios y eventos). Con el fin de llegar a nuestro público objetivo se realizarán diferentes funciones como los posts constantes en las redes sociales y las notificaciones al correo cuando se publique contenido nuevo en la página web.

Al ser una revista digital el producto podrá ser usado por los consumidores en cualquier lugar en el que tengan acceso a sus redes sociales y a una conexión Wifi.

Todo lo anterior se diferenciará de los demás creadores de contenido y portales es la profundidad de las investigaciones y la facilidad de consumo de los clientes.

Plaza: La revista será 100% digital y se moverá en las redes sociales Instagram, Tik Tok, Spotify y la página web oficial, para su crecimiento y llegada al público objetivo se creará una estrategia de comunicación. No tendrá instalaciones físicas puesto que el producto que se ofrece es un servicio y no un bien tangible.

Precio: La monetización de este proyecto dependerá de la cantidad de seguidores y suscriptores que tengan la página y las redes sociales.

Tarifas para consumidores de contenido

Tiempo	Condiciones del plan	Precio
Una semana (7 días)	Contenido ilimitado de la página web	10.000 COP
Un mes	Contenido ilimitado de la página web	17.000 COP
Un mes	Contenido ilimitado de la página web + beneficios	27.000 COP
Tres meses	Contenido ilimitado de la página web	49.000
Tres meses	Contenido ilimitado de la página web + beneficios	78.000 COP

Tarifa de pautas publicitarias para emprendedores en la página web

- El emprendedor entrega el contenido que será publicado en el portal web (este debe pasar los filtros y condiciones establecidos)

Formato	Ubicación	Precio
Banner Foto	Inicio	150.000 COP
Banner Foto	Artículo	100.000 COP
Banner Video	Inicio	250.000 COP
Banner Video	Artículo	210.000 COP

Tarifa de pautas publicitarias para emprendedores en podcast

Tiempo	Precio
15 a 30 segundos	60.000 COP
30 a 45 segundos	88.000 COP

Creación y publicación de pauta para emprendedores

- Los emprendedores que adquieran el paquete de creación de contenido y pauta deben enviar las prendas que serán utilizadas y se acogerán a las condiciones establecidas por el medio.

Plataforma	Formato	Ubicación	Precio
Página web	Banner	Inicio	150.000 COP
	Foto		
Página web	Banner	Artículo	130.000 COP
	Foto		
Página web	Banner	Inicio	320.000 COP
	Video		
Página web	Banner	Artículo	290.000 COP
	Video		
Instagram	Foto	Historia	90.000 COP
Instagram	Video 15 segundos	Historia	115.000 COP
Instagram	Foto	Feed	180.000 COP
Instagram	Reel	Feed	230.000 COP
Spotify	15-30 segundos	N.A	90.000 COP
Spotify	30-45 segundos	N.A	108.000 COP

Los precios establecidos en las tablas anteriores son un promedio. El valor de cada una será acordado con el cliente y podrá variar en cada caso, además, podrían variar en función de las circunstancias específicas de cada parte.

Promoción: La estrategia inicial de promoción de mi revista digital será por la red social de Instagram apoyada en pautas publicitarias pagadas para alcanzar el número de seguidores fijados en mis objetivos.

Se tendrá en cuenta el calendario de feriados para manejar promociones específicas relacionadas con las fiestas y así mismo estas estarán vinculadas con el contenido publicado.

En segundo lugar, se analizaron las redes sociales de los competidores principales (Mencionados en la tabla de análisis de competencia) con el fin de determinar el género predominante, el rango de edad, su ubicación geográfica fijando así los consumidores principales de este proyecto.

Presupuesto:

Elemento	Costo mensual aproximado
Tiempo: Planeación, ejecución, edición y publicación de contenido	192.000 COP Hora a 8.000 COP * 24 horas al mes
Internet	100.000 COP
Dominio página web	37.320 COP
Transporte	30.000 COP
Colaboradores	47.000 COP

Total	406.320
-------	---------

Para iniciar este proyecto se necesitará una inversión inicial de 1.218.960 COP lo que cubrirá tres meses completos de gastos mientras el medio reúne mil seguidores y se inicia con el cobro de las pautas publicitarias y las suscripciones.

Los primeros meses estarán enfocados a cubrir la inversión inicial y sostener el esquema de negocio propuesto.

Dentro del presupuesto inicial se contemplaron bienes materiales e inmateriales, como el internet del lugar de trabajo y del dispositivo móvil, el dominio de la pagina web y el transporte cuando se requiera. Los bienes inmateriales como el tiempo propio (que será usado para la generación de contenido y mantenimiento de las plataformas digitales) también tiene un valor, al igual que el de los colaboradores que formen parte del proyecto.

Dentro de la categoría “otros” se contemplan gastos adicionales que pueden variar como el alquiler de equipos, la compra de snacks para los invitados, el pago de ventas o arriendo de locaciones usadas, el acceso premium a editores de video y la compra imágenes con derecho de autor.

La intención inicial es hacer la menor inversión posible en la creación de contenido mientras el proyecto encuentra su punto de balance y recupera la inversión, es por esto por lo que en los primeros contenidos de la página web solo se invertirá el recurso tiempo.

Es fundamental dejar claro que este medio tiene como su principal fuente de ingresos las pautas publicitarias con los emprendimientos de ropa, calzados, accesorios y maquillaje.

Así que, la revista Significant funcionara como una especie de trampa que capture la

atención del buyer persona apto para consumir los productos ofertados creando un canal de comunicación más directo y efectivo entre empresa productora de moda y consumidores.

El contenido publicado en las diferentes plataformas de la revista tendrá como objetivo llamar la atención de un nicho específico aumentando el tráfico en la página y proporcionalmente las ganancias.

Porcentajes:

- Ganancias por pautas publicitarias: **85%**

En esta categoría se cuentan las dos opciones de pauta, el espacio y la creación de contenido.

- Ganancias por suscripciones: **15%**

En esta categoría se encuentran todos los paquetes de suscripciones ofrecidas a los consumidores de contenido.

Proyección de ingreso del medio

Con el apoyo de un contador se construyó la proyección de crecimiento del medio digital a mediano plazo (6 meses). Esta se divide en:

- Clientes interesados en pautar en la *página web*:

MES	CLIENTES	
	Pautas SIN creación de contenido	Pautas CON creación de contenido

Primero	1	1
Segundo	1	2
Tercero	2	2
Cuarto	2	3
Quinto	3	3
Sexto	4	5
Total de clientes al cabo de 6 meses	13	16

- Seguidores y suscriptores del portal web

MES	SEGUIDORES EN REDES SOCIALES	SUSCRIPTORES DEL PORTAL WEB
Primero	100	10
Segundo	130	15
Tercero	155	25
Cuarto	170	30
Quinto	190	35
Sexto	215	40
Total de seguidores y suscriptores al cabo de 6 meses	1.000	155

Medios de pago ofertadas:

PSE

Convenio Efecty

Tarjeta de crédito y débito

Sistema de negocio

El sistema de negocio y sostenimiento de este emprendimiento se centra en 4 puntos.

Ingresos publicitarios: las pautas publicitarias serán el ingreso principal para sostener este emprendimiento, se manejarán en forma de post en las aplicaciones, banner de diferentes tamaños en la página web y anuncios narrados en los podcasts. Los anunciantes pagarán por mostrar sus productos a la audiencia de la revista, cabe aclarar que las pautas deben estar relacionadas a la industria de la moda lo que facilitará que se llegue al público objetivo de aquellos que pautan.

Suscripciones y membresías: aunque existirá contenido gratuito y disponible para todos también se ofrecerá a los usuarios contenido exclusivo y diferentes privilegios a los que podrán acceder por medio de una suscripción paga semanal, mensual o anual, esto no solo generará ingresos, sino que fidelizará a los consumidores de contenido.

Cómo último aspecto se contemplan los eventos y patrocinios, aquí los ingresos se recogerán de la venta de entradas y las plazas que se alquilen a los microempresarios.

Creación de contenido de las pautas con unos costos específicos, realización de la pieza el costo de la puta no incluiría la realización.

Riesgos de la propuesta

Los riesgos a los que se enfrenta la revista digital Singnificant son:

- Un cambio en el comportamiento de los consumidores, el entorno digital está en constante evolución y esto tiene como consecuencia que los usuarios cambien sus preferencias y comportamientos afectando la demanda de mi producto.
- La intensificación de la competencia, si bien las plataformas actuales no ofrecen una mirada antropológica de la moda podría surgir un nuevo competidor que desarrolle este tema así que la competencia se centraría en la atención y la fidelidad de la audiencia.
- Al ser un medio digital la revista depende de la tecnología, esto se convierte en un riesgo pues se pueden presentar interrupciones técnicas, problemas de seguridad o fallos en la infraestructura que afectan la disponibilidad del contenido y a su vez la experiencia del usuario. Otro punto referente a la tecnología y las redes sociales es el cambio en el algoritmo, es posible que las políticas cambien y se vea afectada la capacidad de la revista para llegar al público objetivo disminuyendo el alcance orgánico y teniendo que aumentar los pagos de publicidad
- Como último riesgo contemplado está la seguridad cibernética, el modelo de suscripción paga hace que Revindicando la moda maneje datos personales y financieros de los usuarios que pueden filtrarse o estar expuestos a un ciberataque.

Normatividad y requisitos para las pautas

Los contenidos de las pautas deben ajustarse a la legislación colombiana, no serán admitidos contenidos violentos, comercio de material ilegal o publicidad engañosa.

Los emprendimientos que aquí se pauten deben estar relacionados con ese tema y estar ubicados dentro del territorio nacional y deben ser emprendimientos de ropa, calzado y accesorios ubicados en las diferentes ciudades de Bogotá, Colombia.

Las pautas publicitarias deben ajustarse a los valores de la revista digital, no se aceptan pautas con lenguaje violento o que promueva el odio, racismo, homofobia o discriminación de cualquier tipo.

Las condiciones, formato y estilo de la pauta serán acordados en consenso con el cliente y se debe firmar un acuerdo con las condiciones. Una vez firmado el acuerdo y pagada la pauta se tendrán tres días hábiles para realizar cambios, de lo contrario se regirán por los pautados inicialmente.

Normatividad y requisitos de las membresías

La información publicada en la página Significant (imágenes, videos, artículos y podcast) es propiedad de María Fernanda Sabogal Rozo y está prohibida su reproducción sin autorización precisa. Se podrá descargar el material para el uso personal.

El usuario al suscribirse acepta el suministro voluntario de información como nombre, correo electrónico y teléfono celular. Dicha información al igual que los métodos de pago serán confidenciales.

Cualquier suscriptor podrá ingresar al portal a través del link, para acceder a contenido premium o descargarlo deberá adquirir la suscripción, de lo contrario solo podrá acceder al contenido gratuito que la plataforma defina.

La activación de la membresía se hará instantáneamente cuando se registre el pago en las cuentas de Significant. Si el pago es mensual se contarán 30 días calendario a partir de la fecha.

El suscriptor podrá consultar el contenido desde cualquier computadora o dispositivo móvil con acceso a internet.

Se asignará a cada suscriptor un usuario y este podrá asignar la contraseña que prefiera, si la olvida podrá recuperarla únicamente a través del correo o teléfono celular registrado inicialmente.

El usuario debe dar buen uso a los espacios de participación de la plataforma, si este realiza comentarios violentos, discriminantes o hirientes será bloqueado sin importar cuántos días de membresía le queden aún.

Políticas editoriales:

Estas políticas se crearon en base al público objetivo al que será dirigido el contenido: hombres y mujeres entre los 18 y los 34 años que consumen contenido de forma constante en redes sociales y plataformas digitales, con poder adquisitivo para comprar los productos anunciados.

Teniendo en cuenta esto, el medio ... se compromete a generar contenido 100% verídico y basado en fuentes confiables (revisadas previamente) y presentarlo de forma respetuosa. La finalidad de las publicaciones que se hagan en esta revista tendrá como finalidad generar un espacio de crecimiento intelectual y de entretenimiento para los consumidores.

Por otro lado, pretende ser un aliado para los emprendimientos del sector de la moda que busquen dar visibilidad a sus productos y deseen captar la atención de nuevos clientes potenciales.

Se tendrán las siguientes categorías editoriales:

3. Moda e historia:

1.1 décadas y moda

1.2 religión y moda

1.3 Empoderamiento y moda

1.4 Género y moda

1.5 Identidad cultural y moda

4. Entrevistas

Es importante aclarar que los anuncios publicitarios acompañarán el contenido de forma habitual (no permanente).

Se respetará en todo momento la propiedad intelectual de autores, académicos, fotógrafos, realizadores audiovisuales y todos aquellos que aporten a la construcción del contenido para este portal web.

Manual de estilo:

La revista digital Significant es un proyecto que tiene como objetivo manifestar el valor de la moda en la cultura y la historia quitándole poco a poco la etiqueta de superficial. Por otro lado, este medio pretende fomentar el consumo de contenido verídico y de calidad.

Con el fin de lograr una comunicación y conexión adecuada con los consumidores y captar clientes potenciales se tendrán en cuenta en todo momento el buyer persona (página por definir) para desarrollar el contenido:

La comunicación y el lenguaje deben dar al consumidor una sensación de cercanía, además, los diferentes contenidos se redactarán de forma sencilla y sin tecnicismos. Se hablará a los consumidores usando el pronombre “tú” y en primera persona. Los contenidos se presentarán con lenguaje sencillo, usando siempre que sean factibles comparaciones con términos, circunstancias actuales y ejemplos, lo ideal es hacer sentir al consumidor como en una charla entre amigos.

Uso el lenguaje: Es importante que en las tarifas para los consumidores y los clientes siempre se entregue el valor en pesos colombianos (COP).

Citas: Aunque toda la información será referencia a no se usará el formato APA con el fin de seguir los lineamientos explicados anteriormente, sin embargo, se citaran las fuentes de la siguiente forma:

- Según (fuente)
- (fuente) experto en el tema afirma que
- Para (fuente)

Todas las imágenes e iconos serán reconocidas con derechos de autor al igual que la música o los elementos audiovisuales usados como apoyo.

Se utilizará la **negrilla** para resaltar: títulos, palabras y frases claves y autores o personas reconocidas.

En este medio se evitará el uso de lenguaje ofensivo, que incite al odio o la violencia o se use con el fin de difamar u ofender a un grupo o persona.

Tampoco se usará el lenguaje inclusivo, por ejemplo: ellos, todos.

SEO: todas las imágenes que sean compartidas en la página web de la revista serán etiquetadas de forma cuidadosa y estratégica, además, tendrán el nombre completo del medio con el fin de generar posicionamiento en los buscadores.

Política de publicación del medio:

Este proyecto digital además de ser un medio digital pretende crear una comunidad sólida entre los usuarios que sea propicia para el intercambio de opiniones y puntos de vista, es por esto por lo que otro servicio que ofrecerá la revista para sus consumidores serán foros y espacios de interacción y participación en secciones como comentarios en redes sociales, un espacio de sugerencias y cuestionarios periódicos respecto a la calidad del contenido.

Boletines informativos: Los usuarios recibirán información actualizada referente a la industria de la moda de forma periódica por el medio que estos escojan, además de esto se generarán recordatorios para informarles que hay contenido actualizado en las diferentes plataformas.

Estudio de mercado

Encuesta:

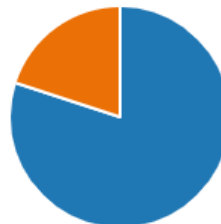
Para obtener los resultados que sirvieron de base para el informe de estudio de mercado se realizó en primer lugar una encuesta a 50 personas en la que se incluyeron las siguientes preguntas:

1. ¿Estaría dispuesta/o a pagar una membresía por acceder a artículos, entrevistas y podcast?
2. ¿Sería más probable que adquiriera una membresía si además de la información tuviera beneficios adicionales como descuentos en artículos de moda?
3. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por una membresía con los beneficios mencionados en la pregunta anterior?
4. ¿En qué formato prefiere que ver los anuncios?
5. ¿Suele comprar artículos anunciados en portales web?

Los resultados obtenidos a estas preguntas determinaron el curso que debía tomar este medio para monetizar el contenido y generar ganancias. Esta herramienta fue fundamental en el establecimiento de las tarifas y el modelo de membresía.

1. ¿Estaría dispuesta/o a pagar una membresía por acceder a artículos, entrevistas y podcast?

[Más detalles](#)

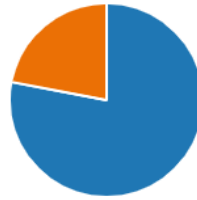


2. ¿Sería más probable que adquiriera una membresía si además de la información tuviera beneficios adicionales como descuentos en artículos de moda?

[Más detalles](#)

 Información

● Si	39
● No	11



3. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por una membresía con los beneficios mencionados en la pregunta anterior?

[Más detalles](#)

● Menos de 10.000 COP	2
● Entre 15.000 COP y 19.000 COP	22
● Entre 20.000 COP y 30.000 COP	26
● Otras	0



4. ¿En qué formato prefiere que ver los anuncios?

[Más detalles](#)

● Banner	18
● Comercial en podcast	9
● Publicidad tipo comercial (video...	15
● Orgánico dentro de la informaci...	8



5. ¿Suele comprar artículos anunciados en portales web?

[Más detalles](#)



Los resultados de la encuesta permiten concluir los siguientes ítems:

1. El porcentaje de usuarios que estarían dispuesto a pagar por visualizar contenido es superior a aquellos que no (80% si frente al 20% no) lo que indica que el modelo de negocio establecido previamente es rentable.
2. Los usuarios se sientan más motivados a adquirir la membresía si esta ofrece beneficios adicionales al acceso a la información. Es decir que los incentivos propuestos como descuentos, información acerca de eventos y primicias en prendas y accesorios son un plus para el pago.
3. El valor de la membresía debe fijarse entre los 15.000 COP y los 30.000 COP pues es el valor promedio que están dispuestos a pagar los usuarios (de 15.000 COP a 9.000 COP: 44% y de 20.000 COP a 30.000 COP: 52%).
4. Los consumidores prefieren consumir la publicidad en formato de banner en un 36% y en formato de video o imagen (que deje claro que es una publicación con fines publicitarios) un 30%. Esto indica que las pautas publicitarias dentro de la página web deben ser en formato banner, mientras que las pautas en redes sociales podrán ser en imagen o video haciendo la publicidad algo evidente.

5. El 81% de los encuestados afirma que suele comprar productos anunciados en portales web, lo que fortalece la propuesta de negocio y le garantiza a los emprendedores que pauten un aumento de probabilidades de ventas.

Modelo Canvas

ASOCIACIONES CLAVE - Patrocinador - Universidad Santo Tomás - Diseñador gráfico	ACTIVIDADES CLAVE - Crear contenido investigativo relacionado con el impacto social de la moda. - Mantener actualizado el espacio de pautas publicitarias. - Impulso de marcas	PROPUESTA DE VALOR - Facilidad de integración de contenido audiovisual, links, archivos descargables y animaciones - Plataforma de acceso inmediato a la información y que permite la participación del usuario - La moda y su importancia antropológica, sociológica y cultural	RELACION CLIENTES - Newsletter - Perfil personal	SEGMENTOS DE CLIENTES - Hombres y mujeres de 18 a 25 y de 26 a 34 años que hagan uso constante de las redes sociales Instagram, Tik tok y Spotify
	RECURSOS CLAVE - Diseñador gráfico - Contador - Ingeniero de sistemas ocasional. - Internet - Dispositivos electrónicos (celular y computador) - Tiempo e información		CANALES - Página web - Instagram - Spotify - Tik Tok	
COSTOS DE ESTRUCTURA - Mantenimiento de la página web - Publicidad - Oficinas (agua, luz, internet) - Salarios personal			FUENTES DE INGRESOS - Suscripción a página web - Pautas publicitarias	

Branding y Logo

La elección de la paleta de colores y el estilo gráfico de las piezas busca reflejar inclusión y ser llamativo a la vista de los consumidores, es por esto que se usan diferentes tonos vivos.

El logo resalta las letras “FH” dando al consumidor la pista de lo que se trata el medio por las iniciales de la palabra fashion (moda en inglés).

Las tipografías que se usaran son:

- Baskerville Display PT
- Forum
- Oswald

Baskerville Display PT

Forum AaBbCc

Oswald AaBbCc





Conclusiones y resultados del piloto

Se creó un video de 10 segundos para promocionar la tienda “Mala Store” por un valor inicial de 100.000 pesos colombianos y se ubicó en el banner del home de la página web y en el feed de Instagram.

Indicadores del mes de noviembre en Instagram (con corte al 22 de noviembre) la cuenta:

- 23 cuentas alcanzadas
- 28 vistas al perfil
- 6 clicks en el enlace
- Un 65% de engagement
- 23 seguidores totales

Indicadores del mes de noviembre en el portal web (con corte al 22 de noviembre) la cuenta:

- 43 visitantes totales
- 4% de las visitas se suscribieron
- 12% de los visitantes volvieron a la página
- 13% llegaron a la página por Instagram
- 23 seguidores totales

- Uno de los blogs alcanzó 24 entradas y 5 comentarios

El piloto permite concluir que el proyecto:

- Mayor crecimiento al proyectado
- Recuperación del 16.9% del presupuesto mensual
- Creación de una comunidad que conecta con el tema

Anexos

Link del portal web:

<https://maafesabogal.wixsite.com/signifhicanat>

Link de Instagram:

<https://instagram.com/signifhicanat?igshid=MzRlODBiNWFlZA==>

Link de Turnitin:

<https://aula20232.usantotomas.edu.co/mod/turnitintooltwo/view.php?id=349817>

Link de la presentación:

https://www.canva.com/design/DAFy8VlyT3U/xF2AqgMxqyAaI1-9ht_L5w/edit?utm_content=DAFy8VlyT3U&utm_campaign=designshare&utm_medium=link2&utm_source=sharebutton