

El sector de la moda se reinventa tras el COVID-19

La crisis sanitaria que se está atravesando ha impactado de lleno en todos los sectores económicos de una manera muy negativa, pero, sin duda, uno de los que ha sufrido un estancamiento mayor por la paralización de la actividad comercial ha sido la industria de la moda. Ante este escenario, Uniko Models ha sabido descifrar los principales ejes sobre los que se sustenta la industria de la moda en este periodo de reinención del sector tras la pandemia

El cierre de los establecimientos, unido a la cancelación de multitud de eventos en el sector, ha sido la principal causa de las pérdidas sufridas durante estos meses. La Asociación de Creadores de Moda de España -ACME- estima una pérdida de 360 millones de euros entre abril y junio; mientras que, a nivel global, la Organización de Naciones Unidas -ONU- ha cifrado en 1.346 millones de euros el impacto de la pandemia.

Ante esta situación, multitud de empresas y agencias de modelos han aprovechado para renovarse con la intención de situarse a la cabeza del sector una vez concluyan los efectos del coronavirus. En este sentido, la agencia de modelos Uniko Models, con sede en Barcelona ha sido uno de los claros referentes en este marcado proceso de transformación y puesta al día, un cambio que lejos de conformarse con la renovación de su imagen corporativa y el rediseño de su website ha buscado la adecuación de su modelo de negocio y operativa interna en la relación modelo-marca, adaptada al nuevo paradigma establecido por el COVID-19

Así, Uniko Models ha sabido descifrar los principales ejes sobre los que se sustenta la industria de la moda en este periodo de reinención del sector tras la pandemia:

- El sector prioriza los modelos españoles o que vivan en España

El Coronavirus ha obligado a España a cerrar sus fronteras por lo que las marcas y las agencias han decidido apostar y centrarse en modelos nacionales o en su defecto, en aquellos que residen en España. Una apuesta que genera un amplio escaparate de talentos nativos.

Además, de esta forma y ante esta situación tan nueva y desconocida para todos, la comunicación se ha tornado más directa y cercana, con la intención de eliminar cualquier barrera, acercando a los modelos al entorno de la agencia y consiguiendo así una atmósfera mucho más natural, sin perder por ello la profesionalidad.

- Las mascarillas, el nuevo complemento en la industria de la moda

Uno de los fenómenos que ha traído consigo la pandemia es el uso de mascarillas. Durante los últimos meses se ha atestiguado del papel fundamental que ha tenido y continuará teniendo el uso de este

artículo en la vida diaria. Un complemento prácticamente desconocido en Europa y América pero que ya era habitual en multitud de países asiáticos.

No obstante, la situación actual ha cambiado por completo esa tendencia y multitud de marcas han visto en la mascarilla la 'prenda' sobre la que innovar y crear toda una industria de la moda para conjuntarla con los outfits del día a día. Una manera de aportar color y alegría a esta pieza que ha llegado para quedarse.

- Revolución digital: Castings Online

Las videollamadas y las plataformas de casting online han llegado para quedarse. Gracias a las nuevas tecnologías ha sido posible evitar tener que posponer proyectos y seguir con un ritmo de trabajo más cercano al habitual.

Las nuevas medidas de seguridad y salud para evitar la propagación del virus obligan a las agencias y a los clientes a adoptar estos sistemas de protección para evitar aglomeraciones y respetar las medidas de higiene en sesiones, shootings o castings.

- Work at home: Modelos creadores de contenido

Del mismo modo, esa imposibilidad de trasladarse a un estudio profesional ha obligado a los modelos a adoptar el papel de creadores de contenido. Escoger los backgrounds, estilos, maquillajes y fotografías para continuar el trabajo que tenían con las marcas ha sido el nuevo día a día para multitud de profesionales.

Una faceta que, siempre supervisada por la agencia y los clientes, les ha obligado a revelar una faceta nueva, más enfocada a renovarse y lanzar su mejor producto.

- Relación modelo - agencia

Uno de los riesgos del teletrabajo en un sector que exigía tanto carácter presencial es perder la cercanía entre las agencias y sus modelos. En ese sentido Uniko Models ha instaurado un nuevo sistema de teletrabajo que ha permitido a los modelos participar en el día a día de la agencia. "Hemos mantenido un contacto constante con todos los modelos crean contenido desde sus casas y con actividades virtuales como la UNIKO ZOOM PARTY para hacerles partícipes del día a día de la agencia", afirma Maxi Urnezius, Owner & Head Booker de Uniko Models.

"Las reglas del sector han cambiado y lo han hecho en un periodo muy corto de tiempo. La digitalización también ha entrado de lleno en la moda y como tal debemos asumirlo. Nuevos perfiles, nuevos formatos de contenido y nuevas maneras de presentar las colecciones que nos obligan a

actuar con premura para no quedarnos atrás”, siempre pensando en el interés de los clientes asegura Maxi Urnezius.

Datos de contacto:

Pablo

651413739

Nota de prensa publicada en: [Barcelona](#)

Categorías: [Modelismo](#) [Mujer](#) [Hombre](#) [Moda](#) [Recursos humanos/empresa](#)

NotasdePrensa

<https://www.notasdeprensa.es>