

Hacia una vida sostenible gracias al slow fashion

Por Daniela Gutiérrez y Fabiana Luengas

Lish es una marca colombiana se ha basado en un modelo de negocio que va en contra de la corriente



Lish es una marca creada en el año 2013 que nace con el fin de ser amigables con el medio ambiente, pues entre el océano existente de industrias y marcas contaminantes, junto con el fast fashion, ha generado que negocios locales imiten el diseño de moda rápida, convirtiendo eso en una lucha constante de precios e indumentaria, por ello Diana Gómez, fundadora de la marca, decidió crear un emprendimiento que se alejara de todo aquello que afecta al planeta.

Diana Gómez, fundadora y directora creativa de Lish, ve la moda, no como tendencias, sino de trascendencia; además, propone una alternativa guiada a la fugacidad y el caos, donde su eje elemental es lograr la transformación de una moda donde el impacto hacia el ecosistema sea menor, junto con la presencia de diferentes comunidades, reflejando dicho arduo trabajo por medio de la creatividad como herramienta renovadora.



Desde el proceso de investigación, la directora de Lish comprende que la forma más eficaz de materializar su proyecto de sostenibilidad se da usando ciertos tratamientos en los materiales y procesos, como lo es el patronaje sin desperdicios, técnica donde la pérdida de materia prima sea mínima, incluso estos residuos se reutilizan creando otros productos y objetos atemporales.

DESCUBRE

Actualmente, marcas como Lish han destacado en la industria de la moda, pues persistieron a las adversidades, entre ellas el hecho de creer en la idea inimaginable de abrir un slow fashion, aun cuando el mercado se dedicaba a consumir fast fashion, logrando así tener un lugar en la moda colombiana, adaptándose a discursos estéticos y contemporáneos frente al significado de la sostenibilidad.

siempre de una forma consciente, utilizando materias con mezclas textiles que tengan a su vez un alto estándar de calidad y otros totalmente naturales.

La manera en que Lish llega al cliente es poniéndose en sus zapatos, respondiendo a la necesidad de las siluetas, colores en tendencia, entre otros aspectos, todo para crear una estética cómoda, es por eso por lo que su proceso de compra sea un tanto lento, pues dicha experiencia en la tienda hace parte del mismo producto, así el usuario encuentra prioridades en otros factores representativos que tengan que ver con el nivel de imagen.



“Errores con potencial” Descripción de Diana Gómez al hablar de esta pieza única.



Tomadas por Camilo Arango.

pro de las ventas de prendas a sus clientes, sino también el brindar un ideal de vida conforme a la sostenibilidad, operando dentro de una economía que promueve el consumo manejado por medio de “un diario visual”, es decir en redes sociales y su blog, donde comparte tips y reflexiones, todos los procesos, materiales y producto, para así crear interacciones con sus clientes. Entonces, se aprecia que la idea principal de Lish es usar la tecnología con fines positivos, especialmente para que sus consumidores se mantengan informados.

La moda sostenible es un tema que genera debate debido a que el concepto posee varios componentes como second hand, que en resumen es circular, pues no se preocupa por sus desperdicios y continúa con las mismas dinámicas de consumo; por ello, el propósito de Lish es comprender a sus clientes, pues el verdadero resultado no se encuentra en las estadísticas, sino en el uso final de las prendas, por ello Diana Gómez invita a que más empresas se unan al slow fashion.

Finalmente, Lish ha participado en un gran número de eventos importantes como el Bogotá Fashion Week, Colombiamoda, Bcapital; además, cuenta con presencia en las redes sociales de Instagram como @lishclothing, en Facebook como Lish clotting y su tienda física ubicadas en Bogotá y Cali.