

CLOUD:

LA MARCA DE *STREETWEAR* QUE CONECTA CON LA ESCENA LOCAL DEL ARTE URBANO EN BOGOTÁ



SIETE AÑOS CREANDO MODA QUE SE ENFOCA EN LA CONEXIÓN CREATIVA Y LA COMUNIDAD

Por Daniel Espitia y Mónica Castro

La marca de *streetwear* Cloud fue fundada por Luis Enrique Gómez hace siete años. Desde entonces, se ha centrado en crear una comunidad creativa además de desarrollar prendas de diseño en colaboración con diferentes artistas. Aunque el nombre de la empresa ha cambiado con el paso de los años, su enfoque en la conexión con la escena local del arte urbano en Bogotá sigue siendo una de sus principales características. Cloud representa la perspectiva de todo ese caldero creativo que está surgiendo en la ciudad.

La marca ha logrado consolidarse como una plataforma para conectar con proyectos creativos, además de representar a la escena local, logrando así crear una comunidad de mentes que conecta por sus gustos afines. De igual manera, se preocupa por crear prendas funcionales al igual que durables, así como de combinar todo su proceso creativo con una fuerte influencia gráfica y artística, con énfasis en los detalles, siempre priorizando su proceso por excelencia: la serigrafía. El negocio está dirigido a todos los públicos, podría decirse que sus siluetas abarcan la línea unisex, tanto para hombres

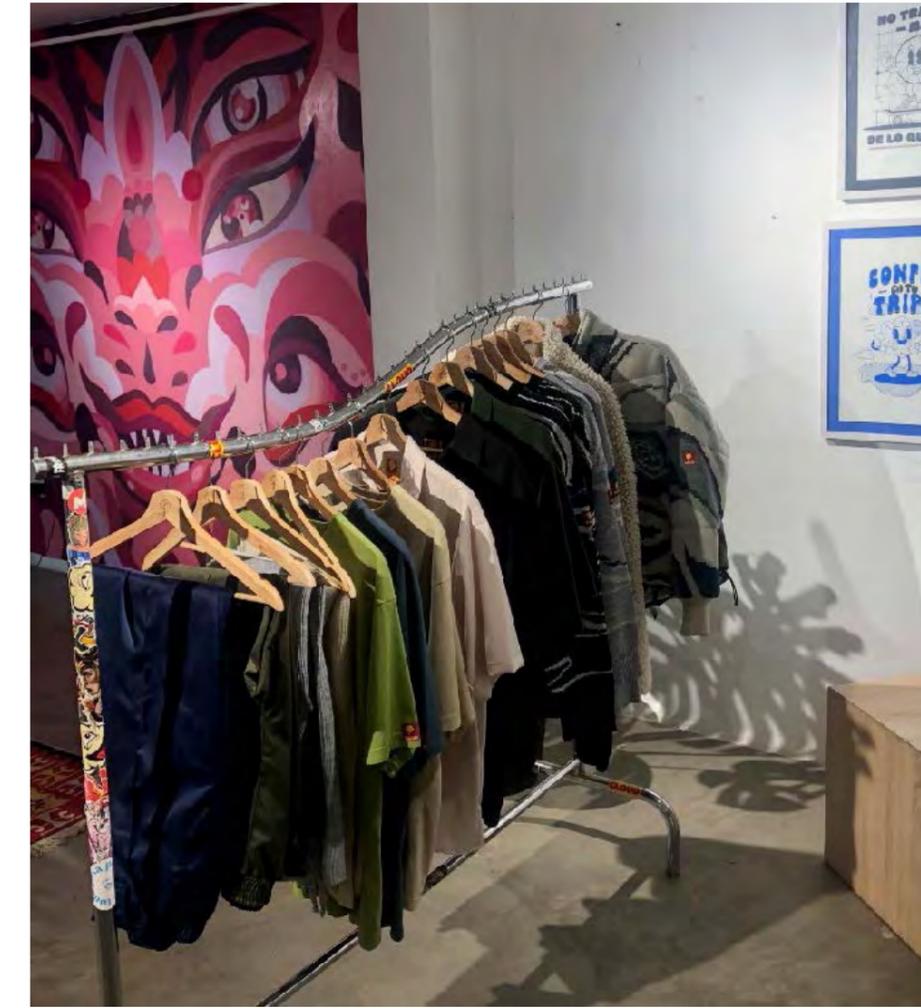
como para mujeres, pero sobre todo se enfoca en hacer ropa atemporal y versátil.

La colaboración de la firma con diversos artistas locales resalta su compromiso con la originalidad, a la vez que fomenta una conexión profunda con la vibrante escena del arte urbano en Bogotá al trabajar con grafiteros, ilustradores, diseñadores y músicos locales. De esta manera, no solo busca crear piezas únicas y auténticas, sino que también se convierte en un medio para amplificar las voces creativas de la comunidad. Cada colaboración se traduce en una plataforma para que los artistas expresen su perspectiva única, así como su estilo distintivo a través de la moda. Esta iniciativa enriquece la oferta de Cloud, y contribuye al tejido cultural urbano, celebrando la diversidad creativa que reside en la ciudad.

Más allá de la moda o el arte que envuelven a Cloud, su compromiso con la sostenibilidad social y ambiental es un hecho. Aunque hasta el momento están implementado estos pilares en la compañía, desde el inicio buscaron trabajar con proveedores locales,



“Intentamos reutilizar los desperdicios, de alguna manera siempre involucramos procesos de up cycling y transformación de productos”



contribuyendo al desarrollo económico del gremio en Bogotá, al igual que a la reducción de su huella ambiental al minimizar sus residuos tratando de aprovecharlos al máximo, pues como lo explica Lucho, como mejor se le conoce a Luis Enrique Gómez, “Intentamos reutilizar los desperdicios, de alguna manera siempre involucramos procesos de *upcycling* y transformación de productos, eso lo hacemos un montón, intentamos además hacerlo nosotros mismos, como que se respira mucha cultura *DIY* (*Do it yourself*: hazlo tú mismo); es decir, no solo aprender las formas nosotros mismos, sino capacitar a otros que quieran aprender. Somos muy transparentes con esos procesos.”

Cloud aboga por una estrategia empresarial que trascienda lo puramente transaccional, centrando la atención en la construcción de relaciones sólidas tanto *in-house* como *out-house*, la colaboración

creativa y la excelencia en los productos como elementos fundamentales para el éxito. Lucho, quien ha estado detrás de la conceptualización de la insignia desde su nacimiento, sugiere a los emprendedores que se centren en la construcción de una comunidad alrededor de su esencia o distintivo. Esto implica cultivar relaciones auténticas con los clientes, fomentar la participación y crear un sentido de pertenencia.

Entre sus próximos proyectos, la empresa se prepara para fortalecer su posición en el sector mediante la apertura de una segunda tienda en la ciudad de Medellín. Este paso estratégico no solo representa un crecimiento físico, sino también un compromiso continuo con la ciudad que ha sido testigo del ascenso de la empresa. La tienda será un espacio para adquirir productos de alta calidad,

y además un centro de experiencias donde la esencia única de Cloud se fusionará con la vibrante energía de Medellín.

Con audacia, Cloud se adentrará en el mercado estadounidense a través de un *e-commerce* sofisticado que permitirá a los consumidores de todo el país disfrutar de sus productos exclusivos. Respaldado por una estrategia de marketing integral, la empresa buscará cautivar a una audiencia global, llevando consigo la autenticidad y el estilo que la han definido.

Y como es su esencia, Cloud tiene diferentes formatos de contenido en redes sociales, donde se estrecha más esa relación con su comunidad, tratando diferentes temas de interés como Cloud Sounds, que es su línea de música donde presentan bandas y artistas nacionales en vivo desde la terraza del local que se llama Flotando juntos, además de presentar tutoriales de producción de serigrafía. Actualmente pueden encontrarse en todas las redes como [@cloudworldwide](https://www.instagram.com/cloudworldwide).