Modaes

Back Stage

Pepa Pombo: “Hay que arriesgarse, el éxito de la moda radica en inventar y no copiar”

Con una trayectoria de cerca de cuarenta años en la industria de la moda, Pepa Pombo reclama la necesidad de que Colombia apueste por la materia prima para impulsar su industria.

M. Cantini
25 jul 2017 - 00:00

Image not found or type unknown Pepa Pombo: “Hay que arriesgarse, el éxito de la moda radica en inventar y no copiar”

Pepa Pombo se ha convertido en una de las firmas colombianas más reconocidas internacionalmente, con presencia en plataformas como Moda Operandi y Bergdorf Goodman. La diseñadora que da nombre a la marca, con una trayectoria de cerca de cuarenta años en el negocio de la moda, recomienda “trabajo constante” a los nuevos creativos que se incorporan al sector. Ante la llegada de marcas internacionales a Colombia, Pombo señala que “hay que arriesgarse, el éxito de la moda radica en inventar y no copiar”.

Pregunta: ¿Qué le recomendaría a los nuevos talentos colombianos?
Respuesta: Trabajar mucho y ser constante para poder lograr mostrar sus propuestas en una pasarela como Colombiamoda, que es una vitrina para darse a conocer no sólo a nivel nacional, sino internacionalmente.

P: Es decir, ¿es difícil lograr visibilidad mediática sin subirse a la pasarela?
R:. Puede que no sea imposible, pero ayuda a posicionar la marca más rápido.

P.: ¿Cuáles son los mayores retos de la industria colombiana de la moda?
R.: Las materias primas. Necesitamos producir más insumos propios para tener propuestas de moda diferentes, originales, para respetar el aspecto ecológico. Colombia debe fortalecer su sistema de producción y dejar de buscar fuera algunos materiales que no se producen o que escasean en el país.

“Colombia necesita producir más insumos propios

https://www.modaes.com/back-stage/pepa-pombo-hay-que-arriesgarse-el-exito-de-la-moda-radica-en-inventar-y-no-copiar

El presente contenido es propiedad exclusiva de Modaes Información, SLU, sociedad editora de Modaes (www.modaes.com), que se acoge, para todos sus contenidos, y siempre que no exista indicación expresa de lo contrario, a la licencia Creative Commons Reconocimiento. La información copiada o distribuida deberá indicar, mediante cita explícita y enlace a la URL original, que procede de este sitio.

para tener propuestas de moda diferentes”

P.: ¿Qué le hace falta al sector de la moda en Colombia?
R.: Apoyo, por eso son muy importantes entidades como Inexmoda, que brindan acompañamiento para que el sector crezca continuamente en el aspecto empresarial y dan visibilidad al tener un contacto continuo con la prensa.

P.: En términos de diseño, ¿hay que adaptarse para afrontar la llegada de los gigantes del *fast fashion*?
R.: Hay que arriesgarse. El éxito del negocio de la moda radica en inventar y no en copiar, así es que está centrándose el negocio actualmente.

P.: ¿Cómo puede ser más competitiva la moda colombiana en el extranjero?
R.: Definitivamente, siendo original, con calidad, exponiendo acabados impecables tanto en frente como revés. Es muy importante tener muy claro la propuesta de moda y reforzar el sello hecho en Colombia y defender tanto la idea como el precio.

P.: Su empresa ha logrado traspasar fronteras y ahora comercializa en plataformas como Moda Operandi y en la tienda departamental Bergdorf Goodman. ¿Qué hace falta para llegar a las grandes ligas de la moda?
R.: Se necesita tiempo y experiencia. Para llegar a ser tenido en cuenta por los compradores internacionales, los diseñadores y las marcas tienen que demostrar su capacidad de exportar, de reinventar la propuesta de diseño y otros aspectos empresariales. Cuando existes es cuando te ven y te compran.

P.: Su hija Mónica Holguín ha asumido la dirección creativa de la compañía. ¿Cómo se traspasan los conocimientos de diseño?
R.: No se puede hacer. Se dan unas pautas pero cada cual define su línea de trabajo y su estilo. Mónica desarrolló, desde muy temprana edad, una gran sensibilidad por el arte y eso le ha ayudado a definir su camino.

P: ¿Tiene algún referente internacional, tanto por diseño como por empresa?
R.: Admiro a muchos, tanto de la vieja como de la nueva guardia, pero no tengo uno que siga en particular por ninguno de los dos motivos. En este momento estoy muy orgullosa de los logros obtenidos por mi marca bajo la jefatura de Mònica.

https://www.modaes.com/back-stage/pepa-pombo-hay-que-arriesgarse-el-exito-de-la-moda-radica-en-inventar-y-no-copiar

El presente contenido es propiedad exclusiva de Modaes Información, SLU, sociedad editora de Modaes (www.modaes.com), que se acoge, para todos sus contenidos, y siempre que no exista indicación expresa de lo contrario, a la licencia Creative Commons Reconocimiento. La información copiada o distribuida deberá indicar, mediante cita explícita y enlace a la URL original, que procede de este sitio.