

DOSIER DE PRENSA

ELLE Newsletter / Sitemap / Staff

f t y i p g+

Buscar en elle.es

ELLE

MODA PASARELAS BELLEZA STAR STYLE DECO LIVING GOURMET VIAJES LOVE ASTRO REVISTA BLOGS VIDEOS TIENDA

TENDENCIAS | SHOPPING | NEWS | STREETSTYLE | CLASES DE ESTILO | TENDENCIAS NOVIAS | SHOPPING BODAS | KIDS | TIME FOR FASHION | TRAS LA RISTA DE PALLA

Estás en: Inicio > Moda > Compras Elle > Te gustarán tanto o más que Zara

TE GUSTARÁN TANTO O MÁS QUE ZARA

Tiendas online que no conoces y te van a enganchar

Sí, Zara mola mucho. Prendas de tendencia y a precios más o menos asequibles. El problema es que al final sientes que vas igual vestida que el resto, y de vez en cuando te apetece sentirte especial. Te proponemos 26 tiendas online (muchas de ellas españolas) en las que lo conseguirás.

Paula Llanos García - 20-05-2015

IMAGEN ENVIAR 8+1 4 Twitter 26 Me gusta 270 Compartir

PLAY VER MINIATURAS PANTALLA COMPLETA ANTERIOR 24/26 SIGUIENTE



Pin it 15

Trendyslang

NEWS ELLE

- 1 CUANDO KENDALL CONOCIÓ A KARL**
No hay mayor prestigio en el mundo de la moda que Karl Lagerfeld diga que eres la 'chica del momento...'
- 2 NUEVA TIENDA DE LACOSTE EN BARCELONA**
Nuevo 'concept store' de la marca del cocodrilo.
- 3 EL LADO DISNEY DE LA FIRMA VANS**
La versión deportiva de sus personajes clásicos.

ESTA SEMANA EN



ego

LAS CHICAS DE LA FÓRMULA 1

Para hombres que disfrutan de los pequeños placeres

Y LA MUJER INVENTÓ...
¡LA RUEDA!

BOGART

MAGAZINE

¿Quién hay detrás de Trendyslang?

YESSICA FERNANDEZ | 16 MARZO, 2015 | 13:51h.

Hablamos con Ariadna García una emprendedora gallega, que se trasladó a Barcelona después de estudiar Diseño de Moda en la EASD Mestre Mateo en Santiago de Compostela. Realizó un Postgrado de Análisis de Tendencias o Coolhunting en la universidad de Comunicación Blanquerna, Ramón Llul. Hoy nos cuenta como poco a poco decidió dejar de trabajar para otros y embarcarse en un proyecto propio y distinto, así nació Trendyslang.

“La verdad es que estaba un poco harta de la situación de incertidumbre que inunda la moda. Después de varios trabajos, decepciones, alegrías... decidí que ya era hora de montar una marca propia, es arriesgado, pero creo que siempre merece la pena apostar por los sueños. (Se ríe)”

– **Hola Ariadna, cuéntanos cuando te entró el gusanillo de la moda**

-La verdad es que no soy consciente de ello. Lo típico... cuando era pequeña vestía a las barbies con trozos de tejidos y de repente supe que quería dedicarme a esto. Busqué dónde podía hacerlo y me lancé.

– **Como dices desde que eras una niña jugabas a vestir a tus muñecas, pero, ¿cuándo decidiste que el diseño era la tuyo?**

– Creo que siempre lo tuve dentro. Desde muy pequeña mandaba hacer vestidos que me imaginaba a la modista, me encantaba pensar en alguna prenda y poder tenerla. Es difícil encontrar en tiendas las prendas que imaginas (se ríe).

– **Ahora estás centrada en tu marca “Made in Spain”, ¿cómo se te ocurrió este proyecto?**

– Llevaba mucho tiempo pensando en montar una marca propia y la idea de que fuese hecho en España, estaba claro. Creo que es primordial apostar por marcas de fabricación local y que no se pierda el Made in Spain. Sin embargo, por otra parte, siempre dije que nunca lo haría. Era más fácil trabajar para otros y con muchas menos preocupaciones. Después de unos cuantos trabajos, se me estaban acabando las ganas de seguir dedicándome al diseño: **era hora de volar sola.** Me lo propuse, pedí consejos, apoyo y decidí empezar muy poco a poco, con poca inversión, pero, ¡con muchas ganas!



– **¿Qué les dirías a todos esos emprendedores, que como tú quieren empezar con sus creaciones?**

– Que lo hagan, sin duda. Para mí es muy satisfactorio, es lento pero cada paso que das lo saboreas muchísimo. Hay que tener claro también que se sufre mucho, que se trabaja aún más y la cabeza no para, pero ¡Todo por un Sueño!

Y cuando empiezas a ver que tus diseños gustan y ves gente con ellos... ¡Todo merece la pena!

– **En tu marca se pueden encontrar un montón de productos personalizados, cuéntanos como desarrollaste esta idea**

-Tenía bastante claro que el hueco de una marca pequeña y artesanal se encuentra buscando diferenciarte de las multinacionales. Pensé en mis propias necesidades a la hora de comprar, qué buscaba y no encontraba. En ese momento empecé con la idea de ofrecer en mi marca la posibilidad de escoger cómo quieres tu bolso o tu mochila. Todo empieza escogiendo uno de los 6 modelos básicos y a partir de ahí puedes cambiar el color de Ecopiel, asas, cremalleras, forro, personalizarlo con iniciales, etc.

– **¿Darás algún día el salto a la ropa?**

– Me gustaría, y tengo muchas ideas guardadas en la recamara para cuando tenga la posibilidad de hacerlo, pero soy consciente de que conlleva una gran inversión y quiero hacerlo en el momento adecuado.

– **Sabiendo que vas a esperar un poco para dar el gran salto al diseño de ropa, dínos cuáles son tus proyectos más inmediatos...**

– Ahora mismo, estoy preparando dos nuevas colecciones para Primavera/Verano, prototipos, sesiones de fotos...



– **Cuéntanos un poco más sobre tu nueva colección**

– Creo que las próximas colecciones son muy divertidas, con mucho color, mucho *denim* y sigo apostando por la customización máxima de cada modelo. Me gustaría que cada persona que compre en la tienda online viva una experiencia y pueda transformar su bolso en una forma de expresión propia.

– **Y, ¿de dónde salen todos esos diseños? ¿En qué te inspiras para crear?**

– En todo, absolutamente. De repente estoy durmiendo, viendo una película o escuchando música y se me ocurre algo, paro y lo dibujo. Es algo natural, nunca me he parado delante de un papel esperando o pensando que diseñar. Estoy pensando todo el rato, muchas cosas no sirven pero otras sí (sonríe). Después intento hacer una prueba, me gusta ver las cosas hechas.



– **¿Dónde podemos encontrar tus accesorios?**

Se pueden encontrar únicamente a través de la **página web** y también en **redes sociales**, a las que voy subiendo cada día un trocito de TrendySlang.

Al ser productos personalizados y con tantas combinaciones, creo que lo mejor es la venta online. El siguiente paso que me encantaría dar sería abrir un showroom/taller

- **Muchas gracias Ariadna por darnos un poquito de tu tiempo y hablarnos sobre Trendyslang, te deseamos mucha suerte en tus nuevos proyectos**
- Gracias a vosotros.

uso que hacemos de las 'cookies'. Sin embargo, puedes cambiar la configuración de 'cookies' en cualquier momento. [Acepto](#) [Más información](#)

CATALÀ EDICIÓN IMPRESA | SUSCRÍBETE | [e-Periódico](#) | VIVIENDA + GOURMET'S + CANALES ▼ | SERVICIOS ▼ | FOTOS | VÍDEOS | GRÁFICOS | [f](#) [t](#) [+](#) [p](#) [s](#)

Temas del día Estado Islámico | Barómetro | Grecia | Neymar | Barça | Más temas

 **Reaccionando**
Una bitácora para una generación no tan perdida

 **elPeriódico**

Detrás de la ropa que consumimos Lo + Visto Comentado

Recientemente, un medio de comunicación de Noruega ha realizado un 'reality show', titulado 'Sweat Shop' ('Fábrica de explotación'), que muestra cómo tres jóvenes noruegos se trasladan a Camboya para vivir durante un mes en las mismas condiciones que los trabajadores textiles de ese país: horarios de 70 horas semanales, sueldos míseros que apenas superan los 80 dólares mensuales y sistemas de seguridad más que cuestionables. Una de las participantes (la bloguera Anniken Jørgensen) quedó tan impactada tras la experiencia vivida que decidió emprender una campaña para denunciar la situación de los trabajadores de las filiales camboyanas pertenecientes a la multinacional H&M. La protesta ha tenido tal repercusión mediática que la marca sueca ha tratado de silenciar a la bloguera y ha solicitado reunirse con ella en su sede de Estocolmo.

Conviene recordar que en Camboya la industria textil supone una de las fuentes de ingresos más importantes (el 13% del PIB en el 2012), por lo que las grandes multinacionales textiles, conscientes de su poder en dicho país, se aprovechan de ello para imponer sus propias condiciones de trabajo, sus reglas del juego. En el 2012, una fábrica que trabajaba para Walmart y H&M cerró sin pagar el salario de varios meses a sus trabajadores, y en el 2013 Nike decidió despedir a 300 trabajadores textiles camboyanos por haber participado en huelgas para reclamar mejores condiciones de trabajo y salarios dignos. Por si fuera poco, en abril de ese mismo año, el derrumbe del edificio Rana Plaza, que albergaba varias fábricas textiles en Bangladés, se cobró la vida de 1.138 personas y provocó más de 2.000 heridos. De momento, las marcas implicadas (entre ellas Inditex, El Corte Inglés, Mango y H&M) que se comprometieron a contribuir al fondo de compensación para las víctimas no han aportado ni la mitad de los casi 40 millones necesarios, según denuncia la campaña Ropa Limpia.

Por otra parte, el trabajo infantil continúa siendo recurrente en la industria de la moda. En el 2012, un informe titulado 'Captured by Cotton' ('Atrapadas en algodón') relató el proceso de reclutamiento de miles de niñas y jóvenes indias por grandes fabricantes textiles de Tamil Nadu que suministran luego sus productos a grandes firmas internacionales como Inditex, El Corte Inglés y Mango. Ese mismo año, el

canal televisivo France 2 emitió un reportaje de investigación que destapó el poco control existente sobre las empresas subcontratadas por Inditex en Nueva Delhi, acusadas de explotación infantil. Asimismo, el año pasado Zara recibió una denuncia por emplear mano de obra en condiciones similares a la esclavitud en Buenos Aires.

Tras todos estos recientes y continuos escándalos que muestran el despiadado mundo de la industria textil y la falta de escrúpulos de las grandes marcas multinacionales, cada vez son más los proyectos que surgen para proponer nuevas formas de producir moda y fomentar un consumo sostenible y responsable. En el 2011 nació Slow Fashion Spain, la plataforma referente de moda sostenible en España, que tiene como objetivo difundir y potenciar iniciativas y proyectos alternativos a la 'fast fashion' y que en el 2014 ha organizado las terceras jornadas informativas sobre Moda Sostenible. También en abril de este año se ha celebrado la primera Pasarela de Moda Sostenible en Barcelona, con motivo del Fashion Revolution Day (en conmemoración de la tragedia ocurrida en Bangladés), en la que desfilaron decenas de marcas con criterios de producción éticos y ecológicos. Hace poco se ha creado la página web Move to Slow Fashion, una tienda en línea que reúne decenas de marcas que fabrican de forma sostenible y que además promueve el reciclado de ropa mediante un servicio de recogida a domicilio. Existen asimismo numerosas tiendas en las que se fomenta una moda ética y sostenible, como Greenlife Style, y marcas que promueven la moda ecológica, como Ecoology, y que apuestan por una producción local, responsable y de calidad, como **TrendySlang**.

Hoy en día, muchas personas ya están concienciadas sobre la necesidad de cambiar el insaciable modelo de producción textil actual por uno más sostenible y de conseguir un mayor control sobre las condiciones en las que se fabrica la ropa que compramos. Cada vez más y más gente se cuestiona cómo es posible que estas multinacionales generen millones de beneficios mientras que las prendas resultan tan económicas, y si merece la pena consumir tanta ropa de usar y tirar sin saber cuáles son los dedos que incrustan las lentejuelas en el vestido. Como consumidores responsables podemos informarnos más y fomentar la compra en tiendas locales y de diseñadores independientes cuyo proceso de producción resulte más transparente. Debemos ser capaces de querer ver más allá del precio que marcan las etiquetas, ver las vidas que hay detrás de las prendas que vestimos y que, parafraseando a Eduardo Galeano, cuestan menos que la ropa que fabrican.