

Cris Miranda crea ropa con telas recicladas y estética japonesa: ya llegó al retail

Diseñador de kimonos parte a EE.UU. para aprender a ser empresario

“Con plata baila el mono: lo que aprenda en el programa me va ayudar a enfrentarlo”, anticipa.

FRANCISCA ORELLANA

El diseñador de modas Cris Miranda (29) poco a poco suma pergaminos en su trayectoria laboral. Ha sido elegido dentro de los chilenos más creativos con sus colecciones inspiradas en la cultura japonesa y en la reutilización de kimonos, ha ganado concursos y ahora acaba de recibir una beca de formación profesional desde Estados Unidos.

Fue en un viaje a Japón cuando este académico de Diseño de Vestuario y Textil de la Universidad Andrés Bello se maravilló con la belleza y funcionalidad de los kimonos y sus cinco metros de tela, que se pueden reformular en nuevas piezas. A ello sumó a su gusto por el animé y la cultura nipona, transformándolo en el sello de sus diseños únicos que arma con un equipo que componen jefas de hogar de Puento Alto y La Florida.

Ese enfoque lo llevó a ganar una beca para participar del programa Jóvenes Líderes de las Américas 2025 (Young Leaders of the Americas Initiative, YLAI), que comienza en mayo próximo en EE.UU.

Empresario creativo

“Voy un mes completo a aprender, me mandan a trabajar a una empresa ligada a lo que yo hago para desarrollarme como empresario y escalar mi proyecto. Me estoy tomando en serio lo de ser empresario creativo y saber cómo funciona la industria y la empresa. Me ayudó mucho para quedar seleccionado que tengo inglés fluido y un manejo más especializado del idioma. Desde chico quise aprender inglés, saber qué cantaba Madonna”, recuerda.

Dar ese salto es indispensable, señala: “Mi viaje a Japón significó entender que con plata baila el mono: quiero desenvolverme y generar propuestas creativas, perfeccionar mi proceso. Y para eso necesito plata. Lo que aprenda en el programa me va ayudar a enfrentarlo”.

¿Cuál es la principal dificultad de crear colecciones?

“El principal problema es tener la inversión inicial para escalar el proceso productivo. Todo esto ha sido un



Así lucen los kimonos, cuya confección requiere 5 metros de tela.



“Quiero seguir internacionalizando mi carrera y tener una tienda”, proyecta Miranda.

trabajo más individual, propio, porque el sector creativo de la moda no tiene mucho apoyo, se tiende a frivolarizar cuando es un vehículo de cambio social”.

¿Cómo lo hace para competir con el retail o fast fashion?

“Busco alternativas para estar presente en los retails más grandes, generando colecciones para grandes tiendas que se han vendido en el mall. Chile tiene cultura de mall, entonces tengo que habitar ese espacio también; se logra, pero no siento que compita con el fast fashion porque mi cliente llega a mí porque está buscando una pieza única”.

Diversificación

Miranda reimagina kimonos reciclados, que son las prendas insignes de su marca: “Trato de hacer dos colecciones al año. Voy sacando cápsulas entremedio, para mantener expectante a la gente. Los kimonos son piezas únicas, por lo general se compran para una ocasión especial: ir a un matrimonio, una graduación. Y después vuelven porque la ropa les hace sentir muy bien”.

Si bien los kimonos son sus prendas estrellas, se ha logrado diversificar con otros productos de producción más masiva, como las poleras o pantalones palazos, pero sin perder la estética nipona.

“Se venden muy bien. Esto es un estilo de vida: hay tanta gente a la que le gusta el animé que trato de llegar al público que se sienta identificado con lo que yo hago, hay una sinergia muy linda con el consumo de música de Oriente. Tengo un grupo grande de clientes de más de 40 años que van a

trabajar con esta ropa, van a la oficina porque tienen buen calce, no es solamente para la pasarela. Hay piezas de seda que cuestan \$180.000, pero también otras de tela desde \$40.000. Trato de cubrir bien el mercado para llegar a más gente, porque no creo en el lujo verde o sostenible”.

Es bueno lanzarse a la piscina con la creatividad, afirma Miranda, pero siempre con un producto masivo bajo la manga, como las poleras: “Son piezas fundamentales porque me permiten seguir”.

¿Es importante estudiar Diseño o se puede aprender sobre la marcha?

“Algo que ha marcado mi proceso como diseñador fue la multidisciplinaria que existía cuando estudié. Aprendí de marketing, arquitectura, algo de ingeniería, porque la malla permitía tomar electivos de distintas carreras que contribuyeron mucho a mi perfil de egreso profesional. El talento puede estar, pero si no es constante y con disciplina, no se avanza”.

¿Qué metas tiene como diseñador?

“Quiero seguir internacionalizando mi carrera y tener una tienda, es el sueño de vivir la experiencia completa. Poder conectar con esta estética que trabajo de los principios del zen y la reutilización textil sólo se logra con espacio físico. Me encantaría y vamos para allá”.