

Miki&Choya

FAST FASHION

Para Miki&Choya y sus primeros cuatro años de existencia, el uso de Instagram fue esencial. Como su nombre lo indica, su instantaneidad le dio la posibilidad a su creadora, de diseñar, exponer y sorprender. Detrás de cámara, y frente a ella, Inés (Figuroa Alcorta) se revela espontánea, dedicada y sumamente creativa.

Inés Figuroa Alcorta estudió en Londres, en el Central Saint Martins; y en Miami, en The Art Institute. Si bien reconoce que no deja de mirar las marcas clásicas como Chanel, Cloe y Celine; dice ser admiradora de firmas tipo Dries Van Noten, un diseñador belga que tiende a ir al diseño puro y que es bien constructivista. Su primera experiencia en el mundo de la moda fue en Gianfranco Ferré en Miami, y después trabajó en una productora durante varios años. Cuando habla de **Miki&Choya** se le ilumina la cara, los ojos se muestran entusiasmados y su voz refleja emoción y orgullo. Y no es para menos: la suya es una propuesta que puede lucirse todo el año, una moda que no se rige por temporadas, sino que es algo así como un "Fast Fashion" que varía e innova mes a mes. Sus botas, loafers (bordados con una calavera, una corona o un ananá fueron el puntapié para iniciar esta aventura), suecos y sandalias (más algunos accesorios, tipo carteras y sobres, sublimes) tienen un estilo completamente único, diferente y bien *chic*. Cuero y rafia italiana, croco, pelo, cierres contrastantes de níquel, tachas, forros de cabra y suelas de madera quemadas a fuego con la marca. Una colección de piezas que no se repiten (de algunos modelos sólo fabricó dieciséis pares), que son distinguidas, cancheras y que regalan a quienes las llevan el mote de "mikitas", tal como a ella le gusta llamarlas. Facebook e Instagram fueron, desde el principio, sus canales para dar a conocer semana a semana sus creaciones. Dos medios por el que inició un diálogo espontáneo, y de un ida y vuelta permanente. En un popurrí de imágenes francas Inés es siempre protagonista: su "look del día" es

imitado y aplaudido por sus más de 74.000 fans que la siguen fielmente. "Lo mío es aspiracional. Me muestro tal cual soy. Lo que yo hago lo uso, y porque lo uso y muestro cómo, lo vendo," asegura. **Miki&Choya** es tendencia *casual chic*, con identidad, materiales de primera, detalles sumamente cuidados y una alta cuota de diseño.

Una historia de imágenes

Admiradora fiel de la cultura japonesa, Inés eligió el nombre de la marca después de investigar sobre el origen de los nombres de dos Kimmidoll, unas muñequitas de su colección oriental. **Choya** significa "believe" (creer en castellano), y **Miki** es sinónimo de "flourish" (que, en nuestro idioma equivale a florecer). "Empecé a pensar en esas palabras en un momento muy particular de mi vida, y fue su significado lo que me llevó a elegir las", confiesa. Luego de jugar bastante con ambas y combinarlas de diferentes maneras, llegó al **Miki&Choya**, y no dudó. Enseguida eligió la helvética negra y, con más dudas que certezas, le pidió a un amigo que diseñara el logo. El primer paso estaba dado. Lo que vino luego es una historia que se puede contar en imágenes, instantes que quedaron grabados para siempre en su Instagram (valga la redundancia), en su FB y en su Blog. Una historia que desde que se gestó vino por el lado de los zapatos, que ya tiene cuatro años, y que llegó a Méjico, España, Chile, Uruguay y al interior del país a través de un único canal: las redes sociales. Varios capítulos de propuestas únicas, en la que las mujeres que la eligen se sienten especiales y a las que Inés trata de manera personalizada durante todo el proceso de consulta-respuesta-compra-venta. **Miki&Choya** es, de principio a fin, ella sola: es ella quien contesta todas las consultas de FB, responde los mails y las preguntas en Instagram, la que apunta citas de media hora con cada una y quien recibe a sus clientas en el showroom una por una. "Se generó una fidelización con mis clientas que es increíble. Se vuelven locas porque saben que lo mío está muy lejos de ser masivo. Las ediciones son limitadas y para ellas venir al showroom es venir a vivir una experiencia", sostiene. Y agrega que las que entran y ven sus botas, se quieren llevar todas. "Te aseguro que a cada clienta que camina con un Miki la gente le pregunta por los zapatos. Es un hecho. Es así", remata.





MIKITOS

Hoy **Miki&Choya** tiene un público masculino fiel, un público femenino muy fuerte y casi adicto; y en poco tiempo se viene “Mini Miki”, “Miki Kids” o **Miki&Choya** para niños. “Mis clientas me piden para su hijas, así que estoy trabajando en eso”. La propuesta: las texanas que son clásicas de la marca y algunos loafers. Del futuro de **Miki&Choya** asegura que no aspira al local porque perdería esa exclusividad que la identifica. “Fabrico doscientos pares por mes. No me sirve la modalidad local. La cliente que viene hoy, vuelve el mes que viene y se lleva un modelo nuevo”, dice. De lo que sí está segura es que en el exterior tiene mucho potencial. “Ya estoy trabajando en una página de e-commerce para vender afuera”, concluye.

“SIEMPRE BUSQUÉ ESA “FRUTILLITA”, ESE ALGO QUE ME DIERA PERSONALIDAD; Y QUE CON PONERME UN JEAN Y UNA REMERA SOLAMENTE ME HICIERA SENTIR DIFERENTE. UN BUEN PAR DE ZAPATOS LO CAMBIA TODO”.

Más Miki&Choya
 (11) 6299-1593
 www.mikichoya.com.ar
 FB Miki & Choya Indumentaria
 Showroom en Palermo (previa cita)