



Proyecto regional crea moda sustentable con residuos marinos

Bora Bora Swimwear es un emprendimiento creado por Cynthia Yunis, diseñadora de vestuario. Inspirada por el océano y la contaminación plástica que lo afecta, creó una marca de trajes de baño fabricados a partir de redes de pesca y botellas plásticas recicladas. Con foco en el suprarreciclaje, la trazabilidad y el triple impacto, esta marca se consolida como un referente de moda circular en Chile.

 María José Arriagada G.

“Bora Bora Swimwear nace con una misión clara: transformar los residuos del océano en prendas de diseño sostenible. Vi en ello una gran oportunidad para generar un impacto real desde Chile, desde las costas de la Región de Valparaíso”, cuenta la diseñadora Cynthia Yunis, creadora de una marca de ropa sustentable “que utiliza principalmente redes de pesca en desuso y plástico reciclado postindustrial, convirtiéndolos en prendas sostenibles que combinan innovación, estilo y compromiso ambiental”.

La emprendedora cuenta que “desde el inicio tuve claro que no quería crear una marca de trajes de baño más, sino una que realmente generara un cambio, abriendo y liderando una nueva categoría en moda circular y sostenible”. “Para mí -agrega-, diseñar ropa sin sentido no tiene valor. Lo que nos diferencia es justamente darle propósito: ser responsables con el entorno y con el medioambiente. Eso le otorga a cada prenda un sello único. Y en ese marco, también me in-

teresa cómo este esfuerzo dialoga con las transformaciones de la industria, especialmente ahora que la Ley REP empieza a tener un rol cada vez más relevante en el sector del vestuario.

-¿Qué materiales utilizan?

-Utilizamos principalmente Econyl, que es un nylon regenerado de altísima calidad. Este material se produce a partir de residuos recuperados del mar, como redes de pesca y otros desechos industriales. La gran ventaja es que no solo evita el uso de recursos vírgenes, sino que también ayuda a limpiar los océanos. Todo el proceso de diseño es local. Buscamos que cada traje de baño tenga una trazabilidad completa: desde el origen del hilo hasta el empaque final. Por eso usamos etiquetas recicladas, bolsas compostables y eliminamos el plástico de un solo uso en toda nuestra cadena. Nos enfocamos en producir en pequeñas cantidades para evitar sobrestock y trabajamos con pre-order en algunos casos, lo que también educa al consumidor en una compra más consciente.

-¿Cuál ha sido su estrategia de financiamiento?

-El inicio fue completamente con capital propio. No ha sido fácil,

pero esa limitación me obligó a ser muy estratégica con cada peso invertido. Hemos postulado a fondos públicos, pero aún no recibimos financiamiento estatal directo. Estamos abiertas a alianzas con marcas, fundaciones o inversionistas que compartan nuestros valores. La clave ha sido crecer de forma orgánica, escuchando a nuestras clientas, mejorando cada colección y siendo muy honestas con lo que podemos y no podemos hacer. También participamos en ferias de diseño y sostenibilidad, y eso nos ha permitido darnos a conocer y construir comunidad. La confianza que hemos generado ha sido nuestra mejor inversión.

-¿Cuáles son hoy los principales desafíos para emprender en moda sostenible en Chile?

El mayor desafío es el costo. Los materiales reciclados, como Econyl, son más caros que los convencionales, y producir de manera ética también lo es. Eso se traduce en un precio final más alto, lo que puede alejar a algunos consumidores. Pero estamos convencidas de que el valor real de una prenda no está solo en el precio, sino en su historia, su impacto y su durabilidad. Otro gran obstáculo es la educación. Mucha gente aún no entiende qué significa moda sostenible o cree que es solo una tendencia estética. Por eso trabajamos mucho en comunicar nuestros procesos, mostrar la trazabilidad, y hacer que nuestras clientas se sientan parte del cambio. También hay desafíos en la escalabilidad. Nos encantaría crecer más rápido, llegar a otros países, pero sin perder el control de la calidad ni el sentido original del proyecto. Nuestro foco sigue siendo cuidar cada detalle, más que crecer por crecer. ●

