

CASO **MODA ÉTNICA**

IMPULSADO EL COMERCIO JUSTO CON INDÍGENAS ARTESANAS
DE LA AMAZONÍA PERUANA

En lo profundo del Amazonas peruana, la población ribereña carece en su mayoría de servicios básicos como energía eléctrica, acceso a agua potable y telecomunicaciones. Además, la región enfrenta enfermedades tropicales endémicas que abruma los servicios sanitarios, llevando a una baja productividad y al gasto de una parte importante del ingreso en cuidados médicos. Dado lo remoto del área y la escasez de servicios, son pocas las perspectivas económicas y de empleo para su población, dejando a los habitantes con pocas posibilidades de escapar al ciclo vicioso de la pobreza.

“Minga Perú”, una organización social fundada por Eliana Elías, socia de AVINA, está trabajando desde hace nueve años con grupos de mujeres en las poblaciones ribereñas para lograr cambios en la región, aumentando sus ingresos y mejorando sus condiciones de vida. Minga ha capacitado a mujeres en diversas actividades productivas, una de ellas es el bordado artesanal de mantos de alta calidad con bellos diseños étnicos, para la venta local y con miras a la exportación. Las mujeres tejen telas, que pueden luego vender a los turistas, o bien a Minga, que las usa para hacer productos con valor agregado, como joyería y prendas de vestir. Minga inscribe su acción bajo el rótulo de “Comercio Justo / Responsabilidad Social” y aprovecha contactos en el

mercado norteamericano de productos de comercio justo.

Esta actividad forma parte de la misión institucional de Minga de promover la justicia social y la dignidad de las personas, a través de sus programas de liderazgo y capacitación sobre salud integral y reproductiva, equidad de género, identidad cultural y lucha contra la violencia al interior de la familia. Las mujeres con quienes trabaja Minga han asumido roles de liderazgo dentro de sus comunidades, tomando la responsabilidad de programas para su desarrollo. Este trabajo es además difundido a través de su programa radial “Bienvenida Salud”, el cual con más de 1,000 ediciones al aire llega con sus mensajes educativos en español y lenguas indígenas a las comunidades rurales con gran sintonía.

En la actualidad, el mercado mundial de artesanías de exportación es superior a los \$200 millones de dólares anuales. Las artesanías de lujo tienen el potencial de aumentar su participación en el mercado, al llamar la atención de los consumidores en el mundo desarrollado. Minga, como marca, podría hacer parte de un creciente segmento de artesanías con diseños de moda y de comercio justo. Además, Minga tiene un atractivo particular, debido a la escasez de artesanías amazónicas en

el mercado internacional, y su habilidad institucional para contar las historias de estas mujeres y su lucha valiente por salir adelante. Los resultados iniciales han sido prometedores y se expandirán, incluyendo a más mujeres y acompañando la comercialización local.

El primer paso de hacer productos de prueba para ser presentados externamente ha sido exitoso, al encontrar algunos compradores del mercado internacional que se han interesado en estos productos. El paso a seguir es el diseño de productos e implementación de un plan de producción y comercialización, comenzando por identificar compradores corporativos. También se planea aumentar la línea de productos más allá de los bordados, incluyendo una completa gama de artesanías. Pese a que el tamaño del mercado nacional y su remota ubicación representan retos para Minga, ésta se ha convertido en un agente clave entre los artesanos rurales y los consumidores nacionales e internacionales. AVINA propone apoyar el crecimiento del negocio que beneficie principalmente a las mujeres de la amazonía y fortalezca a Minga como articulador a los mercados. Para ello se está pensando en la expansión de la línea de productos, el desarrollo de canales de venta y la identificación de socios institucionales internacionalmente.