



NUEVOS CAMINOS PARA EL DESARROLLO

NUEVOS CAMINOS PARA EL DESARROLLO

Esta publicación ha sido posible gracias al apoyo del Fondo General de Cooperación de Italia (FGCI)



Nuevos caminos para el desarrollo

Primera edición: julio 2016

Hecho el Depósito Legal en la Biblioteca Nacional del Perú N°2016-08172

Editado por: Corporación Andina de Fomento
Av. Canaval y Moreyra 380 Int. 1301 San Isidro

Elaboración: Altura Comunicación

Impreso en:
JHIRE GRAFEL SRL
Av. Petit Thouars 1189 Lima

© 2016 Corporación Andina de Fomento
Todos los derechos reservados

La versión digital de este libro se encuentra en:
scioteca.caf.com

ÍNDICE DE CONTENIDOS

Prólogo	5
La esperanza se siembra en el mar	
Cultivo y repoblamiento de especies	9
Tejiendo la red	10
A la pesca de nuevos conocimientos	13
Testimonio: "No es un cuento, porque lo viví"	14
Erizos a la vista	16
Sembrando algas en cuerdas	17
Testimonio: "Somos cultivadores, ya no depredadores"	18
La mesa servida	20
Fijando los nudos	21
Testimonio: "Aprendimos cómo cultivar algas"	22
Visión de futuro	24
Testimonio: "Podemos gestionar nuevos proyectos"	26
Tejedoras de un porvenir	
Desarrollo de capacidades para un mercado justo	31
La punta de la madeja	32
Enlazando fibras empresariales	34
Tejiendo comercio con sentido	35
Testimonio: "Comercio justo es ética y conciencia"	36
Hilando el mundo	39
Testimonio: "Un precio justo por nuestra labor"	40
Trenzando gestión y sostenibilidad	43
Testimonio: "Un estilo de vida, antes que una moda"	44
Tejidos de éxito	46
Testimonio: "Mejoramos nuestra calidad de vida"	48
Conclusiones	53

PRÓLOGO

Pesca y textilería son actividades productivas que se remontan al milenario pasado del Perú. En ese sentido, su inserción en la dinámica económica de los últimos años continúa siendo centro de atención de proyectos de desarrollo promovidos por gobiernos nacionales, regionales y locales, apoyados por organismos multilaterales, agencias de cooperación y ONG que comparten el ideal de la sostenibilidad social de los países de la región.

CAF-Banco de Desarrollo de América Latina- integrando cada vez con mayor responsabilidad los principios del desarrollo sostenible en todas sus actividades, promueve iniciativas encaminadas a la reducción de la pobreza y la desigualdad, a través de la canalización de recursos para proyectos ambientalmente responsables y de inclusión socioproductiva, con miras a fortalecer la formación de capital social y humano.

En ese marco, durante el periodo 2008-2016, CAF y el Ministerio de Relaciones Exteriores de la República de Italia ejecutaron –con recursos del Fondo General de Cooperación Italiana (FGCI)- los proyectos Estudio del Recurso Pesquero Artesanal en el Sur del Perú en alianza con el Viceministerio de Pesquería del Ministerio de la Producción (PRODUCE), y Sistema de Comercio Justo y Ético en el Clúster Peruano de Textil y Confecciones en Perú en asociación con PROMPERÚ, entidad adscrita al Ministerio de Comercio Exterior y Turismo. En ambos casos, los equipos de consultores que desarrollaron las actividades estuvieron liderados por reconocidas firmas italianas.

Nos complace compartir la publicación Nuevos caminos para el desarrollo, que resume los avances obtenidos por los dos mencionados proyectos, pero además expone los resultados que estas intervenciones han tenido en materia de desarrollo económico y social, en base a testimonios recogidos entre los grupos beneficiarios, que permiten evidenciar los alcances logrados mediante cooperaciones técnicas no reembolsables financiadas con recursos del FGCI en la región.

El Estudio del Recurso Pesquero Artesanal en el Sur del Perú, que involucró a las regiones de Ica, Arequipa, Moquegua y Tacna, permitió apoyar a asociaciones de pescadores artesanales en la mejora de su productividad y manejo adecuado de recursos acuícolas, y fomentar el repoblamiento de especies como erizos y algas marinas por parte de esas organizaciones. Dicha iniciativa ha permitido fortalecer la competitividad de las asociaciones de pescadores artesanales e incluso comercializar sus productos acuícolas en atención a las actuales exigencias del mercado nacional e internacional.

Por su parte, el Proyecto Sistema de Comercio Justo y Ético en el Clúster Peruano de Textil y Confecciones en el Perú permitió capacitar a micro y pequeñas empresas de Arequipa, Ayacucho, Cusco, Junín, Lima y Puno e implementar Buenas Prácticas de Comercio Justo (BPCJ) al interior de las organizaciones, a fin de prepararlas para la etapa de certificación en BPCJ y, de esa manera facilitar el espacio para participar en reconocidas ferias internacionales e incursionar en ese nicho del mercado mundial.

Consideramos que, en ambos casos, se han sumado sinergias para cumplir con la común misión de impulsar el desarrollo empresarial, la competitividad productiva y socialmente inclusiva, así como el emprendimiento innovador a través de programas especializados y la generación de conocimiento, para que se movilicen recursos internacionales hacia los países, se fortalezcan encadenamientos productivos sostenibles y se repliquen experiencias exitosas.

Eleonora Silva Pardo
Directora Representante en Perú
CAF -Banco de Desarrollo de América Latina-



Estudio del recurso pesquero
artesanal en el sur del Perú

LA ESPERANZA SE SIEMBRA EN EL MAR



Atico, Arequipa

**REGIONES
COMPRENDIDAS EN EL
PROYECTO**



**CULTIVO Y REPOBLAMIENTO
DE ESPECIES**

El proyecto Estudio del Recurso Pesquero Artesanal en el Litoral Sur del Perú, fue impulsado en el año 2009 por CAF -Banco de Desarrollo de América Latina- en asociación estratégica con el Instituto Per la Cooperazione Universitaria (ICU), para investigar e identificar oportunidades que permitan elevar el potencial pesquero del litoral sur peruano, comprendido entre Ica y Tacna.

En la primera fase de trabajo, el estudio permitió detectar la posibilidad de implementar proyectos acuícolas con las organizaciones sociales de pescadores artesanales (OSPA) de Ica, Arequipa, Moquegua y Tacna, con el fin de repoblar especies como el chanque y la lapa, así como también cultivar algas y erizos.

En el 2013, CAF y el ICU iniciaron una segunda fase del proyecto, orientada a implementar acciones concretas con pescadores artesanales del sur del país, para contribuir al desarrollo económico sustentable del sector acuícola.

El proyecto fue presentado en las caletas, donde se realizaron sesiones informativas sobre las propuestas de repoblamiento y cultivo de las especies marinas a 60 organizaciones sociales de pescadores artesanales, en total 1.500 personas, desde Ica hasta Tacna. Todo ello con la finalidad de sensibilizar a cientos de pescadores para el desarrollo de proyectos acuícolas que busquen unir la sostenibilidad en el manejo de los recursos marinos y la economía de las familias, con un mercado nacional y potencialmente internacional.

En los tres años de duración de la segunda fase del proyecto, un total de 53 OSPA se involucraron en el proceso de capacitación para conocer los sistemas de cultivo de erizo y algas, y la técnica para lograr el repoblamiento en áreas donde las poblaciones de estas especies se encontraban muy depredadas.

La implementación de las experiencias piloto la tuvieron a su cargo tres OSPA, compuestas cada una en promedio por 25 pescadores: la Asociación Las Brisas de Ilo (Moquegua), el Sindicato de Pescadores Artesanales Mariscadores del Puerto de Atico-SPAEMPA y la OSPA de Chorrillos (ambas de Arequipa).

Con el proyecto se ha logrado sembrar 410.000 semillas de erizo rojo (*Loxechinus albus*) en la zona El Gramadal, en Atico (Arequipa), y se obtuvo 200 metros de sustrato de fijación para algas rojas en las zonas de Platanales (Ilo), y Chorrillos (Arequipa).

A esto se suma la elaboración de dos estudios de línea de base (ELBA), dos estudios socioeconómicos (ESEC), dos planes de manejo y explotación de recursos bentónicos (PMER) y dos declaraciones de impacto ambiental (DIA) que posibilitaron la habilitación de 257 hectáreas y el derecho de uso de 249 hectáreas de área marina con fines de repoblamiento.

Un efecto importante ha sido la sinergia generada entre el Ministerio de la Producción del Perú (PRODUCE), los gobiernos regionales, los gobiernos locales y las organizaciones sociales de pescadores artesanales de Ica, Arequipa, Moquegua y Tacna, pues ha servido de soporte institucional en el proceso de aprendizaje y gestión para el desarrollo sostenible del sector acuícola.

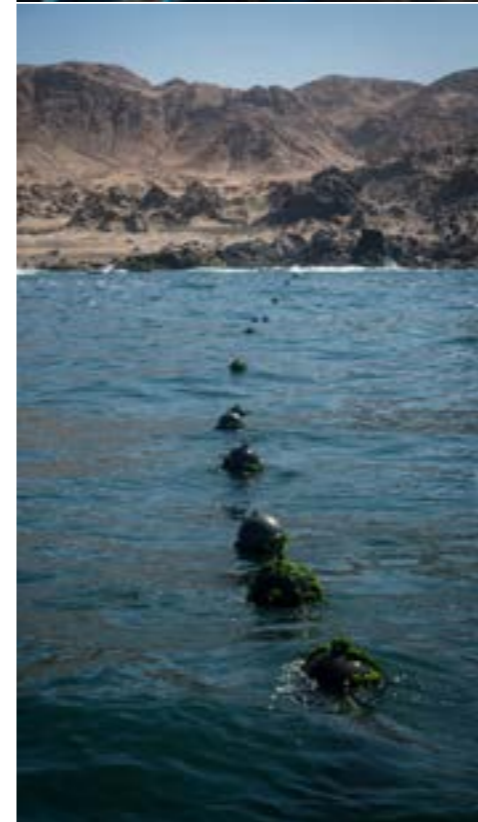
TEJIENDO LA RED

Para iniciar un proyecto orientado a fortalecer el aprovechamiento responsable de los recursos hidrobiológicos, se necesita no solo conocimiento sobre las especies, sino también un componente organizacional bien marcado, con personas convencidas y comprometidas a mejorar las condiciones en las que trabajan “bajo y sobre el mar”, puntualiza Simone Pisu, jefe del proyecto implementado por ICU.

FOTOS PÁGINA 11

1	2
3	4
5	6
7	

- Embarco de pescadores artesanales. **1**
- Buzo ingresa al mar en Atico. **2**
- Sistema long-line para cultivo de erizo. **3**
- Extracción de algas en la costa de Arequipa. **4**
- Erizo recién cosechado del mar. **5**
- Julio Gamero en el laboratorio de Chorrillos. **6**
- Aswan, marca creada por la OSPA de Chorrillos. **7**



Uno de los primeros retos fue lograr la confianza de las organizaciones de pescadores ante las nuevas propuestas y el acercamiento de instituciones externas. ¿Para qué se acercaban estas instituciones a los pescadores?, ¿qué querían en realidad?, ¿con qué “nuevo cuento” vendrán? Esas eran las preguntas que circulaban en las caletas cuando el equipo responsable del proyecto presentaba su propuesta.

A ello también se sumaba la visión de corto plazo y ganancia inmediata de algunos pescadores artesanales, ya que esta actividad es un medio de subsistencia y de economía cotidiana para las familias.

“Nosotros, en Chorrillos, somos una asociación integrada por 180 personas. Hicimos una reunión para involucrar a los socios en este proyecto. Unos no le daban importancia, porque a muchos les gusta rápido el billete, de un día a otro. Como este es un proceso a largo plazo, se involucraron unos 40 socios”, comenta el representante de la Asociación de Pescadores de Chorrillos, Julio Gamero, pescador arequipeño cuya familia ha vivido de la pesca por varias generaciones.

En ese escenario, el reto inicial fue tejer una red de confianza técnica y organizativa. “El pescador necesita ver para creer”, subraya Simone Pisu, quien a la vez refiere que se necesitaba “probarles en el campo” que la propuesta iba a funcionar porque ya existían experiencias similares en el Perú y en Chile.

“Al notar un bloque fuerte de actores que estaban trabajando para ellos, tales como ICU y CAF, sumando a PRODUCE y el gobierno local [especialmente en el caso de Atico], se logró generar la red de confianza inicial para avanzar en este proyecto”, agrega.

Más al sur, en el puerto de Ilo, en la región Moquegua, la Asociación Las Brisas conoció del proyecto y se involucró activamente. Los pescadores se interesaron en el fortalecimiento de acuicultura extensiva, capacidades productivas y principalmente en áreas de repoblamiento y planes de manejo sostenible de algas.

“Desde el inicio, el enfoque de trabajo que promovemos es que la participación no sea la tradicional. En nuestro proyecto, el proceso completo se hace con la activa participación de los pescadores. Ellos intervienen en el diseño de soluciones, la definición de las acciones a seguir, la evaluación. Esa es la gran diferencia. Se busca promover una participación desde el inicio del proceso hasta el final, de forma activa”, plantea el biólogo chileno Carlos Tapia, quien participó como facilitador en el proceso organizativo de las OSPA que se involucraron en el proyecto.

De esta manera, la red se fue extendiendo, para llegar a más OSPA. Los pescadores advertían una oportunidad de innovar y asegurar la sostenibilidad del recurso pesquero. Y, así, cual buzos, se zambulleron en el mar de oportunidades del proyecto.

OSPA* CAPACITADAS POR EL PROYECTO

REGIÓN / Provincia

AREQUIPA

Camaná	2
Cavarelí	10
Islay	3
Quilca	1
Atico	7
Lomas	8

ICA

San Juan de Marcona	16
---------------------	----

MOQUEGUA

Ilo	2
Moquegua	2

TACNA

Tacna	2
-------	---

53 OSPA capacitadas en total

*OSPA:

Organización Social de Pescadores Artesanales.

A LA PESCA DE NUEVOS CONOCIMIENTOS

Los pescadores artesanales poseen conocimientos sobre el mar y sus especies, basados en la experiencia transmitida por generaciones de familias dedicadas a esta actividad. Sin embargo, para generar cambios en el manejo y la gestión de los recursos marinos, era necesario impulsar un proceso de capacitación, con talleres y pasantías que permitieran conocer cómo estaban trabajando en otras caletas.

Entre los años 2013 y 2015, el proyecto logró capacitar a más de 600 pescadores artesanales de 53 OSPA en aspectos técnicos de producción y manejo de algas, erizos y machas.

Un total de 19 personas, entre pescadores artesanales y funcionarios del sector público, participaron en tres pasantías coordinadas con la Universidad Católica del Norte de Chile (UCN), institución con gran experiencia de trabajo en este tipo de capacitaciones.

Esto permitió que los pescadores peruanos conocieran de manera práctica y directa las experiencias de sus pares chilenos en los procesos de producción, cuidado y engorde de erizos, con una mirada de sostenibilidad.

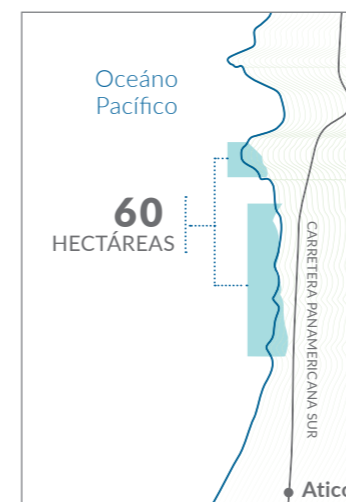
“Siempre oía los comentarios: en Chile están haciendo esto o ya se ha logrado aquello, pero en la práctica no se sabía nada. El proyecto ha ayudado a que el pescador conozca; porque en las pasantías, ya sea en Chile o en el Perú, se ha hecho la práctica en el laboratorio, de cómo es el proceso. El pescador lo sabe de manera empírica, pero no es igual a cuando se lo explican de manera científica”, comenta Renato Zapata, responsable de comercialización del área de repoblamiento de erizos del SPAEMPA de Atico.

El proceso de acercamiento e intercambio con diversos actores institucionales vinculados al desarrollo pesquero-acuícola hizo que los pescadores artesanales no solo conocieran nuevas técnicas, sino que comprendieran cómo un proyecto con visión de sostenibilidad ambiental y económica favorece un proceso de cultivo y repoblamiento de los recursos marinos.

“Hemos aprendido mucho: el tema de gestión, el trabajo en equipo y colaborativo, la forma de ver las cosas de una manera diferente, analizando, evaluando; ya no una sola cosa, sino cómo la actividad que realizo afecta a otros y cómo se relaciona todo integralmente”, indica José Carlos Zapata Rojas, presidente de la Asociación Las Brisas de Ilo.

Con los avances implementados por algunas OSPA del sur, el proyecto promovió reuniones de intercambio, charlas y visitas para seguir animando a otros pescadores artesanales a participar.

ÁREA DE REPOBLAMIENTO DE ERIZO EN ATICO



Área otorgada al Sindicato de Pescadores Artesanales y Extractores de Mariscos del Puerto de Atico y anexos.

“NO ES UN CUENTO, PORQUE LO VIVÍ”

Francisco Díaz Ramos,
54 años

“Nosotros cultivamos la *Chondracanthus chamissoi*, nombre común del yuyo. En Chile se lo conoce como chicoria de mar y en Japón como nori”, señala Francisco Díaz Ramos, de 54 años, presidente de la Federación Regional de Pescadores de Pisco.

Dicha organización administra una empresa comercializadora de algas en Pisco. Uno de los aspectos que descubrieron para comercializar las algas en el mercado internacional fue la exigencia de sostenibilidad que antes no advertían.

“No teníamos en cuenta que en la selección de algas no debían incluirse las reproductivas, ya que el mercado internacional no las quiere porque estamos matando algas madres. Estábamos atentando contra el ecosistema marino”, remarca.

“En las capacitaciones del proyecto aprendimos la técnica de cultivo, tanto en el sistema de fondo como en el sistema suspendido, llamado long-line. Hicimos una muestra y el aspecto más positivo fue cuando vimos los resultados. Comprobamos que realmente el alga se reproducía. Nos convencimos de que el proyecto funcionaba. Era algo real porque lo vimos”.

Como hombre curtido en el mar, está convencido de que este proceso debe servir de aliciente para otras organizaciones de pescadores del país. “Cuando comprobaron los logros obtenidos, los miembros de otras organizaciones de pescadores de Pisco se sorprendieron. ¡Ah, funciona!, dijeron. Hasta que no lo vieron no se convencieron. Creían que no más era cuento”.

“Esto no es un cuento porque yo lo viví y además he comprobado, con la ayuda del microscopio, el proceso de crecimiento del alga desde la espора hasta que la foronda está grande. He visto que realmente no es un cuento sino una realidad”, remarca Francisco con convicción y con la seguridad de que este proceso ha cambiado no solo su forma de cultivar las algas, sino también su relación con el ecosistema marino.



Pisco, Ica



Francisco Díaz Ramos

“Aprendí de los pescadores de Atico el cultivo del erizo. Es muy importante lo que están haciendo, lo vi con mucho optimismo y cuando vine lo transmití a los compañeros de la federación. También aprendí cómo era el negocio de las algas Macrocyti, ya que ellos tienen la idea de vender su producto con valor agregado”, comenta Francisco Díaz, presidente de la Federación Regional de Pescadores de Pisco.

Las áreas de repoblamiento se han constituido también como plataformas de aprendizaje para las OSPA porque han permitido visibilizar su capacidad de gestión y de trabajo colaborativo, reconociendo los saberes y conocimientos de cada uno.

“Si queremos hacer que esta actividad funcione con planes de manejo realizados por pescadores, no será de la noche a la mañana. Toma dos, tres, cinco años; es decir, con el tiempo vamos a ver los resultados. No es a corto, sino a largo plazo”, recalca José Carlos Zapata.

ERIZOS A LA VISTA

El proyecto incentivó el aprovechamiento responsable y sostenible de los recursos hidrobiológicos, como el repoblamiento y cultivo de algas y erizos. En el caso de este último, se dio el repoblamiento mixto: por manejo y por siembra.

El repoblamiento por manejo supuso imponer una veda del recurso por un tiempo para que pueda crecer y recuperarse. En el caso de la OSPA de Atico, la municipalidad distrital apoyó a los pescadores con una caseta de vigilancia para evitar que se extrajera y se depredara el erizo en etapa de crecimiento.

El repoblamiento por siembra se hizo mediante la adquisición de unas 500.000 semillas de erizo rojo (especie *Loxechinus albus*) producidas en el centro de cultivos marinos de la UCN, para cultivarlas en el mar. La importación de semillas para repoblamiento por siembra constituyó una experiencia *sui generis* en el Perú. Esta apuesta, para muchos, aventurera y arriesgada, supuso un trabajo coordinado entre instituciones del Perú y Chile, responsables de medidas sanitarias y legales para la importación de erizos.

Con esta iniciativa, los pescadores artesanales obtuvieron nuevos aprendizajes e instrumentos, por ejemplo un protocolo para el proceso de cuarentena y cuidado en el traslado de los erizos de Chile al Perú. Asimismo, desarrollaron el sistema de cultivo long-line para erizos (línea suspendida en superficie o a una determinada profundidad, mediante flotadores) y construyeron las jaulas donde se colocaron los erizos importados para monitorear su crecimiento.

“Yo estaba encargado del área de cuarentena de semillas en Morro Sama. Luego de que se levantó la cuarentena se



Erizos. Ejemplares cultivados en jaulas del sistema long-line.

trasladaron para Atico. Se sembró, y una parte se instaló en jaulas flotantes, o sea con el sistema long-line, que es una línea instalada con boyas. Entonces, a partir de la línea madre, se cuelgan las jaulas donde se siembran los erizos. Ahí se realiza la alimentación con algas pardas”, relata Renato Zapata.

“Cada quince días se realiza el mantenimiento y se tiene que hacer controles de temperatura del ambiente natural. Se toman muestras en botellas, a la altura de la profundidad donde se encuentra la jaula y se mide la temperatura. Todo este trabajo fue hecho por los pescadores”, continúa Renato con emoción.

Para Simone Pisu, el proyecto alcanzó un alto nivel de compromiso cuando los pescadores participaron en el proceso de gestión, importación, siembra y cultivo de los erizos. “Finalmente, esto se hizo realidad. Fue realmente muy emocionante ver el erizo producido en la universidad; transportarlo muy chiquito, de entre cuatro y cinco milímetros; eran botoncitos chiquitos; cuidarlos por un tiempo; al principio fue de tres a cuatro meses. Y luego instalar una línea de cultivo”, remarca.

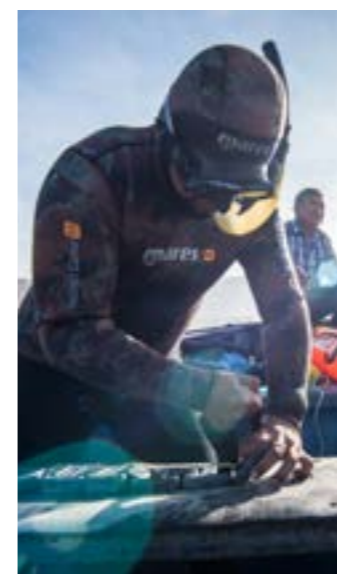
Todo este proceso se convertía en una acción de aprendizaje cotidiano para los pescadores artesanales, quienes en medio de las faenas de trabajo y de sus discusiones para armar y hacer andar el sistema long-line, pudieron reconocerse como cultivadores de un producto.

SEMBRANDO ALGAS EN CUERDAS

En el Perú, se trabaja actualmente con dos tipos de algas: rojas y pardas. La roja, también llamada “yuyo”, es reconocida por su importancia nutritiva. Las pardas tienen importancia industrial, pues contienen una sustancia llamada alginato, que se utiliza como espesante en alimentos y en productos farmacéuticos o cosméticos.

Las algas marinas poseen un potencial comercial enorme, pero la sobreexplotación las ha puesto en peligro. Es por ese motivo que el proyecto CAF-ICU incluyó este recurso entre sus prioridades.

“Hemos entendido que las algas cumplen un rol importante tanto ecológico como económico. En lo ecológico su rol es ser hábitat de otras especies porque sirve como alimento, como centro de refugio. En cuanto al aspecto económico, se obtienen diferentes derivados de las algas, con una tendencia ascendente en el mercado internacional. Cuando se extrae mucho un recurso, se pone en peligro; si nosotros sometemos nuestra actividad a bancos naturales, la vamos a poner en peligro de extinción. De ahí nace el cultivo o el manejo de nuestros recursos”, comenta José Carlos Zapata.



Buzo. Preparado para trabajar bajo el agua.

“SOMOS CULTIVADORES, YA NO DEPREDADORES”

Renato Zapata Saavedra,
35 años

“Vino un representante de la ONG ICU y nos presentó la propuesta de hacer cultivo y siembra de erizo. En ese entonces, el tema de las algas estaba en auge y no hubo mucho interés por parte de la asociación a la cual representaba. Decíamos ¿para qué vamos a sembrar si tenemos de la propia naturaleza para aprovechar?”, recuerda Renato Zapata, de 35 años, responsable de comercialización del área de repoblamiento de erizos del Sindicato de Pescadores Artesanales Mariscadores del Puerto de Atico.

Esa visión cambió después, al notar que había una fuerte depredación de los recursos. “Entonces esta posibilidad de poder repoblar, hacer que reaparezca el recurso, motivó a los dirigentes. Así se inició el proyecto, con un grupo pequeño”.

Renato señala que el mayor reto del proyecto fue hacer entender a los pescadores que la única manera de desarrollar el sector era agruparlos. “Si no hay grupo, no hay fuerza”, recalca.

Reconoce que incluso aquellos pescadores que no participan en el proyecto ya han tomado conciencia de la necesidad de cuidar el ecosistema.

“Más allá de los beneficios económicos de este proyecto, también se han dado beneficios en la sostenibilidad. Los pescadores han entendido que cuidando una parte del mar podemos repoblar otras áreas”. Con estas palabras, hace alusión a que con la recuperación del recurso erizo en el área que tiene el sindicato en concesión, se facilitó el repoblamiento en otras zonas, gracias al movimiento de las esporas a través de las corrientes marinas.

“Ya no nos vemos como depredadores. Ahora somos cultivadores, somos conservadores de nuestro ecosistema. A futuro nos vemos como transformadores. Frente a este recurso que hoy extraemos, lo que queremos es que se exporte de manera industrializada: procesarlo y venderlo al mercado extranjero. Esa es mi aspiración y quisiera que se concrete”, puntualiza Renato con una ilusión bien fundamentada.



Atico,
Arequipa



Renato Zapata Saavedra

Para el cultivo de algas, se trabajó con las OSPA en la identificación y selección; la siembra y cosecha en sistema de cultivo en el mar; el procesamiento, secado y empaque. Asimismo, recibieron capacitación sobre sistema de precios y oportunidades de mercado.

“Intervinimos en este recurso para darles una alternativa a los pescadores sobre cómo aprovecharlo de forma sostenible, no solo a través de un manejo de las praderas naturales, sino también de una venta más eficiente, no solo dentro del agua sino fuera de ella”, indica Simone Pisu.

Se instalaron laboratorios artesanales, conocidos como “hatchery”, contruidos por los propios pescadores con tanques de fibra de vidrio, cuerdas, mangas de malla plástica y un motor básico que permite el recambio de agua y el bombeo de oxígeno. Las algas jóvenes que se desarrollan en los laboratorios se colocan sobre cuerdas suspendidas, mediante el sistema long-line, para que sigan creciendo y luego puedan ser comercializadas.

Antes del proyecto, las OSPA vendían las algas al peso, remojándolas y sin limpiarlas de piedras u otros restos, es decir, a precio de orilla.

La propuesta del proyecto ha contemplado también una transformación en la comercialización, orientándola hacia un mejor manejo de recolección, secado y tratamiento libre de impurezas. Por tanto, el comprador pagará ahora por un producto final procesado. Como dicen los expertos, será una venta al rendimiento.

Aunque el proceso no ha sido fácil porque se tuvo que superar el recelo y el desánimo de algunos pescadores que quisieron retirarse del proyecto, los resultados han evidenciado que este es un trabajo de largo plazo que exige constancia y dedicación.

“Haber conseguido que los pescadores artesanales recuperen áreas y desarrollen el cultivo y repoblamiento de las especies ha sido un esfuerzo importante. Es una oportunidad para ver que esto funciona; solo con eso el proyecto ya es exitoso. Luego viene la parte económica. Sin embargo, para que esto continúe, debe tener una base sólida”, enfatiza Simone Pisu.

La generación de redes de diálogo, de intercambio y de aprendizaje ha fortalecido la colaboración entre las OSPA participantes; ha permitido dinamizar la economía local de las familias y emprender acciones complementarias desarrolladas por la propia comunidad, como las microempresas de mujeres de Chorrillos, que elaboran mermeladas a base de algas marinas con una marca creada por ellas.

LA MESA SERVIDA

Con el proyecto implementado junto a pescadores artesanales del sur del país, no solo hay erizo y yuyo frescos, sino también

productos de calidad y sostenibles, los cuales son resultado de un trabajo técnico y dedicado de hombres y mujeres que apostaron por esta iniciativa y superaron la desconfianza y el temor inicial frente a algo nuevo.

Esta apuesta ha sido reconocida por los mejores restaurantes de Lima. Gastón Acurio, el chef peruano más prestigioso, y José Carpena, gerente del restaurante La Mar, se animaron a adquirir los erizos comercializados por la OSPA de Atico, debido a su calidad y tamaño.

Carpena manifiesta que luego de dialogar con los pescadores artesanales y conocer la experiencia de repoblamiento de erizos desarrollada en Atico, consideraron importante incluir este producto en el menú. “No solo el producto es bueno, sino que hay todo un desarrollo para los pescadores de la zona, que es lo que nosotros venimos buscando desde hace mucho tiempo”, añade.

Para el gerente de La Mar, el cultivo, el criterio de sostenibilidad y la calidad del erizo son elementos importantes que ellos comparten con sus comensales cuando incluyen ese producto en la carta del día. “El erizo de Atico es gordo, grande y muy dulce. Tiene mucha comida y si a eso le agregas la sostenibilidad del recurso, se vende solo”, agrega Carpena.

“Nuestros productos ya se están vendiendo en la cadena de restaurantes tipo gourmet de Gastón Acurio. Personas de todo el mundo van a saber que el erizo, el producto que están comiendo, es de Atico. Ellos nos exigen calidad, que el producto cumpla los estándares y las normas, tanto en sanidad como en tamaño”, comenta Renato Zapata.

Lo interesante de esta experiencia es que saca del anonimato a los pescadores que están detrás del producto y los beneficia económicamente. Al eliminar o reducir a los intermediarios, la relación entre productores y compradores finales se convierte en el elemento crucial del negocio. Conociendo a quienes están detrás del erizo de Atico, los restaurantes pueden tener la certeza de que el producto cumple estándares de calidad y sostenibilidad; eso permite pagar precios superiores a la media del mercado.

FIJANDO LOS NUDOS

El proyecto impulsado por CAF desde el 2009 ha generado una sinergia importante entre PRODUCE, los gobiernos regionales y locales, las universidades, y las OSPA. La conjunción de estos actores institucionales ha permitido que los aprendizajes generados en el proceso hayan hecho de esta experiencia una iniciativa pionera en el ámbito nacional.

Para el representante de la Dirección de Acuicultura del PRODUCE, Lorenzo Mina Valdivia, este proyecto resulta innovador. “La acuicultura peruana trabaja fundamentalmente con especies como la concha de abanico, el langostino,

COSTO DE VENTA DE ALGAS (por 1 kilogramo)

Costo de algas como materia prima.
S/ 1,00

Costo de algas procesadas*.
Aprox. entre **S/ 7,50** y **S/ 9,00**.

Con estos precios por kg de alga procesada se podrían alcanzar valores brutos de **S/ 6.750** por tonelada vendida.

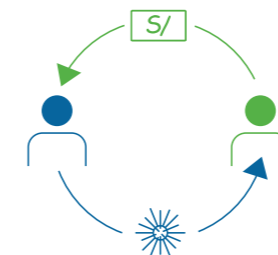
*Procesamiento:

- Lavado
- Secado
- Picado
- Empaque

COMERCIALIZACIÓN DEL ERIZO DE ATICO

Relación libre de intermediarios entre el productor y el comprador final (restaurantes).

Mayores ingresos para los pescadores



Producto sostenible y de calidad

Productor	
Comprador final	
Pago al productor	S/
Producción de erizo	

“APRENDIMOS CÓMO CULTIVAR ALGAS”

Julio Gamero Revilla,
62 años

Miembro de una familia de pescadores, Julio Gamero Revilla mira con esperanza el proyecto de cultivo de algas que, junto con sus compañeros de su OSPA, llevan a cabo en su pueblo, Chorrillos, una localidad cercana a Atico en Arequipa.

“Con este proyecto, hemos aprendido cómo cultivar algas. Desde hace dos años estamos recibiendo charlas. Es una experiencia que estamos planteando a través de este minicampo artesanal”, dice con orgullo y muestra al mismo tiempo el laboratorio que ha acondicionado con sus compañeros de la OSPA. Este ha sido construido de manera sencilla por los propios pescadores, con el fin de lograr que las semillas jóvenes de las algas crezcan bajo el sistema long-line.

“Las cultivamos 25 días, aquí en el laboratorio. Luego las enviamos a la parte norte, donde tenemos una línea larga de sogas de 200 metros. Eso va con fijadores al mar. Hemos hecho unos plomos de cemento grande que van fijados como soportes a la línea de la soga. Allí van colgadas las algas para que se abastezcan de agua de forma natural y crezcan 30 centímetros en solo tres meses. Así estarán listas para poder comercializarlas”.

Julio reconoce que la situación ha variado desde los tiempos en que acompañaba a su papá al mar, y que el trabajo con las algas ha cambiado, hoy esta labor tiene una visión de sostenibilidad.

“Va a llegar una forma diferente de crear la semilla para que el alga no se pierda. Este es un proceso de largo plazo. Por ejemplo, esta primera línea que estamos llevando no va a botar cantidad. Para el próximo año, de repente ponemos más, tres o cuatro líneas más”.

Mientras relata su historia, Julio mira con optimismo a los nóbeles compañeros de su organización. “Lo que uno deja se queda para los más jóvenes, para un futuro”, finaliza.



Chorrillos,
Arequipa



la trucha, la tilapia, pero no se había puesto la mirada en recursos que en la zona sur son muy utilizados y constituyen fuente de trabajo de los pescadores artesanales. Esta iniciativa constituye un proceso de innovación en el manejo y cultivo de erizos y algas”, remarca.

El funcionario del PRODUCE ha acompañado el proyecto en capacitaciones y pasantías, con el fin de conocer el proceso de cultivo de erizos en Chile. Ha sido testigo del aprendizaje de los pescadores artesanales y del fortalecimiento organizativo emprendido en muchas OSPA.

Con el proyecto se ha establecido una plataforma con cierto componente de innovación para la acuicultura peruana. “Un aspecto clave es la organización, más aún si esta se mantiene cohesionada y tiene una orientación empresarial”, remarca.

El funcionario prevé que a futuro las innovaciones en cuanto al cultivo y manejo de algas y erizos constituyen una oportunidad para que las OSPA conciban la acuicultura como una actividad empresarial y complementaria a la pesca convencional, sobre todo ante la progresiva reducción de recursos marinos tradicionales, producto del cambio climático y una explotación poco sostenible.

VISIÓN DE FUTURO

Haber implementado este proyecto ha permitido que los pescadores artesanales involucrados miren el futuro con optimismo, pues ahora manejan herramientas productivas sostenibles y sus organizaciones están más empoderadas. Muchos pasaron de creer que el proyecto “era un cuento” a reconocer que es una realidad, pero también la posibilidad de un futuro diferente al trabajo en la pesca artesanal tradicional.

“El reto es desarrollar lo que se ha iniciado, hacer que la actividad de acuicultura o de planes de manejo con pescadores funcione. Lo que se está planteando es que el proyecto sea una plataforma de aprendizaje, que sea referente en el lugar y que otras asociaciones lo puedan aplicar en sus áreas”, asevera José Carlos Zapata.

Incluso hay quienes, desde sus OSPA, quieren seguir compartiendo lo aprendido con otros pescadores artesanales del país, para demostrar que es posible hacer este trabajo con la participación de todos.

“Actualmente, a nivel nacional todos quieren ver un ejemplo. Como dice el ciego, ver para creer. La verdad es que les diría [a otras OSPA] que se involucren en un proyecto de acuerdo con su zona, como en Atico. Este es un anexo chiquito y tenemos dos proyectos, uno de erizo y otro de algas”, sostiene con orgullo Julio Gamero.

“Les diría a las otras organizaciones, a los otros presidentes de pescadores artesanales, tres aspectos claves: primero, que



Pescadores.
Integrantes de la OSPA de Chorrillos.

se animen a hacer un proyecto productivo de algas; segundo, que este proyecto va a funcionar al cien por ciento porque ya nosotros lo hemos vivido y lo hemos comprobado; y, tercero, que aprendan que el alga es muy importante siempre y cuando se le dé valor agregado y se animen a incursionar en los mercados nacionales”, subraya Francisco Díaz.

La mirada hacia el mercado internacional también está presente en los pescadores, ya que reconocen que el manejo adecuado de los recursos les otorga calidad y sostenibilidad propias del cumplimiento de estándares internacionales.

“Debemos lograr que este recurso que hoy extraemos y vendemos se pueda exportar de manera industrializada al mercado extranjero. Esa es la aspiración que quisiera que se concrete en un futuro, pues es el desarrollo que buscamos para el sector”, plantea Renato Zapata.

Exponer su experiencia de gestión y manejo, como una plataforma viva de aprendizaje, es otra de las iniciativas que divisan los pescadores artesanales como un medio para poner en vitrina la calidad de sus productos.

“Trabajamos con los pescadores, con el sindicato, para que esta área no sea solo un área de repoblamiento, sino que sea un área de interpretación; que vengan docentes, científicos y que puedan investigar. Incluso los turistas pueden hacer fotografías o bucear en el ecosistema, ese es otro eje que podemos desarrollar”, afirma con ilusión Renato Zapata.

Estas ideas y aportes hacia el futuro llevan a una certeza. Este proyecto es una historia de trabajo e innovación donde la esperanza se siembra en el mar, pero los logros se cosechan fuera de él.



Compromiso. Los pescadores garantizan la sostenibilidad del proyecto.



José Carlos Zapata Rojas

“PODEMOS GESTIONAR NUEVOS PROYECTOS”

José Carlos Zapata Rojas,
27 años

José Carlos Zapata Rojas es un joven dirigente que busca cambiar la práctica de la pesca artesanal con mejores técnicas y manejo sostenible de los recursos.



Ilo, Moquegua

Desde muy joven se dedicó a la recolección de algas, como una actividad complementaria a sus estudios secundarios. En el 2010 ingresó a la universidad y el 2012 fue elegido presidente de la Asociación Las Brisas de Ilo, una organización de pescadores artesanales. “En ese tiempo estaba debutando, no sabía nada de gestión, tenía estudios, pero otra cosa es hacer trámites, reuniones. Es otro ambiente”, comenta.

Cuando la ONG ICU llegó a Ilo para presentar el proyecto acuícola de CAF, José Carlos se animó a emprender el proyecto de algas con su asociación. “Nuestra asociación siempre tuvo la visión de llevar a cabo este tipo de proyectos. Así podíamos desarrollarnos, capacitarnos y ver que esto funcionara en el tiempo”.

José Carlos participó en las diversas capacitaciones emprendidas por el proyecto, en coordinación con la Universidad Católica del Norte, de Chile. “Participamos en las pasantías donde apreciamos el cultivo de algas, los planes y el manejo sostenible de nuestro recurso con un enfoque ecosistémico, que ahora es la tendencia”.

Gracias a esta experiencia, compartió sus conocimientos con otras organizaciones de pescadores en Arequipa. “Vine a Atico, donde se elaboró el sistema long-line para cultivo de erizo, se conversó con los compañeros pescadores acerca de cómo se tenía que hacer. Yo apoyé tanto en la parte de diseño como en los materiales que se van a usar; también en el tema de costos”, añade.

“Me siento bien”, afirma José Carlos. Añade que puede avanzar, dar más pasos adelante. Si bien es cierto este proyecto va a finalizar, él ya posee la capacidad de gestionar nuevos proyectos para continuar lo iniciado. Sus palabras son claras, como sus ideas. Él es el futuro.



Sistema de comercio justo y ético
en el clúster peruano de textil y
confecciones

TEJEDORAS DE UN PORVENIR



Alpacas en Puno

**REGIONES
COMPRENDIDAS EN EL
PROYECTO**



**DESARROLLO DE CAPACIDADES
PARA UN MERCADO JUSTO**

Para generar el acceso de las micro y pequeñas empresas (mypes) del rubro textil al mercado internacional en nichos de comercio justo y ético, CAF -Banco de Desarrollo de América Latina- impulsó junto con la Comisión de Promoción del Perú para la Exportación y el Turismo (PROMPERÚ) el proyecto Sistema de Comercio Justo y Ético en el Clúster Peruano del Sector Textil y Confecciones, canalizando recursos del Fondo General de Cooperación Italiana (FGCI).

En la implementación de este proyecto se contó con la participación de Altromercato organización italiana con amplia experiencia en este importante segmento comercial, y PROMER, socio chileno con conocimiento de la realidad de las mypes de la región, entidades que trabajaron con productores locales en la promoción del comercio justo.

El proyecto se desarrolló en dos fases y benefició a 122 mypes. La primera fase se inició en el 2009 para brindar capacitación y asistencia técnica al clúster de empresas

del sector textil y confecciones con respecto a las Buenas Prácticas de Comercio Justo; mientras que la segunda fase, ejecutada en periodo 2013-2015, permitió la Certificación en Comercio Justo a 13 mypes, además del acceso y la participación en este tipo de red comercial.

Los componentes claves de esta iniciativa se centraron en:

- Capacitación y asistencia técnica en Buenas Prácticas de Comercio Justo (BPCJ) al clúster de empresas del sector textil y confecciones.
- Acceso y participación en la red comercial de comercio justo y ético.

Las acciones emprendidas por el proyecto estuvieron orientadas a promover la aplicación de las Buenas Prácticas de Comercio Justo de manera integral en la cadena de valor del sector textil y confecciones, además de fortalecer la competitividad de mypes ubicadas en Arequipa, Ayacucho, Cusco, Junín, Lima y Puno, con el objetivo de brindarles herramientas para que puedan acceder a nichos de mercado interesados en productos de comercio justo, sector que internacionalmente está en pleno crecimiento.

Un 70% de la mano de obra de estas empresas lo conforman mujeres con amplio conocimiento tradicional sobre el proceso de tejido, hilado y producción artesanal de prendas como abrigos, chaquetas, capas, ponchos, chompas, gorros, guantes, chalinas, bufandas, entre otros, con material de alpaca, baby alpaca y algodón pima.

FOTOS PÁGINA 33

1	2
3	4
6	5
7	8

Ganadería alpaquera en Puno.	1
Clasificación de fibra.	2
Tejido a mano.	3
Técnica de hilado.	4
Control de calidad.	5
Ovillos de hilo de alpaca.	6
Feria Perú Moda 2016.	7
Interacción con clientes.	8

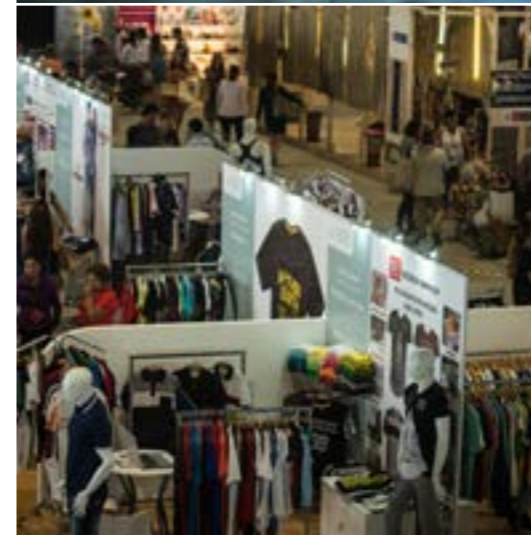
LA PUNTA DE LA MADEJA

“Comercio justo se basa en el respeto, transparencia, equidad y diálogo, e involucra prácticas social y ambientalmente responsables”, subraya el director de Promoción de las Exportaciones de PROMPERÚ, Luis Torres Paz.

El comercio justo alude, además, a una relación comercial voluntaria y justa entre productores y consumidores, en la cual la calidad y la equidad se convierten en elementos claves para la determinación del valor de un producto.

“Es un movimiento para una economía responsable y sostenible que promueve herramientas prácticas, como por ejemplo la finanza ética, la responsabilidad social de las empresas y el consumo crítico y consciente del consumidor” agrega Torres Paz.

Hace algunos años, los clientes compraban estos productos con una finalidad de caridad. Ahora, comercio justo ya no implica un gesto de caridad, sino una elección de calidad”, afirma Silvia Rosa, representante de Altromercato consorcio italiano de organizaciones no gubernamentales que promueve el consumo responsable y solidario, y que fue parte fundamental de este proyecto.



La exigencia de este nuevo mercado entra en correspondencia con los 10 principios del comercio justo:

- Creación de oportunidades para la comunidad
- Transparencia interna y externa
- Buenas prácticas comerciales
- Fortalecimiento de capacidades
- Sensibilización sobre el comercio justo
- Pago del precio justo
- Igualdad de trato
- Condiciones laborales adecuadas
- No al trabajo infantil
- Respeto al medio ambiente

Teniendo como marco estos principios, se desprende que ingresar al mercado internacional con un producto certificado en Buenas Prácticas de Comercio Justo significa para las empresas llevar a cabo una serie de procesos de adecuación y mejora integral en todas las etapas de producción.

“Además, PROMPERÚ desarrolló una metodología que incluía la normativa y las herramientas de evaluación del sistema, y capacitó a diversos organismos de certificación con presencia en el país para auditar el cumplimiento de las buenas prácticas de comercio justo en las empresas”, puntualiza Luis Torres Paz, funcionario de PROMPERÚ.

ENLAZANDO FIBRAS EMPRESARIALES

Para la obtención de la Certificación en Buenas Prácticas de Comercio Justo, las mypes fueron asesoradas y capacitadas a lo largo de todo el proceso productivo y comercial, lo cual les permitió mejorar en la gestión de sus capacidades y en el incremento de sus niveles de gestión empresarial, comercial y productiva.

“Con el proyecto tuvimos capacitaciones en temas de acabados, medidas, patronaje, corte, vaporizado, así como empaque y embalaje. Esto ha permitido que nuestro personal conozca bien el tema, y creo que ahora hay mayor satisfacción”, señala Justo Huamán, representante de Kjantu Collection S.A.C., mype de la región Junín incorporada a las prácticas de comercio justo.

La participación decidida de PROMPERÚ en el proceso de capacitación y asistencia individual a cada empresa, en la aplicación de los principios del sistema de comercio justo, ha sido un apoyo técnico importante para estas mypes.

“Gracias a las orientaciones, las capacitaciones y las asesorías que nos brindaron, logramos comprender cómo teníamos que proceder en cada paso”, explica Mary Ramos Málaga, representante de la mype arequipeña Nym’s.

Por otro lado, Altromercato-PROMER desarrolló un componente de la capacitación en torno al concepto de trazabilidad de Buenas Prácticas de Comercio Justo; es decir, los procedimientos que permiten realizar el control del proceso de elaboración de un producto a lo largo de todas sus fases.

“Cuando recibimos el pedido de un cliente, generamos la orden de compra y hacemos el requerimiento del material, dependiendo de la cantidad y color que demandará la producción. Posteriormente, reunimos a las artesanas para entregarles el material y la ficha técnica donde se especifican las características del producto en cuanto a medidas, tensión y puntos a utilizar. Tras aprobar el primer prototipo, procedemos a la producción” explica Maritza Pacori, directora de la mype Jomatex, desde su taller ubicado en Puno, a orillas del lago Titicaca.

A las capacitaciones y asistencia técnica se sumaron procesos de formación de liderazgo. Las mujeres involucradas en la mayoría de las empresas los capitalizaron en su vida personal y familiar.

“Nuestras artesanas iniciaron un proceso de empoderamiento personal al reconocer que podían seguir aprendiendo, tanto en el tejido como en la vida. Recibieron capacitaciones acerca de liderazgo que les ayudan a sentirse más seguras de sí mismas”, remarca Mary Ramos.

De otro lado, el Programa de Buenas Prácticas de Comercio Justo significó para PROMPERÚ el desafío de ir traduciendo la experiencia con dichas mypes, tanto en metodologías como en instrumentos que sirvan para la gestión de procesos similares de certificación en otros segmentos productivos más allá de la actividad textil.

Se trató de un aprendizaje y un reto mutuo para ambas partes, que consiguió fijar los parámetros con respecto a la elaboración del Manual del Auditor para la Certificación de las Buenas Prácticas de Comercio Justo, herramienta básica para continuar a futuro el proceso de certificaciones.

El futuro es promisorio y los logros del programa actualmente son tangibles. Muchas de las empresas que fueron parte de esta iniciativa y obtuvieron la certificación han participado en reconocidas ferias internacionales y en diversas ediciones de Perú Moda –la vitrina más importante de la industria textil peruana– como empresas identificadas por el cumplimiento de los principios del comercio justo.

TEJIENDO COMERCIO CON SENTIDO

La Certificación de Buenas Prácticas de Comercio Justo obtenida por 13 mypes del proyecto –ubicadas en las regiones

ALPACA



Mide entre **1,20 y 1,50 m.**
Pesa entre **60 y 70 kg.**



Es un camélido **sudamericano.**



Habita a más de **4.000 msnm.**



Da en promedio **5 libras de fibra** por **animal.**



Se **trasquila** una vez al año.



Su fibra es **suave, sedosa, fuerte y resistente.**

PARTICIPANTES DEL PROYECTO

122 Empresas fueron parte del proyecto

13 Empresas certificadas en Buenas Prácticas de Comercio Justo



“COMERCIO JUSTO ES ÉTICA Y CONCIENCIA”

Julia Huamán Mantari,
33 años

La ciudad de Huancayo, en la región Junín, vio nacer en el 2003 a Mantari Sweater, empresa textil donde trabajan más de 100 mujeres artesanas. Su gerenta, Julia Huamán, de 33 años, comenta que este ejército de mujeres ha tejido una historia de éxito tanto para su empresa como para sus familias.

“Se priorizó incluir a mujeres que estaban en el programa de alfabetización porque, al no haber estudiado, no conseguían trabajo fácilmente. Ellas, por el conocimiento que poseen en la técnica del tejido, pueden obtener un ingreso que ayuda al desarrollo de sus vidas”.

Con la elocuencia característica de la mujer huancaína, Julia agrega que este trabajo le ha permitido reconocer la posibilidad de hacer empresa con calidad y ayudar a las mujeres de su tierra. “Las mujeres ahora están más capacitadas y tenemos mucho cuidado con el medio ambiente. No generamos residuos, reciclamos y reutilizamos materias primas”.

“Cuando PROMPERÚ, en el 2012, inició el programa piloto de comercio justo, vinieron a la empresa, nos asesoraron e iban revisando todo el trabajo que habíamos implementado. La primera vez nos certificamos y tuvimos la vigencia por dos años. Posteriormente, decidimos seguir con las prácticas y lineamientos del comercio justo y decidimos recertificar”, manifiesta Julia quien recalca que si pudiera resumir en dos palabras lo que significa comercio justo, diría “para mí, es ética y conciencia”.

Mantari Sweater ha participado en ferias internacionales y en Perú Moda, la feria textil más importante del Perú, en cuya edición del 2016 expuso sus productos ante compradores de varios continentes. Esta vez con el comercio justo como aliado.

“Siempre hay buenas expectativas con respecto a la feria. Nos ha abierto muchas puertas para que podamos exportar nuestros productos y generar no solo beneficios financieros, sino una mejora en la calidad de vida de las personas que integran Mantari Sweater”, subraya. Ella tiene la seguridad de que el éxito se seguirá tejiendo gracias a la fibra del comercio justo.



Huancayo,
Junín



Julia Huamán Mantari

de Arequipa (7), Cusco (1), Junín (2), Lima (2) y Puno (1)– ha generado cambios positivos en sus niveles de planificación, sus actividades productivas y comerciales; así como en el ordenamiento de su gestión empresarial.

“La certificación de Comercio Justo te exige una buena gestión. Por ello nuestra cultura organizacional ha cambiado. No solo se trata de los socios, sino que involucra a todos los que tienen relación con la empresa: nuestros colaboradores, proveedores y nuestros clientes”, refiere Julia Huamán, representante de Mantari Sweater, mype de Junín.

“Trabajamos con PROMPERÚ desde hace algún tiempo; desde hace dos años implementamos el comercio justo. Empezamos haciendo una reingeniería al interior, estableciendo la mejora del proceso, de las condiciones laborales para las trabajadoras, el pago justo, las condiciones de los contratos internos. Fue un trabajo de equipo, con la colaboración de todos, y logramos pasar las normas que nos exigían”, señala Justo Huamán, de Kjantu Collection S.A.C.

Además, las mypes del sector textil reconocen que el valor agregado de sus prendas radica en la gestión eficiente y comprometida con su personal, con sus clientes y con el medio ambiente. Incluso han logrado que los costos de sus productos reflejen la inversión hecha para adecuarse a los principios del comercio justo.

“En nuestros procesos nos enfocamos por el trato justo a nuestros colaboradores, nos preocupamos por nuestra comunidad y por el medio ambiente. Entonces, hay un conjunto de factores que influyen para que tu prenda tenga un valor agregado y eso nos permite llegar con un mejor precio a clientes que valoran este tipo de productos”, enfatiza Mary Ramos.

Comercio justo es un mercado no convencional y de nicho pequeño, pero creciente; que exige calidad y ética en el desarrollo de sus productos. Las empresas participantes del proyecto son conscientes de que, cuando se habla de comercio justo, se relacionan con distribuidores preocupados por un producto y una marca que sea amigable con el medio ambiente, que trate bien a la comunidad, que pueda hacer trazabilidad, entre otros aspectos.

“Cuando uno tiene certificado de comercio justo, los distribuidores que tienden a la equidad van a aceptar con mayor facilidad el costo del producto. Creo que el mundo tiende a ser equitativo y hay muchas empresas que siguen esa línea”, sostiene Justo Huamán.

“Este sello es importante para nosotros porque nos diferencia de otras empresas. Los clientes nos pueden conocer a través de esto. Saben que cumplimos los requisitos y se nos abren ventanas para poder ofrecer nuestros productos”, remarca Julia Huamán, de Mantari Sweater.

EMPRESAS CERTIFICADAS POR REGIÓN

	Arequipa	7
	Cusco	1
	Junín	2
	Lima	2
	Puno	1

El cambio de enfoque en la gestión del personal es un elemento que resaltan todos los empresarios que fueron parte del proyecto. Ellos sienten que les da mayor sentido y trascendencia a su trabajo, especialmente mediante el trato justo y equitativo con las artesanas.

“Cuando las artesanas están empoderadas y pueden generar ingresos por ellas mismas, se sienten más fortalecidas. Nosotros constantemente las estamos capacitando para que sientan que ellas son también fuertes y pueden lograr muchas cosas”, comenta Julia Huamán.

“Desde que inicié mi empresa, me involucré con muchas mujeres. Veo que se sientan contentas laborando aquí; también que tengamos trabajo de manera permanente; [...] nuestras artesanas son parte de nuestra familia, de nuestro equipo y queremos crecer juntas, queremos posicionarnos con nuestro producto y lo estamos haciendo”, señala Maritza Pacori.

“El pago que nuestros colaboradores reciben es un pago justo. Creo que todo este enfoque hace que el trabajador se sienta identificado con la empresa”, sostiene Justo Huamán.

“Para mí, el comercio justo más que todo es crear una conciencia en el mundo. Es tener un buen trato con tus trabajadores, transparencia interna y externa con tus clientes y proveedores, para que todos en conjunto formemos una gran familia. Lo más importante es que todos los que se involucran en el proceso se sientan realmente satisfechos y valorados por su esfuerzo”, refiere Mary Ramos.

HILANDO EL MUNDO

Para el acceso a los nichos de comercio justo en el ámbito internacional, Altromercato realizó la identificación y el análisis de los mercados prioritarios, que son Estados Unidos, Canadá, así como Europa occidental y los países nórdicos.

Obtenida la información, se inició un proceso integral de asesoría en las empresas, con el fin de adecuar su oferta a la demanda. Ello llevó, además, a replantear –en algunos casos– los conceptos referidos a los diseños, a crear nuevas colecciones que satisfagan la expectativa de los consumidores finales. Todo eso impulsó a las empresas a un estadio superior y de mayor rigor.

El paso siguiente preveía el ingreso formal al mercado. Por ello, el proyecto buscó vincular directamente a las empresas con los distribuidores de los países objetivo, dejando atrás a los intermediarios locales. En esta etapa, la experiencia de PROMPERÚ resultó fundamental.

PROMPERÚ, como entidad encargada de la promoción de las exportaciones del Perú, definió la estrategia de comercialización. Bajo ese punto de partida, la participación de

PRINCIPALES MERCADOS PARA EL COMERCIO JUSTO



“UN PRECIO JUSTO POR NUESTRA LABOR”

Isabel Pastor Quispe,
33 años

Como artesana, Isabel Pastor Quispe, considera que el comercio justo es un reconocimiento al trabajo de mujeres como ella, involucradas en el arte del tejido y del bordado.

“Para mí, comercio justo es que nos paguen un precio decente y equitativo a las artesanas que hacemos las prendas”, afirma mientras se dispone a iniciar un nuevo día de trabajo.

Natural del distrito de Paucarcolla, al norte de Puno, Isabel relata que se inició muy joven en las labores de artesanía. “Primero tejía para otras personas, en otras artesanías, buscando trabajo”. Así conoció a Maritza Pacori, la gerenta de la empresa donde labora.

En el taller, Isabel y sus amigas han perfeccionado sus habilidades y han aprendido otras nuevas. Ellas se han beneficiado de las capacitaciones brindadas durante el proceso de Certificación en Comercio Justo que realizó la empresa gracias al proyecto gestionado por PROMPERÚ. “Quería capacitarme, pero pensaba ¿dónde?, ¿cómo? O sea, no podía. No tenemos ese campo para salir, para saber dónde capacitarnos. En cambio, ahora, acá en el taller de artesanía, ya tenemos dónde hacerlo”.

“Aprender otras técnicas, realizar acabados, me ha servido porque hemos aprendido más sobre algo que nos gusta”, comenta reflejando su emoción por aprender.

Isabel refiere que las jornadas de trabajo le permiten compatibilizar sus responsabilidades laborales con las familiares. Trabajar le otorga independencia económica y crecimiento como mujer, por eso se anima a hacer un llamado: “Yo les diría a mis compañeras que tejan, que dependan de sí mismas, que no dependan de otros”.

El futuro lo ve con optimismo. “En cinco años, me veo como la señora Maritza, que estaba en un pequeño taller y mira cómo ha crecido. Quisiera ser como ella”, comenta mientras, sin darse cuenta, continúa tejiendo con una habilidad difícil de explicar para alguien que no tiene su práctica. En cada puntada de sus prendas se tejen también muchas ilusiones.



Isabel Pastor Quispe

productores certificados en ferias internacionales del sector textil, como Perú Moda, permitió posicionar rápidamente a las mypes en espacios donde se generan los negocios de esta industria global.

Como parte de las actividades del proyecto, en Perú Moda 2014 participaron siete mypes exponiendo sus productos. Además, otras cuatro mypes diseñaron –con asistencia técnica del proyecto– colecciones exclusivas de prendas de alpaca para el desfile central de la feria.

En la edición 2015 de Perú Moda, se habilitó una zona exclusiva de comercio justo donde participaron 10 mypes y se logró concretar negocios por más de USD 900 mil; incluso el 50% de expositores mencionó haber sido visitado en sus talleres, posteriormente, por compradores que participaron en la feria.

La feria Perú Moda 2016 congregó a 1.500 visitantes internacionales provenientes de 44 países y contó con la participación de seis stands de mypes certificadas con Buenas Prácticas de Comercio Justo.

“Venimos participando, aproximadamente unos cuatro años en Perú Moda, un evento que nos abre las puertas al mundo. Para nosotros, es muy importante este tipo de ferias porque nos ayuda a contactar nuevos clientes, hacer un poco de investigación de mercado para saber qué necesitan los clientes, ver si estamos con el producto adecuado o evaluar qué modificar y mejorar”, manifiesta Mary Ramos, representante de Nym’s.

“Participar en Perú Moda, más aun estando en el pabellón de comercio justo, fue positivo para la empresa porque contactamos con varios clientes del exterior que trabajan con comercio justo y nos hacen pedidos de muestras; y después podemos adelantar la producción”, refiere Maritza Pacori, desde su taller en Puno.

La participación en ferias internacionales ha significado para las empresas el ingreso a mercados como el europeo y el estadounidense, y el establecer relación con compradores provenientes de Japón, Canadá y otros países donde el nicho de comercio justo está más desarrollado.

“He participado en ferias internacionales como el Prêt-à-Porter en Francia y en el Magic Show de Las Vegas en Estados Unidos. Cada año participamos en Perú Moda y los productos que hacemos cada vez gustan más”, remarca Justo Huamán de Kjantu Collection.

“Actualmente exportamos a Canadá, Suiza, Estados Unidos, y estamos próximos a exportar a la Unión Europea. Los compradores extranjeros buscan prendas prácticamente perfectas, con mucha calidad, acabados muy finos. Nosotros trabajamos siempre en base a una tabla que ellos nos hacen

llegar de acuerdo a sus estándares y necesidad. Lo más importante para nosotros es cumplir con el requerimiento de los clientes”, indica Mary Ramos.

“Estamos trabajando con Alemania, Estados Unidos, Canadá, Holanda, Francia y Dinamarca. Yo empecé exportando cinco mil dólares y actualmente exportamos al año más de cincuenta mil dólares en productos de diferentes técnicas”, explica Maritza Pacori.

Con la apertura del mercado se beneficia la cadena productora-comercializadora. Al colocar sus productos en el extranjero, las mypes multiplican las oportunidades y posibilidades tanto laborales como económicas de las decenas de artesanas, que son la base de este proceso.

“Cuando un consumidor final es consciente y sabe que esa prenda fue hecha en buenas condiciones, sin perjudicar ni explotar a nadie, eso es comercio justo, que nosotros tengamos esos criterios. Y al momento de comprar un producto, un alimento o una prenda de vestir, que uno sepa eso. ¿Y cómo uno lo sabe? Mirando el sello de comercio justo. Cuando se obtiene un producto que tiene esa certificación, se sabe que se está comprando un producto donde no se ha perjudicado a nadie”, relata con convicción, Julia Huamán de Mantari Sweater.

TRENZANDO GESTIÓN Y SOSTENIBILIDAD

El proyecto Sistema de Comercio Justo y Ético en el Clúster Peruano del Sector Textil y Confecciones impulsado por CAF, PROMPERÚ, y las organizaciones Altromercato y PROMER ha posibilitado que actualmente el Perú cuente con una nueva plataforma de mypes vinculadas al mercado internacional, que logran exponer, vender y cerrar tratos comerciales con la confianza de haber gestionado productos de calidad y con conciencia ética y justa.

Para el representante de Altromercato, Lorenzo Boccagni, los logros de este proyecto giran en torno al desarrollo de herramientas de gestión empresarial que permiten mejorar las capacidades y oportunidades de acceso al mercado justo de las mypes del sector textil.

“El proceso originó que las unidades productivas reordenen sus procesos y mejoren su oferta, además de articular con empresas de mayor grado de desarrollo, generando oportunidades de negocios con el mercado internacional”, resalta Boccagni.

Al mismo tiempo, el representante de Altromercato resaltó que las empresas participantes del proyecto hayan adquirido una visión empresarial que toma en consideración la satisfacción del cliente, la calidad del producto, el control de sus costos de

MYPE DEL PROYECTO QUE PARTICIPARON EN LA FERIA PERÚ MODA

PerúMODA

Año 2014

11

Año 2015

10

Año 2016

6



Artesanas. El 70% de trabajadores de las mypes son mujeres.

“UN ESTILO DE VIDA, ANTES QUE UNA MODA”

Mary Ramos Málaga,
28 años

“Teniendo las bases del comercio justo, podemos obtener una certificación internacional, llegar a nuevos mercados y participar en ferias como la Ethical Fashion de Berlín”, comenta Mary Ramos Málaga, joven representante de la empresa arequipeña Nym's.

Dicha mype, que se inició en el sector textil en el 2001, produce prendas de fibra de alpaca de fino acabado. Sus productos de lujo cumplen, además, los exigentes estándares del comercio justo.

Como encargada de comercialización, Mary refiere que la relación con el proyecto de CAF en torno al comercio justo comenzó en el 2013, a través de PROMPERÚ.

“Empezamos implementando cada uno de los criterios que incluyen trato a los clientes, transparencia interna y externa con proveedores, trato a los trabajadores, la mejora de sus posibilidades, cuidado del medio ambiente y transparencia en precios. Trabajamos durante dos años y pasamos una auditoría que permitió que contemos actualmente con la certificación”, explica evidenciando el logro obtenido.

“Tener certificación en comercio justo ha propiciado la mejora de las capacidades de nuestros trabajadores; asimismo, que se sientan más confiados, que cuenten con un mejor ambiente de trabajo y estén motivados”.

Durante, la feria Perú Moda 2016 contactó con compradores de Europa, Asia y Estados Unidos que asisten en busca de novedades. “Hemos ingresado al mercado europeo, que es el más exigente en este tipo de criterios de comercio justo, y participar en ferias nos ayuda a contactar con nuevos clientes”.

“Una prenda producida bajo el concepto de comercio justo es un estilo de vida antes que una simple prenda de moda”, indica, demostrando que para este tipo de comercio no existen empresas grandes ni pequeñas; solo empresas y empresarios comprometidos.



Mary Ramos Málaga

producción y la trazabilidad de sus productos. “El proyecto les cambió el estatus de ser productores a ser empresarios. Ahora el desafío es la innovación permanente y la satisfacción del consumidor”.

Por su parte, PROMPERÚ perfeccionó su modelo de intervención para la promoción comercial en el nicho de comercio justo en el sector textil. Asimismo desarrolló instrumentos y metodologías validados en la práctica, sumándolos a su gestión de conocimiento y capital institucional.

El proyecto demostró que fue posible impulsar el sector textil desde el Estado, a través de una norma desarrollada localmente, que vincula aspectos comerciales con sostenibilidad socio-ambiental.

TEJIDOS DE ÉXITO

La experiencia desarrollada por el proyecto ha significado un logro importante para las mypes del sector textil, porque pone en vitrina su creatividad y capacidad de gestión comercial; además, las ubica en una posición expectante para consolidar la proyección internacional de sus marcas.

“Queremos posicionarnos en todos los países. También queremos vender nuestros productos a marcas importantes, porque hemos mejorado en calidad. Respecto a la capacidad de nuestra producción esperamos seguir creciendo y tener un taller propio y quizás una tienda a nivel nacional y después, quién sabe, también en el exterior”, manifiesta Maritza Pacori, proyectando el futuro de su empresa Jomatex.

Cada uno de los gestores de las empresas certificadas reconoce el haber tenido un buen inicio en su experiencia comercial con el sello de comercio justo. Sin embargo, son conscientes del largo camino para consolidar sus historias de éxito.

“Cuando se inicia un proyecto, creo que siempre hay temores. PROMPERÚ ha sido un baluarte para encaminarnos a tomar este reto y lo hemos hecho. Tenemos ahora el certificado de comercio justo que está ayudando no solamente a la empresa sino a todo el equipo que trabaja en ella. Creemos que las empresas que quieren ser equitativas pueden lograrlo”, resalta Justo Huamán, representante de Kjantu Collection.

“A medida que avanzamos siempre hay cosas que mejorar, sea en conocimiento, tecnología o infraestructura. Tenemos la visión de que nuestra empresa sea más conocida, que podamos crecer y que se abran más ventanas, más oportunidades. Todo esto repercute porque damos calidad de vida a las personas que integran Mantari Sweater”, recalca Julia Huamán.



Tecnología. La fibra de alpaca también se trabaja a máquina.

Llegar a más mercados y tejer lazos comerciales en el extranjero para posicionar sus productos es un denominador común entre las mypes participantes. El mundo ahora les es más pequeño y abarcable.

“Podemos empezar a trabajar una certificación internacional, llegar a nuevos mercados y participar en nuevas ferias como la Ethical Fashion de Berlín, que dentro de sus requerimientos solicitan empresas de comercio justo que vayan bajo estos conceptos. Queremos llegar a nuevos clientes que tengan esta conciencia social, que crece cada vez más”, refiere Mary Ramos de Nym’s.

“Este proyecto permitió que las mypes peruanas puedan implementar estándares exigidos a nivel internacional, estableciendo plataformas comerciales donde han demostrado su oferta con el valor diferenciador de una certificación de comercio justo”, manifiesta Luis Torres Paz, director de Promoción de las Exportaciones de PROMPERÚ.

De acuerdo con información de PROMPERÚ, las exportaciones totales de las 122 empresas que han participado en el proyecto se realizaron a Estados Unidos, Alemania, Francia, Japón, Países Bajos, Reino Unido, Austria, Suiza, Ecuador, entre otros; superando los USD 23 millones, lo que significa un incremento del 15% en los últimos cuatro años.

La experiencia desarrollada por CAF, PROMPERÚ, Altromercato y PROMER –con recursos del Fondo General de la Cooperación Italiana– demuestra que es posible promover proyectos de inclusión socioproductivos que generen inclusión, así como reducción de la desigualdad y pobreza, a través de iniciativas encaminadas a fortalecer la formación de un valioso capital humano.

BUENAS PRÁCTICAS DE COMERCIO JUSTO



Sello de la Certificación en Comercio Justo.

“MEJORAMOS NUESTRA CALIDAD DE VIDA”

Maritza Pacori Calhuapaza,
33 años

“Empezamos vendiendo tres chompas y ahora exportamos a Alemania y Estados Unidos”, manifiesta con orgullo Maritza Pacori, natural de Puno, cuya microempresa textil Jomatex cuenta con la certificación de Buenas Prácticas de Comercio Justo.

“Entender los lineamientos del comercio justo no ha sido difícil. Algunas cosas las practicábamos, pero no de una manera tan organizada. Después de la capacitación hemos puesto en práctica lo aprendido y obtenemos mejores resultados”.

En Jomatex, cada día, se congregan 30 mujeres artesanas para elaborar prendas de vestir tejidas a mano. Cuando aumenta la producción, se llega a tener hasta 70 colaboradoras.

Maritza comenta que ser una mype certificada en comercio justo ha significado un importante avance. “Tenemos un esquema laboral; cada una con funciones bien definidas. Capacitamos a nuestras artesanas. Hemos aprendido a trabajar con materiales orgánicos y nuestras etiquetas son biodegradables”.

El nivel de producción y exportación de Jomatex ha crecido significativamente. El 2010 exportó por valor de USD 5.000 y el 2014 llegó casi a 50.000, diez veces más en cuatro años. “Desde que estamos en el proyecto, hemos conseguido clientes que nos pagan un precio justo. No son compradores que nos regatean. Valoran el trabajo que hacemos”, remarca.

Ella siente que aún hay camino por recorrer, más aún con las puertas del mundo abiertas. “Para avanzar, debemos participar en ferias internacionales relacionadas con el comercio justo, involucrarnos con más clientes, seguir capacitando a nuestros colaboradores y proveedores, cuidar el medio ambiente, aprender de marketing digital, mejorar nuestra artesanía, así como la calidad de vida de todo nuestro equipo”.

“Me siento contenta, feliz, porque en nuestra empresa somos una familia. Nuestras artesanas son parte de ella y queremos crecer juntas”, expresa emocionada Maritza en el marco de la feria textil Perú Moda 2016, donde atendió a compradores interesados en conocer la historia detrás de sus productos.



Puno,
Puno



Maritza Pacori Calhuapaza



CONCLUSIONES

Trabajadoras encargadas de clasificar la fibra de alpaca



Pescador artesanal en Atico

CAF -Banco de Desarrollo de América Latina- y el Ministerio de Relaciones Exteriores de la República de Italia constituyeron el Fondo General de Cooperación Italiana en el año 2006, con recursos que permitieron ejecutar dos innovadoras iniciativas socioproductivas en los campos acuícola y textil peruanos, las cuales han logrado cosechar un importante capital social a través del desarrollo de procesos de gestión organizativa y empresarial, sustentados en la calidad y la sostenibilidad ambiental.

Estos proyectos se realizaron en articulación con actores sociales y entidades gubernamentales en los ámbitos regional y local, lo que permitió abrir espacios de diálogo y trabajo conjunto, con miras a afianzar e institucionalizar los resultados alcanzados.

Sin embargo, los logros y las cifras solo cobran sentido cuando los beneficiarios logran mejorar su nivel de vida. Más allá de las instituciones, están pescadores, artesanas, emprendedores, empresarias y hacedores de política que constituyen ese grupo de personas a las cuales estuvo dirigido el esfuerzo realizado.

El proyecto Estudio del Recurso Pesquero Artesanal en el Litoral Sur del Perú, implementado por el Instituto Per la Cooperazione Universitaria (ICU), presenta importantes logros en materia de gestión, innovación y sostenibilidad de las especies bentónicas. Destacan los siguientes:

- 60 organizaciones sociales de pescadores artesanales (OSPA) informadas y sensibilizadas sobre la importancia del repoblamiento y el cultivo de especies.
- Más de 600 pescadores artesanales de 53 OSPA capacitados en aspectos técnicos de producción y manejo de algas, erizos y machas.
- 3 OSPA (compuestas en promedio por 25 pescadores) participan en la experiencia piloto de repoblamiento y cultivo de erizos y algas en Chorrillos, Atico e Ilo.
- Fortalecimiento de la gestión de las OSPA participantes de Ica, Arequipa, Moquegua y Tacna.
- Articulación y apertura de canales de diálogo entre OSPA e instancias de gobiernos local, regional y nacional.
- 19 personas (entre pescadores artesanales, mujeres socias de OSPA y funcionarios del sector público) participaron en una pasantía en Chile.

También cabe resaltar que el repoblamiento, manejo y cultivo de erizos y algas han permitido que este proyecto tenga un alto nivel de innovación en la acuicultura peruana, pues se implementó el primer sistema suspendido para el cultivo de algas rojas en el Perú, el primer hatchery artesanal gestionado por los propios pescadores artesanales y la primera experiencia de importación y repoblamiento de erizos.

El hecho de que tres OSPA hayan asumido con convicción el desarrollo de este proyecto hace prever que su sostenibilidad está encaminada. Ahora, los pescadores artesanales no conocen solamente las técnicas para el repoblamiento y la importancia de la veda para resguardar las especies, sino que son conscientes de que las claves para sustentar su intervención están en el fortalecimiento organizacional, la diversificación y la apertura a nuevos mercados.

De otro lado, el proyecto Sistema de Comercio Justo y Ético en el Clúster Peruano del Sector Textil y Confecciones, desarrollado con el consorcio Altromercato-PROMER y la asesoría técnica de PROMPERÚ, ha generado el despegue técnico y comercial de un importante grupo de micro y pequeñas empresas (mypes) dedicadas a este rubro.

Los dos componentes claves del proyecto fueron:

- a. Capacitación y asistencia técnica al clúster de empresas del sector textil y confecciones en Buenas Prácticas de Comercio Justo.
- b. Acceso y participación en la red comercial de comercio justo y ético. Ambos permitieron fortalecer las capacidades de mypes de Lima, Arequipa, Puno, Ayacucho, Cusco y Junín.

La capacitación ha permitido que adecúen su gestión y producción en el marco de las Buenas Prácticas del Comercio Justo, a fin de obtener la certificación que les facilite ingresar con este sello comercial a un nuevo nicho de mercado.

Entre los principales logros alcanzados están:

- 13 empresas certificadas en Buenas Prácticas de Comercio Justo.
- Desarrollo de habilidades gerenciales e implementación de prácticas de comercio justo en 122 empresas.
- Generación de colecciones de prendas con diseños y acabados de alta calidad, en respuesta a las expectativas del mercado extranjero.
- Participación en ferias internacionales y en Perú Moda, lo que permitió la apertura a nuevos mercados y la visibilidad de una gestión empresarial bajo las exigencias del comercio justo.
- Desarrollo de habilidades empresariales para adaptarse al estudio de mercado y conocimiento del perfil del cliente en Europa, Estados Unidos, Japón y otros países que tienen un nicho desarrollado para el consumo de productos de comercio justo.
- Elaboración de manual y ficha de evaluación de Buenas Prácticas de Comercio Justo.
- Incremento en los últimos cuatro años del 15% en exportaciones de prendas de fibra de alpaca en las 122 mypes que participaron en el proyecto.

Las mypes participantes en el proyecto asumieron el reto de mejorar aspectos de diversa índole, como gestión, diseños, diversificación de colecciones, relación con la cadena de valor, así como la evolución del proceso productivo para incrementar la calidad y competitividad.

Sumado a lo anterior, empresarios y artesanas han descubierto que el comercio justo es también una vía para el desarrollo profesional y la superación personal. El renovado interés por el recurso humano en las empresas participantes se materializa en capacitación, empoderamiento y creación de mejores condiciones laborales que incrementen la satisfacción de sus trabajadores, especialmente las artesanas textiles.

Finalmente, ambos proyectos evidencian que la sinergia entre actores y acciones permite generar procesos de producción beneficiosos para toda la cadena de valor. El factor comercial entra así en correspondencia con la sostenibilidad como valor transversal para cada actividad.

En suma, se advierte que se trata de procesos de largo aliento, donde la semilla de la inversión técnica, económica y productiva fue sembrada en terreno fértil. Dos experiencias que abren nuevos caminos para el desarrollo y que seguirán fortaleciéndose desde sus propios gestores, con proyección a ser replicadas tanto dentro como fuera de país.

NUEVOS CAMINOS PARA EL DESARROLLO

se terminó de imprimir en julio del 2016
en los talleres de la imprenta JHIRE GRAFEL
Lima-Perú