

Sugerencias: ejecutivas@comercio.com.pe

ejecutivas



POR
ANTONIO
ORJEDA

Entrevista a ► **LUZ BECERRA**
PROPIETARIA Y DISEÑADORA DE LUZ HECHO A MANO

LA MASA NO LA CONOCE. QUIENES SÍ, LA ADMIRAN. EMPEZÓ COSIENDO Y PINTANDO MONEDEROS 18 HORAS AL DÍA. ASÍ SACÓ ADELANTE A SUS HIJOS. SIN PRETENDERLO, TERMINÓ REVOLUCIONANDO LA MODA CON CARTERAS Y DEMÁS BELLEZAS DE CUERO. VARIAS DE SUS CLIENTAS YA HAN PARTIDO. ELLA TIENE 72 AÑOS Y TALENTO PARA RATO

“Diseñaré hasta que me muera”

En el último Perú Moda, Luz Becerra se acercó a la brillante Meche Correa para felicitarla por su colección. La diseñadora le agradeció... Una vez que supo que se trataba de Luz de Luz Hecho a Mano, Meche casi se vuelve loca. Inmensamente halagada, le confesó que era ella más bien quien vivía admirando su audacia, su talento, la calidad de su trabajo.

Hace 37 años, con un par de mantas de piel de ovino –de las que aún se usan para las plantas de los zapatos–, ella diseñó y elaboró monederos simples, sin forro, con su máquina de coser casera; y rompió el mercado. Era el gobierno militar, a Lima le urgía moda y Luz les iluminó la vida a cientos de chicas que querían salir del montón.

En los años 70 usted ya recurría a la iconografía precolombina para diseñar sus carteras de cuero. Hoy la prensa destaca a quienes recién lo están haciendo y no a usted, siendo la pionera. ¿Cómo entenderlo?

Es que yo nunca he hecho publicidad. Mi publicidad es mi producto. Tampoco estoy en un lugar de moda, sino en una esquina, en un local antiguo, con todas mis cosas alrededor...

Pero tiene un público cautivo que sabe de la calidad de su trabajo.

Gente que se quiere distinguir del resto. Porque, por ejemplo: tienes una cartera Louis Vuitton que te costó 900 dólares, te vas a un té y te encuentras con seis que



ETERNOS. Luz bromea sobre la calidad de sus carteras, pues son tan buenas que ya no hay necesidad de comprarle otras más.

EL PERFIL

- **Nombre:** Luz Amanda Becerra Martínez.
- **Colegio:** San José de Cluny.
- **Estudios:** Decoradora de interiores en la PUCP con estudios de diseño en Italia.
- **Edad:** 72 años.
- **Cargo:** Dueña, diseñadora y gerenta de producción de Manufacturas Industriales del Cuero S.A.C.

LA EMPRESA

Luz Hecho a Mano Pionera en el diseño y producción de carteras y artículos de cuero con motivos peruanos. Luz empezó el 72, con monederos que hacía en su máquina de coser casera.

Crecimiento Con dos tiendas propias y un taller con 14 artesanos, sus carteras cuestan en promedio US\$140. Tiene compradoras en EE.UU., Inglaterra y Japón.

tienen la misma cartera [ríe]... Claro, eso te da un estatus, pero es bien agradable que alguien voltee y te diga: “Qué bonita, ¿de dónde la sacaste, de dónde te la trajiste?”.

Hoy una de sus carteras puede llegar a costar 350 dólares. Pensar que empezó el 72 haciendo monederos simplísimos a los que les dibujaba y pintaba los personajes de Mafalda.

¡Y no me los aceptaron! [de hacerlo, su comprador, la entonces tienda por departamentos Sears, tendría que haber pagado por los derechos de autor]. Te voy a contar: yo les presenté mis modelos y me pidieron una cantidad de productos por un valor de ocho mil soles, imagínate la cantidad de cositas que les tuve que hacer. Por supuesto que en ese entonces yo trabajaba 18 horas al día, dibujaba como una loca –porque tengo mucha habilidad para eso– y hasta mis hijos me ayudaban. Entregué ese pedido –con la lengua afuera, en el límite



IMPAREBLE. “Yo me puedo levantar a las dos de la mañana, agarrar un lápiz, comenzar a diseñar y así quedarme hasta las seis. Yo soy así: no me gusta la rutina”. Así es Luz, así ella siempre será. Años atrás hacía corpiños de cuero que solo las novias más osadas se han atrevido a usar el día de sus bodas.

del agotamiento– y fue tal el éxito que a la semana me pidieron más ¡por un valor de 16 mil soles! Todavía no me habían pagado, yo ya no tenía plata.

¿Qué hizo?

Empeñé todas mis joyas [ríe]... No tenía otra alternativa.

No tenía por qué hacerlo, no tenía necesidad económica.

Sí la tenía. No tenía casa propia, no tenía carro, pasaba por una situación difícil –los chicos estaban creciendo y yo les tenía que dar lo mejor, ¿no?–, pero cuando hay deseo de trabajar ¡sales adelante! Y la mujer, cuando tiene hijos, no sé qué pasa que tiene mucho más empuje; es como la leona.

Entonces Sears era la tienda por departamentos más importante del país.

¿Cómo logró que sus monederos entraran ahí?

Porque yo había trabajado ahí como decoradora. Fue un trabajo frustrante, porque –imagínate– yo entraba con toda la euforia por querer hacer una, otra cosa, pero ellos querían que hiciera cosas básicas. ¡Yo estaba preparada para hacer otras cosas! Y cuando vieron el trabajo que les llevé [sus monederos], ¡era completamente diferente a todo lo que tenían! No había nada igual.

Estamos hablando del 72. ¿Cómo era el mercado entonces?

Era el gobierno militar, ya te puedes imaginar... ¡Todo era igual! Si tenías 13 años

PUNTO APARTE

1 Hoy cada vez más usamos diseños peruanos. ¿Es eso producto de una moda o es que verdaderamente hemos comenzado a valorar lo nuestro?

Muchos países son snob. Si tú vienes de turista al Perú, lógicamente tienes que llevarte una réplica del tumi o una llamita, ¿pero que un peruano se ponga algo con motivos peruanos? No, preferiría ponerse algo que dijera Nueva York o que lleve el nombre del diseñador, aunque se vea horrible.

2 ¿Por qué somos así?

Prefiero no opinar, podría ser muy dura [ríe]... La gente es muy snob. La sociedad limeña era pudiente para poder viajar y para ellos –obviamente– lo de afuera era mejor que lo que había adentro... ¡Y tenían razón!

3 Eso era antes, pero ¿entonces la industria nacional era muy básica.

Había muy poca gente que luchaba contra la corriente y sacaba cosas lindas.

y la desgracia de haber crecido más de la cuenta, no encontrabas ropa de tu talla. No había diseño, no había un conocimiento de medidas. Las carteras eran duras, planas. Yo quería que se sintiera la blandura del cuero. Mi idea era revolucionar lo que había en ese momento, pero no tenía los medios [económicos] para hacerlo. ¿Qué hice? Recurrí a lo que tenía a mano.

Monederos.

Eran chiquitos, no necesitaba mucho material, trabajaba en el dormitorio de mis hijos.

Y así salió adelante.

Durante los primeros meses, Sears me martirizó: cada vez me pedía más. Y fueron ellos los que me obligaron a sacar carteras para jovencitas porque entonces ellas no tenían qué comprar: o había la típica cartera rosada para niña –tipo Shirley Temple– o tenías que ponerte una cartera de ‘vieja’.

El mercado la puso a prueba.

Me obligó a avanzar aceleradamente... ¡Y como tenía un caldo de cultivo acá! [Luz se lleva las manos a la cabeza]. Un día, el segundo de mis hijos –que también es imaginativo como yo– me dijo: “¿Mamá, qué haces sacando motivos europeos cuando aquí tienes tanta cultura que te gusta a ti?”. Eso bastó. A la semana saqué una línea

“Cuando hay deseo de trabajar ¡sales adelante! Y la mujer, cuando tiene hijos, no sé qué pasa que tiene mucho más empuje, ¡es como la leona!”

peruana.

Del 72 a la fecha, ¿cuál fue el momento más complicado?

Siempre he tenido complicaciones. Trabajar acá es bien difícil.

Hoy tiene harta competencia.

Eso es uno, ¿y los precios? ¿La globalización?

¿No la frustra que no la reconozcan como la pio-

nera?

¿Por qué? Cada uno tiene su tiempo. ¡La juventud tiene el mundo por delante! Yo salí cuando tenía 33 años. A mí no me paraba ¡nadie! Ahora estoy frenada porque mis precios son muy altos. Si tú ves Saga o Ripley, tienen en común el bajo precio; ¿entonces por qué Luz va a pedir tanto?

¿Por qué lo hace?

Una vez vino una señora: “Yo quiero esta cartera, pero bájame el precio”. “Bueno, te hago un descuento del 10%”. “Nooo”... Si costaba US\$100, ella me quería pagar US\$50. “¡No me des boleta!”. “No, ese no es nuestro estilo. Anda a Ripley, allá vas a encontrar carteras bonitas...”. “¡Pero no como esta!” [Luz se encoge de hombros y lanza una mirada que parece decir: ¿Y qué quieres que haga?].

¿Por qué pagar 900 dólares por una Louis Vuitton y no lo justo por una cartera peruana de primera?

Hasta ahora no lo comprendo... Hay personas que llegan al extremo de comprarse una copia para poder acceder al estatus. Yo tengo 37 años en esto y, si bien tengo un público cautivo, me gustaría tener más porque me he dado cuenta de que el 20% ya se me ha muerto [ríe]... ¿Te das cuenta? ¡La chiquita que venía acá con su mamá a comprar ya tiene más de 37 años! Por eso estoy tratando de llegar a las chicas, en eso es en lo que ahora estoy metida.

¿Y hasta cuándo va a diseñar? Hasta que me muera... o hasta que mi cabeza deje de funcionar. ■

ZONABLOGS

La entrevista completa y el video:
<http://blogs.elcomercio.pe/ejecutivas>