

miloficios

POR
JULIO
ESCALANTE

CRÓNICA

▶ VIDA Y OBRAS DE UNA TRABAJADORA PERUANA

“Yo soy mi propia marca”

LA DISEÑADORA DE JOYAS. Evelyn Brooks dejó un trabajo en que ya había llegado a su tope y prefirió elegir el mismo negocio de su padre, pero en el competitivo mercado de Estados Unidos. Hoy preferiría solo crear, pero debe estresarse por el bien de la empresa

Alexandria es una ciudad a casi diez kilómetros de la capital de Estados Unidos. Evelyn Brooks, una diseñadora peruana de joyas, vive en este lugar donde predominan personas que trabajan para el Gobierno y las Fuerzas Armadas. Fue difícil colocar sus primeros diseños allí. “Es un condado muy conservador y yo no era nadie”. Pero en Washington D.C. quizá por ser más cosmopolita le fue mejor y desde allí trazó su camino. Era un llamado tardío esta vocación, pues ella nunca había querido tomar el mismo oficio de su padre que hasta hoy maneja una compañía de pequeñas piezas metálicas. “Nunca nos forzó, pero crecimos con el taller en la casa”. Ella había preferido otro destino trabajando en una compañía aérea, atendiendo en aeropuertos de cuatro países. Pero una Navidad su padre le dio una cajita con rubíes y zafiros, y como jugando con ellos armó su primera pieza de tantas que vinieron luego. Fue el mejor regalo.

Le gustaba tanto la joyería, trabajaba en eso sábados y domingos hasta muy tarde. Y no podía seguir así. Fue difícil dejar su empleo en la compañía aérea y decidir que iba a dedicarse solo a la joyería. Sobre todo porque su esposo (Mr. Brooks) se opuso y le pintaba el peor escenario: en adelante ella ya no tendría un ingreso fijo. “Un día me senté con él y le dije: estás conmigo o hasta aquí llegamos”. Él se dio cuenta de tal determinación, de que el negocio iba en serio y desde ese día no ha cesado en apoyarla. Hoy es su contador.

Ante sus clientes se presenta como una diseñadora peruana-estadounidense.



ARCHIVO PERSONAL

MADRE Y EMPRESARIA. Evelyn Brooks participó en el Premio Orgullo Peruano, organizado esta semana en Lima por la ONG Anna Lindh.

Tiene una colección inspirada en la cultura mochica y la última está basada en el huairuro. Sus piezas son únicas y no fabrica a gran escala. “No se hacen más de diez piezas de un diseño, pero son diferentes porque no hay dos huairuros iguales, son distintos en forma, textura y color”. Lo más importante que sabe de sus clientes es que cada uno quiere sentirse especial. Tiene piezas para mujeres varones, aunque está segura de que los brazaletes y gme-



ROJO Y NEGRO. Su línea ecosostenible con huairuros.

los de plata gustan en especial al público gay. Un cliente le compró 12 gemelos una noche porque le dijo que no abundaban los diseños diferentes. La cualidad de sus productos es la versatilidad. Un arete puede servir también como un broche, y un collar usarse de arete. No tiene una tienda, pero su estudio está abierto al público previa cita. La gente acude a comprar o porque quiere alguna reparación o encargan un diseño especial. Hasta 700 dólares

pueden costar sus productos más elaborados, pero cuando se venden en museos, y toman la categoría de piezas de arte, sus precios se elevan. Su tarea de empresaria ha consistido en tocar muchas puertas, no se trata de sentarse a diseñar y pensar que la venta está asegurada. Sus piezas, que son fabricadas en el Perú y ensambladas en Estados Unidos, se venden por catálogo o vía Internet, en el museo de textiles de Washington D.C., en una galería de arte en Maryland y en algunas tiendas de Filadelfia.

Las bases militares son un nuevo espacio comercial para sus productos. Cada dos semanas por mes, hasta diciembre, tiene contrato para ocupar un local en tres bases ubicadas en una zona de viviendas, en un hospital y en un centro comercial. Ella

■■■
Su tarea de empresaria ha consistido en tocar muchas puertas, no se trata de sentarse a diseñar y pensar que la venta está asegurada

dudaba de las posibilidades de buena venta, pero se ha sorprendido. Nunca faltan clientes: son empleados del Gobierno, seguros de gas-tar porque tienen un sueldo fijo y no los van a despedir, y veteranos de guerra y sus esposas con una pensión de por vida.

BUSCANDO BRILLAR

Su día comienza a las seis de la mañana. Lo primero es revisar su e-mail y su agenda. Lunes y viernes se organiza sin salir de su casa-oficina, de martes a jueves siempre

está en la calle, los sábados y domingos participa en algún evento. Diseñar la relaja y le gustaría dedicarle todo el día, pero tiene también que controlar los pedidos, ver qué se ha pagado y qué no, llamar a nuevos clientes. Los asuntos del negocio la estresan y no puede escapar de ello. No ha dejado de asistir a charlas y estar al tanto de las tendencias de la moda, y también ha dado charlas a empresarios de Lima sobre cómo funciona el mercado de Estados Unidos. Este es un camino que ella ya conoce y donde los consejos parecen ser muy simples: funciona asistiendo a ferias si uno tiene un sólido plan, si confía en su producto y en que este logre impactar en el comprador. Si es algo que el resto ya vende, no habrá efecto. “Importa mucho cómo te presentas, por eso siempre digo: cómo te ven te tratan. Y en este caso yo soy mi propia marca, no hay otra Evelyn Brooks”.

Su reciente visita a Lima la ha alejado por primera vez de su hijo de 18 meses. De regreso a EE.UU. deberá subirse a un avión para ir a Miami y una semana después a Missouri. Sus viajes y sus ausencias pueden volverse más frecuentes. “Mi esposo comprende porque sabe que esto me hace feliz”. A la mujer que rechazaba dedicarse a un negocio similar al de su familia hoy le sobran palabras para contar que esta etapa de su vida brilla también como una joya. Los años enseñan. “Todo en la vida te llega cuando es el mejor momento. A los 20 años no le hubiera puesto la misma pasión, entrega y responsabilidad que le pongo ahora. Y sigo adelante no por obligación, sino porque me nace hacerlo”. ■