Alpacas y Vicuñas: Elección de la Naturaleza

Por Mike Safley

En 1854 Chief Seattle habló de la Red Sagrada de la Vida, y sus palabras todavía resuenan hoy. Él preguntó: "**¿Cómo se puede vender el aire?"** en un discurso en respuesta a la oferta del Presidente Franklin Pierce de comprar los Territorios del Noroeste, Chief Seattle se convirtió en una inspiración para generaciones de futuros conservacionistas mientras continuaba con esta promesa: **"Mis palabras son como estrellas; no se ponen. Somos parte de la tierra, y ella es parte de nosotros. Las flores perfumadas son nuestras hermanas; el venado, el caballo, el gran cóndor, estos son nuestros hermanos."**

Las palabras de Chief Seattle deberían ser parte de las declaraciones de valor de las Marcas de Moda de hoy. Una cosa es vender aire limpio y otra muy distinta crear emisiones de dióxido de carbono en el proceso de fabricación de un producto para venderlo a los consumidores y luego llamarlo "sostenible."

1 Michael J. Safley, *Vicuñas: Survival of the Finest* (Hillsboro, OR: Quechua Benefit, 2020), xvii.

© 2022 Mike Safley

La moda se une a otras innumerables industrias para desempeñar un papel en los esfuerzos de sostenibilidad global, corriendo hacia objetivos para reducir las emisiones de gases de efecto invernadero en esta década y lidiando con los desechos, el uso del agua y los resultados sociales negativos de las cadenas de suministro mal rastreadas... Las marcas deben jugar un papel proactivo en la solución. Muchas empresas de moda están estableciendo equipos internos de sostenibilidad e innovación y educando a la organización en general sobre la integración de la sostenibilidad en cada etapa del ciclo de vida de un producto.[2]

Las marcas de lujo harían bien en comprender que la fibra de alpaca y vicuña y su fabricación pueden brindarles una gran oportunidad para producir productos con cero emisiones netas. En este momento. Todos sus objetivos de sustentabilidad podrían ser satisfechos en los pastizales de altura del Perú.

Los indígenas quechua hablantes de Perú manejan un antiguo sistema de pastoreo holístico y conservación del agua que cuida y preserva una vasta pradera como si fuera un jardín. Sus pastos de alpaca y vicuña constituyen uno de los sumideros de carbono más grandes del mundo, secuestrando millones de toneladas de carbono al eliminar las emisiones de CO2 existentes de la atmósfera. Este modelo de pastoreo holístico utilizado por los pastores de alpacas de Perú se conoce como "agricultura regenerativa". Puede dar el ejemplo para restaurar los pastizales masivos sobre pastoreados, agotados y destruidos del mundo.

"El potencial de secuestro de carbono de este modelo, cuando se aplica a miles de millones de hectáreas de suelos de pastizales degradados en todo el mundo, podría devolver 10 o más giga toneladas de exceso de carbono atmosférico al sumidero terrestre anualmente, reduciendo así las concentraciones de gases de efecto invernadero a niveles preindustriales en cuestión de décadas."[3]

La segunda etapa de la cadena de suministro de alpaca y vicuña es la fabricación, que se realiza principalmente en Arequipa, Perú. Las fábricas allí funcionan con energía hidroeléctrica. El vellón de alpaca contiene un promedio de 3,5 % de grasa, mientras que el vellón de cabra de cachemira contiene un promedio de 6,1 % y el de oveja 18,5 %. Esto significa que la fabricación de alpaca requiere muchos menos productos químicos y menos energía durante el proceso de lavado y desengrase para eliminar la grasa de su fibra que las ovejas y las cabras de cachemira.[4]

Érase una vez, la princesa más hermosa de toda la tierra, y la hija favorita del dios sol, caminaba cerca de la orilla del Lago Titicaca. Foto de @loudscape.nef

2 Rachel Deeley, "Fashion's Race for New Materials," *Business of Fashion* 31 January 2022. https://www.businessoffashion.com/case-studies/sustainability/materials-innovation-textiles-recycling-production/

3 Restoring the Climate through Capture and Storage of Soil Carbon through Holistic Planned Grazing. Savory Institute, 2013. https://savory.global/wp-content/uploads/2017/02/restoring-the-climate.pdf

4 *Why Alpaca?* Grupo Inca, Arequipa, Peru, 22

Esta vista crea la verdadera perspectiva del vasto Altiplano que es el hogar de millones de indígenas quechuas y sus familiares, las vicuñas y las alpacas. Foto de Wasim Muklashy

Los diseñadores de moda deben tener en cuenta que la fibra de alpaca viene en 22 colores naturales, desde el negro hasta el blanco[5], y no requiere tinte, que es uno de los mayores contaminantes del suministro de agua del mundo debido a la fabricación del algodón. Si los diseñadores desean tonos joya o pasteles, pueden estar seguros de que el tinte utilizado por los fabricantes de alpaca cumpla con las normas REACH de la Unión Europea y cuenta con la certificación OEKOTEX. (Juan Pepper, Gerente Comercial de Michell & Co., Arequipa, Perú)

Todas las fábricas textiles de alpaca en Arequipa funcionan con energía hidroeléctrica, que es una fuente de energía renovable de cero emisiones.

Arequipa es el hogar de las exportaciones mundiales de fibra de alpaca, que representan la mayoría de sus ventas . La energía hidroeléctrica es también la fuente de la pequeña cantidad de electricidad que utilizan los pastores de alpacas de los Andes. (Observación personal y correspondencia con Juan)

Los pastores quechuas no calientan sus casas y no tienen electrodomésticos. Solo usan uno o dos focos por familia por día, que son alimentados por energía hidroeléctrica.

Alpacas en plata, gris, blanco, negro, leonado, café. No se muestran caoba, gris rosa, marrón chocolate, ruanos de varios colores y pintos. Cada color tiene varios tonos distintos. Foto de Wasim Muklashy

5 *Why Alpaca?* 8.

6 "Peru is the world's leading producer of alpaca fiber" 06/11/2019.peru.info/en-us/foreign-trade/news/7/32/peru-is-the-world-s-leading-producer-of-alpaca-fiber

Las empresas que procesan y fabrican prendas de vestir de **alpaca y vicuña** están obligadas por la legislación peruana a

1) Pagar salarios dignos a los trabajadores de la fábrica y asegurar un lugar de trabajo seguro.

2) Financiar la atención médica para el 100 % de todos los trabajadores de las fábricas peruanas, que es administrada por el gobierno.

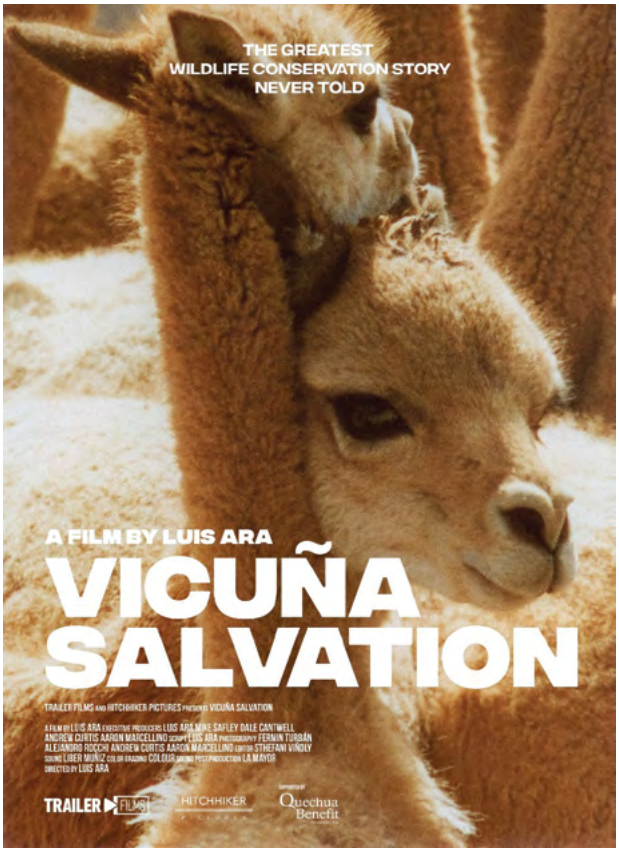
3) Financiar una cuenta de jubilación administrada de forma privada para cada empleado.

El poliéster, en el 55% de todas las prendas y textiles, es la fibra más utilizada en la actualidad. La fabricación de poliéster contamina el medio ambiente de muchas maneras. "Un nuevo informe critica el uso intensivo de plástico en la ropa de la moda, en forma de fibras sintéticas."[8]

"En 2015 una encuesta a 30.000 consumidores en 60 países encontró que el 66% de los consumidores están dispuestos a pagar más por productos o servicios de empresas comprometidas con acciones sociales positivas e impacto ambiental" [9]

Los problemas de sostenibilidad también están atrayendo una atención cada vez mayor a nivel ejecutivo... Un número creciente de administradores de activos y patrimonio tienen mandatos que dan prioridad a las empresas que superan los umbrales de sostenibilidad.[10]

"De hecho, hay una creciente corriente de pensamiento que desafía la noción de que la transformación real se puede dejar solo en manos de las corporaciones, y que las fuerzas del mercado existentes detendrán el cambio climático y restaurarán la igualdad. Estos críticos incluyen a Tariq Fancy, ex CIO de Blackrock para Inversión Sostenible, e incluso Warren Buffett, quienes piden cambios en la mentalidad y la regulación gubernamental para alterar el comportamiento corporativo. Pucker concluye que la mayoría de los informes de las empresas en el contexto de la sostenibilidad no son un indicador del progreso, sino que a menudo son simplemente ***"un deseo verde fantasioso."*** [11]



Vicuña Salvation *es un documental de larga duración, que llega a una pantalla cerca de usted, y narra el viaje milagroso de la Vicuña mientras se recuperan de su condición de especie en peligro de extinción. Esta fue una victoria para todo el Perú, con la comunidad de Picotani en el centro del movimiento, considerándolos los verdaderos "Héroes de los Andes."*

"Durante este mismo período de 20 años de un aumento de la presentación de informes e inversión sostenible, las emisiones de carbono han seguido aumentando y el daño ambiental se ha acelerado. La desigualdad social también está aumentando."[12]

La industria de la moda debe darse cuenta de que no tendrá ningún impacto material en el calentamiento global sin atacar las emisiones de CO_2. Él petróleo y el gas, que se utilizan ampliamente en casi todas las industrias, son responsables del 46 % de las emisiones totales de CO_2 y la extracción de petróleo es responsable del 30 % de la contaminación por gas metano y alrededor del 8 % por dióxido de carbono.

7 Ver Mike Safley, "Is the Alpaca and Vicuña Industrial Process Sustainable?"

8 Rachel Cernansky, "Is there space in a sustainable global climate for synthetic fabrics?" *Vogue* 8 July 2021

9 "Sustainable Selections: How Socially Responsible Companies are Turning a Profit," *www.nielsen.com*, October 12, 2015.

10 McKinsey & Co., "Fashion on Climate."

11 Veronica Bates Kassatly and Dorothee Baumann-Pauly, "The Great Green Washing Machine Part 1: Back to the Roots of Sustainability." Geneva Center for Business & Human Rights. 15/09/2021 https://eco-age.com/wp-content/uploads/2021/09/REPORT_Final_72dpi2.pdf

12 Kenneth P. Pucker, "Overselling Sustainability Reporting." *Harvard Business Review.* May-June 2021 https://hbr.org/2021/05/overselling-sustainability-reporting

13 Berry, India, "Top 10 Causes of Global Warming." Sustainability, 8 October 2021, sustainabilitymag.com/top10/top-10-causes-global-warming

La industria de la moda también debe tener en cuenta que los pastizales, las alpacas, las vicuñas y los pastores que gestionan su pastoreo estacional secuestran mucho más carbono del que emiten. Estas son las personas en la base de la cadena de suministro que claman por equidad.

Vale la pena repetir,
que la prioridad número uno de los Objetivos de Desarrollo Sostenible de la ONU
es el alivio de la pobreza.
"No es más plástico reciclado en tus colecciones." [14]

La población indígena Andina ha disminuido constantemente desde la llegada de los Conquistadores Españoles, y en los últimos años la disminución se ha acelerado. Hoy quedan alrededor de 1,000,000 de pastores de alpacas y vicuñas de los muchos millones que había antes del AD 1492.

Esto lo confirman las estadísticas demográficas del Gobierno Peruano y 30 años de observaciones personales del autor y múltiples conversaciones con ejecutivos textiles peruanos.

No hay duda de que los productores textiles están preocupados por el futuro de la alpaca en el Perú. Un dueño de una empresa textil muy grande dijo: "Tememos que ya no haya un suministro adecuado de lana de alpaca en los próximos 10 a 20 años". Otro dijo: "Los criadores de alpacas ya no quieren criar alpacas. Quieren mudarse a las grandes ciudades o trabajar en las minas".

Las opiniones de los propietarios son fáciles de entender cuando se considera que al precio actual del vellón de $9.09 por kilo, cada alpaca produce alrededor de $ 65 en vellón cada año. La familia de pastores promedio consta de dos adultos y tres niños. Las alpacas son su principal ingreso en efectivo. La mayoría de las familias que viven en pequeñas comunidades remotas de cría de alpacas poseen entre 25 y 100 alpacas con un ingreso de entre $1625 y $6500 por año. No es exactamente lo que llamarías un salario digno para una familia de cinco.

Esta pareja ha vivido en Picotani toda su vida en la misma casa donde crecieron. Foto de Ana Carolina de Lima

14 Elizabeth Cline, directora de promoción y política en la organización sin fines de lucro Remake, en Rachel Cernansky, "Sustainability: Where fashion is heading in 2022." *Vogue*. 5 January 2022.

Fundé Quechua Benefit en 1996 y poco tiempo después empezamos a trabajar con la comunidad de Picotani. Quechua Benefit actualmente está produciendo un documental titulado ***Vicuña Salvation*** *(Salvación de la Vicuña)*, que se enfoca en Picotani, que cría alpacas y fue fundamental para salvar a la vicuña salvaje de la extinción a partir de la década de 1960. Sus esfuerzos contribuyeron a que la vicuña fuera eliminada de la lista de especies en peligro de extinción. Cuando le preguntaron a Sarita, líder de la asociación comunitaria de mujeres, "¿Cómo es vivir en Picotani?" ella respondió,

"Es triste, no tenemos suficiente de nada. Nuestros hombres se van a trabajar a las minas y los niños se van a las grandes ciudades. Ha sido un poco mejor desde que se legalizó la venta de fibra de vicuña silvestre. Los más jóvenes se quedan en la comunidad."

La idea de que los criadores de alpacas quieren dejar las montañas por las minas o las ciudades simplemente no es cierta; heredan sus alpacas al igual que han heredado su cultura y la forma en que manejan los pastizales donde viven desde hace 8,000 años. Para que su cultura, los pastizales y sus alpacas sobrevivan, necesitan obtener más ingresos de sus ventas de lana. Como dice Sarita, "Mi sueño es seguir adelante, pase lo que pase".

"Si Perú se vuelve conocido como el origen de la vicuña, hay toda una plataforma de marca que proviene de las historias que podemos contar."

—Andrew Michell, Director de Michell CIA

La forma más directa para que los pastores de los Andes obtengan un precio equitativo por su vellón es agregando valor a la cadena de suministro. Cosas simples de verdad. Todas son cosas que los compradores de lana, el gobierno peruano, los fabricantes de textiles y las Marcas de Moda pueden apoyar fácilmente.

Las alpacas son cuidadas por pastoras como estas señoras que sacan sus rebaños de los corrales y los devuelven al anochecer.
Foto de Wasim Muklashy

1. Proporcionar tijeras eléctricas y generadores, en lugar de las tijeras manuales que se usan hoy.

2. Enseñar el patrón de corte para permitir la separación de las distintas calidades en el punto de corte. Esto también ahorra a las empresas textiles que compran el vellón tiempo y dinero adicionales para la clasificación manual.

3. Crear programas veterinarios organizados por el gobierno y la industria textil y las universidades para brindar educación, vacunas, antibióticos y capacitación en la cría de animales.

4. Crear asociaciones de Marcas de Moda para atraer a consumidores de moda motivados por el medio ambiente, que con gusto pagarán más por moda de origen ético que contribuya a la lucha contra el calentamiento global.

5. Reformar el sistema de recolección para eliminar a los intermediarios que agregan poco valor, viven en grandes ciudades y cobran tarifas altas por las compras de lana que deben ir directamente a los pastores quechuas.

6. Desarrollar créditos de carbono en nombre de las comunidades de alpacas y vicuñas para venderlos a Marcas para compensar sus huellas de carbono en los intercambios financieros mundiales. Esto asegurará que los pastores continúen practicando el pastoreo estacional, la conservación del agua y el cuidado de las alpacas, sin las cuales las vastas praderas morirán y ya no secuestrarán carbono.

Estos son pequeños programas de bajo costo para que el gobierno, las Marcas de Moda, los fabricantes textiles y las universidades los suscriban si es que apoyan el calentamiento global y el alivio de la pobreza, o los objetivos de desarrollo sostenible articulados por las Naciones Unidas y la conferencia climática COP26. Y lo que es más importante, apoyar estas iniciativas puede crear maravillosas oportunidades de creación de branding para las marcas.

"Creo que el Perú debe salir de su mentalidad industrial. Creo que en general estamos estancados ahí, no hemos sido capaces de crear marcas y no hemos sido capaces de crear valor para nuestros productos. Creo que, en general, necesitamos nuevas ideas para crear historias de marca para nuestros productos; no cómo procesamos la fibra. Entonces necesitamos traer al consumidor a estas historias y llevarlas al campo. Si la vicuña, por ejemplo, tuviera un mercado más amplio, habría más protección y más vicuñas".

—Andrew Michell, Director de Michell CIA.

La fibra de alpaca se vende actualmente según las especificaciones técnicas y el precio. Se trata como una mercancía. Las empresas textiles peruanas y las marcas de moda harían bien en "humanizar" las alpacas. Mostrar al mundo su historia en términos humanos, ecológicos y de calentamiento global.

Las mujeres de Picotani son estoicas, duras y la mayoría vivirá toda su vida sin siquiera irse a un pueblo de cualquier tamaño. Foto de Ana Carolina de Lima

Este chal de vicuña se vende en boutiques de alta costura alrededor del mundo por $3,000 dólares y está hecho de unas pocas onzas de fibra de vicuña. Pero pocas personas conocen la historia de la vicuña, su salvación del estado de especie en peligro de extinción y las personas que manejan su crecimiento futuro como especie. Foto de @loudscape.nef

Antes de que las marcas y los consumidores tomen su próxima decisión de moda, es posible que deseen considerar que los 1,000,000 de indígenas que pastan alpacas y vicuñas en el vasto Altiplano de Perú se encuentran entre las pocas personas en la tierra que no han malogrado el medio ambiente. Y los consumidores querrán comprar sus productos de Marcas que insistan en que a los productores se les pague un precio justo por sus productos y al mismo tiempo protejan el medio ambiente.