

Mumas confecciona desde Hatillo lencería ecoamigable 100% del país

● Más allá de diseñar y confeccionar ropa interior con materiales biodegradables, la corporación brinda talleres de costura a mujeres, y además, les da sustento

JOSÉ ORLANDO DELGADO RIVERA

joseorlando.delgado@grmedia.com
Twitter: @joseorlandod

En 2021, nació Mumas, una marca puertrorriqueña de lencería confeccionada con materiales biodegradables y cuyas artífices son mujeres de la zona norte de la isla, que encontraron en la costura su pasión y oportunidad para salir adelante.

Los productos de Mumas son hechos con tela de bambú hipoalérgico, detalló **Lillian Karen Alvarado Viñas**, directora ejecutiva de Mumas Renaciendo Corp., la organización sin fines de lucro donde se ideó la empresa. “La línea de ropa interior está diseñada para la mujer profesional, la mujer que le gusta verse bonita, pero a la vez cómoda”, expresó Alvarado Viñas en entrevista con **El Nuevo Día**.

La primera colección de Mumas, que se lanzó en noviembre pasado, fue diseñada por **Leslie Ely Zeno Cintrón**, de 25 años, quien también se desempeña como supervisora del taller de costura de la organización, ubicado en el centro urbano de Hatillo.

Su intención, contó, fue crear productos que ayudaran a la mujer a sentirse cómoda con su piel y llevar el mensaje de protección del medioambiente con la utilización de materiales orgánicos.

“Es un producto que puedes utilizar para el diario, para hacer ejercicios y, especialmente, esos días del mes de la mujer (por la menstruación), porque son bien cómodas”, explicó Zeno Cintrón. Las piezas, cuyos precios oscilan entre los \$13 y \$28, están disponibles en los tamaños small, medium, large y x-large.

Sonia Traverso, de 62 años y residente de Hatillo, es una de las siete empleadas y participantes activas de Mumas Renaciendo Corp., que, desde 2017, ofrece capacitaciones a mujeres en diferentes renglones, incluyendo la costura. Aunque ya cocía, se mostró agradecida con la oportu-



Desde la izquierda, Leslie Ely Zeno Cintrón, diseñadora de la ropa interior, Zuley Birriel, Sonia Traverso, María Rosario, Andrea Suárez, Kimberly Delgado y Lillian Karen Alvarado Viñas, directora ejecutiva de Mumas.especial jorge ramirez portela

LA CIFRA

AYUDA
ECONÓMICA

\$255

MIL en donativos ha recibido Mumas Corporation Corp. para apoyar sus esfuerzos a favor de las mujeres desventajadas.



Los precios de las piezas de ropa interior, que se venden exclusivamente por internet, oscilan entre los \$13 y \$28, están disponibles en los tamaños small, medium, large y x-large.

especial jorge ramirez portela

tunidad de continuar desarrollando sus habilidades.

“Este producto de la ropa interior es excelente por la calidad de la tela, el trabajo y las piezas están muy bien confeccionadas. La acogida que ha tenido el producto muestra que lo que se está haciendo es de calidad”, resaltó. “Aquí tenemos mucho compañerismo, somos una familia y da-

mos el 100% para sacar a Mumas hacia adelante”.

Sobre la acogida de las clientes, Alvarado Viñas indicó que en noviembre tuvieron un buen arranque con las ventas y, aunque en diciembre, enero y febrero se aguantaron, en marzo tomaron impulso.

Agradeció el respaldo de personalidades como **Sofía Jirau**, la primera modelo con Sí-

drome de Down de la marca Victoria's Secret, y **Frances Estrada**, mejor conocida en las redes sociales como “The Pecking Order”, quienes han educado sobre la marca.

EL INICIO DE MUMAS

La salida al mercado de Mumas, cuyo nombre hace referencia a mujer y madre, se produjo como una estrategia de brindar estabilidad a la organización. A través de la entidad, Alvarado Viñas concretó uno de sus anhelos más importantes tras superar un diagnóstico de cáncer de seno que recibió en 2015.

“Fue un proceso largo en el que comencé a buscar sanación mental y emocional, aparte de la médica. Como siempre había trabajado con capacitación en escuelas públicas y privadas, conocía la comunidad”, describió.

Como no contaba con dinero para echar andar la corporación, la mujer tocó las puertas de múltiples organizaciones privadas y sin fines de lucro, que por los pasados años han destinado sobre \$255,000 en fondos para apoyar la continuidad del proyecto.

Por ejemplo, recibió \$14,500 por parte de FirstBank, la primera organización que, según Alvarado Viñas, respaldó la iniciativa.

Igualmente, Hispanic Federation destinó \$75,000 a la corporación, el Instituto Socioeconómico Comunitario (Insec) \$12,000 y ComPRmetidos \$78,000.

Del lado público, Mumas ha recibido donativos provenientes de la Asamblea Legislativa por \$13,553, a la vez que el Municipio de Hatillo destinó \$4,000 al proyecto, la Autoridad de Tierras \$15,000, el Departamento de Desarrollo Económico y Comercio \$30,000 y el Consorcio del Área Norte y Central \$13,600.

Entre otras cosas, el dinero ha sido destinado al sueldo de las participantes, la compra de 15 máquinas de coser industriales y otros equipos de costura, así como para ofrecer capacitaciones a las participantes.

Aunque reconoció que necesita más ayuda económica para mantener la organización a flote, la meta de Alvarado Viñas es crecer la organización de la mano de Mumas y convertirla en la marca boricua de lencería número uno de Puerto Rico.

Hasta ahora, la tienda solo está disponible en Internet a través de la página web www.shopmumas.com, que fue creada gracias al respaldo del Centro para Emprendedores. En el portal hay unos ocho productos a la venta en diversos colores, entre los que destacan el negro, crema y rojo.

“El 100% de los ingresos que se generan van a ser para reinvertirse en la misma organización y poder darle oportunidad de empleo a las participantes que se capacitan aquí y seguir impactando a otras mujeres”, destacó Alvarado Viñas. “Sería bonito que el 100 x 35 conozca lo que es Mumas”.