



GINO PAOLO VALDERAS – EMPREDIMIENTO ENTRE ORIGEN, VALORES Y ELEGANCIA ATEMPORAL

Posted on 23. enero 2026

Gino Paolo Valderas – Emprendimiento entre origen, valores y elegancia atemporal

La empresa Kokomomo

Con Kokomomo, Gino Paolo Valderas ha creado una marca que habla deliberadamente en voz baja. Sus prendas de lujo confeccionadas con la más fina lana de alpaca peruana renuncian a los clichés y apuestan, en su lugar, por la autenticidad, la calidad y el respeto por la tradición y por las personas. Gino Paolo es participante del Curso de Exportación y participará como ponente en la Conferencia de Emprendedores Perú-Alemania, que se celebrará en marzo, donde hablará sobre su modelo de negocio, sus valores y el camino para reposicionar internacionalmente la artesanía



peruana.

Página web: <https://www.kokomomo.shop/>

Si tuvieras que describir Kokomomo, ¿cuál es el núcleo de tu marca?

Para mí, Kokomomo es una actitud ante la vida. No vendemos simplemente ropa, sino una decisión consciente: consumir más despacio, priorizar la calidad frente a la cantidad y rodearse de aquello que tiene sentido. Nuestras prendas están pensadas para acompañar durante mucho tiempo, no solo en el armario, sino también en la vida cotidiana de las personas.

¿Por qué decidiste conscientemente ir en contra de las tendencias rápidas de la moda?

Las tendencias van y vienen; los valores permanecen. Para mí, la elegancia atemporal significa que



una prenda no pierde relevancia tras una sola temporada. La lana de alpaca ofrece las condiciones ideales para ello: es duradera, de alta calidad y muy agradable de llevar. Nuestros diseños son deliberadamente sobrios para que el material y la confección ocupen el primer plano.

La alpaca suele comercializarse de forma folclórica. ¿Cómo te diferencias de ello?

Siento un gran respeto por la tradición, pero no creo que tenga que ser ruidosa ni llamativa. Muchos productos de Perú se venden a través de la exotización, y eso no se corresponde con mi idea de apreciación genuina. Trabajamos con tradición auténtica, con conocimiento artesanal y materiales de alta calidad, pero lo traducimos a un lenguaje formal moderno y claro. Sin clichés ni escenificaciones.

¿Qué papel desempeña la responsabilidad en tu modelo de negocio?

Un papel central. La responsabilidad comienza con la selección de los materiales y llega hasta la forma en que comunicamos. El respeto hacia las personas que participan en la producción no es para mí un argumento de marketing, sino una convicción fundamental. Solo así puede surgir un producto honesto.

Participaste en el Curso de Exportación de Ehrsam Peru-Consult. ¿Qué cambió a partir de esa experiencia?

Muchísimo. Aprendí a analizar mi modelo de negocio de una manera más estratégica. Exportar no significa únicamente vender productos en otro país, sino comprender las expectativas culturales, los mecanismos del mercado y el posicionamiento. El curso me ayudó a estructurar Kokomomo con mayor claridad y a pensar a largo plazo, especialmente en el contexto Alemania-Perú.



¿Qué importancia tiene para ti el contexto Perú–Alemania?

Forma parte de mi identidad. Veo un gran potencial en volver a relatar los productos peruanos a nivel internacional, no como souvenirs, sino como productos de diseño de alta calidad. La diáspora puede desempeñar un papel clave como puente entre mercados, culturas y formas de pensar.

¿Qué te motiva personalmente como fundador?

Mantener los pies en la tierra. Creo que el emprendimiento es un reflejo de los propios valores. Kokomomo es mi manera de hacer visibles esos valores: vivir de forma consciente, crear de manera consciente y asumir responsabilidad por aquello que creamos y llevamos al mundo.

Gino Paolo Valderas, muchas gracias por la entrevista.

Entrevista realizada por Holger Ehram, MBA, Fundador de Ehram Peru-Consult.