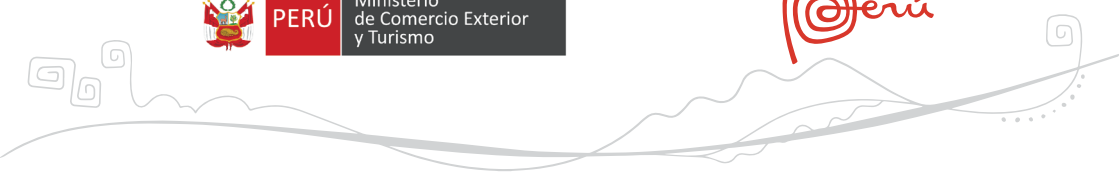


Alpaca



PERÚ Ministerio de Comercio Exterior y Turismo

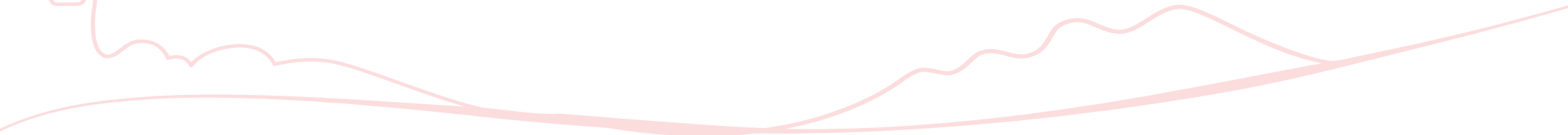




ALPACA

Índice

01. Características del producto	06	08. Perfil de compradores	77
02. Tamaño de mercado	12	09. Actividades de promoción	81
03. Análisis de la demanda	32	10. Oficinas y gremios	83
04. Auditoría en tiendas	36	11. Fuentes de información	85
05. Atributo y percepción del producto	40		
06. Condiciones de acceso al mercado	42		
07. Canales de comercialización y distribución	55		



01

1. Características del producto

1.1. Descripción del producto

Existen dos tipos de alpacas:

- el huacaya
- el suri.

El huacaya soporta bien las condiciones difíciles y hostiles de la cordillera de los andes. Su pelaje es más denso y rizado y su vellucino es brillante y fino, parecido más al de la oveja.

El Suri tiene un vellucino que se parece a "dreadlocks". El suri es más sensible al medio ambiente donde vive. Siendo su lana más larga, fina y suave.

La ganadería de alpaca es una actividad sostenible; efectivamente, las alpacas son criadas en terrenos sin pesticidas, y no son alimentadas con hormonas. Las alpacas consumen poco: 19 kilogramos de heno es suficiente para alimentar dos alpacas durante una semana, mientras que dos ovejas necesitan más o menos 28 kilogramos de heno por semana. Las alpacas no arrancan las hierbas, pero las cortan con sus dientes, por ello no destruyen los pastizales como otros animales. Además, la resistencia de esa lana permite crear

productos durables, lo que representa un ahorro para los consumidores, y una menos importante producción de desechos. Usualmente, se fabrican abrigos en alpaca, pero ahora se encuentran también pulóveres, chompas, bufandas, mantas y ropas para bebés... Este estudio se focaliza más precisamente en los abrigos, chompas, ponchos y capas de alpaca.

Existe cuatro tipos de composición de prendas:

- La lana virgen,
- La lana virgen y pura,
- La lana pura,
- La lana mezclada con otras fibras.

Las prendas en lana virgen corresponden a un producto que tiene solo el 7% de otras fibras como máximo. Las prendas en lana virgen y pura tienen 0,3% de otras fibras. Al contrario, las prendas que indican "100% lana" o "lana pura" designan una lana de menor calidad o reciclada. Al final, la lana mezclada corresponde a productos que tiene lana de carnero, por ejemplo, mezclada con lana de alpaca o algodón. Evidentemente, los precios varían según

el tipo de producto. El producto será más caro si la lana es virgen y pura mientras que una lana mezclada, con fibras sintéticas, por ejemplo, será más barata. El precio bajo se puede explicar también por la utilización de circuitos de producción cortos, sin intermediarios entre el productor y el vendedor. Se aplica no sólo en el sector agricultura sino también en el sector vestimentario.

Hoy en día, el medio ambiente es en el corazón de todas las preocupaciones.

Algunas medidas se tomaron como el reciclaje de las prendas considerando que la producción de prendas causa mucha contaminación; aunque es complicado reciclar prendas en lana mezclada, muy utilizada en el sector de fast-fashion, porque se necesita separar las fibras sintéticas de las fibras naturales. Este es uno de los mayores retos a nivel internacional en este sector.

Abrigo



Capa



capa con capucha



Pulóver



Chompas



Fuente: Alpaca Mall, <https://www.alpacamall.com/fr/>

1.2. Ficha técnica del producto

Propiedades de la lana de alpaca

- Hipoalergénico: A diferencia de la lana de oveja, la fibra de alpaca no contiene lanolina, lo que la convierte en hipoalérgica y conveniente para personas sensibles a la lana. Además, la ausencia de aceites facilita que puede teñirse sin que pierda su brillo y suavidad. Por eso, las ropas en esta

lana son muy adaptados para niños cuya piel es sensible.

- Ligereza: Sus fibras son ligeras y se adaptan a la temperatura del cuerpo, ayudándolo a combatir los cambios bruscos de temperatura. Conserva el calor a la vez que es transpirable. Por eso, la lana de alpaca es famosa para la confección de abrigos, sobre todo para luchar contra el frío.

- Resistencia: La fibra de alpaca es más cálida y más resistente que la lana de oveja, y no se desgasta con el uso. Al igual que la lana y otras fibras de origen animal, la alpaca también repele el agua, así que aún mojada protegerá tu cuerpo de las inclemencias del tiempo, manteniendo su temperatura. También comparte con

la lana de oveja la cualidad de que es ignífuga. Es decir, casi imposible de quemar.

La fibra de alpaca se mide en micrones, y se clasifica dependiendo de su diámetro. La baby alpaca es la fibra que se obtiene al hilar las primeras lanas de un ejemplar y es la más valiosa y apreciada de todas.

Tabla 1: Clasificación de la fibra de alpaca

Clasificación	Diámetro (en micrometros)
Baby Alpaca	17 a 23
Superfina	23 a 26,5
Superfina Media	26,5 a 29
Huariza	29 a 31,5
Gruesa	más de 31,5

Elaboración: MINCETUR

La lana de alpaca cuenta con una amplia gama de colores naturales: existen hasta 22 colores naturales de esa lana, que son matices de gris, marrón, negro, y blanco. Esa fibra también tiene un brillo natural, que se mantiene pese al teñido, el lavado, o los factores exteriores (lluvia, sol, etc.). Se fabrican dos tipos de productos en alpaca:

- Objetos vestimentarios para hombres, mujeres y niños, entre otros.
- Productos para la casa tales como alfombras, tapices, entre otros.

Proceso de producción (de fibra hasta prenda)

Después del esquila, el vellón pasa por un proceso completo antes de transformarse en prendas:

Esquila:

Por lo general, la esquila se realiza de manera rústica y tradicional, utilizando cuchillos y todo material que corte la fibra. Lo ideal es que se realice con tijeras o lapiacos.

Clasificación:

La clasificación es un proceso manual en el cual el vellón es separado en diferentes grupos de calidades (Tabla 1).

Lavado:

El lavado inicia el proceso industrial por el cual se libra de impurezas a la fibra. Este proceso es realizado industrialmente mediante una máquina empleando detergente industrial biodegradable y agua potable.

Cardado y peinado:

En el cardado y peinado, se eliminan los pelos cortos y restos pequeños, y se uniforma la mecha. El Cardador:

- Separa cada fibra individualmente de las otras fibras.
- Arregla las fibras a un alto grado de paralelización.
- Entrega la fibra de una manera constantemente uniforme.

Después del proceso de cardado, la fibra queda ya un poco paralela, pero no logra la uniformidad deseada. Con este último proceso (peinado) conseguimos la uniformidad en un 100%.

Hilado:

En el proceso del hilado, se elaboran los hilos de diferentes calidades, mezclas y títulos. La fibra se puede hilar en ruecas manuales o de pedal.

Teñido:

Luego, mediante el uso de tecnología de punta, se continúa con el teñido para presentar la fibra en una amplia gama de colores.

Tejido y confección:

Por último, se elaboran las prendas en tejidos de punto o tejidos planos.

1.3. Usos y formas de consumo

Dependiendo de la fibra inicial se tejen diferentes productos. Efectivamente, una fibra gruesa se usa para elaborar alfombras y tapicerías, mientras que las fibras más finas son usadas en ropa o cobijas. Además, la alpaca se emplea para confeccionar ropa para bebés gracias a sus propiedades hipoalergénicas.

La lana de alpaca se encuentra raramente sola y pura. Los productores suelen mezclarla a otras lanas, para disminuir los costos de producción. Sin embargo, esa lana se puede encontrar pura en productos de alta costura, como Dior o Yves Saint Laurent.

También hay un mercado creciente de ropa deportiva para aire libre hecha de **alpaca**, gracias a su peso liviano y su mejor aislamiento en el clima frío.



Abrigo Yves Saint Laurent, 100% alpaca, EUR 10 000 (alrededor de USD 11 774)

02

2. Tamaño de mercado

2.1. Producción local

En Francia, la importación de alpacas es legal desde 1980, y los primeros criaderos aparecieron en los años 90. En 2004 se contaban unas 1 000 alpacas en Francia, y esa proporción subió hasta 4 000 alpacas en 2009. La AFLA (Asociación francesa de llamas y alpacas), creada en 2010, cuenta con más de 200 miembros, entre profesionales o aficionados. Esos criaderos elaboran sus propias líneas de productos derivados de la lana de alpacas, pero hoy en día, no se puede estimar la producción de alpaca en Francia porque es muy poca. Usualmente, las tiendas de prendas en alpaca importan la materia prima desde Perú o Bolivia.

En Francia, la lana es poco valorizada por los productores de ovinos. La esquila y la comercialización de la lana se han vuelto una dificultad para los productores para quienes la lana es un residuo. Ellos dedican su producción a la carne y no producen una lana de muy buena calidad. En relación con la alpaca hay algunos criaderos que producen muy baja cantidades de fibras que son destinadas a la producción de prendas artesanales.

Además, los textos oficiales en cuanto al criado de alpacas son todavía ausentes de la legislación, lo que constituye un freno al desarrollo de ese sector. Por fin, no se tiene información detallada sobre la producción de lana de alpaca o de prendas en Francia. Sin embargo, se ha identificado que se fabrican prendas en alpaca porque hay numerosas empresas francesas en este sector (sección: 2.6 Análisis de la competencia). La lana es importada desde América del Sur o un país de Europa. Por ejemplo, la empresa Maison Lener importa la lana de alpaca desde Italia y fabrica los abrigos en su taller en Francia.

No es lo mismo cuando se analiza la lana Cachemira, porque es un producto más valorizado por los franceses, a quienes les gusta cada vez más la ropa en cachemira siendo considerado como una apuesta segura; aunque esta lana no se produce en Francia a nivel comercial sino sólo en pequeña cantidad. Usualmente, la fibra se obtiene de la parte más profunda, más fina y delicada de la lana de cabra (*Capra hircus laniger*). Proviene de la antigua provincia de Cachemira, de India, Pakistán y China; en la actualidad también procede de Mongolia, vía la *Capra arbas*. Los

vendedores franceses importan la fibra desde esos países y les hacen teñir en Escocia donde es la especialidad desde años. El proceso de fabricación de prendas en lana de Cachemira es el mismo que el de prendas en lana de alpaca.

2.2. Exportaciones del país de destino

Aunque la producción de prendas, accesorios, y lana de alpaca se desarrolla en Francia, sigue siendo un comercio local. La mayoría de los criaderos venden sus productos en el sitio de su granja, y los productores que venden sus productos en internet los venden a particulares. Las exportaciones francesas de productos hechos con alpaca son entonces insignificantes, y no representan un sector importante de la economía del país. Por eso, no hay fuentes fiables que puedan informar sobre las cantidades y montos de exportaciones de lana de alpaca desde Francia.

Sin embargo, cabe destacar que Francia es un productor de textiles, donde las materias primas naturales las más usadas son

el algodón, la lana de oveja, el lino, y la seda. Las materias químicas utilizadas en Francia son la viscosa, el modal, el poliéster, y la fibra acrílica.

Cada año, Francia produce unas 15 000 toneladas de lana bruta. Sin embargo, la mano de obra para limpiar, filar y tejer la lana es demasiado cara en Francia. Entonces, 90% de esa lana producida en Francia es exportada hacia China. Allí, la lana va a ser transformada, y volverá a Francia en tapices o colchones. El 10% de la lana que se queda en Francia se destina a los productos de lujos y a las casas de alta costura.

La partida arancelaria en Francia es:

Los países que importan ropas en cachemira desde Francia son países de Europa. Parece que Francia importa desde países extranjeros como China y Camboya para exportar la mercancía a otros países. Por ejemplo, Francia era el tercer país de importación de cachemira de Italia y de Bélgica en 2017.

De acuerdo a las exportaciones de Francia, en relación a valores o montos, en el 2018 Trademap identificó 63 mercados de

destinos de los cuales los diez primeros destinos representaron el 87% de las exportaciones y el 79% dirigido a países europeos.

Tabla 2: Países de exportación de Francia productos cuyo número TARIC es: 6102.10 – Abrigos, chaquetones, capas, anoraks, cazadoras y artículos simil., de punto de lana o pelo fino, para mujeres o niñas (exc. trajes sastre, conjuntos, chaquetas «sacos», incl. los «blazer», vestidos, faldas, faldas pantalón y pantalones)

Principales Países de exportación	Valores	2014	2015	2016	2017	2018
Italia	Valor en miles de USD	2 108	2 215	2 565	2 797	2 247
	En toneladas	9	10	15*	9	6
Estados Unidos	Valor en miles de USD	397	278	355	187	1 727
	En toneladas	3	1	2	3	7
Reino Unido	Valor en miles de USD	1 270	1 941	2 173	1 961	1 669
	En toneladas	3	6	8*	11	10
Suiza	Valor en miles de USD	921	394	398	980	1 652
	En toneladas	4	4	3	3	5
Alemania	Valor en miles de USD	1 012	1 457	1 940	1 225	1 527
	En toneladas	6	9	25	7	8
Bélgica	Valor en miles de USD	816	864	1 147	1 502	1 180
	En toneladas	5	6	19	34	23

Fuente: UN COMTRADE via Trade Map, 2018

* Estimación por UNSD (División estadística de los Estados Unidos)

2.3. Importaciones del país de destino

Las importaciones de prendas en alpaca son más numerosas dado que Francia casi no produce prendas de este material.



Tabla 3: Países de exportación de Francia productos cuyo número TARIC es: 6102.10 – Abrigos, chaquetones, capas, anoraks, cazadoras y artículos simil., de punto de lana o pelo fino, para mujeres o niñas (exc. trajes sastre, conjuntos, chaquetas «sacos», incl. los «blazer», vestidos, faldas, faldas pantalón y pantalones)

Principales Países de exportación	Valores	2014	2015	2016	2017	2018
Alemania	Valor en miles de USD	260	208	788	2 637	2 678
	En toneladas	4	10	14	58	90
China	Valor en miles de USD	4 394	4 854	5 907	4 263	3 751
	En toneladas	59	56	132	56	48
Italia	Valor en miles de USD	7 057	5 344	7 252	9 338	5 606
	En toneladas	35	30	41	48	39
Dinamarca	Valor en miles de USD	1	0	1	474	1
	En toneladas	0	0	0	43	0
Bulgaria	Valor en miles de USD	172	416	860	1 056	114
	En toneladas	5	6	20	22	2

Fuente: UN COMTRADE via Trade Map, 2018

Se observa que las importaciones de prendas (abrigos chaquetones...) en

alpaca crecen cada año. El precio para una tonelada es variable entre los países asociados. En Alemania, China y Bulgaria,

Los precios varían entre 55 y 70 euros por tonelada. Las prendas de Italia son mucho más caras ya que una tonelada equivale a 190 dólares (casi el triple del precio de los otros países).

El valor de las importaciones francesas de lana de carnero no deja de bajar. Efectivamente, este producto cada vez más se enfrenta al crecimiento del consumo de los textiles sintéticos. Además, se vende cada vez menos caro. Sin embargo, no se tiene la información sobre la cantidad de importación.

A una gran escala, las materias primas más importadas son el algodón, pero las fibras sintéticas tienen un puesto cada vez más importante en el mercado del textil francés. Las materias como la lana pura, el algodón puro, el lino, y otras materias naturales (puras y biológicas) se usan más en el sector de alta gama, destinado a consumidores más privilegiados, y la lana de alpaca se inscribe en esa gama de materias textiles.

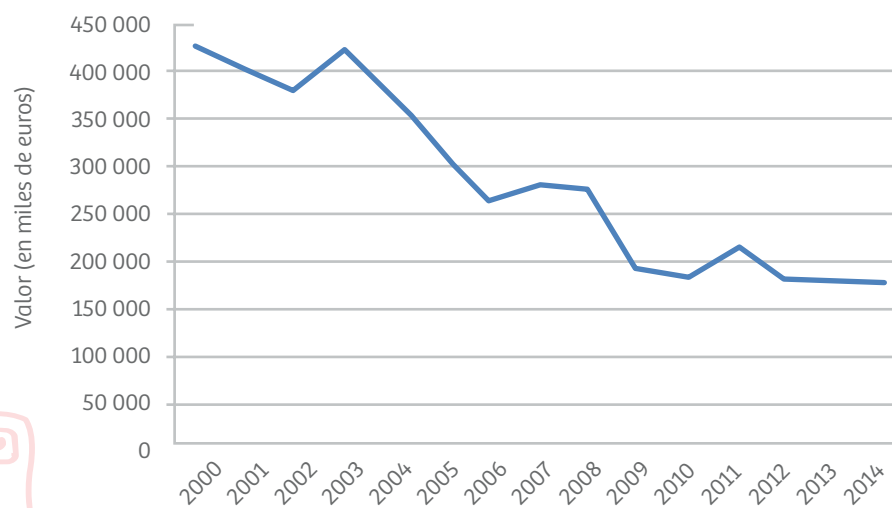
En Europa la reputación del producto está relacionada con la moda. Los italianos son los principales consumidores, seguidos por los alemanes, los ingleses y luego los franceses.

2.4. Importaciones desde Perú y principales competidores

Francia tiene relaciones comerciales con el Perú desde años. Importa productos alimentarios y non-alimentarios como las prendas en alpaca (abrigos, chaquetones...).



Gráfico 1: Importaciones francesas de lana



Fuente: Comtrade, 2016

Tabla 4 : Importaciones del producto 6102.10 – Abrigos, chaquetones, capas, anoraks, cazadoras y artículos simil., de punto de lana o pelo fino, para mujeres o niñas (exc. trajes sastre, conjuntos, chaquetas «sacos», incl. los «blazer», vestidos, faldas, faldas pantalón y pantalones) desde Perú hasta Francia

Número de TARIC/Año	Valores	2014	2015	2016	2017	2018
6102.10 – Abrigos, chaquetones, capas, anoraks, cazadoras y artículos simil., de punto de lana o pelo fino, para mujeres o niñas (exc. trajes sastre, conjuntos, chaquetas «sacos», incl. los «blazer», vestidos, faldas, faldas pantalón y pantalones) desde Perú hasta Francia	Valor en USD miles	98	107	41	60	79
	En toneladas	2	1	1	1	1

Fuente: UN COMTRADE via Trade Map, 2018

Francia importa también prendas de Cachemira. Sin embargo, el valor de importación bajó desde 2013. En efecto, Francia importa desde países menos lejos que proponen esta fibra de calidad equivalente.

Según datos del Mincetur, Perú concentra más del 80% de la oferta de la fibra de alpaca en el mundo, y las expor-

taciones peruanas de fibra de alpaca alcanzaron los USD 68,3 millones entre enero y noviembre del 2017, lo que significó un aumento del 110% respecto al mismo periodo del 2016. Asimismo, las exportaciones de prendas de alpaca han presentado un incremento sustancial en los últimos dos años a nivel de prendas de alpaca, mezclas y otros textiles de dicho producto.

Tabla 5: Exportaciones de prendas de vestir de Alpaca (USD Millones)

Descripción	2014	2015	2016	2017	2018	Var.18/17
Producto	48,3	45,3	42,6	43,6	52,5	20%
Alpaca	38,4	37,9	34,2	34,2	41,5	21%
Mezclas de alpaca y otros textiles	9,9	7,4	8,5	9,4	11,0	16%

El Perú es el principal exportador (90% del mundo) y productor mundial de fibra de alpaca. Produce anualmente 4 500 toneladas de fibra de alpaca, cuyas más del 60% son destinadas al mercado externo destacando Arequipa como la región que concentra casi la totalidad de los envíos (99% de participación). Perú también exporta el hilo y el textil directamente, especialmente hacia China (USD 48 millones en 2017), e Italia (USD 15 millones en 2017). Cabe recalcar que la

mayor parte de esta fibra es dedicada a la industria de prêt-à-porter de alta gama.

El mercado de la lana está dominado por Australia que provee lana fina y de muy alta calidad (notamente lana de oveja). Por otro lado, China es el principal proveedor de lana de baja calidad y también de cachemira; sin embargo, el país se lanzó solo recientemente en la producción de lana de alpaca.

Tabla 6: Principales destinos exportados de las prendas de vestir de alpaca (USD Millones)

Destino	2014	2015	2016	2017	2018	Var.18/17
Total	48,3	45,3	42,6	43,6	52,5	20%
Alpaca	38,4	37,9	34,2	34,2	41,5	21%
Estados Unidos	17,8	19,3	14,8	15,5	19,5	26%
Alemania	3,3	3,4	3,0	3,0	3,2	9%
Japón	3,0	2,5	2,3	2,0	2,9	43%
Canadá	0,9	1,0	1,2	1,7	2,4	41%
Reino Unido	2,1	1,9	1,8	1,4	2,0	44%
Chile	1,4	1,6	1,9	1,6	1,9	17%
Francia	2,1	1,5	1,6	1,2	1,6	28%
Australia	1,2	1,5	1,4	1,2	1,2	6%
Suiza	0,7	0,8	0,8	0,7	0,7	-4%
México	0,5	0,5	0,4	0,6	0,6	5%
Italia	1,2	0,6	0,7	0,8	0,6	5%
Corea del Sur	0,0	0,0	0,1	0,1	0,5	431%
España	0,7	0,6	0,8	0,6	0,5	-19%
Bélgica	0,3	0,4	0,3	0,3	0,5	88%
Taipei Chino	0,0	0,1	0,1	0,3	0,5	45%
Dinamarca	0,4	0,3	0,2	0,3	0,4	19%
Austria	0,1	0,2	0,6	0,2	0,3	41%
Países Bajos	0,2	0,1	0,3	0,5	0,3	-40%

Destino	2014	2015	2016	2017	2018	Var 18/17
Total	48,3	45,3	42,6	43,6	52,5	20%
Lituania	0,2	0,2	0,1	0,2	0,2	32%
China	0,0	0,0	0,0	0,2	0,2	17%
Resto	2,3	1,6	1,7	1,8	1,5	-17%
Mezcla de alpaca y otros textiles	9,9	7,4	8,5	9,4	11,0	16%
Estados Unidos	2	2	3	3	5	81%
México	0	0	1	1	1	-4%
Japón	1	1	0	1	1	45%
España	1	1	1	1	1	-16%
Chile	2	1	1	1	1	4%
Reino Unido	0	0	0	0	0	-7%
Francia	1	1	0	1	0	-48%
Canadá	0	0	0	0	0	42%
Alemania	1	1	1	1	0	-63%
Bélgica	0	0	0	0	0	32%

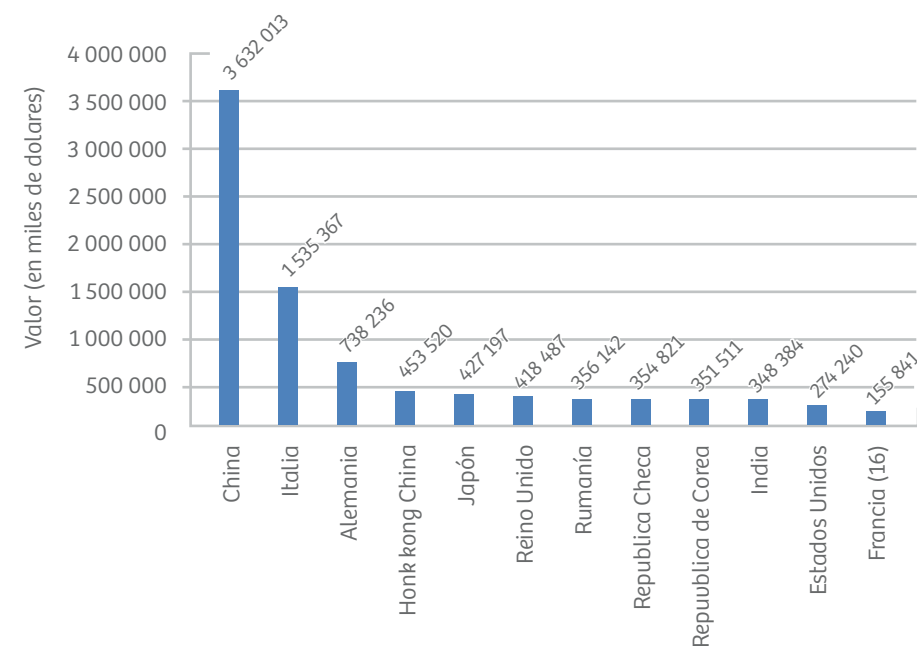
Fuente: Sunat, 2019

2.5. Regiones y sectores de mayor demanda

Francia es el 14° importador de lana. La lana importada es principalmente lana hilada, o directamente textiles. En efecto, Francia no tiene las infraestructuras para limpiar e hilar la lana.

La lana pura se importa para el alta de gama, mientras que las lanas mezcladas con otras fibras (sintéticas o no) y de menor calidad se importan en forma de textiles baratos, alfombras, colchones, tapices etc.

Gráfico 2: Importadores de lana



Fuente: COMTRADE vía Trademap, 2019

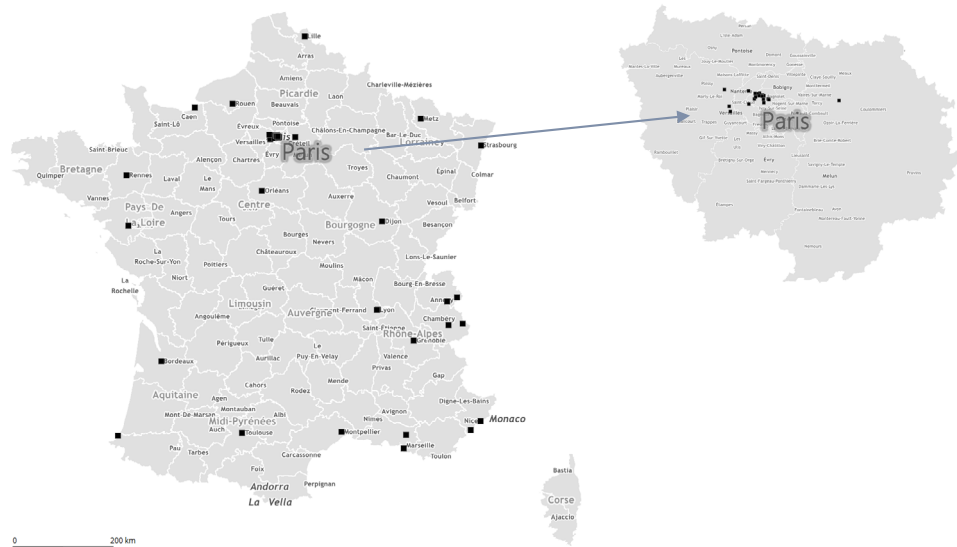
La demanda de lana de alpaca crece, pero no en todos los sectores. Efectivamente, la demanda de fibras de alpaca crece en los mercados de la alta costura, textiles para hogar, ropa femenina, masculina y para niños. Estos mercados son más exigentes frente a la calidad de una fibra poco conocida como la alpaca, no obstante, los consumidores de prendas de alpaca reconocen la calidad del producto.

La lana de cachemira es cada vez más solicitada porque las prendas en esta materia se democratizan. En efecto, anteriormente, la cachemira estaba reservada a una

clientela rica, que está acostumbrada a este tipo de material. Hoy en día, cada vez más marcas venden productos en cachemira a un precio accesible para todos. Por una parte, algunas marcas mezclan la cachemira con otra materia (algodón, merinos...) y, por otra parte, las marcas vendan cachemira con dos o tres hilos.

Para ambas materias, no hay específicamente una región en Francia donde la demanda es más importante que otras. Solo se puede observar que las tiendas de prendas en cachemira se sitúan en las grandes ciudades de Francia.

Mapa: Repartición de las tiendas Eric Bompard en Francia







Fuente: Sitio web Eric Bompard, elaboración: Territoires & Marketing 2018

Eric Bompard es una empresa que vende productos en cachemira desde más de treinta años. Se especializó en esta materia y hoy en día, es uno de los líderes del mercado de la cachemira. Aunque no se identifica exactamente dónde se sitúa la demanda francesa, se considera un referente las implantaciones de las tiendas Eric Bompard. En el mapa de Francia (Figura 9) se observa que numerosas tiendas se

sitúan en París (14 tiendas). En efecto, la clientela considera como primera opción de compra de este tipo de producto los locales ubicados en París, porque hay un flujo de población muy importante y las tiendas son visibles a nivel nacional e internacional. Es así que existen tiendas en grandes ciudades tales como Bordeaux, Montpellier, Lyon, Strasbourg, Marseille, Nantes, Rennes, entre otras.





2.6. Análisis de la competencia

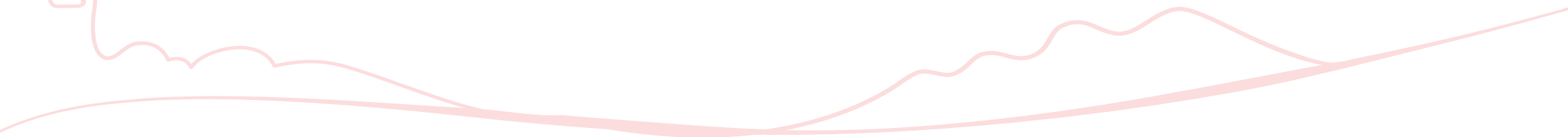
Empresa (datos y web/ Marca)	Formato (imagen del producto)					
	Actividades de la empresa	Características del producto y presentación	Precio	Origen (local o extranjera – país)	Composición	
Esprit Nordique 22 rue de la vieille église 60700 PONTPOINT – Francia https://www.esprit-nordique.fr/ Tel: +33 3 44 31 65 73	Vendedor	Esprit Nordique es una empresa francesa fundada en 2010.	EUR 189 (USD 213)	Países nórdicos	100% baby alpaca	
			EUR 189 (USD 213)		100% baby alpaca	
Val d'Arizes 1 Era Caubera 65200 Cieutat – Francia http://www.uda.fr/?pic=accueil&lang=fra Tel: +33 5 62 91 23 61	Fabricante	Val d'Arizes es una empresa francesa especializada en la fabricación de ropas en lana de merinos y alpaca.	-	Francia	100% lana de merinos o de alpaca	 



Empresa (datos y web/ Marca)	Formato (imagen del producto)					
	Actividades de la empresa	Características del producto y presentación	Precio	Origen (local o extranjera – país)	Composición	
Alpe Paris – Lima 57, rue de Etienne Richerand, 69003 Lyon http://alpe-paris.com/ Tel: +33 6 27 38 09 13	Fabricante y vendedor	Alpe Paris – Lima es una empresa que venda bufandas, pulóveres y mantas en alpaca. Trabaja en colaboración con una manufactura en Arequipa, en Perú.	EUR 60 (USD 68)	Perú (diseño: Francia)	100% baby alpaca	
			EUR 149		100% baby alpaca	
Animana 40 Rue St. Placide 75006 Paris Tel: 09 87 19 81 76 https://www.animanaonline.com/	Fabricante y vendedor	Tiendas de comercio justo. Todas las ropas están confeccionadas en el país de origen de la fibra, ya sea artesanal o semi-artesanal.	EUR185	Argentina y Perú	20% seda, 80% baby alpaca	
Sweet Alpaga 36, bd de la croix rousse - 69001 Lyon https://sweetalpaga.com/	Fabricante y vendedor	Tiendas de comercio justo	EUR 136	Perú	100% alpaca	

Empresa (datos y web/ Marca)	Formato (imagen del producto)					
	Actividades de la empresa	Características del producto y presentación	Precio	Origen (local o extranjera – país)	Composición	
Arts Atlas 4 Hameau Les Fosses 10360 Saint-Usage http://www.art-atlas.fr/	Fabricante y vendedor	Tiendas de comercio justo y orgánica sin intermediario	EUR 90	Perú	100% alpaca	
Maison Lener 39 rue de Merville, 59190 Hage- brouck https://maisonlener.com/ Tel : 03 28 42 91 11	Fabricante y vendedor	Importación de la fibra desde Italia y fabricación en Francia	EUR 600	Italia	75% alpaca, 25% lana virgen	
Antik Batik 8 rue du Foin 75003 Paris Tel : 01.48.87.90.28 https://www.antikbatik.com/	Fabricante y vendedor	Tiendas de comercio justo	EUR 130	-	Alpaca y poliamida	
Filalto 89 rue Judaïque 33000 Bordeaux https://www.filalto.com/	Vendedor	-	EUR 239	Bolivia y Perú	100% baby alpaca	

Empresa (datos y web/ Marca)	Formato (imagen del producto)					
	Actividades de la empresa	Características del producto y presentación	Precio	Origen (local o extranjera – país)	Composición	
<p>José 5 Avenue du Général de Gaulle, 94160 Saint-Mandé https://www.jose-store.co/</p>	Fabricante y vendedor		EUR 139	Bolivia y Perú	100% alpaca	
<p>Atelier de la Maille 42 rue des Jeuneurs 75002 Paris https://www.ateliersdelamaille.com/fr/</p>	Fabricante y vendedor		EUR 198	Bolivia y Perú	51% alpaca, 39% algodón, 10% Poliéster	



03

3. Análisis de la demanda

3.1. Perfil de la demanda del consumidor

Debido a la llegada en el mercado de fibras sintéticas más baratas, los consumidores de lana son generalmente una clase privilegiada.

En el sector vestimentario:

Los consumidores buscan productos agradables y prácticos. Algunas lanas, cuando son demasiado gruesas, pueden dar una sensación de picazón, pero la lana de alpaca es conocida por ser una lana muy fina que no presenta ese problema. Sin embargo, la fineza y rareza de esa lana hace que no sea accesible a todos por su precio. Los compradores de productos 100% lana son entonces los consumidores privilegiados con un gran poder adquisitivo y que buscan comprar ropa de grandes casas de costura.

Esa lana se puede también mezclar con otras fibras. En efecto, mezclar ese producto con otros permite reducir el costo del producto final, manteniendo una buena calidad. Los compradores de

esos productos son entonces los consumidores con poder adquisitivo, pero que no buscan especialmente productos de alta gama. Hay cada vez más prendas en alpaca en Francia, pero no es una materia muy conocida de momento. Las prendas en cachemira permitieron abrir el mercado a otras fibras que la lana de carnero y a la población francesa empieza tener una real demanda para prendas en esta fibra. La alpaca es uno de estos productos de calidad que guardan mejor el calor que la lana de carnero. Igual que para la cachemira, los franceses están dispuestos a pagar más por una prenda de calidad.

En el sector de la ropa de cama:

La lana también sirve para hacer colchones y edredones. Los colchones y otros productos para la cama hechos en lana presentan calidades espaciales: efectivamente, la lana es un aislante térmico, entonces permite hacer economías de energía, y es una materia muy cómoda. Esos colchones son caros en comparación a otros productos hechos con materias sintéticas, aunque durables, y la lana se puede reutilizar.

En la tapicería:

Los textiles y las alfombras de lana permiten limitar el transporte de polvo, reduce la pérdida de calor. Efectivamente, las alfombras pueden permitir ahorrar un 11,3% en el consumo de energía.

Los consumidores buscan entonces productos de calidad, que sean suave para la piel y prácticos para la tapicería y la ropa de cama. Dependiendo del presupuesto de los consumidores, buscan una lana 100% pura, para aprovechar lo más posible de sus cualidades, o una lana mezclada con otras fibras, permitiendo comprar productos de calidad sin tener que pagar demasiado.

3.2. Análisis de tendencias

La lana de alpaca está reservada a consumidores con alto poder adquisitivo, aunque seduce cada vez más a consumidores a nivel mundial. Según el sitio web Camelides.com, la lana de alpaca está reconocida en el mundo y Japón es el primer mercado. Aunque es un mercado

reciente en Francia, no se dispone de información fiable sobre las tendencias de las ventas de prendas de alpaca.

En Europa, la reputación del producto está relacionada con la moda. Los italianos son los principales consumidores, seguidos por los alemanes, los ingleses y luego los franceses.

La cachemira se considera un producto de lujo porque es un textil muy caro. Hoy en día, numerosas marcas proponen productos en cachemira con un precio accesible para los consumidores. Se encuentran pulóveres en 100% cachemira a menos de 100EUR. Se vendan también artículos textiles para decorar la casa, en alpaca o cachemira: manta, alfombra, entre otros. El desarrollo de esta clase de productos permite estimular el mercado.

Asimismo, de acuerdo al estudio de CBI sobre los productos de alpaca en Europa, destacan las siguientes tendencias:

- Iniciativas regulatorias que promueven la sostenibilidad en prendas de vestir e incremento del interés por la calidad,

natural y fibras orgánicas: las fibras de alpaca son consideradas respetuosas con el medio ambiente y biodegradable. Lo cual va de la mano con la gestión de la economía verde de empresas europeas que ya cuentan con criterios de sostenibilidad como parte de la política de sus empresas, como la amplia regulación y/o estándares requeridos para exportar al mercado europeo.

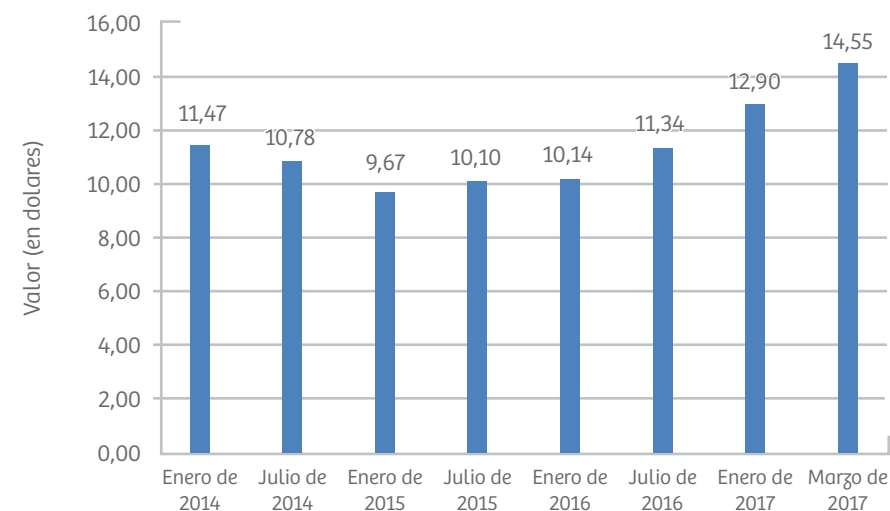
- Escasez de materias primas naturales en el mercado: La escasez de la materia prima como el algodón se espera que genere demanda de las fibras naturales generando expectativa de demanda, si se considera que los diseñadores de alta moda se encuentran experimentando con la alpaca por su versatilidad y elegancia.

3.3. Percepción del producto peruano

Por otro lado, los precios de la lana conocieron un alza continua, y en 2017, este precio conoció un pico (USD 13 el kilogramo), nunca alcanzado desde 2013 (fashionunited.fr). Esa alza se explica por la demanda creciente de los productores y de los vendedores locales, y también de la más grande confianza de los consumidores en esa materia. Efectivamente, la lana, y particularmente la lana de alpaca permite conservar el calor durante el invierno, y el frescor durante tiempos calientes.

- Incremento de la conciencia del consumidor: Los consumidores se encuentran demandando cada vez más conocer el origen de los productos que compran, como el trato y el impacto ambiental de los animales que pudieran ser parte de su adquisición. En el caso de los grandes retailers, organizaciones no gubernamentales y gobierno se encuentran exigiendo a los proveedores que su cadena de suministro sea lo más transparente posible. En ese sentido, destaca la producción tradicional, que no busca la producción en masa, debido a que la huella ambiental de una alpaca es mucho más ligera que el de otras producciones de fibra de pelo animal.

Gráfico 3: Precio de 1 kilo de lana fina



Fuente: Fashion United Business Intelligence, 2017

Entonces, una más grande proporción de consumidores tiene cuidado con los productos que compra, y busca productos que tienen una cantidad mínima de lana, aunque tiene que pagar más. Efectivamente, esos productos son generalmente más duraderos y evitan entonces comprar nuevas prendas cada invierno, lo que resulta ser más económico.

Los análisis también constataron que los compradores de lana se alejan progre-

sivamente de los países productores en grandes cantidades como China, porque ahora se interesan más en la trazabilidad del producto, y no quieren arriesgar sus reputaciones. Además, los consumidores pueden confiar más en una lana de alpaca que proviene de Perú porque el país reconocido por su producción de ese tipo de lana. Sin embargo, en Francia no se aprecia una marca enteramente dedicada a prendas de alpaca y los franceses descubrieron esta lana solo hace pocos años.

04

4. Auditoría en tiendas

4.1. Auditoría en tiendas

Tiendas que venden productos según el tipo de materia: cachemira y alpaca:

Tipo de tiendas	Nombre y datos	Número de tiendas en Francia	Origen de los productos	Comentarios	Precio de un pulóver en V para mujer	Composición	Acreditación
Especializada en alpaca	Animana 40 Rue St. Placide 75006 Paris Tel: 09 87 19 81 76 https://www.animanaonline.com/	1	Argentina y Perú	Tiendas de comercio justo. Todas las ropas están confeccionadas en el país de origen de la fibra sea artesanal o semi-artesanal.	EUR 310 (USD 350)	100% alpaca	B Corp* Hecho por Nosotros**
Especializada en alpaca	Sweet alpaca 36, bd de la croix rousse - 69001 Lyon https://sweetalpaca.com/	4	Perú	Tiendas de comercio justo	EUR 165	100% baby alpaca	-
Especializada en alpaca	Art Atlas 4 Hameau les Fosses 10360 Saint-Usage http://www.art-atlas.fr/	Solo en internet	Perú	Tiendas de comercio justo y orgánica sin intermediario	EUR 90	100% baby alpaca	Venta Directa, GOTS (Global Organic Textile Standard) ***, Fair Trade Certified
Especializada en alpaca	Innata House Boat 9 – 73377 Le Bourget du lac Tel : +33 (0)6.45.36.33.67 http://boutique.innata.fr/	Solo en internet	Perú	Tiendas de comercio justo	(Cabo) EUR 299	100% baby alpaca	Asociación Internacional de la alpaca, WRAP**** (Producción Acreditada Responsable Mundial), OEKO – TEX*****
Especializada en alpaca	Alpaga Mall https://www.alpacamall.com/	Solo en internet	Más de 90 países en el mundo	Tiendas de comercio justo	EUR 57,95	100% alpaca	-
Especializada en alpaca	Maison Lener 39 rue de Merville, 59190 Hagebrouck https://maisonlener.com/ Tel : 03 28 42 91 11	Solo en internet	-	Especializada en la confección de abrigos	(Abrigo) EUR 600	100% alpaca	-

Tipo de tiendas	Nombre y datos	Número de tiendas en Francia	Origen de los productos	Comentarios	Precio de un pulóver en V para mujer	Composición	Acreditación
Especializada en alpaca	Bellepaga Rue de l'Ermitage 48 – 1050 Ixelles - Belgica +33 1 84 80 00 83 https://bellepaga.com/	Solo en internet	Perú	-	EUR 185	60% Baby Alpaca / 5% Merino / 35% Poliamida	-
Especializada en alpaca	Antik Batik 8 rue du Foin 75003 Paris Tel : 01.48.87.90.28 https://www.antikbatik.com/	1	-	Tiendas de comercio justo	EUR 185	Baby alpaca y Nylon	-
Especializada en alpaca	Caserita Calle reseguin 2162 - Sopocachi La Pag – Bolivia Tel: +591 22418099 https://www.caserita.fr/	Solo en internet	Bolivia	Tiendas de comercio justo	EUR 44	100% alpaca suri	-
Especializada en alpaca	Filalto 89 rue Judaïque 33000 Bordeaux https://www.filalto.com/	Solo en internet	Bolivia y Perú	-	EUR 239	100% baby alpaca	-
Especializada en alpaca	Not Shy	Solo en internet	Mongolia	-	EUR 210	100% cachemira	-
Especializada en alpaca	José 5 Avenue du Général de Gaulle, 94160 Saint-Mandé https://www.jose-store.co/	Solo en internet	Bolivia y Perú	Tiendas de comercio justo	EUR 139	100 alpaca	-
Especializada en cachemira y alpaca	Mahogany cachemire 32 rue des Prévoyants de l'Avenir 49000 Angers https://www.mahogany-cachemire.fr/	Solo en internet	-	-	EUR 110	100% baby alpaca	-
					EUR 149	100% cachemira	-
	Ateliers de la Maille 42 rue des Jeuneurs 75002 Paris https://www.ateliersdelamaille.com/fr/	4	Cachemira: Mongolia, Alpaca: Perú y Bolivia	-	EUR 225	74% alpaca 22% lana de camero, 4% poliamida.	-
					EUR 189	100% cachemira, 2 hilos	-

Fuente: sitio web, Territoires & Marketing 2018, lista non exhaustiva

05

5. Atributo y percepción del producto

5.1. Atributo y percepción del producto

Las prendas de alpaca son prendas para una clientela de altos ingresos económicos, ya que la lana de alpaca es escasa. Por eso, los franceses ven en las prendas de alpaca un producto de calidad, comparadas con las prendas en cachemira porque ambas lanas son escasas y más caras que la lana de carnero.

Anteriormente, la cachemira fue reservada a una clientela de altos ingresos. Sólo las marcas de lujo como Hermès, Yves Saint-Laurent o Dior confeccionaba abrigos en 100% cachemira. Hoy en día, no sólo marcas de lujo sino las marcas de ropas casual venden productos en cachemira tales como Uniqlo, 1.2.3., Camaïeu, Esprit, entre otras. Estas marcas que proponen prendas en cachemira utilizan estrategias para vender los productos más baratos; por ejemplo, lo mezclan con otros materiales o venden productos de sólo dos hilados. Se trata del mismo principio para la lana de alpaca que será más barata si se mezcla con otras fibras.

Además de ser caro, la lana de cachemira necesita mantenimiento, como:

- Lavar a mano o en la lavadora a 40 grados máximo.
- Secar horizontalmente.
- Conservar en un lugar oscuro.

Aunque se democratiza a través de estas estrategias, la lana de cachemira aún se mantiene como un producto de lujo. Es así que para comprar un pulóver 100% en alpaca, por ejemplo, una mujer tiene que pagar al mínimo EUR 50 (~USD 56) y para un pulóver en cachemira, tiene que pagar al menos EUR 90 (USD ~102). Además, no se puede encontrar en las tiendas clásicas productos con 100% de alpaca porque la fibra está siempre mezclada con otras tales como el algodón o la lana de carnero. Por eso, no es una materia muy conocida en Francia.

Sin embargo, los franceses tienen cada vez más cuidado con la composición de su ropa (abrigos, pulóveres etc.) porque saben que la lana mantiene mejor el calor. Las prendas en alpaca son mejores que las prendas en lana de carnero y tienen casi

las mismas propiedades que las en cachemira con un precio más abordable. Ahora, se debe desarrollar la comunicación sobre

esta lana para que los consumidores sepan en qué tiendas y canales se puede comprar.



06

6. Condiciones de acceso al mercado

6.1. Aranceles, tributos aduaneros e impuestos

Cuando una empresa compra productos al por mayor fuera de la Unión Europea, debe pagar los derechos de aduana y el impuesto al valor agregado (IVA).

Los derechos de aduana son impuestos gravados sobre un producto importado cuando pasa a través de la frontera. Los países que componen la Unión Europea no se pagan derechos aduaneros sobre mercancías entre ellos porque forman parte de un territorio común. Además, se aplica un arancel aduanero común para mercancías importadas fuera de la UE y las mercancías que se han importado

legalmente pueden circular por toda la UE sin tener que pasar por más controles aduaneros.

Dicho de otro modo:

Derechos de aduana: tasa (en porcentaje) * valor en aduana

Valor en aduana: valor del producto + costo del transporte + seguro.

Estos derechos pueden ser fijos o representar un porcentaje del precio (es decir, derechos ad valorem). Se calculan sobre el valor en aduana, incluido el costo de compra de los bienes, el seguro y el transporte hasta el destino.

Tabla 7: EU derechos de importación

Origen	Tipo de medida	Derechos aduaneros	Condiciones	Pie de pagina	Legislación Europea
Cualquier país	Derecho terceros países	0%	-	-	R1031/08
Cualquier país	-	-	-	CD370	R0160/17

Fuente: Trade Helpdesk - Fiscalidad y Unión Aduanera, Taric

Tabla 8: Gravámenes interiores

	Tarifa estándar
IVA	20%
Impuestos sobre consumos específicos	-

Fuente: Trade Helpdesk

Etiquetado

Sólo los productos textiles que están etiquetados, marcados y acompañados de documentos comerciales de conformidad con el Reglamento (UE) n°1007/2001 del Parlamento Europeo y del Consejo (DO L-272 18/10/2011) (CELEX 32011R1007) pueden comercializarse en el mercado de la UE. El principal objetivo del Reglamento es garantizar que los consumidores, al comprar productos textiles, reciban una indicación precisa de su composición de fibra.

Definición del producto

El Reglamento se aplica a los productos textiles definidos como cualquier producto en bruto, semi-trabajado, trabajado, semi-manufacturado, manufacturado,

semi-acabado o confeccionado que se compone exclusivamente de fibras textiles, independientemente del proceso de mezcla. Además, los siguientes productos son tratados como productos textiles:

- Productos que contengan al menos 80% en peso de fibras textiles.
- Revestimientos de muebles, sombrillas y sombrillas que contengan al menos el 80% en peso de productos textiles.
- Los componentes textiles de la capa superior de recubrimientos de piso multicapa, recubrimientos de colchones y recubrimientos de artículos para acampar.
- Productos que incorporan componentes textiles y que forman parte integrante del producto, donde se deben especificar las composiciones.

El Reglamento no se aplica a productos personalizados fabricados por sastres autónomos.

Requisitos de etiquetado y marcado

Requisitos generales

Al colocar un producto textil en el mercado, el fabricante, distribuidor o importador debe garantizar el suministro de la etiqueta o marca que indica la composición de la fibra del producto. La información debe ser precisa, no engañosa y fácilmente inteligible. La etiqueta o marca debe ser duradera, fácilmente legible, visible, accesible y, en el caso de una etiqueta, adherida de forma segura. Además, se proporcionará en el idioma o idiomas oficiales del Estado miembro en el que el producto se ofrece al consumidor.

La información proporcionada en las etiquetas no debe contener abreviaturas, excepto los códigos de procesamiento mecanizado, o cuando las abreviaturas se definen en las normas internacionales.

Requisitos específicos

- Sólo los productos textiles compuestos exclusivamente por la misma fibra pueden etiquetarse o marcarse como «100%», «puro» o «todos».
- Los productos textiles de múltiples fibras deben estar etiquetados o

marcados con el nombre y el porcentaje en peso de todas las fibras constituyentes en orden descendente. Las fibras que aún no figuran en el Anexo I de este reglamento o las fibras que representan menos del 5% del peso total, pueden designarse como "Otras fibras", inmediatamente precedidas o seguidas de su porcentaje total en peso.

- El producto textil que contiene dos o más componentes textiles que tengan diferentes contenidos de fibra textil deberá llevar una etiqueta o marcado que indique el contenido de fibra textil de cada componente.
- Las fibras decorativas y las fibras con efecto antiestático que no excedan el 7% y el 2%, respectivamente, del peso del producto están excluidas de la indicación del contenido de fibra.
- La presencia de partes no textiles de origen animal debe estar marcada como «Contiene partes no textiles de origen animal» en el etiquetado o marcado.
- Para los productos textiles cuya composición de fibra es difícil de determinar, se pueden usar los términos «fibras mixtas o composición textil no especificada».
- El Anexo IV del reglamento contiene disposiciones especiales para el etiquetado y marcado de ciertos productos textiles (productos de corsetería,

textiles bordados, etc.).

Nombres autorizados

Solo las fibras que se enumeran en el Anexo I del Reglamento pueden utilizarse para la descripción de la composición de las fibras. Los fabricantes pueden solicitar a la Comisión que agregue un nuevo nombre de fibra textil a esta lista. La solicitud debe incluir un archivo técnico compilado de acuerdo con los requisitos del Anexo II.

El uso de los siguientes nombres está sujeto a ciertas condiciones:

- El término «unión de la ropa de algodón» se reserva para los productos que tienen una urdimbre de algodón puro y una trama de lino puro, en la que el porcentaje de lino representa no menos del 40% del peso total de la tela. Este nombre debe ser acompañado de la especificación de la composición «urdimbre de algodón puro - trama de lino (o lino) puro».
- Los términos «lana virgen» o «lana polar» se pueden usar solo para productos compuestos exclusivamente de una fibra que:
 - no ha sido previamente parte de un producto terminado,
 - no ha sido sometido a ningún proceso de hilado y / o fieltro que

no sean los requeridos en la fabricación de ese producto,

- no ha sido dañado por tratamiento o uso.

Estos nombres pueden usarse para describir mezclas de fibras sujetas a ciertas condiciones. La composición porcentual completa debe rellenarse en tales casos. En algunos casos, pueden permitirse pequeños porcentajes de fibras extrañas.

Alternativas de etiquetado

Solo los productos destinados a la venta al consumidor final deben estar etiquetados. Para otros productos el etiquetado o marcado puede ser reemplazado o complementado por los documentos comerciales que lo acompañan. En el caso de los productos textiles enumerados en el anexo VI del Reglamento, la etiqueta puede sustituirse por una etiqueta inclusiva, cuando sean del mismo tipo y composición de fibra. Los productos vendidos por el medidor deben estar etiquetados solo en la pieza o rollo que se ofrece para la venta.

Vigilancia del mercado

Las autoridades de vigilancia del mercado verificarán la conformidad de la composición de fibras de los productos textiles con la información suministrada de acuerdo con los métodos de análisis establecidos

en el anexo VIII del Reglamento. Cuando se establece y se prueba los porcentajes de fibra, es necesario aplicar las tolerancias acordadas pertinentes establecidas en el Anexo IX del Reglamento a la masa anhidra de cada tipo de fibra.

El Reglamento permite algunas tolerancias entre la composición de fibra indicada y los porcentajes obtenidos después del análisis.

Los elementos enumerados en el Anexo VII (por ejemplo, partes no textiles, botones, accesorios, decoraciones...) no se tendrán en cuenta para la determinación de la composición de la fibra.

Legislación

Reglamento (UE) nº 1007/2011 del Parlamento Europeo y del Consejo, de 27 de septiembre de 2011, sobre los nombres de las fibras textiles y el etiquetado y marcado correspondiente de la composición de las fibras de los productos textiles y por la que se deroga la Directiva 73/44 / CEE del Consejo y las Directivas 96/73. / CE y 2008/121 / CE del Parlamento Europeo y del Consejo (DO L-272 18/10/2011) (CELEX 32011R1007)

Información adicional para Francia

Todas las informaciones que deben

aparecer en las etiquetas, los paquetes de presentación y las instrucciones de uso deben estar en francés. El país de origen de los productos debe ser incluido sólo en los casos en que la información provista pueda inducir a error en el país real donde se fabricó el producto.

La vigilancia e inspección sobre la conformidad de la composición de los productos textiles con la información proporcionada por el etiquetado puede tener lugar en cualquier etapa de la cadena (por ejemplo, despacho de aduanas, almacenes de distribuidores, mayoristas o puntos de venta minoristas...).

Las autoridades competentes

Ministère de l'Économie et des Finances (Ministerio de Economía y Finanzas)

Direction générale de la Concurrence, de la Consommation et de la Répression des fraudes, (Dirección general de la Competencia, de la Comisión y de la Réplica de los Fraudes), (Dirección General de Competencia, Asuntos del Consumidor y Antifraude)

59, boulevard Vincent Auriol, 75703 Paris
Tel: (+33) 1 44 87 17 17

Correo electrónico: dirgen@dgccrf.finances.gouv.fr

Sitio web: <http://www.economie.gouv.fr/dgccrf>

Legislación

• Arrêté del 24/06/1998 sobre nombres textiles (Journal Officiel del 30/07/1998).

Etiqueta ecológica (Voluntaria) para productos textiles

La etiqueta ecológica comunitaria o el «logotipo de la flor» es la marca oficial en la Unión Europea (UE) para los productos con el menor impacto en el medio ambiente en una gama de productos. Su objetivo es promover, así como ayudar a los consumidores a identificar aquellos productos que contribuyen significativamente a las mejoras en relación con aspectos ambientales clave.

La participación en el esquema es voluntaria. Esto significa que los productos se pueden vender en el mercado de la UE sin el logotipo de Flower y que no hay regulaciones que obligan a solicitar la etiqueta ecológica.

Definición del producto

Según la Decisión 2014/350 / UE de la Comisión (DO L-174 13/06/2014) (CELEX 32014D0350), el grupo de productos «productos textiles» comprende:

- Ropa y accesorios textiles: ropa y acce-

sorios que consisten en al menos el 80% en peso de fibras textiles en forma tejida, no tejida o tricotada,

- Textiles para interiores: productos textiles para uso interior que consisten en al menos el 80% en peso de fibras textiles en forma tejida, no tejida o tricotada,
- Fibras textiles, hilados, telas y paneles de punto: productos intermediarios destinados al uso en prendas de vestir textiles y accesorios y textiles para interiores, incluidos tejidos de tapicería y tictac de colchones antes de la aplicación de refuerzos y tratamientos asociados con el producto final,
- Elementos sin fibra: productos intermediarios que se incorporan a la ropa y accesorios textiles y textiles para interiores, incluidos cremalleras, botones y otros accesorios, así como membranas, revestimientos y laminados,
- Productos de limpieza: productos tejidos o no tejidos hechos de fibras textiles y destinadas a la limpieza en seco o húmeda de superficies y al secado de utensilios de cocina.

Procedimiento

Cuando un producto está incluido en la definición del grupo de productos y cumple con los criterios de etiqueta ecológica publicados, los fabricantes, importadores, proveedores de servicios,

comerciantes o minoristas que desean comercializar sus productos en la UE, pueden solicitar la etiqueta ecológica de acuerdo con Reglamento (CE) nº 66/2010 del Parlamento Europeo y del Consejo, de 25 de noviembre de 2009, relativo a la etiqueta ecológica de la UE (DO L-27 30/01/2010) (CELEX 32010R0066).

Para un producto fabricado fuera de la Comunidad Europea, la solicitud debe presentarse ante un organismo competente de cualquiera de los Estados miembros en los que se va a comercializar el producto. La aplicación debe incluir toda la documentación relevante para demostrar que el producto cumple con los criterios ecológicos y de rendimiento. El organismo competente informará al solicitante de los documentos necesarios que deben presentarse, los resultados de las pruebas que deben proporcionarse, cómo deben llevarse a cabo, etc.

Después estas verificaciones, el Órgano competente decidirá sobre la adjudicación de la etiqueta. Si la solicitud es exitosa, el organismo competente celebrará un contrato con el solicitante que cubra los términos de uso de la etiqueta. Los productos con etiqueta ecológica pueden comercializarse en todos los Estados miembros. Una vez obtenido, el titular tiene la opción de mostrar el logotipo de Flower

en cualquier parte del producto. Se puede utilizar desde la fecha en que se otorga hasta el final del período de validez de los criterios. Las solicitudes para la concesión de una etiqueta ecológica están sujetas al pago de una tarifa. Además, existe una tarifa anual por el uso de la etiqueta.

Requerimientos

Para obtener la etiqueta ecológica comunitaria, los productos textiles deben cumplir con los criterios establecidos en el anexo de la Decisión 2014/350 / UE de la Comisión que hace referencia a:

- Criterios de fibra textil,
- Componentes y accesorios,
- Productos químicos y procesos,
- Responsabilidad social corporativa,
- Información de asistencia.

El final del período de validez de los criterios para los productos textiles será el 20 de diciembre de 2020.

La información detallada sobre el esquema de etiqueta ecológica, así como una hoja de información del producto fácil de usar en varios idiomas, está disponible en: <http://ec.europa.eu/environment/ecolabel/products-groups-and-criteria.html>

En Francia, el organismo que se encarga del control es:

Association Française de Normalisation - AFNOR (Asociación Francesa de Normalización) - (AFNOR Certification)

11 rue Francis de Pressensé 93571 La Plaine Saint-Denis CEDEX

Tel: (+33) 1 41 62 80 00

Website: <http://www.afnor.org/metiers/certification/>

El sitio web europeo <https://trade.ec.europa.eu/tradehelp/fr> permite conocer la tasa de aduana aplicable según el código TARIC (HS en inglés). El resultado

del código 51021930: Lana y pelo fino u ordinario; hilados y tejidos de crin de alpaca está disponible en la web europea mencionada. También es necesario prestar atención al código TARIC suministrado por el proveedor porque es posible que sea ligeramente diferente para que los aranceles aduaneros sean más bajos. Esta doble verificación evitará sorpresas desagradables.

El IVA se calcula después de este paso. Corresponde a: 20% (tasa normal) * (valor en aduana + derechos de aduana). El arancel para el Perú es de 0%.

Tabla 9: Resultados de búsqueda del código TARIC: 51021930: Ana y pelo fino u ordinario; hilados y tejidos de crin de alpaca

Y1	Otras condiciones C 400	Importación/exportación autorizada después de control
Y2	Otras condiciones Y 900	Importación/exportación autorizada después de control
Y3	Otras condiciones	Importación/ exportación no autorizada después de control

Fuente: Ec.europa.eu

Indicaciones especiales/Documentos presentados/Certificados y autorizaciones

C400 Presentación del certificado «CITES» requerida

Y900 Los bienes declarados no están comprendidos en la Convención de Washington (CITES)

La primera parte («semilla») resume la información sobre el código de los productos en cuestión, el país de origen o destino y la fecha en que la información es válida. También existe el tipo de medida, en este caso, el control de importación de productos orgánicos y el posible derecho aplicable.

El cuadro de la figura 11 especifica las condiciones aplicables a la importación. Se presenta en una tabla de tres columnas:

- Primera columna: representa un número y una letra de secuencia de la condición. La secuencia debe ser seguida.
- Segunda columna: identificación de la condición con una letra seguida de tres dígitos. La letra indica la presentación de un certificado, licencia o documento específico.
- Tercera columna: acción a tomar si la columna está llena. Si la casilla está vacía, significa que la medida no es aplicable.

Los impuestos y el IVA se regulan de manera diferente dependiendo del modo de transporte.

- Por aire: se pagan a la compañía aérea. El transportista se ocupa del despacho de aduana de los productos al entrar en el territorio francés. Luego presentará la factura a la compañía.
- En barco: a la compañía de envío. Solo un transportista autorizado puede realizar el despacho de aduana de los productos al entrar en Francia. Según las costumbres francesas, las tasas de despacho de aduana varían de una compañía a otra.

Es aconsejable utilizar un intermediario para facilitar el proceso en lugar de tratar de gestionar la logística solo.

6.2. Restricciones, estándares y normas de ingreso al mercado

Se debe distinguir entre las actividades de importación dentro de la Unión Europea y las del resto del mundo. Las reglas son diferentes y las importaciones del exterior se ven obligadas a tener más condiciones. Antes de importar un producto a un país, es necesario hacer las preguntas correctas.

¿Qué estado de compañía elegir?

Todos los estados de la compañía le permiten llevar a cabo una actividad de importación:

- Auto organización o microempresa,
- Empresa individual a la realidad (IE o EIRL),
- Compañía (Empresa individual de responsabilidad limitada - EURL, Sociedad anónima de responsabilidad limitada - SARL, Sociedad anónima simplificada - SAS, Sociedad anónima simplificada - SASU ...)

Algunas de estas estructuras son más ventajosas que otras en términos de impuestos. La

DGCCRF especifica que el estado de EURL, SARL y SAS permite la recuperación del IVA. De hecho, cuando se crea una de estas compañías, el gerente recibe un identificador de impuestos. Puede comprar productos libres de impuestos en la Unión Europea y recuperar el IVA que aplica la aduana a productos de países fuera de la UE. Además, no tiene que aplicar el IVA sobre las ventas de bienes para la exportación.

¿Cuál es el número de EORI y cómo obtenerlo?

El número EORI es un número único de identificador de comunidad obligatorio que se utilizará para todas las transacciones internacionales. Establecido en el Reglamento (CE) no 312/2009, de 16 de abril de 2009. Fue introducido por los Estados miembros de la UE para asegurar el comercio que entra y sale de la UE. En Francia, este número se utiliza principalmente en declaraciones electrónicas relacionadas con el despacho de mercancías. Para obtenerlo, dos medios son posibles:

- Si la empresa tiene un procedimiento de despacho de aduana domiciliado, la obtención se realiza en el gerente de aprobación de la aduana,

En caso contrario, en el Centro de Acción Económica (EAP) de la Dirección Regional

de Aduanas. La dirección de los polos se puede encontrar en esta dirección: https://pro.douane.gouv.fr/rush/API_Service.asp?sid=&app=. El PAE Paris se encuentra en 30 rue Raoul Wallenberg, 75019 Paris.

Los operadores económicos establecidos en un tercer país (fuera de la Unión Europea) deben solicitar el número EORI completando una solicitud específica de registro (CERFA no 13930 disponible en el portal ministerial). Luego deben dirigirse a la oficina E3 - Política de despacho de aduana de la Dirección General de Aduanas y Derechos Indirectos enviando un correo electrónico a dg-e3-eori@douane.finances.gouv.fr. El registro en Francia solo tiene lugar si el operador no está ya registrado en otro Estado miembro.

¿Cuáles son las formalidades para importar bienes de un país fuera de la Unión Europea?

El término importación se refiere a las operaciones comerciales llevadas a cabo (aquí en este caso) dentro del territorio de la UE sobre un producto o producto de un país no perteneciente a la UE, es decir, un tercer país.

Desde el 1 de enero de 2011, la legislación comunitaria ha introducido un sistema de control de importaciones denominado ICS

(Import Control System). Esto último crea obligaciones de seguridad para los operadores de comercio exterior.

Obligaciones comunitarias:

El transportista debe enviar una declaración resumida de entrada (ENS para "entry summary declaration") que contenga datos de seguridad y protección a las autoridades aduaneras en el primer punto de entrada de la Unión Europea antes de la llegada o del cargamento del medio de transporte. La ENS o entry summary declaration es enseguida objeto de un análisis de riesgo para evaluar la seguridad o la protección, lo cual puede conducir a:

- un permiso,
- una prohibición de cargar la nave en el país extranjero para los contenedores de larga distancia,
- una ejecución de los controles aduaneros.

El transportista o su representante luego envía a la Aduana una notificación de la llegada del medio de transporte para señalar su presencia al primer país de entrada a la UE.

Obligaciones nacionales:

La presentación en aduana de las mercancías en el contexto de ICS se traduce en

Francia mediante una notificación de descarga emitida por el transportista, para informar a los servicios, los controles aduaneros prescritos.

Todas las mercancías importadas de un país no perteneciente a la UE están sujetas a una declaración en aduana y están sujetas a cualquier arancel aduanero e IVA (ver 4.2 Aranceles y Aduanas).

El origen de los productos es importante porque cuando la UE concluye un acuerdo de libre comercio con terceros países, un producto que cumpla con las normas de origen de este acuerdo puede ser elegible para la importación de un arancel aduanero reducido o nulo, previa presentación de una prueba de origen válida.

¿Quién puede desaduanar los productos?

El despacho de aduanas consiste en pagar los derechos de aduana y el IVA en la importación. En la mayoría de los casos, el transportista (o cualquier otro proveedor de servicios, incluido La Poste) puede encargarse de todos los trámites de despacho y adelantar a la aduana el importe de los derechos de aduana y el IVA. El transportista luego factura estos montos al consignatario, junto con las tarifas. Tenga cuidado de no confundir estas tarifas con las tarifas de aduana, ya

que no tienen conexión con el impuesto recaudado en nombre del Tesoro.

Con el fin de garantizar la calidad sanitaria y / o biológica de los alimentos de origen no animal, los controles de importación se llevan a cabo de forma sistemática, con pilotos de la DGCCRF y DGDDI (Dirección General de Aduanas y Derechos Indirectos). Se fabrican antes de que los bienes sean despachados a libre práctica.

Reglas de empaquetado y etiquetado

El etiquetado o marcado de los productos textiles es obligatorio en todos los países de la Unión Europea. Se compone de tres partidas:

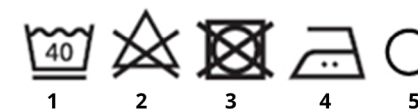
- La etiqueta de composición,
- La etiqueta de cuidado,
- La designación del tamaño.

La etiqueta de composición es obligatoria y debe adjuntarse al producto. Debe ser legible y escrito en francés. Proporcionará el porcentaje de las diferentes fibras textiles que componen la prenda, o incluso partes diferentes si son de composiciones diferentes.

Solo la indicación de la composición es obligatoria a nivel comunitario. La indi-

cación del origen geográfico relacionado con la fabricación del producto («Hecho en», etc.) es opcional pero relativamente común en este campo, teniendo en cuenta los requisitos de ciertos países importadores.

La etiqueta de cuidado es opcional, pero se recomienda encarecidamente que evite incurrir en la responsabilidad del profesional en caso de un incidente relacionado con el mantenimiento del producto. El profesional puede dar indicaciones (por ejemplo: lavado en frío, limpieza en seco, prohibición del uso de lejía, etc.) y colocar el código de mantenimiento en forma de símbolos.



- 1: Lavadora a color a 40 °;
- 2: Blanqueamiento prohibido;
- 3: Secado a máquina prohibido;
- 4: Planchado a temperatura moderada (150 ° C);
- 5: Limpieza profesional (seco).

La designación del tamaño puede variar de un país a otro, e un fabricante a otro y puede aparecer en forma numérica (38, 40, 42, etc., 1, 2, 3, etc.) o en forma de

07

letras. (S, M, L, XL, etc.). Hay tablas de conversión publicadas para informar los consumidores.

Sellos de calidad:

Para garantizar la calidad de sus productos y su implicación con el medioambiente, las tiendas tomaron la decisión de integrar una asociación o utilizar un sello de calidad para sus productos. La lista siguiente son las asociaciones y sellos de calidad de las empresas del sector en Francia.

- B Corp: es una comunidad de empresas que aspiran a equilibrar propósito y beneficio. Consideran cual es el impacto de sus decisiones a sus trabajadores, clientes, proveedores, comunidad y al medio ambiente.
- Hecho por Nosotros: es una organización no gubernamental con estatus consultor en las Naciones Unidas que lucha para el trabajo de personas con diferentes habilidades manuales de bajos recursos económicos y con voluntad de crecer. Se compone de numerosas empresas a nivel mundial.
- GOTS (Global Organic Textile Standard – Estándar Global para Textiles Orgánicos): Es un referente mundial en tema de evaluación de las fibras orgánicas incluyendo los aspectos sociales

y ecológicos sobre la cadena de abastecimiento.

- WRAP (Producción Acreditada Responsable Mundial): es una organización independiente dedicada a la promoción y a la certificación de la fabricación legal. <http://www.wrapcompliance.org/certification>
- OEKO – TEX: es un sistema de prueba y de certificación estandarizado a nivel mundial para todos los productos textiles en bruto, semi-acabados y terminados en todas las etapas de procesamiento.

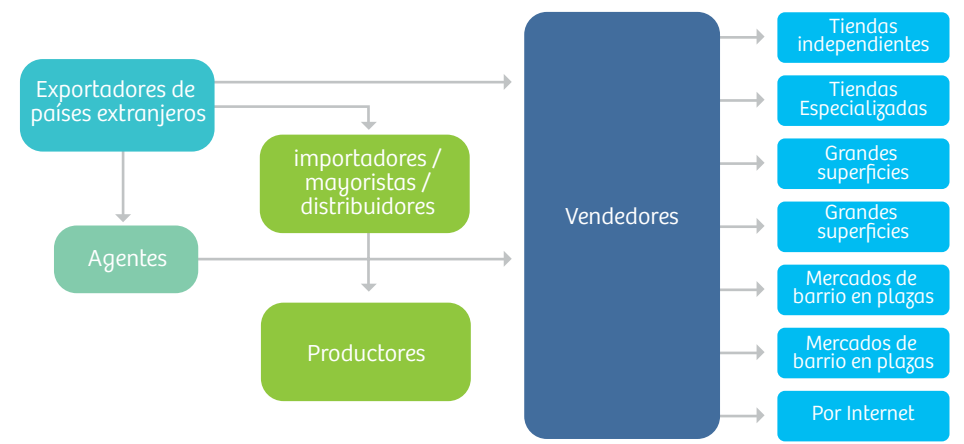


7. Canales de comercialización y distribución

Las prendas de lana de alpaca se venden en los mismos canales de distribución que las prendas de lana de carnero. Esta última es más común que la lana de la alpaca. La lana pura se puede también comprar en pelotas, para el tejido de

punto. Los productos hechos con lanas, sea de carnero o de alpaca se pueden también vender en tiendas especializadas según los diferentes productos (cobijas, colchones etc.).

Diagrama descripción de los canales de distribución de prendas en lana de alpaca



Fuente: Xerfi – Industria del textil

Usualmente la materia prima de la lana de alpaca procede de Perú, Argentina o Bolivia. Las tiendas eligen si quieren confeccionar las prendas en el país proveedor o directamente en el país de importación. Se observa a lo largo del estudio que las empresas prefieren trabajar con manufacturas ubicadas en el país proveedor para beneficiarse de la mano de obra local calificada. Entonces, las prendas se envían al país de importa-

ción (Francia) y pasa por mayoristas que venden estos productos a las cadenas en Francia. Las prendas en lana de alpaca no son comunes en las tiendas en Francia y no es fácil encontrarlas. En efecto, no son usuales y son más caras que las prendas en lana de carnero. Se requiere realizar campañas de comunicación especializadas a los consumidores para que esta lana sea más conocida.



Tabla 10: Canales de comercialización de prendas:

Canal de distribución	Nombre y datos	Año de creación	País de origen	Facturación en Francia en USD	Tiendas en Francia	Cuota de mercado
Cadenas especializadas	H&M https://www2.hm.com/fr_fr/index.html	1947	Suecia	1 333 mil millones (2016)	238	40%
	Zara https://www.zara.com/fr/	1974	España	1 112 mil millones (2016)	130	
	Forever 21 https://www.forever21.com/eu/shop?lang=fr-fr	1984	Estados-Unidos	28,4 miles millones (2016)	4	
Firma de alta costura	Gucci https://www.gucci.com/fr/fr/	1921	Italia	7,04 miles millones (2017)	30	
	Fendi https://www.fendi.com/fr	1925	Italia	1,36 mil millones (2017)	16	
	Yves-Saint-Laurent https://www.ysl.com/fr	1961	Francia	1,38 mil millones (2017)	15	
	Dior https://www.dior.com/fr_fr	1946	Francia	49,6 miles millones (2017, grupo)	58	
Louis Vuitton https://fr.louisvuitton.com/fra-fr/homepage	1854	Francia	9,09 miles de millones (2017)	14		

Canal de distribución	Nombre y datos	Año de creación	País de origen	Facturación en Francia en USD	Tiendas en Francia	Cuota de mercado
Grandes Superficies Especializadas	CeA https://www.c-and-a.com/fr/fr/shop	1841	Países-Bajos	-	173	15%
	Kiabi https://www.kiabi.com/	1978	Francia	1 429 mil millones (2016, Europa)	349	
	La Halle https://www.lahalle.com/	1997	Francia	1 mil millones (2016)	871	
	Primark https://www.primark.com/fr/homepage	1969	Irlanda	462,8 millones (2016)	10	
Independientes	-	-	-	-	-	15%
Venta en catalogo	La Redoute https://www.laredoute.fr/	1837	Francia	852,5 millones (2015)	-	10%
Grandes tiendas	Galerías Lafayette https://www.galeriesslafayette.com/	1912	Francia	-	57	5%
	BHV Marais https://www.bhv.fr/	1856	Francia	-	5	
Hipermercados	Auchan https://www.auchan.fr/	1961	Francia	60,56 mil millones (2017)	139 hiper / 282 super	5%
	Carrefour https://www.carrefour.fr/	1959	Francia	89,89 mil millones (2017)	249 hiper / 1 051 super	
	E. Leclerc http://www.e-leclerc.com/	1949	Francia	52,88 mil millones (2017)	547 hiper / 71 super	
Pure Players	Asos https://www.asos.fr/	2000	Reino Unido	1,64 mil millones (2016)	-	5%
	Amazon https://www.amazon.fr/	1994	Estados- Unidos	6,37 mil millones (2017)	-	
Otros	-	-	-	-	-	5%

Fuente: Xerfi, Territoires & Marketing 2018, lista non exhaustiva

Centrales de Compras:

Las centrales de compras dirigen los negocios con los productores y proveedores. En Francia, existe mucha competencia entre las numerosas cadenas de hipermercados y es muy difícil obtener la información de sus proveedores directos. Las grandes marcas francesas quieren hacer importantes conexiones en el campo de las compras para negociar los precios y aumentar el margen. Es así que los franceses Auchan, Casino and Schieuer, y el alemán METRO, quieren unir fuerzas en una alianza llamada Horizon. La Autoridad de la Competencia está estudiando esta solicitud.

Las centrales de compras son los principales actores en la actividad de las cadenas de hipermercados. Cumplen diferentes papeles:

- El estudio de los productos,
- La búsqueda de proveedores,
- La negociación de las compras.

Territoires & Marketing condujo un estudio con un contacto que trabaja en la cadena francesa de hipermercado Carrefour en la división textil. Donde se precisa que la central de compras se encarga del proceso de importación, decisión de todo el proceso y de la elección de los productos que se venden. Compran los productos textiles y reparten las colecciones según:

- El tamaño del hipermercado,
- El tipo de clientela.

La central vende los productos a los hipermercados que les vendan con un margen de 20% a 25% con respecto al precio de la central. No se venden prendas en alpaca sino en cachemira durante el fin de año. Sin embargo, el margen es negativo sobre este tipo de producto. El sector textil de Carrefour está bajando al -9% y de manera general, los productos no-alimentarios no tienen mucho éxito en los hipermercados.

En la cadena de hipermercado Système U, sólo se venden productos finales. Para proponer productos textiles en los hipermercados de la cadena, se debe contactar al comprador a través de:

- Feria Made in France,
- Feria del prêt-à-porter,
- Feria Fashion Week,
- Feria especial dedicada a un país

Agentes:

Son utilizados por las cadenas de hipermercados, debido a que hacen de intermediario entre el proveedor y la cadena. Trabajan a nivel local o internacional y presenta los productos a los jefes de productos y consigue información referente a lo siguiente:

- proveedor,
- tiempo de fabricación y de entrega del producto,
- calidad del producto,
- condiciones de trabajo para evitar el trabajo de los niños o el colapso de fábricas.

En América del Sur, el Système U tiene un agente que busca los proveedores y dirige una red de fábricas de diferentes proveedores. Los productores de alpaca que quieren proponer sus productos al Système U tienen que trabajar para marcas. Entonces, las marcas pueden contactar a los agentes de la cadena de hipermercados. Si el Perú quiere vender sus productos en Francia, debe saber el grado de calidad que buscan; y elegir una buena marca y canal de distribución.

Tiendas de prêt-à-porter:

Como se ha mencionado, las marcas de prendas clásicas empiezan a vender productos en fibras de lujo como cachemira o alpaca, ya sea fibras mezcladas o al 100%. Hay marcas que venden productos en cachemira, aunque no es su especialización. Estos productos hacen parte de una colección efímera y se venden usualmente durante el invierno. La lista siguiente enumera algunas marcas que venden prendas en cachemira o alpaca:

- Monoprix : al principio sólo era un supermercado, y ahora tiene una colección de prendas para hombres, mujeres y niños incluso de venta online. Los productos en cachemira o en alpaca están propuestos para las tres categorías la mayor parte del año en mezclas con algodón o lana de carnero. Por ejemplo, un pulóver 100% cachemira de mujer cuesta 90 EUR. Además, Monoprix vende también ropa en lana de alpaca, pero mezclada con lana de carnero. Un pulóver con esta composición es más barato, alrededor de 65 EUR.
<https://www.monoprix.fr/>
- La Redoute: esta tienda es históricamente un líder de la venta de catálogo por correo y entrega a domicilio. Ahora, Le Redoute ha desarrollado su sitio web para facilitar los pedidos y proponer más líneas de productos y marcas nuevas. Por ejemplo, en su web, un pulóver de mujer de alpaca cuesta 50EUR pero no es 100% alpaca sino 35% alpaca, 35% mohair y 30% poliamida.
<https://www.laredoute.fr/>
- Galerías Lafayette / Printemps, BHV y Le Bon Marché Rive Gauche son tiendas por departamento francesas que se caracterizan por una oferta de

alta gama de todo tipo de productos (prendas, accesorios, productos de decoración para casa). Se puede encontrar asimismo muchas marcas que venden prendas en alpaca o cachemira.

- Amazon: se puede encontrar productos en alpaca o cachemira en el sitio web del gigante Amazon que vende a través de una multitud de comerciantes del mundo. Se observa que, entre las marcas de ropas clásicas, no se venden pulóveres con 100% de alpaca sino solo pulóveres con 100% cachemira. Cuando se trata de prendas de alpaca, siempre se mezcla con mohair, poliamida o lana de carnero. La mayoría de las mujeres compran su ropa en este tipo de tiendas y siguen las tendencias que las marcas difunden.

Tiendas especializadas:

Usualmente adquieren los productos a los mayoristas; sin embargo, algunas

independientes trabajan directamente con el proveedor para limitar los costos. En Francia, se puede encontrar al menos una tienda especializada en un país. Además, con el desarrollo del comercio en el Internet, es más fácil de encontrar productos del mundo.

- El Inti: <https://www.boutique-peruvienne.com/>

También se puede comprar productos en lana de alpaca directamente de los criadores de alpaca donde los productos son hechos de manera artesanales.

- Planète alpaga : <http://www.elevege-alpaga.com/>
- Les alpagas de l'Auroue : <http://www.alpaga-gers.fr/>
- Alpaca Alpaga : <https://www.alpaca-alpaga.com/>



Tabla 11: Tiendas que venden productos fabricados en cachemira o en alpaca

Tipo de tiendas	Nombre y datos	Número de tiendas en Francia	Origen de los productos	Comentarios	Precio de un pulóver col V para mujer	Composición	Acreditación
Especializada en alpaca	Animana 40 rue St. Placide 75006 Paris Tel: 09 87 19 81 76 https://www.animanaonline.com/	1	Argentina y Perú	Tienda de comercio justo. Todas las ropas están confeccionadas en el país de origen de la fibra sea artesanal o semi-artesanal.	EUR 310 (USD 350)	100% alpaca	B Corp* Hecho por Nosotros***
	Sweet alpaga 36, bd de la croix rousse - 69001 Lyon https://sweetalpaga.com/	4	Perú	Tienda de comercio justo.	EUR 165	100% baby alpaca	-
	Art Atlas 4 Hameau les Fosses 10360 Saint-Usage http://www.art-atlas.fr/	Sólo en Internet	Perú	Tienda de comercio justo y orgánico sin intermediarios	EUR 90	100% baby alpaca	Venta Directa, GOTS (Global Organic Textile Standard) ***, Fair Trade Certified
	Innata House Boat 9 – 73377 Le Bourget du lac Tel : +33 (0)6.45.36.33.67 http://boutique.innata.fr/	Sólo en Internet	Perú	Tienda de comercio justo	(Cabo) EUR 299	100% baby alpaca	Asociación Internacional de la alpaca, WRAP**** (Producción Acreditada Responsable Mundial), OEKO – TEX*****
	Alpaga Mall https://www.alpacamall.com/	Solo en Internet	Más de 90 países en el mundo	Tienda de comercio justo	EUR 57,95	100% alpaca	-
	Maison Lener 39 rue de Merville, 59190 Hazebrouck https://maisonlener.com/	Sólo en Internet	-	Especializada en la confección de abrigos	(Abrigo) EUR 600	100% alpaca	-
	Bellepaga Rue de l'Ermitage 48 – 1050 Ixelles - Belgica https://bellepaga.com/						
	Antik Batik 8 rue du Foin 75003 Paris https://www.antikbatik.com/	1	-	Tienda de comercio justo	EUR 185	Baby alpaca y Nylon	-
	Caserita Calle reseguin 2162 - Sopocachi La Paz – Bolivia https://www.caserita.fr/	Solo en Internet	Bolivia	Tienda de comercio justo	EUR 44	100% alpaca suri	-

Tipo de tiendas	Nombre y datos	Número de tiendas en Francia	Origen de los productos	Comentarios	Precio de un pulóver col V para mujer	Composición	Acreditación
Especializada en alpaca	Filalto 89 rue Judaïque 33000 Bordeaux https://www.filalto.com/	Solo en Internet	Bolivia y Perú	-	EUR 239	100% baby alpaca	-
	Not Shy	Solo en Internet	Mongolia	-	EUR 210	100% cachemira	-
	José 5 Avenue du Général de Gaulle, 94160 Saint-Mandé https://www.jose-store.co/	Solo en Internet	Bolivia y Perú	Tienda de comercio justo	EUR 139	100 alpaca	-
Especializada en cachemira	Eric Bompard 22 rue Louis Blanc, 93585 Saint-Ouen Cedex https://www.eric-bompard.com/fr/	46	Mongolia	Tienda de comercio justo	EUR 220	100% cachemira, 2 hilos	-
	Woollovers WoolOvers House Victoria Gardens, Burgess Hill, West Sussex RH15 9NB United Kingdom	Solo en Internet	-	-	EUR 112	100% cachemira, 2 hilos	-
	Kujten 103 rue La Boétie 75008 Paris Tel: 01 46 31 28 51 https://www.kujten.com/fr/	17	Mongolia	-	EUR 95	100% cachemira, 2 hilos	-
	Hircus 24, rue de Verneuil 75007 Paris Tel.: 07 82 90 56 57 https://www.hircus.fr/fr/	3	Mongolia	-	EUR 139	100% cachemira, 2 hilos	-
Especializada en cachemira y alpaca	Mahogany cachemire 32 rue des Prévoiyants de L'Avenir 49000 Angers https://www.mahogany-cachemire.fr/	Solo en Internet	-	-	EUR 110	100% baby alpaca	-
					EUR 149	100% cachemira	-
	Ateliers de la Maille 42 rue des Jeuneurs 75002 Paris https://www.ateliersdelamaille.com/fr/	4	Cachemira: Mongolia, Alpaca: Perú y Bolivia	-	EUR 225	74% alpaca 22% lana de carnero, 4% poliamida.	-
					EUR 189	100% cachemira, 2 hilos	-

Tipo de tiendas	Nombre y datos	Número de tiendas en Francia	Origen de los productos	Comentarios	Precio de un pulóver col V para mujer	Composición	Acreditación
Venta de ropas en alpaca mezclada	Boutique-Perou.com 102 Avenue de La Baraudiere 44800 ST HERBLAIN Tél. : 06.73.85.24.83	Solo en Internet	Alpaca: Perú	Trabaja directamente con los confeccionistas peruanos y le pagan directamente, sin intermediarios.	EUR 45,90	60% alpaca, 40% acrílico	
Venta de ropas en alpaca mezclada	Bellepaga Rue de l'Ermitage 48 – 1050 Ixelles - Belgica +33 1 84 80 00 83 https://bellepaga.com/	Solo en Internet	Perú	-	EUR 185	60% baby alpaca / 5% merino / 35% poliamida	-
	Baesh https://ba-sh.com/fr/	200	-	-	Abrigo EUR 258	35% poliéster, 28% acrílico, 23% lana de carnero, 12% alpaca, 2% otra fibra	-
	Carven https://www.carven.com/en_eu/	7	-	-	EUR 175	37% viscosa 35% poliamida 22% lana de carnero 5% alpaca 1% mohair	-
	Comptoir des Cottonniers http://www.comptoirdescottonniers.com/	158	-	-	EUR 145	35% lana de carnero 35% acrílico 30% alpaca	-
	L'Autre Chose https://www.lautrechose.com	1	Confección: Italia	-		45% lana de carnero, 30% acrílico, 25% lana de alpaca	-
	Les Petites https://www.lespetites.fr/index.php/fr/	19	-	No hay colecciones de alpaca en 2018/2019	-	-	-
	Maison Kitsuné https://maisonkitsune.com/	-	Confección: Italia	-	EUR 400	50% Alpaca, 10% lana, 34% poliamida	-
Venta de ropas en alpaca mezclada	Maje https://fr.maje.com/fr	53	-	-	Cárdigan: EUR 147,5	51% poliamida, 25% Mohair, 24% Alpaca	-
	Reiko https://www.reikojeans.com/fr/	6	-	No hay colecciones de alpaca en 2018/2019	-	-	-

Tipo de tiendas	Nombre y datos	Número de tiendas en Francia	Origen de los productos	Comentarios	Precio de un pulóver col V para mujer	Composición	Acreditación
Venta de ropas en alpaca mezclada	Sandro https://fr.sandro-paris.com/	50	-	-	Gorro: EUR 95	32% lana de carnero, 32% alpaca, 30% Poliamida , 6% Elastano	-
	Somewhere https://www.somewhere.fr/	9	-	-	EUR 99	54% lana, 37% poliamida, 9% alpaca	-
	Suncoo https://www.suncoo-paris.com/fr/	17	-	-	Abrigo: EUR 245	50% poliéster 40% lana 10% Alpaca	-
	The Kooples https://www.thekooples.com/	190	-	-	Abrigo: EUR 348	32% acrílico 24% lana 24% Alpaca 20% poliéster	-
	American Vintage https://fr.americanvintage-store.com	76	-	-	115 EUR	50% alpaca, 36% algodón, 13% poliamida, 1% elastano	-
	APC https://www.apc.fr/	12	-	-	EUR 290	40% lana 27% Alpaca 27% poliamida 5% poliéster 1% metal	-
	Berenice http://www.berenice.net/	57	-	-	EUR 209	53% lana 30% nylon 17% alpaca	-
	Claudie Pierlot https://es.claudiepierlot.com/	103	-	-	EUR 285	50% alpaca / 45% acrílico / 5% lana	-
	Des Petits Hauts https://www.despetitshauts.com/fr/	84	-	-	EUR 179	37% superkid mohair, 37% baby alpaga, 25% poliamida y 1% lurex	-
	Fine Paris https://www.lexception.com/gb-en/fine-paris	1	-	-	No hay colecciones de alpaca en 2018/2019	-	-
Gérard Darel https://www.gerarddarel.com/en_fr/	191	-	-	-	EUR 245	38% poliamida / 26% acrílico / 25% alpaca / 10% lana / 1% elastano	-

Tipo de tiendas	Nombre y datos	Número de tiendas en Francia	Origen de los productos	Comentarios	Precio de un pulóver col V para mujer	Composición	Acreditación
Venta de ropas en alpaca mezclada	Ikks https://www.ikks.com	240	-	-	EUR 155	66% alpaca - 26% poliamida - 5% Fibra metalica - 3% poliéster	-
	Iro https://www.iroparis.com/fr/	10	-	-	EUR 272	68 % alpaca, 22 % poliamida, 10 % lana	-
	Isabel Marant Étoile https://www.isabelmarant.com/fr	5	-	-	EUR 295	40% acrílico, 36% alpaca, 14% lana, 10% poliamida	-
	Jour/Né https://jour-ne.fr/	Solo en Internet	-	No hay colecciones de alpaca en 2018/2019	-	-	-
	La Petite Etoile https://www.lapetiteetoile.com/	Solo en Internet	-	No hay colecciones de alpaca en 2018/2019	-	-	-
	Majestic Filatures https://www.majesticfilatures.com	180	-	-	EUR 240	68% baby alpaga 22% nylon 10% merinos	-
	Mes Demoiselles Paris https://www.mesdemoisellesparis.com/fr	12	-	-	EUR 250	44% poliamida 42% alpaca 8% Elasthane 6% lana	-
	Paul & Joe https://www.paulandjoe.fr	6	-	-	EUR 470	60% lana Vierge 24% poliamida 8% Mohair 8% alpaca	-
	Rouje https://www.rouje.com/	-	-	No hay colecciones de alpaca en 2018/2019	-	-	-
Venta de ropas en alpaca mezclada	See by Chloé https://www.chloe.com/fr/see-by-chloe/shop-online/femme/pre-t-a-porter-see-by-chloe	-	-	-	EUR 290	73% alpaca, 27% poliamida	-
	Ségane http://www.segane.com/fr/index	6	-	-	EUR 95	37% kid mohair, 37% baby alpaga, 26% poliamida	-

Tipo de tiendas	Nombre y datos	Número de tiendas en Francia	Origen de los productos	Comentarios	Precio de un pulóver col V para mujer	Composición	Acreditación
Venta de ropas en alpaca mezclada	Sœur https://www.soeur.fr	36	-	-	EUR 245	63% Merinos, 27% alpaca, 10% poliamida	-
	Valentine Gauthier http://www.valentinegauthier.com/	1	-	-	EUR 290	30% poliéster, 27% lana, 22% acrílico, 17% alpaca, 4% poliamida	-
	Zadig & Voltaire https://www.zadig-et-voltaire.com/eu/fr/	110	-	-	EUR 370	50% alpaca, 30% lana de cordero, 20% nylon	-

Fuente: sitio web, Territoires & Marketing 2018

Mark-up

En los países europeos, incluido en Francia, los precios de la ropa se construyen de la misma manera. Una vez se añaden los

márgenes y los impuestos en la cadena de valor, se puede estimar que el costo de la materia prima corresponde al 5 o 6% del precio de venta del producto.

En general, el mark up de los países de Europa es al mínimo de 300%.

Composición del precio de prendas en Europa



Fuente: Product Factsheet Childrens wear in Europe, CBI 2016

Tabla 12: Precios por segmentos para productos en alpaca en el mercado de Europa

	Producto	Nombre de marcas	Criterio de la moda
Precio alto Segmento de lujo Cuota del mercado del 5%	Colecciones limitadas, realizadas con especialidad cuidado. A veces hecho a mano Alta calidad de materiales Diseñadores / soporte del nombre de la marca para exclusividad y moda	Dolce & Gabbana, Prada, Giorgio Armani, Donna Karan	Colecciones de alta moda Materiales de diseño exclusivo y obras de arte Ajuste de tendencia
Medio alto Segmento de precios Cuota de mercado del 15%	Las colecciones se producen después de la preventa; atención extra a la adaptación y accesorios. Marcas reconocidas como buenas. Buena calidad de materiales y una buena gama de diseño.	Max, Mara, Hugo Boss. Blumarine, Mami, Strenesse, Marc Cain.	Gran variedad de estilos y materiales. Los estilos y la adaptación son de vital importancia Producto acorde con las últimas tendencias de moda.

08

8. Perfil de compradores

	Producto	Nombre de marcas	Criterio de la moda
Precio medio Segmento Cuota de mercado del 30%	Las colecciones se producen después de la preventa; de buena a mediana calidad de los materiales. Siguiendo las tendencias o clásico surtido. Marcas reconocidas como buenas	French Connection, Inwear, Benetton, ST. Oliver, Esprit, Mexx, Jackpot	La buena adaptación es importante. Reconocible por la marca. Visible en el exterior
Medio a bajo Segmento de precios Cuota de mercado del 40%	Producido en grandes cantidades para reducir los precios. Estilo clásico, pocos cambios a los patrones y mínimas adaptaciones. Materiales de calidad media. Poca moda.	Etiquetas privadas: C&A, Promod, WE, Marks & Spencer, HEMA, Etam, Vogele, Hennes & Mauritz, Zara, Mango, Topshop	Colecciones con una mirada a la moda actual, cerca de las tendencias

Fuente: CBI, 2018

Reivindicación de las marcas de prendas

Del otro lado, el gigante del web ASOS tomo la decisión de renunciar a la venta de prendas en lana angora, en seda y en mohair para 2019. La marca sigue el movimiento de muchas otras marcas tales como Zara, Topshop o H&M. ASOS también dijo que prohibirá las conchas,

el nácar o las plumas y ya ha eliminado el pelaje de sus colecciones. Esta decisión fue tomada después de la publicación de imágenes impactantes lanzadas por PETA en mayo pasado. La asociación de bienestar animal había informado una situación de maltrato de cabras angora en una granja sudafricana

8.1. Perfil de compradores

En Francia existen varios centros de compras y tiendas especializadas en el sector de la distribución. Las siguientes tablas se listan las principales centrales

de compras para los hipermercados y tiendas especializadas que usualmente prescinden o limitan sus actividades comerciales con intermediarios:

Centrales de compras	Páginas webs	Nombre	Número total en Francia	Distribución (% área)
Alphaprim	-	O Marché Frais, Marché Frais Géant	8	0,3%
Auchan Holding	https://www.auchan-holding.com/fr	Auchan, Auchan Supermarché, Les Halles d'Auchan, Enseignes diverses	158	12,64%
Carrefour France	http://www.carrefour.com/fr	Carrefour, Market, Carrefour Market	433	23,1%
Casino Guichard-Perrachon	https://www.groupe-casino.fr/	Géant Casino, Monoprix, Hyper Casino, Casino	220	9,5%
Cora	http://cora-france.fr/	Cora, Record	60	5,0%
Grand Frais Gestion	https://www.grandfrais.com/mentions-legales/contenu-1.html	Grand Frais	1	0,0%
Le Bon Marché	https://www.24seures.com/fr-fr/	Grande Epicerie de Paris	2	0,1%

Centrales de compras	Páginas webs	Nombre	Número total en Francia	Distribución (% área)
Leclerc Galec	https://www.mouvement.leclerc/	Centre E. Leclerc, Leclerc Express	561	26,0%
Migros France	https://www.migros.ch/fr/entreprise/groupe-migros.html	Migros	2	0,1%
Société Les Mousquetaires	http://www.mousquetaires.com/	Intermarché Super, Intermarché Hyper	419	11,2%
Supermarchés Match	https://www.supermarchesmatch.fr/	Match	11	0,3%
U Enseigne	https://www.magasins-u.com/accueil	Super U, Hyper U, U Express	388	12,0%
Divers	-	-	1	0,2%
	TOTAL		2267	100%

Fuente: Revista Panorama 2019

Tabla 13: Lista de las tiendas especializadas

Tipo de tiendas	Nombre y datos	Número de tiendas en Francia	Tipo de empresa	Origen de los productos	Comentarios
Especializada en alpaca	Animana 40 Rue St. Placide 75006 Paris Tel: 09 87 19 81 76 https://www.animanaonline.com/	1	Fabricante y vendedor	Argentina y Perú	Tiendas de comercio justo. Todas las ropas están confeccionadas en el país de origen de la fibra, ya sea artesanal o semi-artesanal.
	Sweet alpaga 36, bd de la croix rousse - 69001 Lyon https://sweetalpaga.com/	4	Fabricante y vendedor	Perú	Tiendas de comercio justo

Tipo de tiendas	Nombre y datos	Número de tiendas en Francia	Tipo de empresa	Origen de los productos	Comentarios
Especializada en alpaca	Art Atlas 4 Hameau Les Fosses 10360 Saint-Usage http://www.art-atlas.fr/	Solo en Internet	Fabricante y vendedor	Perú	Tiendas de comercio justo y orgánica sin intermediario
	Innata House Boat 9 – 73377 Le Bourget du lac Tel : +33 (0)6.45.36.33.67 http://boutique.innata.fr/	Solo en Internet	Fabricante y vendedor	Perú	Tiendas de comercio justo
	Maison Lener 39 rue de Merville, 59190 Hagebroeck https://maisonlener.com/ Tel : 03 28 42 91 11	Solo en Internet	Fabricante y vendedor	-	Especializada en la confección de abrigos
	Bellepaga Rue de l'Ermitage 48 – 1050 Ixelles - Belgica +33 1 84 80 00 83 https://bellepaga.com/	Solo en Internet	Vendedor	Perú	-
	Antik Batik 8 rue du Foin 75003 Paris Tel : 01.48.87.90.28 https://www.ontikbatik.com/	1	Fabricante y vendedor	-	Tiendas de comercio justo
	Caserita Calle reseguin 2162 - Sopocachi La Pag – Bolivia Tel: +591 22418099 https://www.caserita.fr/	Solo en Internet	Fabricante y vendedor	Bolivia	Tiendas de comercio justo
	Filalto 89 rue Judaique 33000 Bordeaux https://www.filalto.com/	Solo en Internet	Vendedor	Bolivia y Perú	-
	Not Shy	Solo en Internet	Vendedor	Mongolia	-

09

9. Actividades de promoción

Tipo de tiendas	Nombre y datos	Número de tiendas en Francia	Tipo de empresa	Origen de los productos	Comentarios
Especializada en alpaca	José 5 Avenue du Général de Gaulle, 94160 Saint-Mandé https://www.jose-store.co/	Solo en Internet	Fabricante y vendedor	Bolivia y Perú	Tiendas de comercio justo
	Ateliers de La Maille 42 rue des Jeuneurs 75002 Paris https://www.ateliersde-la-maille.com/fr/	4	Fabricante y vendedor	Cachemira: Mongolia, Alpaca: Perú y Bolivia	-

Fuente : Territoires & Marketing 20



9.1. Ferias

SALON DE L'AGRICULTURE

Es la feria la más grande de Francia, que se orienta mucho al público en general, y presenta todo tipo de agricultura y de ganadería, y existen stands especializados en las alpacas.

Porte de Versailles – 75000 Paris

Tel.: 01 76 7714 65

Página web: <https://www.salon-agriculture.com/>

Fecha: del 23 de febrero de 2019 al 3 de marzo de 2019

Recurrencia: Cada año

SALON "AIGUILLE EN FETE"

Es una feria especializada en productos textiles, tejidos, lanas etc.

Porte de Versailles – 75000 Paris

Tel.: 01 76 77 16 21

Página web: <https://www.aiguille-en-fete.com/>

Fecha: Del 7 al 10 de marzo de 2019.

Recurrencia: Cada año.

SALON PREMIERE VISION

Es una feria internacional que presenta todo tipos de textiles, hilos, y tejidos para las prendas, y los procesos de fabricación. Parc d'Expositions Paris Nord Villepinte - 95975 Roissy-Charles de Gaulle

Tel.: **01 70 38 70 00**

Página web: <https://www.premierevision.com/fr/>

Fecha: del 19 a 21 de septiembre de 2018

Frecuencia: 2 veces por año.

FASHION WEEK PARIS PRÊT-A-PORTER

Es una feria internacional que presenta las últimas tendencias de moda.

Tel : 01 42 66 64 44

Página web: <https://fhcm.paris/fr/paris-fashion-week-fr/>

Fecha: del 26 de febrero hasta el 6 de marzo 2018

9.2. Publicaciones especializadas

Asociación francesa de llamas y alpacas

Esa página web propone informaciones sobre la cría de alpaca en Francia, pero también sobre las propiedades de ese producto. Ofrece también productos para la cría de alpacas.

www.lamas-alpagas.org/

Alpaga shop

Es una página que vende bufandas hechas en Cusco, pero también propone muchas informaciones sobre la lana de alpaca y el animal.

<http://www.alpaga-shop.eu/>

Boutique Pérou

Esa página web propone varios productos hechos en Perú, y productos de alpaca (ponchos, abrigos, bufandas etc.).

<http://www.boutique-perou.com/>



10

10. Oficinas y gremios

Asociación Europea de fibras artificiales (CIRFS)

La CIRFS fue creada en 1950 y representa la industria europea de fibras artificiales.

Avenue E. Van Nieuwenhuysse 6,

B - 1160 Bruselas

Teléfono: +32 (2) 676 74 55

Fax: +32 (2) 676 74 54

Sitio web: www.cirfs.org/

Chambre de Commerce et d'Industrie Franco-Péruvienne (CCIPF)

Fundada en 1945, CCIPF es una asociación civil sin fines de lucro. Desde 2012, se ha convertido en una Delegación de Servicio Público BUSINESS France. Su principal objetivo es la promoción y el apoyo de los exportadores franceses.

46-48, Avenue de la Grande Armée. CS 50071 75858 PARIS Cedex 17

Tél : 01 40 69 37 00

Sitio web : www.cciptf.com

Fédération du Commerce et de la Distribution

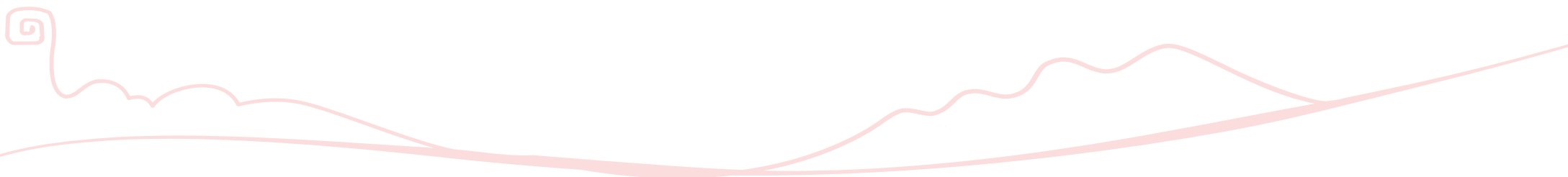
Esta organización profesional reúne a la mayoría de las cadenas minoristas, ya sean alimentos o tiendas especializadas.

12, rue Euler 75008 Paris

Tél. 01 44 43 99 00

Fax 01 47 20 53 53

Sitio web: www.fcd.fr



11

Direction Générale de la Concurrence, de la Consommation et de la Répression des Fraudes (DGCCRF)

La DGCCRF controla todos los campos de consumo en todas las etapas de la actividad económica e independientemente de la forma de comercio. Por lo tanto, garantiza el funcionamiento adecuado de los mercados, en beneficio de los consumidores y las empresas.

8 rue Froissart, 75153 PARIS CEDEX 03

Tél. : 01 40 27 16 00

Fax : région 01 42 71 09 77

Site : www.economie.gouv.fr/dgccrf/dgccrf



11. Fuentes de información

Sitios web de información

- Objectif Import / Export www.objectif-import-export.fr/fr
- Info alpacas: infoalpacas.com.pe/pais-con-mas-alpacas-en-el-mundo-peru/
- Monografías: www.monografias.com/trabajos39/demanda-prendas-alpaca/demanda-prendas-alpaca2.shtml
- **About español:** www.aboutespanol.com/que-es-la-alpaca-3201503
- Camélidés: <http://www.camelides.com/fibre-alpaga.html>

Sitios web oficiales

- Asociación francesa de llamas y alpacas: <http://www.lamas-alpagas.org/>

Artículos de prensa

- France TV Info : www.francetvinfo.fr/economie/a-la-decouverte-des-secrets-de-la-filiere-laine_1103999.html
- La France agricole : www.lafranceagricole.fr/actualites/l-analyste-1,1,3587554076.html
- Fashion network : fr.fashionnetwork.com/news/Bilan-contraste-pour-les-exportations-francaises-de-textile-habillement,954514.html#.W1BC5tZgY2w

2019



PERÚ

Ministerio
de Comercio Exterior
y Turismo