

2019

Productos a base de Alpaca



PERÚ

Ministerio
de Comercio Exterior
y Turismo

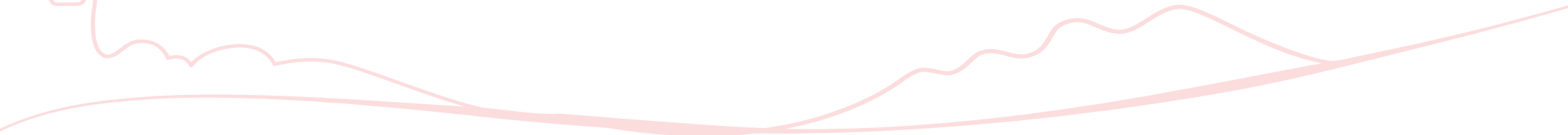




PRODUCTOS A BASE DE ALPACA

Índice

01. Características generales del producto	06	08. Cadena de valor	63
02. Tamaño de mercado	09	09. Perfil del comprador	79
03. Análisis de la demanda	32	10. Actividades de promoción	85
04. Auditoría en tiendas	38	11. Oficinas y gremios	90
05. Atributos y percepción del producto	49	12. Fuentes de información	91
06. Condiciones de acceso al mercado	53		
07. Canales de comercialización y distribución	57		



01

1. Características del producto

1.1 Descripción del producto

La descripción de la materia prima:

Nombre común/comercial	Fibra de alpaca de color
Nombre científico	Vicugna Pacos
Familia	Camelidae
Origen	Perú, zona ecosistema andino
Descripción	Tambor de vellón, de diversos colores enteros que pueden variar hasta 22 toneladas de colores, su fibra tiene una longitud promedio de 70-100mm (raza huacaya) y de 100-150mm (raza suri), ambos desde los 12 meses de edad. Rango de diámetro de fibra: - Royal: 8,5 micras - Baby: hasta 23 micras - Fleece / superfino: de 23,1 a 26,5 micras - Medium fleece: 26,6 a 29,0 micras - Huarizo de 29,1 a 31,5 micras - Gruesa: de 31,5 a más Excelente propiedad térmica, aislante, resistente a la tensión, fácil de lavar
Usos y formas presentación	Es utilizado como materia prima para la elaboración de prendas textiles o textiles de hogar, y considerada como fibra especial o pelo fino. Por sus características y la gama de colores que existe es cotizada exclusivamente en segmentos de mercados internacionales exigentes. Entre los productos de mayor demanda comercial son: tops, hilos industriales / artesanales, tejidos en punto y plano (chompas, mantas, chalinas, suéteres, abrigos, chullos, entre otros)

Fuentes: Agrobanco/UNALM [Guía técnica](#) 2012 & EMSTRAT SAC, 2014

Las alpacas en su mayoría se encuentran en América del Sur y son significativamente importantes en países como Perú y Bolivia. Con 80% de las alpacas en el mundo, Perú es el principal productor de fibra de alpaca. Bolivia es el segundo país más importante, pero principalmente es un gran procesador de la fibra de alpaca a hilos y prendas.

Hay dos razas de alpaca, que son las alpacas Huacaya y las alpacas Suri. La

principal diferencia es que las alpacas de Huacaya tienen un pelaje más suave y difuso. La fibra de alpaca Suri es más larga y delgada. No hay información consistente acerca del porcentaje exacto en el mundo de ambas razas, pero es cierto que las alpacas de Huacaya representan la mayoría de ellas con un porcentaje entre 80% y 90%. Lo que significa que las alpacas Suri tienen una participación del 10% al 20% de la población mundial total.

1.2 Ficha técnica del producto

Variación según raza	Huacaya	Suri
Longitud de mecha	10-12cm (1 año de edad)	10-15cm (1 año de edad)
Longitud mínima	70 mm	70 mm
Densidad folicular	15,93/mm ² (Huacaya)	17,29/mm ² (suri)
Contenido de grasa	0,5-4,0% (máx.)	0,5-4% (máx.)
Riso o carácter	4-5 ondulaciones/cm	4-5 ondulaciones/cm
Higroscopicidad (fibra grasienta) / humedad máxima	8%	8%
Sólidos minerales máximo	6%	6%

Elaboración: MINCETUR

02

1.3 Usos y formas de utilización

Debido a que las dos razas tienen diferentes texturas de vellón, se usa la fibra en diferentes formas. Ambos tipos son más suaves que la lana de oveja, lo que los hace ideales para la ropa que tienen contacto directo con la piel. La fibra de Huacaya es lanosa y suave, se utiliza en la ropa de punto debido a su estructura. El paño grueso y suave de Huacaya, se utiliza especialmente en la producción de calcetines, manoplas y suéteres. La fibra de alpaca Suri más delgada se usa idealmente en los productos de tejidos planos. El vellón Suri tiene más brillo y se siente un poco más resbaladizo, por lo que es ideal para prendas exteriores de alta calidad, como abrigos, trajes y chales.

En los Países Bajos, las fibras de alpaca se utilizan principalmente en las prendas

de vestir. Estas prendas son principalmente para las estaciones más frías como suéteres, chalecos, chalinas, calcetines y sombreros. La mayoría de los productos que llevan alpaca como material están mezclados con otros materiales como poliamida, lana de oveja o algodón.

Otra forma en que la alpaca llega al consumidor en los Países Bajos es en hilo. Los hilos se pueden vender a las empresas holandesas que fabrican prendas, pero como ya no hay muchas empresas que producen en los Países Bajos, los hilos encuentran mejor mercado por los clientes apasionados por el tejido de punto. Hoy en día existe una nueva tendencia de personas que les gusta tejer a mano.

La relevancia de alpaca en los Países Bajos

No es posible indicar el volumen de insumos de alpaca utilizados en las prendas de vestir en los Países Bajos, porque no se especifica los textiles o hilos de alpaca en las estadísticas comerciales. Además, la lana de alpaca peruana muchas veces está mezclada con otros materiales y puede tener diferentes maneras de procesar. Alpaca como material es un nicho en los segmentos de prendas de lana, mezclas con lana y prendas tejidas de punto. En la confección de textiles planos es más difícil especificar las oportunidades exactas, debido

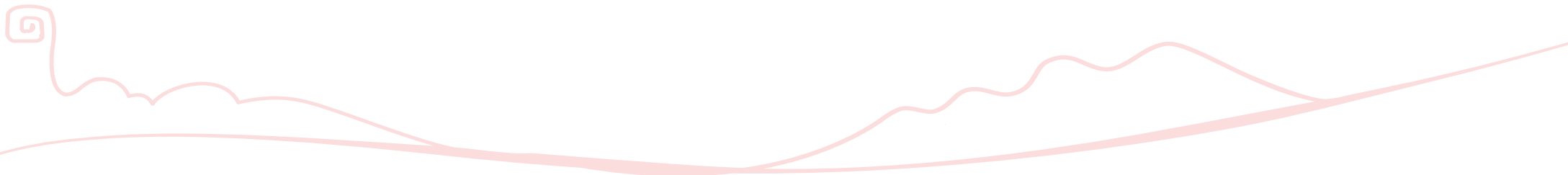
2. Tamaño de mercado

a la gran variedad de materiales como el algodón y las telas sintéticas. Sin embargo, lana se usa a menudo en trajes o abrigos.

Definición de productos

Para el análisis de mercado de prendas de alpaca, se ha elegido una selección de productos relevantes en base de:

1. Las características adecuadas para el uso de alpaca (como por ejemplo prendas tejidas de punto y prendas de lana o pelo fino).
2. La relevancia en la oferta exportable actual de Perú.



Códigos estadísticos según el Standard International Trade Classification (SITC)

SITC-3	Descripción
841	Ropa de hombre y niños; no de punto o ganchillo
842	Textiles para mujeres y niñas; no de punto o ganchillo
843	Ropa para hombres y niños de punto o ganchillo
844	Ropa para mujeres o niñas de punto o ganchillo
845	Ropa y accesorios de vestir para bebés
846	Accesorios de vestir de materiales textiles
848	Prendas y accesorios de vestir que no sean materias textiles; sombrerería

Fuente: [CBS](#)

Subpartidas Nacionales	Códigos de productos en el Sistema Armonizado de Designación y Codificación de Mercancías - clasificación de UE / Países Bajos
6110.11.90	Suéteres, pullovers, cardiganes, chalecos y artículos similares, de lana de punto o ganchillo, para mujeres o niñas (excepto suéteres y pullovers que contengan \geq 50% lana en peso y pesan \geq 600g / artículo, y chalecos acolchados)
6110.11.30	Suéteres, pullovers, cardiganes, chalecos y artículos similares, de lana de punto o ganchillo, para hombres o niños (excepto suéteres y pullovers que contengan \geq 50% lana en peso y pesan \geq 600g / artículo, y chalecos acolchados)
6110.11.10	Suéteres y pullovers que contengan \geq 50% lana en peso y pesan \geq 600g/ artículo, de punto o ganchillo
6110.19.90	Suéteres, pullovers, cardiganes, chalecos y artículos similares, de pelo fino, de punto o ganchillo, para mujeres o niñas (excepto de pelo de cabras de cachemir y artículos acolchados)
6110.19.10	Suéteres, pullovers, cardiganes, chalecos y artículos similares, de pelo fino, de punto o ganchillo, para hombres o niños (excepto de pelo de cabras de cachemir y artículos acolchados)

Subpartidas Nacionales	Códigos de productos en el Sistema Armonizado de Designación y Codificación de Mercancías - clasificación de UE / Países Bajos
610.341.00	Pantalones largos, pantalones con peto, pantalones cortos "calzones" y "shorts", de punto, de lana o pelo fino, para hombres o niños (excl. calzoncillos y pantalones de baño)
6103.31.00	Chaquetas "sacos" de punto, de lana o pelo fino, para hombres o niños (excl. cazadoras y artículos simil.)
6104.41.00	Vestidos de punto, de lana o pelo fino, para mujeres o niñas (excl. combinaciones)
6104.31.00	Chaquetas "sacos" de punto, de lana o pelo fino, para mujeres o niñas (excl. cazadoras y artículos simil.)
6105.90.10	Camisas para hombres o niños, de lana o pelo fino, de punto (por ejemplo: camisones, "T-shirts", camisetas y otros)
6106.90.10	Camisas, blusas y blusas camiseras, de lana o pelo fino, para mujeres o niñas (excepto camisetas y chalecos)

Fuentes: [CBS](#), [ITC Trademap](#)

Subpartidas Nacionales	ARANCEL DE ADUANAS 2017 - Clasificación de productos de Perú
6110.11.10	--- Suéteres de lana o pelo fino (jerseys):
6110.11.10.10	---- Con cuello de cisne ("Sous pull", "turtle neck")
6110.11.10.90	---- Los demás
6110.11.20.00	--- Chalecos
6110.11.30.00	--- Cárdigan
6110.11.90	--- Las demás prendas de lana o pelo fino:
6110.11.90.10	---- Con cuello de cisne ("Sous pull", "turtle neck")
6110.11.90.90	---- Los demás
6110.19.10	--- Los demás suéteres (jerseys):
6110.19.10.10	---- Con cuello de cisne ("Sous pull", "turtle neck")

Subpartidas Nacionales	ARANCEL DE ADUANAS 2017 - Clasificación de productos de Perú
6110.19.10.90	---- Los demás
6110.19.20.00	--- Chalecos
6110.19.30.00	--- Cárdigan
6110.19.90	--- Los demás:
6110.19.90.10	---- Con cuello de cisne ("Sous pull", "turtle neck")
6110.19.90.90	---- Los demás
6103.10.10.00	- Trajes (ambos o ternos): -- De lana o pelo fino
6103.29.10.00	- Conjuntos: --- De lana o pelo fino
6103.31.00.00	- Chaquetas (sacos): -- De lana o pelo fino
6103.41.00.00	- Pantalones largos, pantalones con peto, pantalones cortos (calzones) y shorts: -- De lana o pelo fino
6104.19.10.00	- Trajes sastre: --- De lana o pelo fino
6104.29.10.00	- Conjuntos: --- De lana o pelo fino
6104.31.00.00	- Chaquetas (sacos): -- De lana o pelo fino
6104.41.00.00	- Vestidos: -- De lana o pelo fino
6104.51.00.00	- Faldas y faldas pantalón: -- De lana o pelo fino
6104.61.00.00	- Pantalones largos, pantalones con peto, pantalones cortos (ropa interior) y shorts: -- De lana o pelo fino
6105.90.00.00	- Camisas de punto para hombres o niños de las demás materias textiles
6106.90.00.00	- Camisas, blusas y blusas camiseras, de punto, para mujeres o niñas de las demás materias textiles

Fuente: [SUNAT](#)

Prendas tejidas de punto: 542 millones

En 2017 los Países Bajos ha importado prendas de vestir con un valor total de 11,5 mil millones de euros. En el mismo año la exportación tenía un valor de 8,2 mil millones de euros, dejando un

balance comercial de 3,3 mil millones de euros en el mercado nacional. El valor de mercado para prendas tejidas de punto, un segmento importante para materiales de lana, sumó a 542 millones de euros. Las prendas de bebe también incluyen una cantidad indefinida de tejido de punto.

Balance comercial de prendas de vestir y asesorías, 2017 en millones de euros

	Importación		Exportación		Balance Comercial	
Prendas de textiles planos	4 313	38%	2 895	35%	1 418	43%
Prendas tejidas de punto	1 942	17%	1 400	17%	542	16%
Asesorías y prendas de bebe	5 238	46%	3 898	48%	1 340	41%
totales	11 494	100%	8 193	100%	3 301	100%

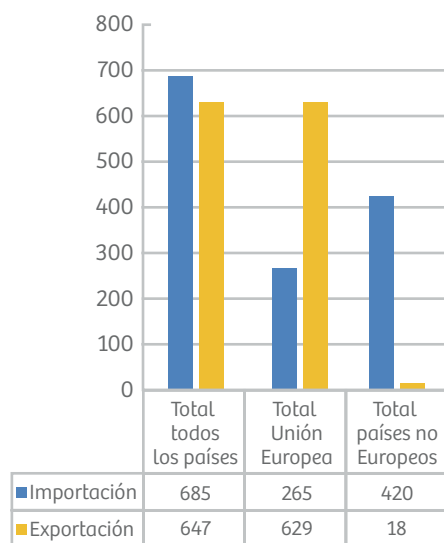
Fuente: [CBS](#)

Mejor oportunidad para alpaca en prendas de mujeres

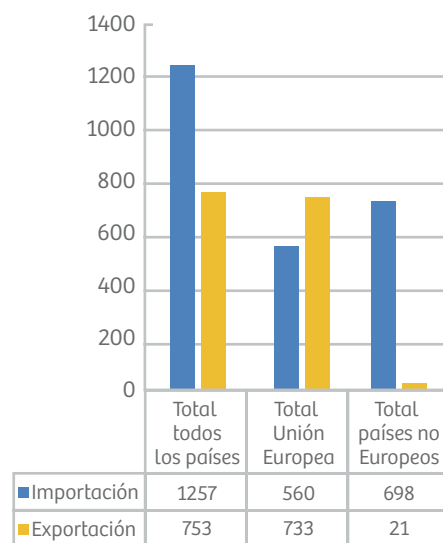
La ropa de mujer representa el valor más grande en las prendas tejidas de punto, con 1,3 mil millones contra 0,7 mil millones de euros en ropa masculina. Las prendas para hombres tienen relativamente más importación con origen fuera de la Unión

Europea, pero también tiene un mayor valor reexportado a otros países europeos. Para prendas de alpaca sería importante centrarse en la moda de mujeres, debido a su valor total de importación de prendas tejidas de punto y el porcentaje que queda en el mercado holandés.

843 prendas tejidas de punto para hombres/niños, 2017 en millones de euros

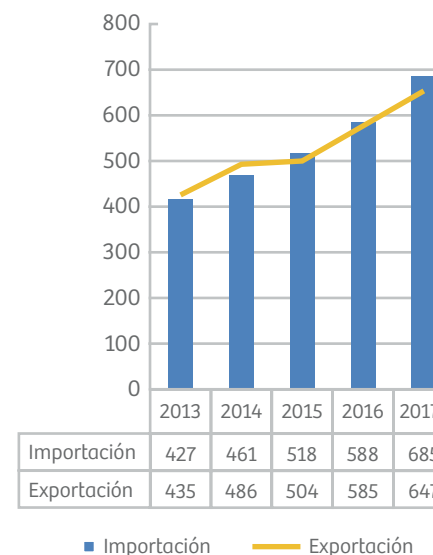


844 prendas tejidas de punto para mujeres/niñas, 2017 en millones de euros



Fuente: CBS, figuras por ICI Business

843: Prendas tejidas de punto para hombres/niños, en millones de euros



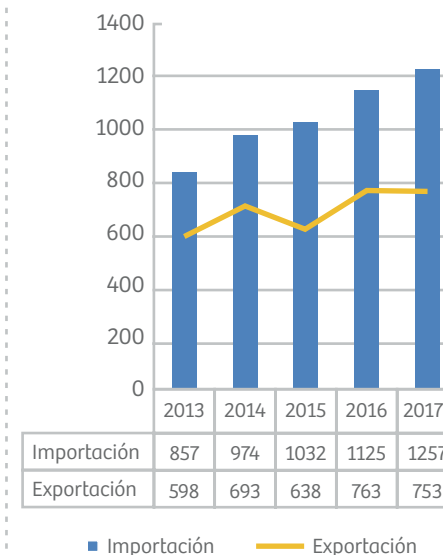
Fuente: CBS, figuras por ICI Business
*Las estadísticas de 2017 no son cifras definitivas

Fuente: CBS, figuras por ICI Business
Las estadísticas de 2017 no son cifras definitivas

2.1 Producción local

La industria de textiles y prendas en los Países Bajos ha disminuido su producción desde décadas, ya que otros países pueden producir con costos más bajos. Según CBS en 2016 solo 13 000 personas trabajaron

844: Prendas tejidas de punto para mujeres/niñas, en millones de euros



en la industria de textiles y prendas, de las cuales 1 600 en la producción de prendas. El procesamiento de lana a hilos y tejidos para prendas o la producción de prendas casi ya no se realizan en los Países Bajos. Los productores de textiles se han trans-

formado en empresas especializadas o enfocadas en productos muy innovadores, por ejemplo la compañía [Ten Cate](#) que produce revestimientos y textiles industriales tecnificados como prendas resistentes al fuego o balas y la compañía [Frankenhuis](#) que recicla textiles y recupera materias primas de alta calidad.

Sin embargo, existe también una tendencia de pequeña escala de marcas que retoman la producción en los Países Bajos con la ventaja de poder reaccionar más rápido a tendencias. Nuevas tecnologías y materiales de producción pueden hacer más factible tener una producción local. La creciente necesidad de una entrega rápida y la conciencia en el área de la sostenibilidad también promueve esta tendencia. Por tema del costo principalmente son las marcas en el segmento superior que

acercan la producción. Ejemplos, son la marca [SRNDPTY](#) y los diseñadores [Van Jos](#) y [Elsien Gringhuis](#). Un taller que hace tejido de punto es [Wereldwijuen](#) en Dordrecht. Para las grandes empresas de moda, la capacidad de producción de los talleres holandeses es aún demasiado pequeña y cara. Los talleres holandeses son pequeños, normalmente con menos de 30 personas, y se encuentran principalmente en Ámsterdam, y en el sur o este del país. (fuentes: [Retailtrends.nl](#), [FD.nl](#))

Además, existen pequeñas iniciativas de criar alpaca en los Países Bajos; por ejemplo, en la granja de [Alpaca Hoeve](#). Son iniciativas que no compite mucho con la fibra de Perú, sino en realidad son más de diversión y contribuyen a la conciencia y al conocimiento del público holandés acerca de la alpaca.

Oferta de alpaca peruana

Población	3,8 millones de alpacas en Perú
Porcentaje	87%
Producción 2017	4 500 toneladas de fibra (60% destinado a la exportación)
Valor de exportación	60,57 millones de euros
Competidores	Chile y Bolivia

Fuentes: [Andino](#), 2017, [Andino](#), 2018

Aunque Perú es líder mundial en el comercio de hilos de alpaca, solo hay alrededor de seis empresas que manejan el 90% del procesamiento de la fibra, con dos empresas en Arequipa en particular: Inca Tops (Grupo Inca) and Michell Group.

La dependencia de pocas empresas para la materia prima puede complicar el desarrollo del comercio de prendas de alpaca con los Países Bajos. Las marcas de prendas en los Países Bajos necesitan un suministro confiable, quiere decir si la materia prima es difícil de conseguir, tendrán la preferencia para las relaciones productivas establecidas y de gran tamaño como en China.

2.2 Exportaciones de Países Bajos

De las categorías seleccionadas las cuales tienen importancia para lana de alpaca, son los suéteres que son los productos más (re-)exportados por los Países Bajos. En realidad, una gran parte de la importación de los Países Bajos está comercializado por toda Europa, con Alemania como destino principal, seguido de Reino Unido y Francia. La exportación en 2017 muestra un crecimiento significativo para los suéteres y cardiganes, especialmente para mujeres. Sin embargo, los datos de 2017 todavía pueden tener correcciones.

Exportación de los Países Bajos, 2013-2017 en USD Miles

Subpartidas nacionales y descripción de producto	2013	2014	2015	2016	2017
6110.11.90 Suéteres, cardiganes para mujer; mezcla de lana	32 604	30 986	32 483	36 829	67 255
6110.11.30 Suéteres, cardiganes para hombre; mezcla de lana	36 327	40 888	29 297	34 877	40 532
6110.11.10 Suéteres, cardiganes; mezcla de lana	8 690	15 020	6 827	10 771	8 936
6110.19.10 Suéteres, cardiganes para hombre; de pelo fino de animal (no cachemira)	3 136	2 847	1 094	1 021	5 276
6104.41.00 Vestidos para mujeres; de punto, de lana o pelo fino	1 572	2 254	2 502	2 271	3 091

Exportación de los Países Bajos, 2013-2017 en USD Miles

Subpartidas nacionales y descripción de producto	2013	2014	2015	2016	2017
6104.31.00 Chaquetas, sacos para mujeres; de punto, de lana o pelo fino	728	669	537	392	2 465
6110.19.90 Suéteres, cardiganes para mujer; de pelo fino de animal (no cachemira)	1 988	5 010	2 111	1 652	2 228
6103.31.00 Chaquetas, sacos para hombres; de punto, de lana o pelo fino	802	1 988	694	929	1 116
6105.90.10 Camisas para hombres; de punto, de materia textil (excl. algodón o fibras sintéticas)	311	250	314	393	613
6103.41.00 Pantalones y shorts para hombres; de punto, de lana o pelo fino	371	173	326	378	582
6106.90.10 Camisas, blusas para mujeres de punto, de materia textil (excl. algodón o fibras sintéticas)	389	142	215	163	278
Total	79 097	82 200	76 400	89 676	132 372

Fuente: [ITC Trademap](#). Ver arriba para la definición exacta del código del producto

Destinos para las prendas de vestir de los Países Bajos 2013 - 2017

Producto	País	2013	2014	2015	2016	2017
6110.11.90 Suéteres, cardiganes para mujer; mezcla de lana	Mundo	32 604	30 986	32 483	36 829	67 255
	Alemania	14 580	13 296	12 299	9 549	16 264
	Reino Unido	2 535	3 799	4 606	7 996	12 639
	Francia	2 241	3 107	4 452	8 363	9 803
	Italia	2 534	2 055	2 242	1 578	9 379
	Bélgica	2 439	1 683	2 022	1 278	5 748
	España	884	752	570	547	2 482
	Dinamarca	417	251	357	319	1 782
	Suecia	686	556	515	773	1 272
	Austria	1 227	1 255	1 472	737	1 263
Finlandia	731	520	693	477	892	
6110.11.30	Mundo	36 327	40 888	29 297	34 877	40 532
6110.11.10 Suéteres, cardiganes para hombre; mezcla de lana	Francia	5 898	6 567	5 507	7 883	9 886
	Alemania	11 000	10 252	6 372	7 523	8 404
	Reino Unido	4 511	5 980	4 701	6 529	7 095
	Bélgica	3 593	3 983	2 449	2 631	4 140
	Italia	4 660	7 557	4 413	4 276	2 952
	España	1 454	1 498	872	1 003	1 532
	Portugal	208	230	283	360	1 199
	Dinamarca	622	423	370	477	586
	Austria	1 026	676	445	484	550
	Suiza	403	922	1 079	603	515
6110.11.10	Mundo	8 690	15 020	6 827	10 771	8 936

Destinos para las prendas de vestir de los Países Bajos 2013 - 2017						
Producto	País	2013	2014	2015	2016	2017
Suéteres, cardiganes; mezcla de lana	Alemania	1 968	5 446	1 879	1 793	2 156
	Reino Unido	540	1 553	1 318	2 077	1 464
	Italia	1 120	1 109	609	2 211	1 145
	Suecia	704	1 149	518	597	729
	Dinamarca	307	389	418	486	671
	Francia	1 051	1 687	429	1 194	544
	Bélgica	1 312	1 075	211	320	426
	Austria	138	444	160	156	292
	España	324	402	89	271	287
	Finlandia	228	375	149	147	229

Fuente: [ITC Trademap](#)

2.3 Importaciones de Países Bajos

Los productos más importados son suéteres, cardiganes y productos similares que pueden tener una cantidad de lana mezclada con otros materiales como por ejemplo el algodón o la poliamida. Los suéteres de lana mezclada son responsables de la mayor parte del crecimiento y

representan 85% de la importación de los productos seleccionados. Quiere decir que menos de 15% son productos de pura lana o pelo fino de animal. Dentro de ese 15% se encuentran productos como suéteres, cardiganes, vestidos de mujer, chaquetas y sacos. Pantalones y camisas (de punto y/o de lana) representan un valor menor.

Importación de Países Bajos, 2013-2017, USD miles						
Código y descripción de producto		2013	2014	2015	2016	2017
6110.11.90	Suéteres, cardiganes para mujer; mezcla de lana	53 812	69 249	50 554	49 928	79 231
6110.11.30	Suéteres, cardiganes para hombre; mezcla de lana	32 269	39 400	30 749	32 513	53 151
6110.11.10	Suéteres, cardiganes; mezcla de lana	12 641	11 768	5 964	6 999	20 529
6110.19.90	Suéteres, cardiganes para mujer; de pelo fino de animal (no cachemira)	4 880	6 954	4 229	2 720	8 198
6104.41.00	Vestidos para mujeres; de punto, de lana o pelo fino	6 038	8 219	4 546	3 905	7 161
6104.31.00	Chaquetas, sacos para mujeres; de punto, de lana o pelo fino	2 049	2 502	2 049	2 114	4 417
6110.19.10	Suéteres, cardiganes para hombre; de pelo fino de animal (no cachemira)	2 291	3 124	1 370	1 790	2 835
6103.31.00	Chaquetas, sacos para hombres; de punto, de lana o pelo fino	2 336	1 280	1 110	958	2 554
6103.41.00	Pantalones y shorts para hombres; de punto, de lana o pelo fino	1 455	672	398	561	1 714
6106.90.10	Camisas, blusas para mujeres de punto, de materia textil (excl. algodón o fibras sintéticas)	466	608	358	225	547
6105.90.10	Camisas para hombres; de punto, de materia textil (excl. algodón o fibras sintéticas)	533	327	380	327	523
Total		114 378	103 945	99 475	97 981	180 860

Fuente: [ITC Trademap](#)

Tamaño de mercado para lana exclusiva

Entre los productos de lana pura, los materiales que se encuentran en mayor cantidad son lana común de oveja y lana de merino. En el segmento más exclusivo se encuentra cachemira, la cual tiene una importación interesante y es más comparable con la alpaca. En 2017 se importó casi USD 46 millones en suéteres de cachemira. Esa importación de cachemira es una indicación para el tamaño de mercado para lana o pelo fino más exclu-

sivo como la alpaca, considerando que el valor es más alto en comparación de la cantidad de prendas.

La importación de suéteres de cachemira para hombres y niños ha aumentado fuertemente desde el 2013. Sin embargo, el valor importado de los suéteres de mujer todavía es tres veces mayor. Los principales proveedores de estos productos de cachemira son China con USD 21,5 millones, seguido por Madagascar, Alemania, Camboya e Italia con un valor entre USD 2,9 y 6,3 millones.

Importación de Países Bajos, 2013 – 2017 en USD Miles						
Código y descripción de producto		2013	2014	2015	2016	2017
6110.12.90	Suéteres, cardiganes y artículos similares para mujeres, de punto; de pelo fino de cabra de Cachemira	18 779	24 942	16 334	15 740	25 887
6110.12.10	Suéteres, cardiganes y artículos similares para hombres, de punto; de pelo fino de cabra de Cachemira	1 444	7 201	5 396	8 670	9 690
6110.12	Total	26 138	39 266	28 630	34 291	45 918

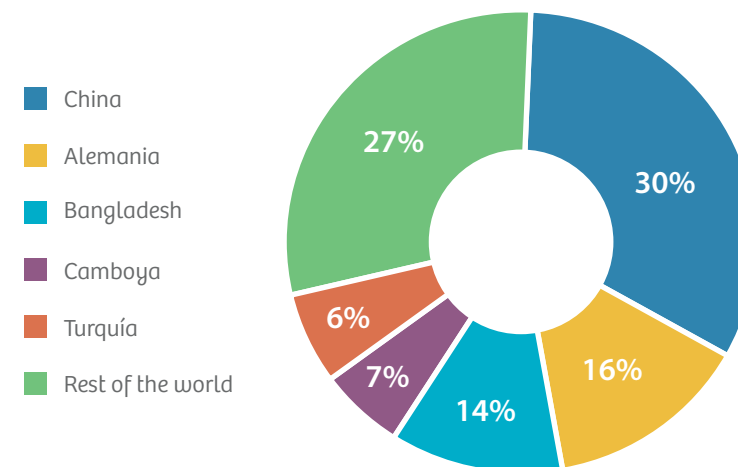
Fuente: [ITC Trademap](#)

China es el principal origen de prendas de vestir con lana

La importación de los productos principales está dividida entre proveedores en Asia y Europa. El suministro de prendas casi siempre está liderado por China, la cual suministra 30% de los suéteres tejidos de punto comparado con 18% de todas las prendas y textiles a los Países Bajos. Después de China el flujo más fuerte

viene desde Alemania. Italia también es un productor y exportador importante. Según la estadística hubo un crecimiento de importación de países europeos en 2017, pasando el valor de suministro de Bangladesh, Madagascar y Camboya en algunos casos. Sin embargo, los datos de 2017 todavía están sujetos a cambios y no quiere decir que las prendas no están hechas en países asiáticos.

Principales proveedores en 2016 de suéteres, cardiganes y artículos similares, de punto (P.A. 6110)



Fuente: [ITC Trademap](#)

Proveedores de prendas de vestir a Países Bajos, 2013-2017 en Miles de dólares

Producto	País	2013	2014	2015	2016	2017	
6110.11.90	Mundo	53 812	69 249	50 554	49 928	79 231	
Suéteres, cardiganes para mujer; mezcla de lana	China	26 982	37 992	21 093	19 765	29 849	
	Alemania	9 097	8 541	6 611	7 488	18 301	
	Camboya	3 298	3 425	4 754	6 510	7 584	
	Italia	4 679	4 393	3 346	2 608	4 786	
	Bélgica	451	637	567	184	3 747	
	Francia	243	342	311	342	1 844	
	Dinamarca	72	186	220	459	1 582	
	Reino Unido	490	352	283	164	1 530	
	Madagascar	1 925	2 250	2 110	1 177	1 432	
	Bangladesh	1 565	3 079	986	1 108	1 164	
	6110.11.30	Mundo	32 269	39 400	30 749	32 513	53 151
	Suéteres, cardiganes para hombre; mezcla de lana	China	15 675	16 194	15 014	18 264	26 453
Alemania		2 549	3 344	1 559	1 069	6 928	
Italia		2 718	3 876	2 919	2 836	5 088	
Bélgica		705	646	32	67	2 203	
Francia		1 422	1 780	729	691	1 871	
Reino Unido		893	756	169	138	1 748	
Dinamarca		121	149	161	290	1 450	
Bangladesh		1 422	2 822	1 560	1 558	1 155	
Camboya		794	2 226	1 247	804	915	
Túnez		469	753	407	105	861	
6110.11.10		Mundo	12 641	11 768	5 964	6 999	20 529

Proveedores de prendas de vestir a Países Bajos, 2013-2017 en Miles de dólares

Producto	País	2013	2014	2015	2016	2017
Suéteres, cardiganes; mezcla de lana	Alemania	1 406	2 145	2 935	2 626	8 089
	China	4 221	6 630	1 278	1 619	3 808
	Italia	2 979	339	126	909	2 804
	Bélgica	102	124	62	15	1 503
	Francia	88	74	76	44	874
	Reino Unido	93	50	39	431	583
	Dinamarca	347	29	2	51	566
	Portugal	7	0	4	127	451
	Suecia	1	30	37	8	330
	España	2	2	22	1	234

Fuente: [ITC Trademap](#)

2.4 Importaciones desde Perú y principales competidores

Las prendas de punto o con lana/alpaca importadas directamente desde Perú todavía es poca: menos de 0,1% promedio

de la importación total. Una gran cantidad de materia prima se exporta a países productivos como China e Italia, donde fabrican las prendas con alpaca para el mercado holandés.

Importación de Países Bajos desde Perú, 2013-2017, USD miles						
Subpartida nacional y descripción de producto	2013	2014	2015	2016	2017	
6110.11.90	Suéteres, cardiganes para mujer; mezcla de lana	20	42	39	128	70
6110.11.30	Suéteres, cardiganes para hombre; mezcla de lana	1	23	7	3	11
6110.19.90	Suéteres, cardiganes para mujer; de pelo fino de animal (no cachemira)	18	52	20	5	18
6110.11.10	Suéteres, cardiganes; mezcla de lana	10	9	22	0	9
6110.19.10	Suéteres, cardiganes para hombre; de pelo fino de animal (no cachemira)	0	1	12	27	0
6104.41.00	Vestidos para mujeres; de punto, de lana o pelo fino	0	4	0	8	7
6104.31.00	Chaquetas, sacos para mujeres; de punto, de lana o pelo fino	0	3	0	0	0
6103.41.00	Pantalones y shorts para hombres; de punto, de lana o pelo fino	0	0	0	0	0
6103.31.00	Chaquetas, sacos para hombres; de punto, de lana o pelo fino	0	0	0	0	0
6105.90.10	Camisas para hombres; de punto, de materia textil (excl. algodón o fibras sintéticas)	0	0	0	0	0
6106.90.10	Camisas, blusas para mujeres de punto, de materia textil (excl. algodón o fibras sintéticas)	0	0	0	0	0
Total	Perú	49	134	100	171	115
	Mundo	114 378	103 945	99 475	97 981	180 860

Fuente: [ITC Trademap](#)

2.5 Regiones/sectores de mayor demanda

La mayoría de las tiendas de ropa se pueden encontrar en las provincias de Noord-Holland, Zuid-Holland (oeste) y Noord-Brabant (sur), pero las provincias de Zeeland y Limburgo (sur) cuentan con más tiendas por habitante. Las ciudades de Ámsterdam, Rotterdam y La Haya lideran con la mayor cantidad de tiendas.

Para alpaca es importante considerar los lugares con mayor demanda de la moda del segmento medio-alto y superior. Prendas de alpaca se encuentran generalmente en tiendas de alta gama como boutiques y almacenes lujosos. Además, hay marcas especializadas en productos de alpaca, como por ejemplo [Inkari-Alpaca](#).

Lugares específicos de diseñadores, boutiques y outlets

Lugares específicos con mayor demanda de marcas de moda y ropa de alta gama como las prendas de alpaca, son lugares de diseñadores, ciudades grandes con mayor cantidad de boutiques y áreas fuera de la ciudad donde hay un almacén de liquidación de marcas conocidas.

Ámsterdam es una ciudad importante para la moda, donde hay una gran variedad de

tiendas, mucho turismo y un buen nivel de poder adquisitivo. La capital de los Países Bajos también subió a la séptima posición en la lista de ciudades más importantes en la moda según [Global Language Monitor](#). Es el lugar donde se realiza el Amsterdam International Fashion Week ([AIFW](#)) y donde el Amsterdam Fashion Institute ([AMFI](#)) ofrece un programa educativo en moda y textiles. El [World Fashion Centre](#) cuenta con una concentración de empresas y diseñadores de moda.

Diseñadores pueden influenciar el uso de materiales como alpaca, y tienen la posibilidad de trabajar con materiales más exclusivos. Además de Ámsterdam, la ciudad de Arnhem también promociona la moda holandesa. Arnhem tiene su propia academia de moda y arte y muchas iniciativas como [Modekwartier](#), el barrio de la moda, una [incubadora](#) de moda, la exposición nueva de [State off Fashion](#) y el festival Fashion + Design Festival Arnhem ([FDFA](#)). La ciudad también es el hogar de [Modint](#), la organización emprendedora de la moda.

Otra concentración de venta de marcas del alto segmento son las tiendas de liquidación de marcas ("outlet stores"). El [Designer Outlet](#) en Roermond ofrece marcas de moda de 186 tiendas y el [Batavia Stad Fashion Outlet](#) en Lelystad

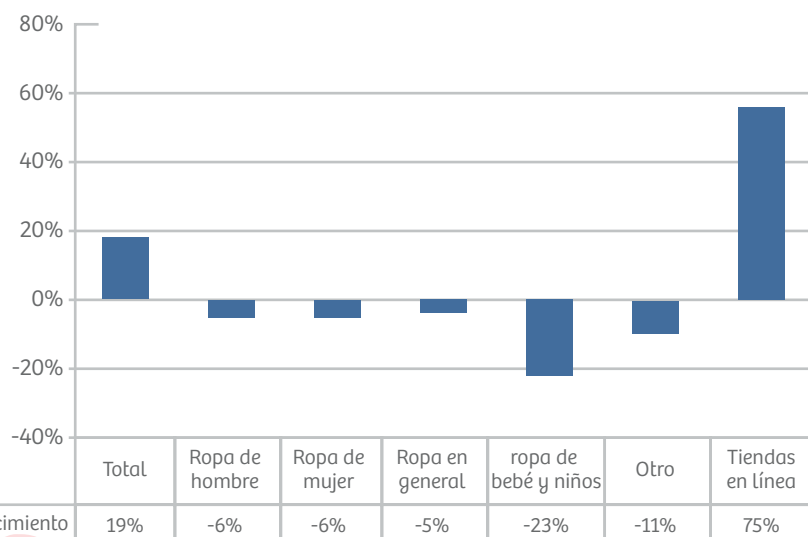
tiene más de 150 tiendas. Además, está en desarrollo un proyecto ambicioso para construir el mall más grande de los Países Bajos: **Mall of the Netherlands**, un mall que a partir del año 2020 apuntará a los consumidores con altos ingresos disponibles.

Venta en línea gana terreno de las tiendas físicas

La venta de ropa en línea se ha vuelto muy importante. Entre 2013 y 2017 había un crecimiento de 75% de las tiendas en línea

con un total de 8 720, mientras que las tiendas físicas disminuyeron un 9%, con un total de 9 020. Prácticamente todas las cadenas y almacenes de moda han establecido un canal de venta en línea. Las tiendas en línea internacionales incluyen un servicio completo con pago seguro y la opción de devolver el producto sin costo de envío. Quiere decir que el lugar de la tienda ya no es lo más importante, porque con la venta en línea se puede satisfacer una demanda mucho más amplia.

Desarrollo de Tiendas, 2013-2017



Fuente: CBS

2.6 Análisis de la competencia

Análisis de competencia	
Competencia de material	Merino (Australia), Cachemir (China, Mongolia)
Competencia de producción	China, Camboya, Italia, Europa del Este
Competencia de marcas	Italia, Escandinavia, Estados Unidos
Competencia en nivel de minoristas	Alemania, cadenas de moda en Europa

Material

Hay diferentes niveles de competencia para productos de alpaca de Perú. En primer lugar, es importante considerar los materiales que pueden reemplazar la lana de alpaca, como el cachemir o la lana de merino. El cachemir tiene una buena reputación de ser un material de lujo es más conocido que la alpaca por los consumidores holandeses. Merino es una lana que tiene mucha demanda y es una alternativa más económica para la alpaca, pero con un excelente valor por dinero.

Producción

Perú es el productor principal de lana de alpaca. Sin embargo, una mayoría de las prendas que contiene alpaca no son de origen peruano, sino de otros países que producen prendas de lana exclusiva en escala industrial. China e Italia son los

principales compradores de las fibras de alpaca y compiten directamente con la producción de prendas y textiles de Perú.

China ha creado una industria de tejidos y puede producir grandes volúmenes por costos muy razonables. Un volumen menor se produce en otros países como Camboya o Bangladesh, donde el costo laboral es más bajo, ideal para trabajos con mano de obra intensiva.

Los Países Bajos es un mercado muy consiente en el tema de precio. Como consecuencia, China hoy en día es el proveedor principal de muchos productos tejidos, de cachemir y de prendas con materiales mixtos. Empresas holandesas no cambian fácilmente a un productor nuevo. Aunque lo que podría convencer a una empresa de moda holandesa para comprar en Perú es la historia detrás del

producto, o la calidad de un producto original de Perú; por ejemplo, los productos 100% de alpaca.

Italia tiene una larga historia en la moda con marcas famosas y una propia industria de textiles. Las empresas en los Países Bajos

todavía usan la reputación y el nombre de Italia en la promoción de sus productos (hecho en Italia / diseño italiano). Después de Italia parte de la producción está tercerizada a productores en el este de Europa como Bulgaria y Rumania.

"De los Países Bajos a Asia

El empleo en la industria textil cayó bruscamente hasta principios de los años ochenta. A partir de allí se estabilizó un poco, seguida de una nueva disminución. En los últimos años, la industria del vestido ha sido golpeada de nuevo. Desde 1995, la producción y el valor agregado han disminuido en un tercio. En el mismo período (1995-2002), el volumen de ropa y zapatos comprados por los consumidores en los Países Bajos aumentó 25%. El productor nacional ha sido claramente desplazado por competidores extranjeros. En los Países Bajos, especialmente debido al aspecto del costo, solo hay lugar para un pequeño número de empresas de producción especializadas. La mayor parte de la industria textil ha desaparecido de los Países Bajos con el auge de los productores asiáticos de textiles, los llamados países de bajos salarios.

De Asia a Europa y África del Norte

Desde hace una década ha habido un movimiento de reversión: la producción está regresando de Asia a los países más baratos de Europa y África del Norte. Esto se debe principalmente a los cambios en el comportamiento del comprador. Si bien en el pasado hubo una clara temporada de verano e invierno, la imagen de moda ahora está cambiando mucho más rápido. El poder adquisitivo de los jóvenes ha aumentado considerablemente; ellos gastan más dinero en ropa y están más a la moda. Las cadenas minoristas anticipan las nuevas tendencias con el cambio de surtidos más rápido. Entonces manejan un stock más pequeño y tienen más a menudo liquidaciones y descuentos. Los proveedores de ropa, calzado y artículos de moda deben responder rápidamente. Es por eso que optan por líneas de suministro más cortas."

- CBS 2004, traducido por ICI Business

Marca

Establecer una marca en los Países Bajos es difícil. Hay una gran oferta de marcas y la competencia es fuerte entre las marcas conocidas de Europa y Estados Unidos. Además, diseñadores y marcas estable-

cidas solo aceptan productos bajo su propia etiqueta o según su diseño. Pequeños importadores y tiendas especializadas a veces trabajan con nuevas marcas extranjeras. Pero las boutiques independientes, un canal de venta principal para alpaca,

están bajo mucha presión de los grandes almacenes de multicanales. Esas cadenas grandes tienen más enfoque en el precio y muchas veces solo quieren promocionar las marcas conocidas y bajo condiciones estrictas; para un proveedor hay poco espacio para negociar los términos. Para competir con una marca propia fuera de los canales nichos es importante invertir en canales de distribución y promoción de la marca.

Minorista

La razón por la cual las boutiques están bajo mucha presión, no significa que no hay una amenaza de nuevos entrantes en la venta al por menor. Para un minorista es relativamente fácil entrar al mercado con una tienda en línea, con costos relativamente bajos. Pero el aumento de la oferta resulta en una variedad de marcas marginales y más dificultad de construir una imagen. Muchas veces falta un carácter distintivo, mientras que los nuevos entrantes solo pueden crecer quitando participación de mercado de otras tiendas.

Alemania cuenta con varias empresas internacionales con venta en línea, como Zalando, que han tenido éxito en el mercado holandés por vender moda de marca por precios muy competitivos.



03

3. Análisis de la demanda

3.1 Perfil de la demanda del consumidor

Para definir el perfil de consumidor para productos de alpaca es importante incluir la visión de los profesionales en los Países Bajos. El perfil abajo está basado en entrevistas y encuestas con:

- Especialistas generales (Modint e INretail).
- Diseñadores y expertos de moda sostenible (Marina Toeters, Studio Sillekens, Lody Klement, Elizabeth Visser).
- Comerciantes de lana o ropa de alpaca (Scaapi, Peter Van De Pas, Inkari).

Perfil de consumidor

Imagen del consumidor actual	Imagen del consumidor futuro
Características: <ul style="list-style-type: none"> - Género femenino - Edad: 35 - 65 años - Ingresos: clase media-alta a clase alta - Baja sensibilidad al precio - Consciente del medio ambiente - Consciente de la calidad 	Características: <ul style="list-style-type: none"> - Género masculino y femenino - Edad: 25 - 55 años - Ingresos: clase media a media alta - Consciente del medio ambiente - Consciente de la calidad - Ciudadano del mundo

Fuente: Entrevistas

El consumidor de productos de alpaca tiene una imagen unilateral. Muchos de los entrevistados estuvieron de acuerdo en que el perfil del cliente debería cambiar y ampliarse.

Imagen actual

Los entrevistados tienen una imagen muy estereotípica al pensar en personas que

compran ropa de alpaca. La mayoría de los entrevistados piensa en mujeres de mayor edad que tienen una sensación de productos de calidad y están familiarizadas con el segmento de lujo. Muchas veces este consumidor tradicional no considera el precio como un factor limitado y está más consciente del ambiente y la sostenibilidad del producto.

Imagen del consumidor futuro

La imagen del consumidor actual limita al público objetivo para productos de alpaca. Es por eso que algunos entrevistados mencionaron específicamente que la inclusión de las personas más jóvenes puede amplificar el mercado. Es verdad que hoy en día personas de mayor edad tienen más poder adquisitivo, pero hay más consumidores en el segmento medio-alto que están dispuestos a pagar por calidad y respeto al medio ambiente. Se debe llegar a un público nuevo, joven y con conciencia global. Este perfil pertenece a lo del ciudadano global, que viaja mucho y es consciente de las tendencias mundiales.

3.2 Análisis de tendencias

Las tendencias que son relevantes o que pueden contribuir a la venta de productos de alpaca están relacionadas a materiales naturales y sostenibles.

Materiales naturales

Productos de moda y productos de estilo de vida ('lifestyle products') usan más y más materiales naturales como lana, seda, lino, algodón orgánico y bambú. Hay una tendencia de regresar a la esencia del producto, no solo en la moda, pero también en el diseño interior. Alpaca encaja bien en el creciente interés en productos y materiales auténticos. Para obtener una tela más económica o con características específicas se puede hacer mezclas con otros materiales naturales como seda, algodón o lana de merino.

Productos sostenibles

Cada vez hay más consumidores que dan la preferencia a un producto sostenible. Sin embargo, en la promoción de productos sostenibles es esencial centrarse en los criterios primarios de compra como calidad, autenticidad, singularidad, salud y artesanía. La narración ('storytelling') y la transparencia son buenas formas para promocionar estos criterios que hacen un

producto sostenible. Cuando el consumidor está tratado como un fan en vez de un comprador, puede llegar a ser un embajador del producto. Esto es importante porque el consumidor holandés es muy consciente de los precios y necesita buenos argumentos o referencias para gastar.

Los factores de compra

Según los compradores y profesionales entrevistados los principales motivos para comprar un producto de moda son:

1. Precio
2. Sostenibilidad
3. Diseño

El hecho de que casi todos elijan el precio como factor principal demuestra que el consumidor holandés es muy sensible a los precios, teniendo en cuenta el precio casi siempre en su proceso de compra. La sostenibilidad es el segundo factor más importante y muestra la conciencia de una forma sostenible de producción. En tercer lugar, el diseño es clave para poder vender productos de moda con éxito y es recomendable de entender las preferencias del comprador holandés. Otros factores secundarios son colores, marca, comodidad y bienestar animal.

3.3 Percepción del producto peruano

Percepción del producto peruano	
Positivo	Negativo
Calidad del material Material natural Producto sostenible Producto autentico	Calidad no consistente Diseño demasiado tradicional (turístico) Disponibilidad de productos Falta de transparencia Caro

Fuente: ICI Business

Compradores reconocen que Perú tiene una oferta de buenos productos con materiales de calidad y un alto nivel de autenticidad.

Sin embargo, la calidad no siempre es constante y empresas holandesas no siempre consideran que los proveedores de Perú sean confiables. La falta de cumplimiento después de un acuerdo de negocio y otras experiencias negativas resultan en la retirada de compradores holandeses.

Existe también una gran variedad en la calidad. Mucha de la calidad mediocre está relacionada al turismo, lo cual es un aspecto que no contribuye a la imagen y al desarrollo del mercado internacional.

Proveedores grandes y profesionales en Perú muchas veces dan prioridad a los clientes principales en los Estados Unidos, China e Italia. Eso lo hace difícil para nuevos compradores en los Países Bajos para empezar una línea de productos con alpaca. Según algunas empresas holandesas hace falta de una cadena transparente y a veces no hay suficiente disponibilidad de productos.

Desafíos indicados por empresarios holandeses:

Identificación de proveedores adecuados y confiables

- Se necesita empresas que producen una calidad constante y cumplen las fechas de entrega.
- Cultura: se necesita un sentido de urgencia o comunicación proactiva.

Falta de conocimiento

- Perú produce muchas prendas de alpaca para el turismo y eso es la calidad que la mayoría de los consumidores holandeses conocen; no conocen la calidad superior.
- A los productores peruanos a veces les faltan conocimiento del mercado europeo y los gustos o diseños populares que tienen allí.

Problemas comerciales

- Los Países Bajos no pueden competir con la compra de países claves como Estados Unidos, China e Italia.
- Productores de prendas dependen mucho de pocos proveedores de la materia prima, lo cual forma un cuello de botella en la planificación del negocio y las entregas.
- El precio de alpaca es muy alto para el mercado holandés y la oferta está limitada.



“La imagen que tengo de Perú es muy positiva. Una de las razones también se debe a que conozco a algunos amigos que visitaron Perú y la selva y me dijeron que tienen una buena política sobre la protección de la jungla. Por eso, creo que hay mucho respeto por el medioambiente que hace que los productos en mi opinión también sean mejores.”

Elizabeth Visser – CEO Strawberry Fabrics

“Hacer negocios con sudamericanos no siempre es fácil, debido a su estilo de comunicación. Los sudamericanos no están acostumbrados a decir ‘no’ en contradicción con los empresarios holandeses que son muy directos y claros en su comunicación. Un ejemplo de esto fue en la feria cuando un productor peruano le dijo a un empresario holandés que enviaría una muestra de lo que producía, pero nunca lo hizo. Aparentemente no le interesaba exportar a Europa, pero no se atrevía a decirlo en ese momento. La diferencia cultural puede ser uno de los problemas en hacer negocios.”

- Antonio Barberi Eltaro – Senior Consultant International Trade & Sourcing en Modint

“Soy muy positivo cuando se trata de productos de origen peruano. Perú ofrece productos muy naturales. En su mayoría son muy auténticos y se producen desde

múltiples generaciones. Sin embargo, la cantidad de oferta es limitada. El alto precio es la mayor amenaza. Esto significa que se deben comprar pequeños números, lo que es menos rentable. La competencia en la industria de la moda y las prendas es muy dura. Los precios están suprimidos, lo que significa que la desventaja de un precio alto es aún más destacada. Una tercera desventaja de Perú son los tiempos largos de entrega y a veces no muy confiables.”

- Lode Klement – Director Klemco BV

“Visité muchas empresas que trabajaban con lana de alpaca y noté que solo fabricaban y usaban el mejor tipo de lana de alpaca. Hicieron muy buenas bufandas, suéteres y otro tipo de ropa hecha de lana de alpaca.

Lo que aprendí en Perú es que el precio que se pide actualmente por la ropa hecha de lana de alpaca no es realista. Al comienzo de la cadena, es muy barato, pero cuando pasa por las cooperativas, el producto se vuelve más costoso debido a sus altos márgenes. Sin embargo, para dar un precio más justo a los agricultores de alpacas, los productos no deberían ser más caros, pero debería haber algún cambio en la cadena de valor. Actualmente, creo que no es posible vender ropa hecha de lana de alpaca en el mercado holandés porque el beneficio no supera el

precio. La cadena de valor debe acortarse para que el producto sea más asequible.”

- Marina Toeters – Designer, researcher & Lecturer in fashion technology

“Dejé de trabajar junto con el distribuidor. Pagué para hacer un trato con él y recibí una presentación y algunos correos electrónicos, pero después de eso nada más. Creo que la compañía ya no está operando y perdí mi inversión. Tuve una mala experiencia debido a eso, pero también porque la calidad no era constante y el tiempo de entrega era demasiado largo. En lugar de ocho semanas, tardaron de 14 a 15 semanas en llegar mis pedidos. Por lo tanto, creo que la falta de sentido de urgencia, la falta de transparencia y el lenguaje son tres desventajas principales cuando se quiere hacer negocios con empresas peruanas.”

“Definitivamente hay potencial para productos de alpaca, pero la apariencia de la ropa debe alinearse con los diseños europeos. La fibra debe ser importada aquí y diseñada por un diseñador europeo para el mercado europeo.”




- Michelle du Plessis - CEO Scaapi






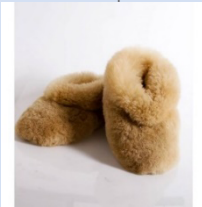
04

4. Auditoría en tiendas



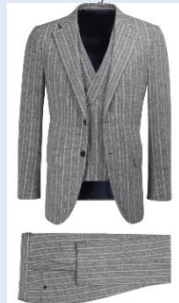
Auditoría de productos en tiendas			
Producto	Precio (incl. IVA)	Canal de venta	Característicos
Chal 	EUR 239	Online e tienda arana.nl	-135 cm x 125 cm -Chal de alpaca con bordado
Frazada 	EUR 517-859	Tienda beddenspecialzaak.nl	-Lana de alpaca -Productor: brundeviantiran.com -Peso: 550 gr/m2. 180 x 240 cm. EUR 517,00 220 x 240 cm. EUR 628,00 240 x 260 cm. EUR 750,00 240 x 300 cm. EUR 859,00
Chaqueta 	EUR 565	Online e tiendas pauw.com	Marca: Harris Wharf 100% alpaca

Auditoría de productos en tiendas			
Producto	Precio (incl. IVA)	Canal de venta	Característicos
Manta 	EUR 126,95	Online sleepcool.nl	Marca: Nasqa Proveedor: Alpaca Products Benelux alpacaproducts.nl 55% alpaca / 45% Highland Peso: aprox. 310 gramos/m2 180x200 cm
Manta 	EUR 192,95	Online sleepcool.nl	Marca: Nasqa Hecho en Perú Proveedor: Alpaca Products Benelux alpacaproducts.nl 100 % baby Alpaca 130x170 cm (185 cm con franja) Peso: 520 gramos / 235 gr/m2
Frazada de bebe 	EUR 120	Online cozykidg.nl	-100% alpaca -Proveedor: camcamcopenhagen.com -Origen: Bolivia




Auditoría de productos en tiendas

Producto	Precio (incl. IVA)	Canal de venta	Característicos
Manta 	EUR 239,95 En oferta EUR 159,95	Online inkari-alpaca.com	-89% alpaca, 11% poliamida -180 cm x 130 cm
Peluche 	EUR 29,95	Online inkari-alpaca.com	- Hecho a mano en Perú - Alpaca - 22 cm
cojín 	EUR 49,95	Online inkari-alpaca.com	- Hecho a mano en Perú - Alpaca - 45 cm x 45 cm
Pantufla 	EUR 69,95	Online inkari-alpaca.com	- dentro merino - fuera alpaca




Auditoría de productos en tiendas





Producto	Precio (incl. IVA)	Canal de venta	Característicos
Suéter 	EUR 339 En oferta: EUR 204	Online alpaca-fashion.nl	Marca: KUNA (Grupo Inca) Alpaca
Suéter 	EUR 159,95	Online e tienda debijenkorf.nl	-Marca: Vanilia (producción en Turquía) -100% baby alpaca
Traje 	EUR 579	Online / tienda eu.suitsupply.com/en	-40% alpaca, 32% algodón, 28% poliamida -Tejido por Ferla (Italia): ferla.it





Auditoría de productos en tiendas

Producto	Precio (incl. IVA)	Canal de venta	Característicos
Chaqueta 	EUR 499	Online / tienda eu.suitsupply.com/en	-62% alpaca, 31% lana, 7% poliamida -Tejido por Ferla (Italia): ferla.it
Suéter 	EUR 129	Online / tienda eu.suitsupply.com/en	-100% alpaca
Chalina 	EUR 59	Online / tienda eu.suitsupply.com/en	-alpaca


Auditoría de productos en tiendas

Producto	Precio (incl. IVA)	Canal de venta	Característicos
Suéter 	EUR 239,95	Online peterhahn.nl	-Marca: Inkadoro -87% alpaca (baby alpaca), 13% lana nueva (merino)
Chaleco 	EUR 359,95 En oferta: EUR 179,98	Online lutz.nl	Marca: Oportuno 45% alpaca, 35% algodón, 20% merino
Suéter 	EUR 99	Online etsy.com/nl	-Hecho de hilos italianos -Alpaca

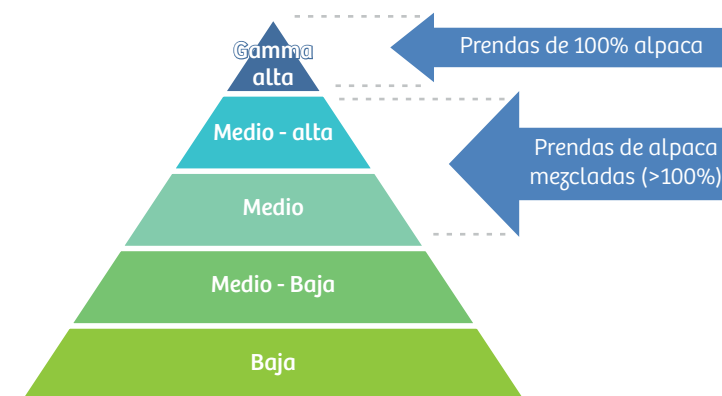
Auditoría de productos en tiendas			
Producto	Precio (incl. IVA)	Canal de venta	Característicos
Funda para cojín 	EUR 64	Online westwingnow.nl	-Marca/proveedor: Elvang Denmark https://elvang-denmark.dk -Hecho en Perú -50% alpaca, 40% lana de oveja, 10% microfibra
Manta 	EUR 133	Online scandinaviandesign-center.nl	-Marca/proveedor: Elvang Denmark https://elvang-denmark.dk -Hecho en Perú -50% Alpaca, 40% lana de oveja, 10% microfibra -130 x 200 cm.
Medias 	EUR 20,95	Online yumeko.nl	-Alpaca -Origen de alpaca: Devon, Reino Unido -Productor: John Arbon Textiles jarbon.com
Gorro de bebe 	EUR 29,95	Online giloen.nl	-Marca: Soof organic -Hecho a mano -70% baby alpaca, 30% seda

Auditoría de productos en tiendas			
Producto	Precio (incl. IVA)	Canal de venta	Característicos
Gorro 	EUR 29,99	Online incadream.nl	-55-60 cm -50% alpaca, 50% poli acrílico
Suéter de hombre 	EUR 189,95 en oferta: EUR 113	Online e tienda scotch-soda.com	- 60% algodón, 20% nylon, 20% alpaca -Países donde producen bajo la marca de Scotch&Soda: China, India, Turquía, Túnez
Chalina 	EUR 49,99 en oferta EUR 20	Online e tienda sissy-boy.com	-45% acrílico, 25% alpaca, 25% lana, 5% poliamida - Países donde producen bajo la marca de Sissy-Boy: Bulgaria, China, Macedonia, Grecia, India, Italia, Portugal en Turquía
Suéter 	EUR 99,95	Online / tienda g-star.com	-Tejido fino -45% lana, 30% acrílico, 25% alpaca -98% de la producción de G-star es en Bangladesh, China, Vietnam, India

Auditoría de productos en tiendas			
Producto	Precio (incl. IVA)	Canal de venta	Característicos
Manta 	EUR 79,95	Online e tienda weidswonenenstapen.nl smulderstextiel.nl	130x170 cm. 45% lana / 31% acrílico / 13% poliamida / 11% alpaca Proveedor: arligroup.nl
Cardigan 	EUR 89,95 En oferta: EUR 35,98	Online siluercreek.nl	60% acrílico, 15% alpaca, 15% lana 10% viscosa
Hilo de alpaca 	EUR 4,85	Online wolplein.nl	-Peso: 25 gr. -Largo: 199 m -54% Alpaca, 24% Poliamida, 22% Lana

Auditoría de productos en tiendas			
Producto	Precio (incl. IVA)	Canal de venta	Característicos
Hilo de alpaca 	EUR 3,30	Online etsy.com/nl	-Origen: Eslovenia -Alpaca con seda -Largo: 167m

Alpaca en los diferentes segmentos del mercado



05

5. Atributos y percepción del producto

La lana de alpaca generalmente se encuentra en el segmento alto, más lujoso. Especialmente la ropa de 100% alpaca son productos de lujo que se venden en tiendas especializadas y boutiques. Este segmento atrae un público muy pequeño. Además, la alpaca sigue siendo una especie de lana relativamente desconocida, por lo que no todos los consumidores están dispuestos a gastar mucho dinero en un producto de calidad de alpaca.

Los productos textiles y de confección, que consisten en 100% alpaca, a menudo

provienen de Perú y, por lo tanto, proporcionan un valor agregado inmediato para los productores peruanos. Es este segmento más lujoso (100% alpaca) donde Perú puede distinguirse.

Tan pronto como la producción se lleve a cabo a una escala mayor con otros materiales mezclados, habrá más competencia con los grandes países de producción económica donde solo importan la lana o la materia prima de alpaca del Perú.

	Producto 100% alpaca	Producto mezclado (<100% alpaca)
Gama	Alta, exclusiva	Media y medio alta
Ventaja	Valor añadido en Perú	Mercado amplio, volumen
Desventaja	Mercado muy pequeño	Más competencia de otros países productivos
Acciones	Marcas establecidas (incrementar valor) Promoción de alpaca como material	Exportación de materia prima / hilo Incrementar la competitividad de la producción peruana

Crecimiento potencial en prendas de materiales mixtas

Alpaca es un material que no se usa en gran escala en los Países Bajos; sin embargo, se puede encontrar alpaca en una variedad de productos, como:

- Tops de punto (suéteres, cardiganes)
- Ropa exterior (chaquetas)
- Accesorios (chales, chalinás, guantes)
- Textiles de hogar (mantas, frazadas)

Menos comunes son prendas para la parte inferior del cuerpo como faldas y pantalones (excluyendo trajes).

Especialmente los tops y la ropa exterior tienen un alto porcentaje de mezclas de materiales. Esas prendas con alpaca incluyen otros materiales, naturales o artificiales, como lana de oveja o merino, algodón, seda, poliamida, acrílico o nylon. Normalmente, mientras más es el porcentaje de alpaca, el valor del producto es mayor.

El crecimiento de alpaca en los Países Bajos está en las prendas de buena calidad con alpaca mezclado con otros materiales. Al

trabajar con materiales mixtos, se puede crear un producto asequible para la masa. Las propiedades de la prenda también pueden ser un argumento importante para combinar materiales.

La percepción de alpaca en los Países Bajos

El consumidor que conoce la lana de alpaca valora su calidad y suavidad. En la percepción de los compradores de prendas la lana de alpaca es un material superior por ser durable, hipo alérgico y fuerte, pero todavía no llega a la calidad del cachemir. El motivo de no posicionarla al mismo nivel del cachemir tiene que ver con varios aspectos.

En primer lugar, el cachemir aprovecha de una buena reputación de largo tiempo: es un material que el consumidor conoce y considera siempre como un material exclusivo. Alpaca es menos conocido en el mercado y hace falta dar a conocer las propiedades del producto. Segundo, el procesamiento de la lana de alpaca no es consistente y no siempre resulta en la mejor calidad del producto. La oferta

de productos inferiores influye negativamente en la percepción de la lana de alpaca.

El consumidor podría mejorar su percepción de la alpaca si estuviera mejor informado de sus beneficios y si se impulsara la promoción de productos bien hechos; quiere decir según las especificaciones de un diseñador o comprador y, más importante, una calidad constante – todas las prendas deberían verse iguales.

“Creo que uno de los principales problemas es que el consumidor promedio no sabe cuál es la diferencia entre la lana común y la lana de alpaca. La gente sabe cómo distinguir Cachemira, pero eso es todo. Luego, la lana de angora tiene una imagen muy mala en los Países Bajos ya que se filtró videos sobre cómo se cosecharon las fibras. La calidad de la lana de alpaca es muy buena, pero no hay conciencia del producto.”

Edwin Belt – Branch specialist Fashion en INretail

“En mi experiencia, cuando fui a una feria de moda y hablé sobre alpaca,

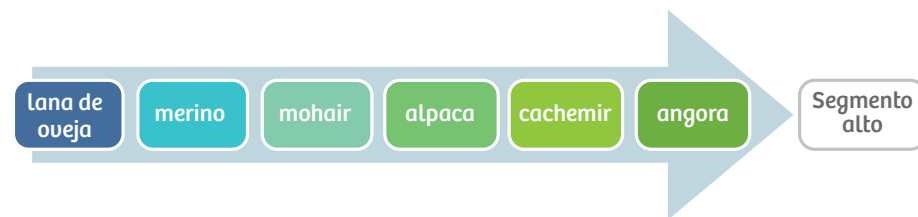
casi nadie sabía qué era, todos estaban pensando en las llamas. Hoy en día, casi nadie comete ese error. Es por eso que he notado que el conocimiento general sobre el animal y el producto ha aumentado significativamente.

Creo que la tendencia de la alpaca está por venir; las ventas de alpaca definitivamente no están en su punto más alto en este momento y hay espacio para crecer. La lana de alpaca es conocido por su calidad, su durabilidad y la amabilidad con los animales. Estoy seguro de que alpaca será un estándar en la industria de la moda al igual que Cachemir ha sido desde 20-30 años.”

Daniel Meeboer – Co-owner INTI Knitwear

Percepción de fibras animales

En términos de volumen la lana de oveja y de merino son más usados en las prendas. No están tan valorados como el cachemir o la alpaca, pero ofrecen una buena relación de calidad y precio.



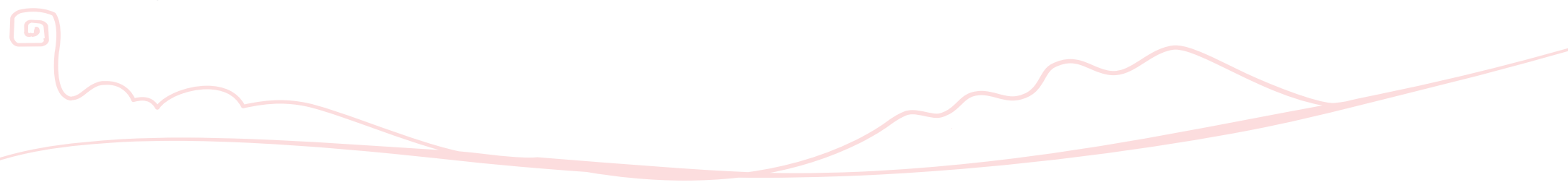
El mohair tenía una promoción fuerte como fibra de lujo, pero es más gruesa que la fibra de alpaca y no representa un gran volumen en los Países Bajos. La lana de angora (conejo) se veía como una lana de alta calidad y muy exclusiva también. Sin embargo, la popularidad se redujo significativamente después de un escándalo en la industria sobre el bienestar animal. El bienestar animal es muy importante para

tomar en cuenta para la reputación de todas las fibras animales.

Estrategia de producto

Dependiendo de las características de la empresa peruana existen varias estrategias de producto para entrar al mercado holandés con productos de alpaca.

	A=> Marca propia	B=> Marca privada
1=> Mezclas con alpaca	Precio Marketing	Precio Producción
2=> 100% alpaca	Calidad Marketing	Calidad Producción



06

- A1: Crear una marca propia de prendas mezcladas, centrarse en el mercado de volumen e invertir en marketing y distribución internacional.
- A2: Entrar a los mercados con una marca propia exclusiva, enfocarse en la calidad, y buscar canales nichos o boutiques independientes.
- B1: Enfocar en la producción masiva para terceros, eficiente con costos competitivos para competir con grandes países productivos.
- B2: Enfocar en calidad y exclusividad, buscando cooperación con marcas exclusivas.

FODA de productos de alpaca de Perú

Fortalezas	Debilidades
<ul style="list-style-type: none"> - Alta calidad de la fibra de alpaca - Buenas características: suave, hipo alergénico, colores naturales - Acuerdo de libre comercio - Más sostenible que el cachemir 	<ul style="list-style-type: none"> - La fibra de alpaca depende de pocas cooperativas - Falta de transparencia - Calidad inconsistente (proceso de producción) - Largos plazos de entrega - Falta de confiabilidad y buena comunicación - Falta de una (estrategia de) promoción de alpaca en los Países Bajos - No dar prioridad a los compradores en los Países Bajos (principalmente enfocado en clientes grandes en los Estados Unidos, China, Italia) - Diseños no siempre corresponden al gusto del comprador holandés
Oportunidades	Amenazas
<ul style="list-style-type: none"> - Preferencia creciente por las fibras naturales - Espacio de crecer en el uso de alpaca en productos de materiales mezclados; Llegando a un grupo objetivo más grande - Espacio para crecer creando conciencia para el uso de alpaca en otras estaciones (no solo invierno) - Países Bajos ofrece acceso a otros mercados europeos - Tendencia de cadenas productivas más transparente, justas y sostenible (no solo enfoque en precio) 	<ul style="list-style-type: none"> - Competencia productiva en Asia y Europa - Falta de conocimiento del consumidor y la reputación de alpaca en los Países Bajos - Alta consciencia de precio - La venta todavía depende de la temporada de invierno

6. Condiciones de acceso al mercado

6.1 Aranceles, tributos aduaneros e impuestos

En el marco del Acuerdo Comercial entre Perú y la Unión Europea, las prendas y los textiles están exonerados de pagar

aranceles de importación. Muchos otros países aliados, países europeos y países en desarrollo también se benefician de un comercio libre. Solo China no está incluido en ningún acuerdo y paga generalmente 12% del impuesto de importación.

País	Tarifa preferencial	Suéteres de punto y de lana (6110)	Otras prendas de punto o de lana / pelo fino (6103 /6104 /6105 /6106)	Textiles de cama de punto y frazadas de lana (6301 /6302)
Perú	Si	0%	0%	0%
Europa*	Si	0%	0%	0%
China	No	10,5% - 12,0%	12%	12%
Camboya	Si	0%	0%	0%
Bangladesh	Si	0%	0%	0%
Marruecos	Si	0%	0%	0%
Turquía	Si	0%	0%	0%

*(e.g. Bulgaria, Italia, Rumania)

Fuentes: [Trade Helpdesk](#), [TARIC](#) (La Fiscalidad y Unión Aduanera)c

Acuerdo comercial

Acuerdo Comercial entre la Unión Europea y sus Estados miembros, por una parte, y Colombia y Perú, por la otra parte:

Enlace: http://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/PDF/?uri=uriserv:OJ.L_.2012.354.01.0003.01.ENG

REGLAMENTO DE EJECUCIÓN (UE) No 404/2013 DE LA COMISIÓN de 2 de mayo de 2013 relativo a las excepciones a las reglas de origen establecidas en el anexo II del Acuerdo comercial entre la Unión Europea y sus Estados miembros, por una parte, y Colombia y Perú, por otra, que se aplican dentro de contingentes de determinados productos procedentes del Perú.

Enlace: <http://eur-lex.europa.eu/legal-content/ES/TXT/PDF/?uri=CELEX:32013R0404&from=EN>

6.2 Restricciones, estándares y normas de ingreso al mercado

Requisitos legales

Al exportar prendas de vestir a los Países Bajos y a Europa en general existe la obligación de cumplir estrictas exigencias de calidad y seguridad. La regulación sobre el uso de productos químicos en la ropa es la regulación más esencial. Al exportar a los Países Bajos, las empresas deberán cumplir los siguientes requisitos:

- Seguridad del producto: estándar para todos los productos
- Control de productos químicos: principalmente en los productos textiles y el cuero
- Etiquetado: normas relativas a los textiles
- Protección de especies
- Derechos de propiedad intelectual

Seguridad de producto	DIRECTIVA 2001/95/CE	Relativa a la seguridad general de los productos
Químicos	REGLAMENTO (UE) No 1907/2006	Relativo al registro, la evaluación, la autorización y la restricción de las sustancias y preparados químicos (REACH) Anexo XVII: Las principales sustancias químicas o mezclas no permitidas en productos de textil o cuero
	REGLAMENTO (EU) No 528/2012	Productos biocidas (Annex V)
	REGLAMENTO (EC) No 850/2004	Contaminantes orgánicos persistentes (ver Annex I)

Etiqueta y composición*	REGLAMENTO (UE) No 1007/2011	Relativo a las denominaciones de las fibras textiles y al etiquetado y marcado de la composición en fibras de los productos textiles, por ejemplo: La composición de la fibra La presencia de partes no textiles de origen animal
	 <p>Para los productos de alpaca en específico, la composición y el origen del producto son los más importantes.</p>	
El comercio de fauna y flora silvestres (CITES)	REGLAMENTO (CE) No 338/97	Relativo a la protección de especies de la fauna y flora silvestres mediante el control de su comercio
Propiedad intelectual	DIRECTIVA 2004/48/CE	Relativa al respeto de los derechos de propiedad intelectual, por ejemplo: Protección de marca Protección de diseño industrial

*Cuando se usa un código de barras en los productos, deberían cumplir con la norma de [GS1](#)

**Más información accesible acerca de los requisitos del mercado se puede encontrar en [la plataforma de inteligencia de mercado](#) del Centro de Promoción de las Importaciones de los países en desarrollo (CBI). La página web de [EU Trade Helpdesk](#) dispone todos los requisitos legales por producto.

Para productos de alpaca se necesita tomar en cuenta lo siguiente:

- El país exportador debe estar en una lista de países autorizados a exportar la categoría de productos en cuestión a la UE (Perú está en esa lista).
- Los productos de origen animal pueden importarse en la Unión Europea solo

si provienen de establecimientos de procesamiento aprobados en el país exportador.

- Todas las importaciones de animales y productos de origen animal deben ir acompañadas de un certificado sanitario firmado por un veterinario oficial de la autoridad competente del país de exportación.

07

- Eneuíos de productos animales están sujeto a controles de salud en el puesto de inspección fronterizo (BIP) en el país de llegada de la UE.

Requisitos adicionales

Además de los estándares legales, un comprador en los Países Bajos puede tener requisitos adicionales. Debido a que la alpaca sigue siendo un producto de nicho con un gran número de pequeños comerciantes, las certificaciones no siempre son un requisito estricto. Sin embargo, para los pequeños negocios, la transparencia y el comercio justo también pueden ser un valor añadido.

Una vez que se utiliza alpaca en las cadenas de suministro más grandes, la transparencia y el cumplimiento con estándares sociales y sostenibles se vuelven más importantes. Se puede pensar por ejemplo en [BSCI](#), GOTS o Fair Trade. Además varias empresas de moda han firmado el [convenio](#) de "la producción sostenible de ropa y textiles", apuntando a mejorar su propio proceso de producción y mayor transparencia. Las empresas G-Star y Sissy-Boy (ver la auditoria de tiendas arriba) son unas de las empresas que participan en este convenio.

Para una lista completa de estándares internacionales para la moda, ver las etiquetas y certificaciones en el estudio del sector.

Normas peruanas

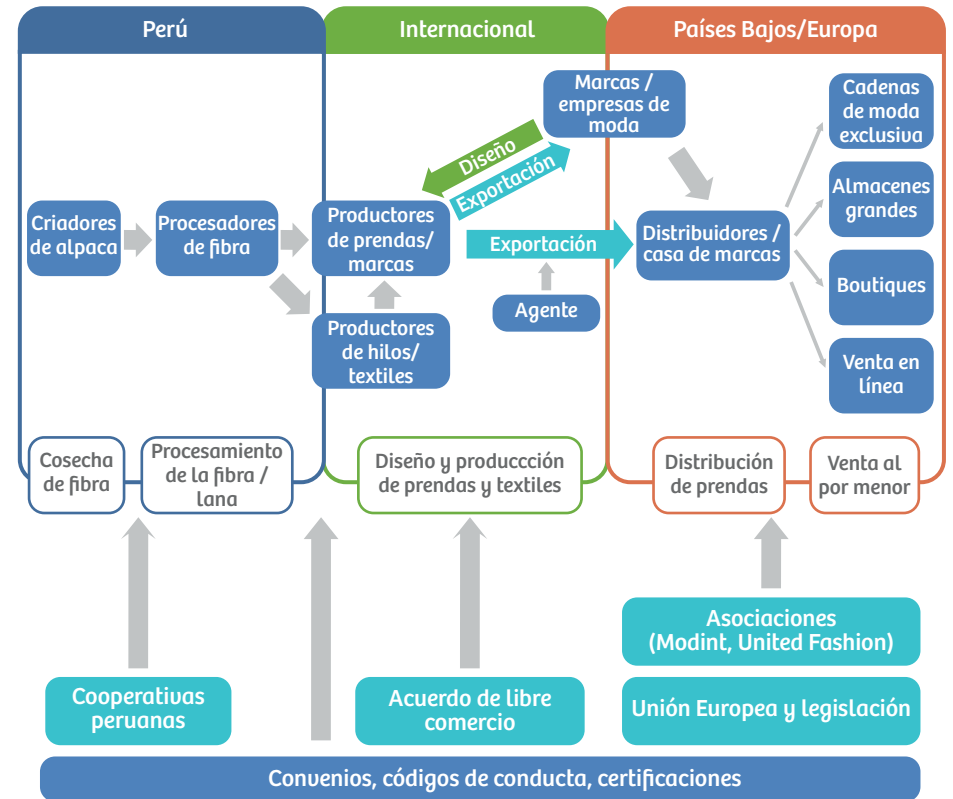
La industria de la alpaca en Perú también ha definido sus propias normas técnicas para acreditar la calidad de la fibra de alpaca:

- Fibra Alpaca en Vellón (NTP. 231.300:2004)
- Fibra Alpaca Clasificada (NTP. 231.301:2004)
- Muestreo de Fibra Alpaca Vellón (NTP. 231.302:2004)
- Análisis de diámetro de fibra (ASTM/ IWTO. 2130:2006)

Fuente: [Agrobanco](#)

En el comercio con los clientes holandeses es importante compartir el conocimiento de estas normas y ser transparentes de las diferentes calidades y características de la fibra. Las normas y el cumplimiento con ellas pueden contribuir a la confianza de los clientes.

7. Canales de comercialización y distribución



Elaboración: MINCETUR

Productor de prenda vs. Procesador de fibra

Perú es el principal proveedor de la fibra de alpaca. Una gran cantidad se exporta a China, Italia y otros países para procesamiento posterior y el uso en la producción de prendas y textiles. La exportación de la fibra de alpaca es importante para Perú, pero también compite directamente con los productores peruanos de prendas con fibra de alpaca. En vez de usar la fibra para producir en Perú, muchas empresas de moda prefieren trabajar con países en Asia y Europa.

Empresas de moda especializadas

Generalmente, una empresa que compra productos de alpaca, producidos en Perú, tienen las siguientes características:

- Empresarios con una relación emocional con Perú (han nacido, vivido o viajado en Perú)
- Negocios pequeños y especializados en productos de alpaca
- Compradores que valoran la calidad de la fibra, y que enfocan en productos más puros o de 100% alpaca

Las empresas que corresponden con estas características son por ejemplo [Inkari](#), [Inca Dream](#), [Alpaca Products Benelux](#), y [Alpaca Fashion](#).

La cooperación con empresarios especializados es una buena manera de entrar el mercado holandés. Son negocios relativamente pequeños, pero están más especializados en los productos de pura alpaca o mezclas con un alto porcentaje de alpaca. Con la popularidad de la venta por internet estas empresas pueden llegar a un público grande sin tener tiendas físicas. Algunos también tienen venta al por mayor a tiendas boutiques y tiendas en línea. Además, por su tamaño limitado buscan más valor agregado en Perú mismo, como el diseño o una marca.

Marcas de moda

La ventaja de trabajar con una empresa de marca grande, es la posibilidad de aumentar el volumen de productos y obtener una venta más regular. Algunas marcas en el segmento medio-alto y superior usan alpaca en sus productos en combinación de otros materiales. El desafío es la competencia con países como China donde hacen las mezclas de materiales y producen prendas tejidas y textiles en gran escala. Allí la alpaca ya no es el motivo principal para la compra, sino uno de los ingredientes o características de una prenda o un textil.

Las marcas holandesas como [G-Star](#), [Suit Supply](#), [Scotch&Soda](#) y [Sissy-Boy](#) tienen algunos productos con alpaca, o

por lo menos con un menor porcentaje de alpaca. Todos trabajan con una diversidad de fábricas en Asia, África del norte y Europa, pero ninguno tiene producción en Perú.

Mejores oportunidades para prendas hechas en Perú probablemente se encuentra con las marcas más pequeñas y exclusivas como [Oportuno](#) o con diseñadores que trabajan directamente con productores y consumidores como [Joline Jolink](#) (diseño-productor-consumidor).

Distribuidores

Con una marca privada (producir bajo otra marca) el énfasis estará en la producción y cumplimiento de los plazos de entrega. Como alternativa se puede trabajar con marca propia y usar una estructura diferente a través una empresa que representa marcas extranjeras; un distribuidor de marcas. La conexión con el perfil del distribuidor es importante, igual como la oferta de un producto único y un producto que encaja bien con los gustos del consumidor holandés. Un distribuidor exitoso elige sus marcas y portafolio. Los Países Bajos cuenta con empresas internacionales que principalmente representan marcas conocidas como [LVMH](#), o [Marmedia](#) (80 marcas), pero también distribuidores más enfocados como [Kolk en Kolk](#) (representante

de productos de alpaca de la marca Eluang Denmark) y [BN Agenturen](#) (representante de hilos de alpaca de la marca Lamana). Otros ofrecen una plataforma fuerte en línea como [Wehkamp](#) o [Peter Hahn](#) (con sede central en Alemania).

Distribuidores pueden ser representantes de marcas, pero también empresas que únicamente se encargan de la logística, como por ejemplo [Paul Klarenbeek](#). Esta estructura sería factible para empresas que tienen una oficina en Europa o un agente como representante en combinación de una buena mercadotecnia. No obstante, la estructura comercial con agentes no es tan común en los Países Bajos como; por ejemplo, en Alemania.

Segmentos y canales minoristas

Marcas con tiendas & boutiques: Muchas marcas de moda tienen sus propias tiendas, entre ellos muchos ofrecen prendas mezcladas con alpaca como H&M, Esprit, Zara (Inditex). Estas cadenas del segmento medio ofrecen colecciones rápidas y son más económicas que las boutiques independientes.

Almacenes grandes: Almacenes grandes maximizan la eficiencia logística y costos, trabajando con productos en consignación y plazos de pago largos. Por ejemplo

Bijenkorf, un almacén con productos más exclusivos, tiene un concepto de “shop-in-shop” dando una plataforma para varias marcas europeas que también usan alpaca, como por ejemplo **Closed** (DE), **Maje** (FR), **Vanilia** (NL), **Samsøe & Samsøe** (DK). Precios varían entre EUR 50 por un producto mezclado de oferta hasta EUR 300 por una prenda de alpaca de calidad.

Venta en línea: La venta en línea juega un papel importante en el comercio de la moda y el Internet asegura que se encuentre en el mercado fácilmente. Casi todas las cadenas y almacenes han establecido un canal de venta en línea, y ahora operan en diversos canales, así

también las tiendas en el segmento más exclusivo y adecuado para alpaca como **de Bijenkorf** y **G-Star Raw**, **Only for Men**.

Algunas de las tiendas más grandes de marcas y moda se han fundado exclusivamente en línea y operan a nivel internacional, como por ejemplo **Zalando**, **Boozt** y **Dress-for-less**. Y con las plataformas como de **Farfetch** y **NET-APORTER.COM**, moda de diseñadores ya no se vende exclusivamente por las boutiques sino también hasta la puerta del consumidor. En escala más local en los Países Bajos hay tiendas como **Artishock**. Y la empresa **Fashion Chick** compara la oferta de varias tiendas en línea.

Estructura del precio

Ejemplo de la estructura del costo de un suéter de 100% de alpaca

	Costo en Dólares	Costo en Euros	Precio acumulativo en Euros	Porcentaje costo en el precio final
Fibra (materia prima - 0,8kg) -perdida de 25%	8,00	6,84	6,84	5%
Hilo de alpaca* (0,6kg)	40,00	34,19	41,03	26%
Producción suéter tejido de punto	5,00	4,27	45,03	3%
Transporte	2,00	1,71	47,01	1%
Marketing & diseño (La marca)	14,00	11,97	58,98	9%
Distribución	3,00	2,56	61,54	2%
Venta minorista	82,66	70,65	132,19	54%
Precio final (excl. IVA)			132,19	100%
Precio final (incl. 21% IVA)	32,48	27,76	159,95	121%

*Cálculación por **ICI Business** en base de información disponible y puede variar dependiendo de la calidad, cantidad, empresa y segmento de mercado.

En los Países Bajos casi no se procesa fibra de alpaca. Para tener una referencia, se puede ver el costo del proceso en el Reino Unido de **The Natural Fibre** y **British Alpaca**, donde hay un estimado de 20 mil animales de alpaca (fuente: **Penrose**).

Ruta logística

El puerto de Rotterdam es la principal entrada para productos importados. La ruta Callao (Perú) a Rotterdam (Países Bajos) es una ruta logística común. Prendas de vestir, especialmente las de alto valor, también se transportan por vía aérea cuando hay presión de tiempo. Hay vuelos directos diarios de KLM de Lima a Ámsterdam.

Una estimación del flete base, transporte marítimo Callao – Rotterdam:

- USD 1500 por un contenedor regular de 20 pies.
- Las cargas adicionales pueden sumar a USD 1 100 a 1 200 (p.ej. manejo de terminal, ‘bunker charge’).

Costos por envío aéreo:

- Envío aéreo tiene un costo alrededor de USD 3 /kg (exclusivo de cargas de manejo).
- Servicio de paquetes (puerta a puerta) puede costar entre USD 6 y 25 por kilogramo.

Nauiera	Agente	Frecuencia
Maersk (Callao - Rotterdam)	Maerks Peru (511) 616-0202 www.maerskline.com/es-pe	Semanal
Hapag Lloyd (Callao - Rotterdam)	HAPAG-LLOYD.PERU.S.A.C. +51 1 411-6500 www.hapag-lloyd.com	semanal
Seatrade (Paita – Rotterdam)	AnkaSea SAC Trading Seatrade Peru Phone: +51 144 105 44 www.ankasea.com	Semanal
Hamburg Sud (Callao - Rotterdam)	Cosmos (511) 714-4444 / 714-4490 www.cosmos.com.pe	Semanal
Evergreen (Callao - Rotterdam)	GreenAndes Lima: (511) 616-8000 Arequipa: (51-54) 271393 www.greenandes.com.pe	Semanal
Mol (Callao - Rotterdam)	Mol Peru SAC (511) 611-9403 www.molpower.com	Semanal

08

8. Cadena de valor

Transporte aéreo	Depósito	Frecuencia
KLM (Jorge Chavez LIM – Schiphol AMS)	Au. Elmer Faucet 2823-Ofic 404 Lima (511) 571 5270 https://www.afklcargo.com	Diaria

Expedidores logísticos	Teléfono	Página web
GEODIS Geodis Wilson Peru	+51 1 613 5858 +51 1 619 3737	www.geodis.com
Kühne + Nagel	+51 1 612 0800	www.kn-portal.com
CEVA	+51 1 615 4505	www.cevalogistics.com/country/peru
Panalpina Transportes Mundiales	+51 1 202 6666	www.panalpina.com

Servicios de paquetes	Teléfono	Página web
DHL	+51 1 517 2500	http://www.dhl.com.pe
UPS	+51 1 264 0105	https://www.ups.com/pe/

Proveedores

El mercado holandés tiene muchos proveedores de prendas que incluye alpaca. Las marcas grandes generalmente producen en países de bajos costos donde mezclan la fibra de alpaca con otros materiales. Varias marcas grandes tienen una cadena de tiendas propias, lo que significa que manejan una cadena más o menos cerrada.

El mercado de prendas de alpaca pura (o con un gran porcentaje de fibra de alpaca) se encuentra principalmente con los proveedores pequeños, entre ellos se cuenta con diseñadores, importadores especializados de prendas de alpaca y marcas exclusivas.



Proveedores						
Empresas holandesas		Exterior	Característica del producto/ bien demandado	Precio estimado del producto / bien	Posición (es) de la empresa en la Cadena de Valor	Canal de Comercialización
(datos y web)	Facturación / Tamaño	País/Empresa				
Vero moda ueromoda.com	Grande	Empresa de Países Bajos / Dinamarca) Lista de fabricas de Bestseller	Moda mujer, mezclas con bajo porcentaje de alpaca	Segmento medio	Marca	Tiendas propias, otras tiendas (p.ej. de Open32)
Suitsupply eu.suitsupply.com	Grande	Producción: China 56,3%, Italia 16,2%, Romania 10,7%, (Perú 0,75%). Textiles: Italia (91,1%), Reino Unido 2,4%, China 6,4%. Ver página web	Trajes, suéteres, asesorías. Produce camisetas y chalinas en Perú (empresa: Rainbow Textile)	Segmento medio-alto	Marca	2017: 96 tiendas propias en 21 países en Europa, Norteamérica, Asia e venta en línea (18%)
Scotch&Soda scotch-soda.com	Grande	China: Dyontex Popmode limited. Turkey: Metraco. Tunisia: Denim Authority. India: Radnik Exports.	Pej.: Suéteres (mezcla con alpaca)	Segmento medio-alto	Marca	Internacional: 150 tiendas de la marca, tienda en línea, 8000 otros puntos de venta como almacenes grandes (Bijenkorf) o tiendas independientes (p.ej. https://www.vantilburg.nl)
G-Star g-star.com	Grande	Bangladesh (37%), China (31%), Vietnam (16%), India (14%). Ver página web	Jeans, tops, zapatos, asesorías. Pej.: Sueteres (mezcla con alpaca)	Segmento medio	Marca	615 tiendas en Países Bajos, de la marca e independientes. (Alemania 534 tiendas, Francia 397, USA 36, entre otros)
Sissy-Boy sissy-boy.com	Medio grande	Bulgaria, China, Macedonia, Grecia, India, Italia, Portugal en Turquía. (30% hecho en Europa). Ver: Sissy-Boy Social Responsibility	Pej.: Chalinas (mezcla con alpaca)	Segmento medio	Marca	40 tiendas en Países Bajos, Bélgica, Luxemburgo
Silvercreek silvercreek.nl	Medio-grande	Productores en China (81), India (54), Turquía (48), Túnez (19), Italia (18), Bulgaria (14), Portugal (11), entre otros	Pej.: Suéteres (mezcla con alpaca)	Segmento medio	Marca	62 tiendas de Open32
Vanilia uanilia.com	Mediano	Taller propio en Turquía	De alpaca: Suéteres. Además: Tops, camisas, cardiganes, chaquetas, vestidos, pantalones, zapatos, asesorías.	Segmento medio-alto	Marca	Tienda propia en línea, almacén De Bijenkorf, Boutiques
Natural Luxury naturalluxury.nl	Pequeño	Nepal, India	Mantas tejidas de cachemir y de piel, chales, tallado de madera	Segmento alto	Importador	Tiendas de interior y 'Lifestyle'

Proveedores							
Empresas holandesas		Exterior		Característica del producto/ bien demandado	Precio estimado del producto / bien	Posición (es) de la empresa en la Cadena de Valor	Canal de Comercialización
(datos y web)	Facturación / Tamaño	País/Empresa					
AaBe Textiles Trading B.V. aabe.nl	Medio pequeño	No conocido		Frazgadas, mantas de merino, lana y alpaca	Segmento medio-alto	Importador	hoteles
Scaapi scaapi.nl	Pequeño	Suráfrica, Afganistan (cachemira), Perú (alpaca)		Hilos (hilo de alpaca de comercio justo de Perú)	Segmento medio	Importador / distribuidor	Tiendas, p.ej. JaWol: www.ja-wol.com
Alpaca Loca alpacaloca.nl	Pequeño	Ecuador		Mantas, cojines, chales de alpaca (80%) de comercio justo	Segmento medio-alto	Marca	Tienda en línea (propia) & tiendas externas
Inkari inkari-alpaca.com	Pequeño	Perú		Pantuflas, chalinas, peluches, alfombras y almohadas - hecho a mano de productores artesanales	Segmento medio-alto	Marca	Tienda en línea (propia) y externa: 39 tiendas en Países Bajos, 7 en Bélgica, 2 en Francia, 1 en Nueva Zelanda
Inti Knitwear intiknitwear.com	Pequeño	700 tejedores locales en Otavalo, Ecuador. Fibra de Alpaca de Perú (Michell Group)		Prendas tejidas: Suéteres, cardiganes, gorros, chales, chaquetas	Segmento medio-alto	Marca	Venta externa en Países Bajos, Alemania, Bélgica: 79 tiendas en Países Bajos Entre ellos una tienda de una celebridad local: www.returntosender.nl
Arana arana.nl	Pequeño	Talleres en Bolivia y Perú		Prendas de 100% de alpaca, detalladas	Segmento medio-alto	Importador / diseñador	Tienda propia en línea, tiendas independientes, PeterHahn: www.peterhahn.com
ZAZU Amsterdam zaguumsterdam.nl	Pequeño	Hecho a mano en Otavalo, Ecuador		Prendas de punto elegantes para mujeres, de merino y alpaca.	Segmento alto	Marca	Tienda en línea y 5 tiendas independientes
Alpaca Products Benelux alpacaproducs.nl	Pequeño	Perú		Chalinas, medias, guantes, mantas	Segmento medio-alto	Importador / distribuidor	Tienda en línea, tiendas de moda e interior (p.ej. www.sleepcool.nl)
Opportuno opportuno.nl	Pequeño	No conocido		Camisas, suéteres, cardiganes de punto	Segmento alto	Marca / diseñadora	Venta vía 7 boutiques en Países Bajos (p.ej. Pauw, Artishok), y vía 28 tiendas internacionales
Joline Jolink jolinejolink.com	Pequeño	Producción en Bélgica, Portugal, Polonia y China.		Tops, faldas, pantalones y asesorías	Segmento alto	Diseñadora	Tienda propia
Kolk en Kolk kolkenkolk.nl	Pequeño	Elwang Denmark, con producción en Perú		Mantas, chalinas	Segmento medio-alto	Agente	Tiendas, tiendas en línea (utwonen.nl), almacenes grandes (De Bijenkorf)

Nota: La posición de la empresa refiere al proveedor. Es así que la empresa holandesa (local) es la marca. La marca manda a producir en diferentes fábricas. La mayoría tiene 100% control del proceso desde la producción.

Demandantes

Empresas demandantes son empresas que transforman o producen prendas dentro de la misma empresa. Empresas con producción en los Países Bajos o fábricas propias no hay muchos. La producción local existe en las iniciativas de pequeña escala como [Granny's Finest](#), donde reúnen mujeres

de edad para hacer tejidos a mano. Otras empresas productivas son DPDB, que tiene oficinas y fábricas aliadas en Estambul (Turquía) y en Shanghái (China) donde hacen tejidos para terceros, y AlpacaLuxe LAB que ofrece servicios de manufactura de tejidos en Perú.

Empresas demandantes					
Empresa (datos y web) / Marca(s)	País(es) de origen de las prendas de alpaca	Facturación general de la empresa	Características del producto/bien transformado	Certificaciones Requeridas	Posición(es) de la empresa en La Cadena de Valor
Grannys finest grannysfinest.com	Países Bajos	Pequeño	Accesorios tejidos para mujer, hombre, bebe y casa	N.d.	Productor/diseñador
DPDB - DuPon & DeBruin knitsonly.nl	Estambul, Shanghái	Mediano	Tops, camisetas, vestidos y chaquetas de punto	N.d.	Servicios de producción
AlpacaLuxe LAB alpaca-luxe.nl	Perú, sucursal España	Pequeño	Prendas tejidas a mano en Perú	N.d.	Servicios de producción

Comercializadores

La venta de prendas con alpaca hacia el consumidor se realiza por boutiques & tiendas independientes, almacenes grandes, tiendas de marca, y en línea (tiendas grandes y pequeñas). Para las mezclas y prendas con un menor porcentaje de alpaca, las tiendas de las marcas

grandes juegan un papel importante. Pero en el caso de prendas de alpaca exclusivas y producidas en Perú, los productos llegan principalmente a las tiendas pequeñas y boutiques independientes, o en las tiendas en línea de los mismos compradores con un canal de suministro en Perú.

Comercialización				
Empresa	Descripción del producto / bien de consumo final	País(es) de origen de las prendas de alpaca	Canal	Facturación / Tamaño
De Bijenkorf debijenkorf.nl	moda, productos de casa & más	varios; entre ellos las marcas Sandwich (DE), Samsoe & samsoe (DK), Maxmara (IT)	almacen grande	7 almacenes grandes en Países Bajos
PAUW pauw.com	moda exclusiva para hombres & mujeres	Marcas p.ej. Harris Wharf London (UK), Brunello Cucinelli (IT)	boutiques	25 tiendas para mujeres, 3 tiendas para hombres
Van Tilburg vantilburg.nl	moda para toda la familia	Marca, p.ej. Claudia Sträter (NL)	tiendas de moda	600 marcas, 3 tiendas, 1 tienda en línea
Open32 open32.nl	moda para hombre/mujer	marcas, p.ej. Vero Moda (NL/DK)	tiendas de moda	63 tiendas (NL) & venta en línea
Suitsupply eu.suitsupply.com	moda de hombre y moda a medida	Varios, entre ellos Italia	tiendas de moda	2017: Facturación EUR 245,6 y 96 tiendas propias en 21 países en Europa, Norteamérica, Asia. & venta en línea (18%)
G-Star g-star.com	especializada en denim, para mujeres y hombres	Varios, entre ellos China	tiendas de moda	615 tiendas en Países Bajos, de la marca e independientes. (Alemania 534 tiendas, Francia 397, USA 36, entre otros)
Scotch&Soda scotch-soda.com	Moda con colecciones completas para hombres, mujeres y niños.	Varios, entre ellos China	tiendas de moda	Internacional: 150 tiendas de la marca

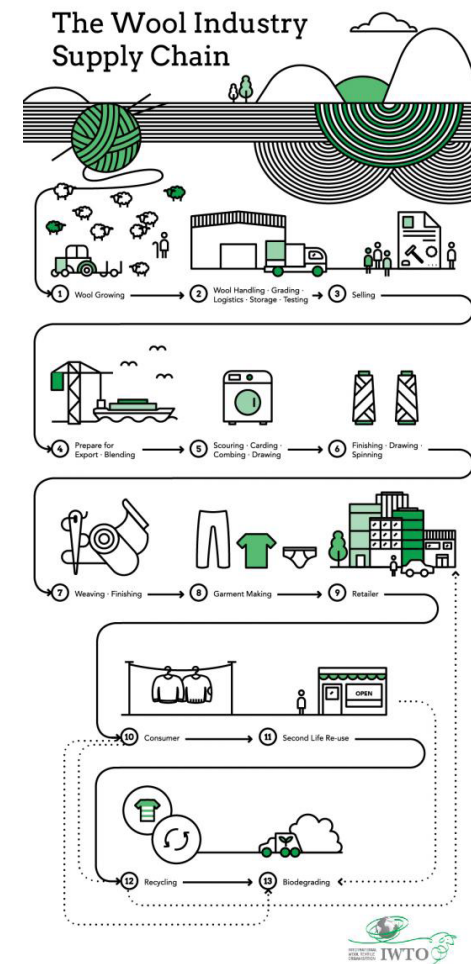
Comercialización				
Empresa	Descripción del producto / bien de consumo final	País(es) de origen de las prendas de alpaca	Canal	Facturación / Tamaño
Sissy-Boy sissy-boy.com	moda y lifestyle, para mujeres, hombres e niños y casas.	Varios, entre ellos China, Italia	tiendas de moda	40 tiendas en Países Bajos, Bélgica, Luxemburgo
Incadream incadream.nl	Suéteres, ponchos, chales, gorros, asesorías, mantas - diseño tradicional	Perú	tienda	pequeño
Alpaca Fashion alpaca-fashion.nl	Suéteres, asesorías, mantas (de Apu Kuntur, Perú)	Perú	tienda en línea, mercados de Navidad	pequeño
Bello e Eco bello-eco.com	Vestidos, cardigans de alpaca entre otros	Huaraz, Perú	Tienda propia en línea	Venta en Países Bajos, Bélgica
PeterHahn peterhahn.com	moda exclusiva	varios, multi-marca	tienda en línea	grande
Zalando zalando.nl	marcas de moda, segmento medio y alto	varios, multi-marca	tienda en línea	>USD 5 mil millones
Boogt boogt.com	marcas de moda, segmento medio y alto	varios, multi-marca	tienda en línea	600 marcas, fact. aprox. USD 224 millones
Return to Sender returntosender.nl	pequeñas marcas de moda	n.d.	tienda en línea	pequeño
SleepCool sleep-cool.nl	textiles interiores	marcas, p.ej. AaBe (NL)	tienda	N.d.
VT Wonen utwonen.nl	textiles e productos interiores	n.d.	tienda en línea	N.d.

La cadena de valor

El hecho es que Perú todavía exporta mucha materia prima como fibra de alpaca. Pocas empresas peruanas la procesan a hilos y productos finales para el mercado internacional. Existen varias maneras de crecer en los Países Bajos en el comercio de prendas y textiles de alpaca, las cuales pueden ser diferentes para empresas pequeñas y grandes y dependen de la escala en la cadena y del poder de invertir.



The Wool Industry Supply Chain



Fuente: [International Wool Textile Organization](https://www.iwto.org/)

Estrategia I: ESPECIALIZACIÓN - Enfocar en la producción de 100% alpaca

- 100% alpaca o similar
- Trabajar con marcas pequeñas o exclusivas
- Promocionar: alpaca como material, hecho a mano, comercio justo, origen

Para Perú sería más fácil distinguirse con los productos con un alto porcentaje de alpaca o de pura alpaca. De esa manera se compite menos con los productores grandes a nivel mundial que predominantemente fabrican productos con alpaca mezclada. El mercado objetivo en este caso sería empresas especializadas o marcas más exclusivas; la mayoría de estos negocios en los Países Bajos son pequeños o medianos.

Compradores en los Países Bajos trabajan con talleres pequeños en Perú, Bolivia o Ecuador. Algunos de ellos se perfilan con productos hechos a mano o de comercio justo, y tienen una red organizada de tejedoras. Ecuador (Otavalo) es un proveedor fuerte de trabajo a mano, por ejemplo para las empresas [Inti Knitwear](#) y [ZAZU Amsterdam](#).

Estrategia II: PRODUCCIÓN – Producir mezclas de calidad bajo marca privada

- Ser competitivo con otros países productivos
- Cooperar con empresas de marca
- Enfocar en productos (semi-)exclusivos y mezclas

Las marcas de moda son los actores centrales en la cadena integrada. En el caso de las marcas grandes, ellos tienen sus propios diseñadores o por lo menos tienen mucha influencia en el diseño de los productos. Muchas de las empresas mencionadas previamente, como [G-Star](#), [Suit Supply](#), [Scotch&Soda](#), producen un gran volumen de prendas, pero no están especializados en alpaca. La producción de esas prendas se realiza principalmente en Europa o Asia.

La razón simple para producir en países asiáticos es la combinación de los costos bajos y el alto grado de mezclas y posibilidades, lo que garantiza que el comprador tenga el material, diseño y costo que desea. La mezcla de materiales puede reducir los costos, pero también puede crear un producto popular que sea de

buen calidad y con las propiedades adecuadas, por ejemplo, fácil de usar y lavar.

En resumen, es muy importante elaborar prendas competitivas con buenas mezclas de materiales. Un (otro) argumento para producir prendas con mayor porcentaje de alpaca en Perú sería para disminuir la huella de carbono. Si los materiales vienen principalmente de Perú, es más sostenible producir el producto final localmente antes de importarlo.

Estrategia III: INTEGRACIÓN - Desarrollar una marca propia

- Integrar la cadena con presencia en los Países Bajos / Europa
- Trabajar con representantes o pequeños negocios

- Enfocar en diseño propio, segmento alto y mercadotecnia

En una cadena más integrada desde Perú, se puede realizar ventas más directas o añadir valor por una marca propia. Como proveedor de una marca hay que conocer bien el mercado y los gustos del país. Para establecer una marca de un tamaño significativo se necesita una gran inversión para establecer una presencia y marketing local. Es así donde la oportunidad de vender directamente o mediante las plataformas en línea como [Peter Hahn](#) y [Zalando](#) o almacenes grandes y cadenas de moda exclusiva como [De Bijenkorf](#) o [PAUW se incrementa](#). Sin marketing o una sucursal es mejor buscar el éxito en los canales nichos.

	Especialización	Producción	Integración
Empresa	Productor artesanal / profesional / de productos exclusivos	Productor con proceso industrial	Productores grandes con marca propia
Producto	Productos de 100% alpaca, o similar Exclusivos de alta calidad Marca propia o privada	Mezclas con alpaca de buena calidad Segmento medio-alto Marca privada	100% alpaca o mezclas Segmento alto y medio-alto Marca propia
Estrategia	Cooperar con empresas especializadas que suministran las tiendas independientes y boutiques especializadas	Cooperación con empresas de marca. Producir con eficiencia / por volumen.	Realizar integración hacia adelante y establecer la marca con venta más directa. Usar canales como grandes almacenes y tiendas en línea. Abrir tiendas propias (opcional).
Necesidad	Poder producir volúmenes bajos, y ofrecer tejido a mano (opcional).	Flexibilidad y ofrecer una variedad de materiales, colores, estampados y mezclas.	Alta Inversión en marketing y presencia local (oficina o distribuidor).
Ventaja	Promocionar el origen; vender la historia del producto.	Amplificar el mercado en el segmento medio-alto.	Tener control de una gran parte de la cadena, maximizando el valor agregado.
Desventaja	Exigencias de calidad, uniformidad.	Mucha competencia de productores en Asia.	Difícil de financiar una cadena larga: Los almacenes toman productos en consignación y pagan después de 2-3 meses.
Ejemplos de clientes	Inkari, Arana, Alpaca Products Benelux, Opportuno	SuitSupply	De Bijenkorf, Pauw, Peter-Hahn, Zalando

Para llegar a ser un exportador de productos mezclado de alpaca no es fácil por la alta competencia de Asia, e integrar la cadena con una marca propia es un paso largo que requiere mucha inversión.

Hasta ahora la especialización en productos de alta calidad y de pura alpaca ha demostrado ser la mejor estrategia para Perú. Una gran parte de los proveedores en Perú son pequeños o medianos, y encuentran dificultades en los tiempos de entrega y la uniformidad de productos, pero al mismo tiempo logran exportar productos finales como prendas de vestir y textiles de hogar.

Otras recomendaciones

La retroalimentación de compradores y profesionales en el comercio de alpaca resulta en las siguientes recomendaciones:

Crear conciencia: Alpaca es un material relativamente desconocido. Algo que necesita el mercado holandés es crear conciencia por los productos de alpaca, sus características y beneficios. Al promover alpaca como material sostenible, natural, auténtico y de alta calidad, se puede ayudar al consumidor a familiarizarse con el producto y aumentar el comercio. Esta idea es apoyada por los profesionales holandeses en el comercio de productos de alpaca.

Posicionamiento: Similar a crear conciencia es el posicionamiento de productos de alpaca en el mercado holandés, eligiendo el segmento y su público objetivo. El segmento medio alto y exclusivo deben ser el objetivo principal. Para crear una imagen exclusiva se debe comunicar la historia completa en torno a los productos de alpaca, que no solo promueve sus principales beneficios, pero también lo vincula a otras características principales como la responsabilidad social empresarial, el buen bienestar animal y la sostenibilidad, tres factores importantes para los clientes holandeses. Las características y la conciencia de los clientes pueden justificar el alto precio de los productos de alpaca. Otra forma que podría beneficiar la imagen de alpaca sería si los diseñadores europeos conocidos trabajaran con lana de alpaca. Hacer arreglos con ellos podría aumentar la popularidad.

Precio: Consumidores en los Países Bajos están muy conscientes de los precios. Para llegar al segmento medio-alto es importante comercializar productos de alpaca con precios razonables que los consumidores estén dispuestos a pagar. Algunas maneras de bajar los precios podrían ser por ejemplo usar cadenas cortas de suministro disminuyendo el número de intermediarios y ofreciendo mezclas de alpaca con otros materiales.

09

9. Perfil del comprador

Transparencia: Los profesionales en el sector en los Países Bajos argumentan que a veces falta de transparencia en Perú, por ejemplo, el bienestar y los salarios justos con los agricultores. Hoy en día muchas empresas de marca publican los nombres y el desempeño de sus fábricas en el tema de la responsabilidad social. En el comercio más nicho de alpaca de Perú la transparencia es menos común. Para asegurar la posición de Perú y la reputación de la alpaca para el futuro, es necesario que la cadena de suministro esté organizada de manera abierta.

Consistencia de calidad: Las empresas de moda y los mayoristas holandeses necesitan la seguridad de siempre tener la calidad prometida del producto de alpaca.

Cuando la calidad no es conforme las especificaciones, esto podría dañar significativamente la imagen del proveedor. Como Perú todavía es un origen bastante desconocido para muchas empresas holandesas de moda los proveedores que dejan una mala impresión pueden influenciar en la decisión de seguir trabajando con Perú en general.

Ampliar objetivo: El mercado de productos de alpaca en el segmento exclusivo es limitado. Como productor de Perú es importante amplificar el mercado objetivo a nivel europeo. Además, con mayor presencia en Europa se puede tener más éxito en los Países Bajos también.

La siguiente tabla muestra una lista de compradores o marcas, complementado con sus proveedores y mercados destino. En el anexo hay una selección de perfiles más detallados.

Proveedor / origen	Marca / comprador	Características	productos	Canal de venta
Nepal, India	Natural Luxury www.naturalluxury.nl	Importador de productos asesorías de casa, segmento alto	Mantas tejidas de cachemir y de piel, chales, tallado de madera	Tiendas de interior y 'Lifestyle'
No conocido	AaBe Textiles Trading B.V. https://www.aabe.nl	Trabaja bajo el mismo nombre de un productor original	Fragadas, mantas de merino, lana y alpaca	Hoteles
Shanghái, Estambul (oficinas propias)	DPDB - DuPon & DeBruin www.knitsonly.nl	Productor de marca privada	tops, camisetas, vestidos y chaquetas de punto	Mayoristas, almacenes grandes
Lista de fábricas de Bestseller	Vero moda https://www.veromoda.com	Marca de Bestseller (Dinamarca), fast fashion, segmento medio	Moda mujer, mezclas con bajo porcentaje de alpaca	Tiendas propias, otras tiendas (p.ej. de Open32)
Producción propia, Países Bajos	Grannys finest https://www.grannysfinest.com/	Productor & diseñador	Accesorios tejidos para mujer, hombre, bebe y casa	Tiendas independientes en Países Bajos, Alemania, Bélgica, Reino Unido & webshop/ tienda propia

Proveedor / origen	Marca / comprador	Características	productos	Canal de venta
Suráfrica, Afganistán (cachemira), Perú (alpaca)	Scaapi https://www.scaapi.nl	Importador e distribuidor de hilos 150 clientes en Alemania, Bélgica, Países Bajos	Hilos (hilo de alpaca de comercio justo de Perú)	Tiendas, p.ej. JaWol https://www.ja-wol.com/
Ecuador	Alpaca Loca www.alpacaloca.nl	Marca de productos de alpaca	Mantas, cojines, chales de alpaca (80%) de comercio justo	Tienda en línea (propia) e tiendas externas
Perú	AlpacaLuxe LAB www.alpacaluxe.nl	Mayorista. Empresa con sucursales en Países Bajos y España.		
Perú	inkari https://www.inkari-alpaca.com	Marca de productos de alpaca	Pantuflas, chalinas, peluches, alfombras y almohadas - hecho a mano de productores artesanales	Tienda en línea (propia) y externa: 39 tiendas en Países Bajos, 7 en Bélgica, 2 en Francia, 1 en Nueva Zelanda
700 tejedores locales en Otavalo, Ecuador. Fibra de Alpaca de Perú (Michell Group)	Inti Knitwear https://www.intiknitwear.com	Marca de prendas de alpaca	Prendas tejidas: Suéteres, cardigans, gorros, chales, chaquetas	Venta externa en Países Bajos, Alemania, Bélgica: 79 tiendas en Países Bajos Entre ellos una tienda de una celebridad local: www.returnto-sender.nl
Pequeños productores en Perú	Incadream https://www.incadream.nl	Compradora y tienda desde 2010, Fundadora Peruana	Suéteres, ponchos, chales, gorros, asesorías, mantas. Diseño tradicional	Tienda propia en línea Venta en Países Bajos, Bélgica

Proveedor / origen	Marca / comprador	Características	productos	Canal de venta
Talleres en Bolivia y Perú	Arana https://arana.nl/	Importador y diseñador de prendas exclusivas de alpaca desde 1991	Prendas de 100% de alpaca, detalladas	Tienda propia en línea, Tiendas independientes, Peter Hahn: www.peterhahn.com
hecho a mano en Otavalo, Ecuador	ZAZU Amsterdam http://www.zazuamsterdam.nl	Marca desde 2016, enfocada en el comercio justo y respetando el medio ambiente	Prendas de punto elegantes para mujeres, de merino y alpaca.	Tienda en línea y 5 tiendas independientes
Huaraz, Perú (la colección de alpaca)	Bello e Eco https://www.bello-eco.com	Comercializador de prendas de vestir sostenibles y de comercio justo.	Vestidos, cardigans de alpaca entre otros	Tienda en línea
Producción: China 56,3%, Italia 16,2%, Rumania 10,7%, (Perú 0,75%). Textiles: Italia (91,1%), Reino Unido 2,4%, China 6,4% Ver: Lista de fábricas	Suitsupply https://eu.suitsupply.com	Marca: moda de hombre y moda a medida Facturación EUR 245,6 (2017)	Trajés, suéteres, asesorías. Produce camisetas y chalinas en Perú (empresa: Rainbow Textile)	2017: 96 tiendas propias en 21 países en Europa, Norteamérica, Asia. e venta en línea (18%)
Taller propio en Turquía	Vanilia https://vanilia.com	Marca y diseñador de prendas con materiales exclusivos para mujeres	De alpaca: Suéteres. Además: Tops, camisas, cardigans, chaquetas, vestidos, pantalones, zapatos, asesorías.	Tienda propia en línea, almacén De Bijenkorf, Boutiques

Proveedor / origen	Marca / comprador	Características	productos	Canal de venta
Productores en China (81), India (54), Turquía (48), Túnez (19), Italia (18), Bulgaria (14), Portugal (11), entre otros	Silvercreek https://www.silvercreek.nl	Marca de moda mujer/hombre y lifestyle. Inversorista: Standard Investment (antes: Brand Retail Group)	P.ej.: Suéteres (mezcla con alpaca)	62 tiendas de Open32
China: Dyontex Popmode limited. Turkey: Metraco. Tunisia: Denim Authority. India: Radnik Exports.	Scotch&Soda https://www.scotch-soda.com	Marca de moda con mezclas de materiales y diseños. Moda con colecciones completas para hombres, mujeres y niños.	P.ej.: Suéteres (mezcla con alpaca)	Internacional: 150 tiendas de la marca, tienda en línea, 8000 otros puntos de venta como almacenes grandes (Bijenkorf) o tiendas independientes (p.ej. https://www.vantilburg.nl)
Bangladesh (37%), China (31%), Vietnam (16%), India (14%) Ver: mapa de productores de G-Star	G-Star https://www.g-star.com	Marca especializada en denim, para mujeres y hombres, desde 1989	Jeans, tops, zapatos, asesorías. P.ej.: Suéteres (mezcla con alpaca)	615 tiendas en Países Bajos, de la marca e independientes. (Alemania 534 tiendas, Francia 397, USA 36, entre otros)
Bulgaria, China, Macedonia, Grecia, India, Italia, Portugal en Turquía. (30% hecho en Europa). Ver: Sissy-Boy Social Responsibility	Sissy-Boy https://www.sissy-boy.com	Marca de moda y lifestyle, para mujeres, hombres e niños y casas.	P.ej.: Chalitas (mezcla con alpaca)	40 tiendas en Países Bajos, Bélgica, Luxemburgo

Proveedor / origen	Marca / comprador	Características	productos	Canal de venta
Perú	Alpaca Products Benelux http://www.alpacaproducts.nl/	Marca Nasqa. Especializado en alpaca Desde 2008	Chalinas, medias, guantes, mantas	Tienda en línea, tiendas de moda e interior (p.ej. www.sleepcool.nl)
Perú (Apu Kuntur)	Alpaca Fashion http://www.alpacafashion.nl	Comercializador de productos de alpaca, especializado en alpaca	Suéteres, asesorías, mantas	Tienda en línea, mercados de Navidad
No conocido	Opportuno https://opportuno.nl/	Marca diseñadora con raíces colombianas, enfocada en prendas tejidas exclusivas	Camisas, suéteres, cardiganes de punto	Venta vía 7 boutiques en Países Bajos (p.ej. Pauw, Artishok), Bélgica 12, Francia 4, Suiza 4, Alemania 3, Reino Unido 1, Austria 1, Irlanda 1, Japón 1, Corea del Sur 1
Producción en Bélgica, Portugal, Polonia y China.	Joline Jolink https://www.jolinejolink.com	Diseñadora de moda femenina, materiales sostenibles, relación directa con productor y consumidor	Tops, faldas, pantalones y asesorías	Tienda propia
Elwang Denmark, con producción en Perú	Kolk en Kolk https://www.kolkenkolk.nl	Representante (agente) de la marca Elwang Denmark y otras marcas de lifestyle y diseño interior	Mantas, chalitas	Tiendas, tiendas en línea (utwonen.nl), almacenes grandes (De Bijenkorf)

10

10. Actividades de promoción

Proveedor / origen	Marca / comprador	Características	productos	Canal de venta
varios	De Bijenkorf https://www.debijenkorf.nl	Almacén grande con moda y productos de marca exclusivos, segmento alto y medio-alto	Incluye marcas que usan alpaca, p.ej.: Closed (DE), Maje (FR), Vanilia (NL), Samsøe & Samsøe (DK).	7 almacenes grandes en Países Bajos
varios	PAUW https://pauw.com	Cadena de boutiques con moda exclusiva de marca Pauw e independiente, alto segmento	Incluye marcas que usan alpaca, p.ej.: Harris Wharf (UK)	28 tiendas Países Bajos, 150 internacional



10.1. Ferias y exhibiciones

Para causar interés en los compradores potenciales con un producto de alpaca es importante que ellos puedan ver y sentir el producto. Las ferias de moda son buenas ocasiones para mostrar un producto y conocer compradores o socios potenciales. La mayoría de las empresas en los Países Bajos trabajan internacionalmente y es recomendable visitar o participar en ferias a nivel europeo. Algunas de las ferias y eventos están principalmente centradas en la moda holandesa (o del respectivo país), pero pueden ser interesantes para visitar y conocer diseñadores.

Ferias y eventos en los Países Bajos			
Amsterdam Fashion Week (AFW)	Nacional	amsterdamfashionweek.nl	Amsterdam Fashion Week (AFW) es un evento semestral que celebra la moda holandesa a través de desfiles, pasarelas, presentaciones y eventos. La AFW ofrece una plataforma física y virtual a diseñadores en la industria holandesa de la moda y la belleza, pero también cubre temas relacionados como el arte, el diseño de interiores y el diseño gráfico. Este evento es principalmente interesante para productores que ya trabajan con diseñadores holandeses.
The Dutch Sustainable Fashion Week	Nacional, anual en octubre	dsfw.nl	Evento extendido a diferentes ciudades donde diseñadores nuevos y establecidos muestran sus productos innovadores y sostenibles a un público grande de 900.000 consumidores, empresas, organizaciones y minoristas. Este evento puede ser interesante para la alpaca como producto sostenible, pero principalmente para productores que ya trabajan con diseñadores holandeses.
SoulSalon	Ámsterdam, enero 2018, 2019	soulsalon.nl	Feria comercial de moda progresiva de Ámsterdam, presentando más de 100 marcas de colecciones de diseño auténtico y productos de estilo de vida. Un evento nuevo desde 2017.

Modefabriek	Ámsterdam, 20-21 enero 2019	modefabriek.nl	Modefabriek es un evento bianual de moda que combina negocios e inspiración, desde 1996. Modefabriek es una mezcla de presentaciones de marcas, desfiles de moda, exposiciones, tiendas, charlas, comidas y bebidas, música y más.
FashionDays	Ámsterdam Bi-anual World Fashion Centre,	fashiondays.nl	El World Fashion Center es accesible a los consumidores dos veces al año durante FashionDays. El World Fashion Centre en Ámsterdam es un centro de comercio de moda con más de 200 salas de exposición y numerosas marcas / etiquetas nacionales e internacionales. Ideal para la promoción de marcas de alpaca hacia el consumidor.
WFC Fashion Fair	Ámsterdam World Fashion Centre, (7-8 agosto 2018)	wfcfashion-fair.nl	Una nueva feria de moda en el World Fashion Centre Amsterdam.

Ferias y eventos internacionales

Intertext Milano	Milano 10-12 julio 2018 (edición 33)	intertext-milano.it	Evento europeo de prendas de vestir y prendas de punto, abierta a los productores y exportadores de todo el mundo. Expositores de 22 países participan, principalmente fabricantes de telas para ropa de mujer, hombre y niños, cordones, bordados, telas de punto y tejidos, pero también accesorios, hilos y prendas de vestir. IntertextMilano, junto con Ready to Show, se lleva a cabo en el mismo período que MILANO UNICA.
Milano Unica	Milano	milanounica.it	Exposición más importante de telas y accesorios italianos. 475 expositores (2018) y alrededor de 10.000 compradores italianos, europeos e internacionales estarán en Milán durante este período.
Pitti Immagine Filati	Pitti Filati 84 23-25 January 2019	pittimmagine.com	Exposición sobre hilados, fibras y tejidos de punto. El principal evento internacional para la industria del hilo de tejer, un laboratorio de investigación y un observatorio de las tendencias del estilo de vida global.
Fashion week	London, Milan, Paris	fashionweek-dates.com	Los capitales de la moda como Londres, Milán y París tienen cada uno momentos importantes para mostrar nuevas colecciones. Las fechas están comunicadas en la página web.
Fashion week berlin	Berlin, bianual 3-7 julio 2018 15-18 enero 2019	fashion-week-berlin.com	En la Semana de la Moda de Berlín, entusiastas de la moda, compradores, visitantes profesionales y representantes de los medios se reúnen en espectáculos y premios, se informan en ferias comerciales, y visitan exposiciones y eventos fuera del sitio.
Apparel Sourcing Paris & Shawls & Scarves Paris	Paris, Bianual 17. – 20. septiembre 2018	apparel-sourcing-paris.fr . messefrankfurt.com	Apparel Sourcing Paris y Shawls & Scarves son ferias internacionales de moda organizadas por Messe Frankfurt France (MFF). Apparel Sourcing Paris cuenta con más de 600 expositores internacionales y es un evento para el abastecimiento de prendas de vestir en Europa: prendas de punto, ropa casual, ropa deportiva, ropa de calle y ropa corporativa.
Who's Next.	París, bianual: enero & sept 7-10 sept. 2018	whosnext-tradeshows.com	Feria internacional de moda femenina en Europa con 20 años de existencia, 46.600 visitantes y alrededor de 600 marcas francesas e internacionales. Lugar: Centro de Exposiciones Porte de Versailles.

Gallery	Düsseldorf, Bianual: Enero y julio	gallery-duessel-dorf.com	Cada temporada, más de 800 marcas de alta calidad se presentan en la feria. Düsseldorf está cerca de los Países Bajos y es el hogar de oficinas principales de la industria de la moda.
Pure London	Londres, bianual 22-24 Jul 2018	purelondon.com	La feria de moda más grande del Reino Unido desde ropa de mujer premium hasta accesorios y calzado. Al mismo tiempo presenta Pure Conscious, Pure Man, Pure Origin. Lugar: Olympia London
Copenhagen Int'l Fashion Fair (CIFF) e Copenhagen Fashion Week	Copenhague bianual 8-10 agosto 2018	cifff.dk	Una de las ferias de moda más grandes y de mayor duración en Europa y da la bienvenida a casi 2000 marcas en más de 60,000 metros cuadrados de espacio de exhibición. CIFF es un buen punto de partir para conocer la moda de los países nórdicos.
Panorama Berlin	Berlin, 15-17 enero 2019	panorama-berlin.com	Una feria de moda que comenzó en 2013 y presenta más de 800 marcas en más de 45,000 metros cuadrados de espacio expositivo. ropa formal y casual, contemporánea, denim, accesorios, zapatos, moda sostenible, tallas grandes, una selección de productos de estilo de vida.
Moda UK	Birmingham Bianual 5-7 agosto 2018	moda-uk.co.uk	Colecciones de marcas líderes en moda femenina, masculina, calzado y accesorios con más de 10,000 compradores de moda, prensa y personas influyentes. Lugar: NEC Birmingham
Heimtextil	Frankfurt 8-11 enero 2019	heimtextil.messefrankfurt.com	Heimtextil es un evento global de la industria para textiles interiores, diseño de interiores y tendencias de interiores. 2975 empresas expositoras y 70 mil visitantes de 135 países participan.
Maison et Objet	París, enero y septiembre	maison-objet.com	Feria para accesorios decorativos, decoración y soluciones interiores, incluyendo accesorios de moda y textiles de hogar.
Innatex	Rhein-Main 28-30 julio 2018	innatex.muveo.de	INNATEX es la una feria de textiles naturales que no solo presenta moda, sino también otras categorías de productos textiles como accesorios, textiles para el hogar, telas, juguetes, entre otros.

10.2. Publicaciones especializadas

Publicaciones, revistas y fuentes de información		
Textilia	textilia.nl	Fuente de información periodística para profesionales de la moda.
FashionUnited	fashionunited.nl	Plataforma para la industria de la moda con las últimas noticias de moda, vacantes de moda, información de la industria y bolsa de trabajo para la moda.
Vakblad Mannenmode	vakbladmannenmode.nl	Revista para moda de hombres
Vakblad Vrouwenmode	vakbladvrouwenmode.nl	Revista para moda de mujeres
Vogue	vogue.nl	Revista para consumidores de moda
Elle	elle.com/nl	Revista para consumidores de moda y estilo de vida

11

11. Oficinas y gremios

Oficinas y gremios		
Modint	modint.nl	La red comercial de fabricantes, importadores, agentes y mayoristas en prendas de vestir, accesorios de moda, alfombras y textiles (interiores). Asociación con aproximadamente 600 compañías conectadas.
World Fashion Centre	worldfashioncentre.nl	El World Fashion Center (WFC) es un lugar en Ámsterdam donde 300 empresarios (de moda) dirigen sus negocios.
Alpaca Association Benelux	alpaca-benelux.com	Asociación para criar y promocionar alpaca en el Benelux (Bélgica, Países Bajos y Luxemburgo)
European Apparel and Textile Confederation	euratex.eu	EURATEX es La Confederación Europea de La Industria de prendas y textiles

Organizaciones recomendables para buscar agentes / representantes		
organización	descripción	Enlace
Nederlandse vereniging van kleding- en textielagenten / importeurs (NVKT)	Asociación holandesa de agentes / importadores de textiles y prendas de vestir	http://www.nukt.nl
Vereniging Interieur Importeurs & Agenten (VIA)	Asociación de importadores y agentes de interiores	https://www.via.nu
Verbond Nederlandse Tussenpersonen (VNT)	Asociación de Intermediarios Holandeses	https://www.vnt.org
Commercial Agents Benelux	Agentes comerciales en Bélgica, Países Bajos y Luxemburgo.	https://www.commercialagents-benelux.com

12

12. Fuentes de información

Fuentes profesionales

Marina Toeters – Diseñadora, investigadora & conferencista en la tecnología de la moda

Ellen Sillekens – CEO Studio Sillekens

Edwin Belt – Especialista de moda en INretail

Antonio Barberi Ettaro – Consultor senior de comercio internacional & compras en Modint

Fuentes de investigación de escritorio

Agrobanco/UNALM [Guía técnica](https://www.agrobanco.com.pe/data/uploads/ctecnica/005-a-alpaca.pdf) 2012 - <https://www.agrobanco.com.pe/data/uploads/ctecnica/005-a-alpaca.pdf>

Centraal Bureau voor Statistiek (CBS) – Oficina central para estadísticas:

- <http://statline.cbs.nl/Statweb/>
- <https://www.cbs.nl/nl-nl/onze-diensten/methoden/classificaties/producten/standard-international-trade-classification/standard-international-trade-classifi->

[cation--siltc-3--](https://www.cbs.nl/nl-nl/deelnemers-enquetes/deelnemers-enquetes-bedrijven/onderzoek/lopending/internationale-handel-in-goederen/idep-codelijsten)

- <https://www.cbs.nl/nl-nl/deelnemers-enquetes/deelnemers-enquetes-bedrijven/onderzoek/lopending/internationale-handel-in-goederen/idep-codelijsten>
- <https://www.cbs.nl/nl-nl/nieuws/2017/35/minder-fysieke-meer-online-kledingwinkels>
- <https://www.cbs.nl/nl-nl/nieuws/2004/05/de-neer-gang-van-de-textielindustrie>

ITC Trademap - <https://www.trademap.org/>

SUNAT aranceles - <http://www.sunat.gob.pe/legislacion/procedim/normasadu/gja-04.htm>

Banco Mundial (Worldbank) - https://wits.worldbank.org/CountryProfile/en/Country/NLD/Year/2016/Trade-Flow/Import/Partner/by-country/Product/50-63_TextCloth

Statista - <https://www.statista.com/statistics/668855/netherlands-forecast-apparel-market-value/>

Comisión Europea Trade Helpdesk, -
<http://trade.ec.europa.eu/tradehelp/es>

La Fiscalidad y Unión Aduanera (TARIC)
 - http://ec.europa.eu/taxation_customs/dds2/taric/taric_consultation.jsp?Lang=es

Legislación Europea - <https://eur-lex.europa.eu/homepage.html?locale=es>

Andina 2017, 2018:

- <http://andina.pe/ingles/noticia-peru-biggest-alpaca-fiber-producer-in-the-world-677500.aspx>
- <http://andina.pe/ingles/noticia-peru-alpaca-fiber-exports-expanded-110-in-jannou-2017-695766.aspx>

Retailtrends.nl, 2017: <https://retailtrends.nl/news/48293/-lsquo-nederlandse-textielindustrie-bezig-aan-comeback-rsquo->

Financieel Dagblad (FD.nl) 2017: <https://fd.nl/ondernemen/1194295/textielindustrie-steekt-voorzichtig-de-kop-weer-op>

FashionUnited - <https://fashionunited.nl/>

Textilia - <https://www.textilia.nl/>

International Wool Textile Organization -
<http://www.iwto.org/wool-supply-chain>

Centre for the Promotion of Imports from developing countries (CBI)

- <https://www.cbi.eu/market-information/apparel/>
- <https://www.cbi.eu/market-information/apparel/alpaca/europe/>
- <https://www.cbi.eu/market-information/home-decoration-textiles/>

Alpaca Culture - http://alpacaculture.com/index.php?option=com_content&view=article&id=952:peru-has-the-world-s-largest-population-of-alpacas&catid=39:-south-america&Itemid=50

Oxford Business Group - <https://oxfordbusinessgroup.com/analysis/fabric-nation-arequipa-sits-centre-growing-global-alpaca-business>

Penrose - <https://www.penroseproducts.com/benefits>

APLF - <http://www.aplf.com/en-US/leather-fashion-news-and-blog/news/36888/alpaca-peruvian-alpaca-fibre-brabds-hold-80-of-world-production>

Otras fuentes:
[gemiddeld-inkomen.nl](http://www.gemiddeld-inkomen.nl)
[Berekenhet.nl](http://www.Berekenhet.nl)
[NFC Index](http://www.NFCIndex.nl)

Nederlandse vereniging van makelaars (NVM)
[Energievergelijker.nl](http://www.Energievergelijker.nl)
[internetten.nl](http://www.internetten.nl)



2019



PERÚ

Ministerio
de Comercio Exterior
y Turismo