

Perfil de **Prendas de Alpaca** del mercado de Estados Unidos



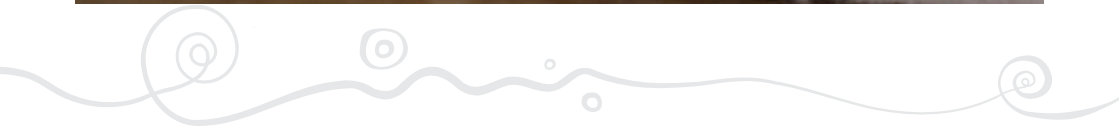
PERÚ

Ministerio
de Comercio Exterior
y Turismo




“Este perfil de producto ha sido realizado en el mercado de Estados Unidos por la consultora Angiolina Galluccio, utilizando fuentes primarias y secundarias. El trabajo realizado por la consultora ha sido supervisado y validado por la OCEX Nueva York y ha contado con la colaboración de la Dirección de Desarrollo de Mercados Internacionales del MINCETUR y PROMPERÚ. Se autoriza la reproducción de la información contenida en este documento siempre y cuando se mencione la fuente: MINCETUR. Plan de Desarrollo de Mercado de Estados Unidos”





Índice

Introducción	6
Metodología de Estudio	8
1. Evaluación del Mercado	10
1.1 Tamaño del mercado	10
2. Análisis de la Demanda	28
2.1 Usos y formas de consumo	28
2.2 Regiones/sectores de mayor consumo dentro del mercado	35
2.3 Perfil, tendencias del Consumidor y perspectivas del mercado	37
2.4 Ventajas del producto peruano y competencia	39
3. Auditoría en tiendas	42
4. Condiciones de Acceso al Mercado	46





4.1 Aranceles	46
4.2 Requisitos específicos de los importadores - compradores	49
4.3 Barreras, estándares y normas	51
5. Comercialización y Distribución	58
5.1 Canales de distribución y comercialización	60
6. Información Adicional	69
6.1 Oficinas/ Gremios en el mercado	69
6.2 Ferias Comerciales	70
7. Fuentes de Información	75
8. Anexos	84



Introducción

El Perú ha logrado posicionarse en un nivel muy apreciado en el mundo del vestir respecto a las prendas confeccionadas en lana de alpaca, concentrando el 80% de las exportaciones en el mundo según datos de Ministerio de Comercio Exterior y Turismo (MINCETUR, 2016). Según estadísticas de exportación de SUNAT, Estados Unidos, representa el 49% de los envíos de prendas de vestir hechas en alpaca, seguido de Alemania (10%), Japón (5%), Francia (5%) y Reino Unido (5%) (SUNAT, 2016). En los últimos años, debido a la fluctuación económica mundial las exportaciones han sufrido una ondeante cifra en sus ventas, pero siempre manteniendo un nivel aceptable para el mercado. Las exportaciones de prendas confeccionadas en alpaca para el mercado de Estados Unidos en el año 2015 alcanzaron una cifra de USD 23 millones, y para el año 2016 las cifras alcanzaron USD 30 en valor FOB y un total general

exportado a nivel mundial de USD 149 millones (Infotrade, 2017) y en los primeros 5 meses del año 2017 las importaciones en Estados Unidos en prendas tejidas en alpaca alcanzan los USD 243 000 según reporte de ITC, 2017. (International Trade Centre). Estas cifras son una indicación de la aceptación de las prendas hechas de fibra de alpaca peruana para este mercado, el cual sigue siendo potencial en todos los aspectos. No obstante, existe una pequeña producción de lana de alpaca en Estados Unidos, la calidad de la lana y prendas hechas en Perú son las preferidas entre los consumidores de las mismas en este país.

La promoción de la marca Alpaca del Perú lanzada en el año 2014, ha contribuido al realce de las exportaciones en diversos países puntualizando la marca de origen y creando confianza entre los consumidores y su preferencia por las prendas confeccionadas en este

fino material. Esta promoción ha servido para que los diseñadores inspirados en sus creaciones puedan tener siempre en cuenta que al crear una prenda hecha en alpaca es pensar en alpaca del Perú. De modo tal, que la industria alpaquera en el Perú ha consolidado esfuerzos para que el producto terminado tenga una presentación y acabado excelente llegando así a marcas famosas abriendo mercados que en algún momento no consideraron utilizar esta fibra.

La competencia de la fibra de alpaca es principalmente el cachemir, y como existe mercado para todas las fibras textiles, la alpaca hoy por hoy se encuentra en un excelente nivel de aceptación con un buen reconocimiento en el mercado del vestir abrigador y es una alternativa muy apreciada, trabajada con una diversidad de colores clásicos y modernos que se ajustan a la creación de los diseñadores.



Fuente: PROMPERÚ

Metodología de Estudio

El estudio de mercado se realizó en tres etapas aproximadamente:

- Una investigación inicial secundaria para proporcionar una visión general y específica del mercado de las prendas de alpaca en Estados Unidos.
- Una investigación principal, mediante entrevistas con importadores en Estados Unidos.
- Una evaluación de los datos y la redacción del presente estudio de comercialización.

La investigación secundaria incluyó una revisión de publicaciones de la industria, revistas, recursos impresos de diversas sociedades industriales y publicaciones gubernamentales. El objetivo de esta revisión fue establecer el tamaño del mercado de las prendas de alpaca en Estados Unidos y el estado del mercado global. La investigación principal consistió en entrevistas realizadas a compañías estadounidenses que actualmente importan productos hacia Estados Unidos. Finalmente, la evaluación de los datos y en la redacción del informe realizado por Angiolina Galluccio se destaca ciertas recomendaciones y concluyera que existen muchas oportunidades para las prendas de alpaca en el mercado estadounidense.



01

Evaluación del Mercado

1.1 Tamaño del mercado

Producción local (incluyendo exportaciones del mercado)

En los Estados Unidos existe producción local de prendas de lana de alpaca, debido a que la alpaca como cabezas de ganado vivo también se exporta desde Perú hacia otros países y principalmente a Estados Unidos.

Para hablar de producción local es necesario abordar el punto de partida tomando en consideración la existencia de materia prima local. Debido a la cantidad de alpacas en Estados Unidos, (261 000 a la fecha) se creó la asociación llamada

U.S. Alpaca Fiber Council (Consejo de la fibra de alpaca de los Estados Unidos o USAFC). Fuente: USAFC.

Las empresas manufactureras de prendas hechas en lana de alpaca en Estados Unidos están principalmente basadas al noreste de este país en los estados de Pensilvania, Tennessee, Nebraska, Massachusetts y Maine.

El tipo de alpacas que se crían en Estados Unidos son Huacaya en mayor número (212 209) y Suri (48 970) al 2017 según estadística de la Alpaca Owners Association (AOA).

Esta asociación cuenta con unas 38 asociaciones de criadores de alpaca en Estados Unidos, registrando unas 261 179 alpacas en total dentro del territorio estadounidense.

Las estadísticas sugieren que tanto los rebaños de Estados Unidos como los de Australia están creciendo entre 15 a 18% por año y están produciendo un estimado de 500 000 libras de fibra anualmente - aproximadamente 500 toneladas entre los dos países información al 2007, aunque se estima que esta producción debe haber crecido significativamente al 2017. Sin embargo, se prevé que para el año 2020 Estados Unidos produzca unas 2 500 toneladas de fibra de alpaca al año según este mismo reporte. Suponiendo que la producción de América del Sur

permanezca constante (lo cual ha sido el caso en los últimos 100 años), esto significará que Estados Unidos producirá del 20% al 30% del suministro mundial de alpaca. (Gateway, 2017)

Exportaciones

Debido a la poca producción de lana de alpaca en Estados Unidos, no se registran de exportaciones hacia otros países.

El Perú es el primer productor del ganado, así como de la lana de alpaca, Estados Unidos no puede competir debido a su baja producción y altos costos tanto en la crianza como en la producción de hilado y consecuentemente prendas. Las prendas que se fabrican se venden en el mercado



local pero solo en tiendas o boutiques específicas de las ciudades donde se tejen o se confeccionan usualmente.

Importaciones

En el año 2016 las importaciones en Estados Unidos respecto a vestimenta, y artículos de decoración para el hogar fabricados en lana durante el año 2016 alcanzaron los USD 2 894 960 035, según estadística de la Oficina de Censos de

Estados Unidos comprendiendo todos los países de origen según se indica en el cuadro y diversas lanas, incluyendo aquellas derivadas de pelo fino (Anexo 1: Importaciones de Vestimenta, artículos del hogar en lana de Estados Unidos).

El siguiente cuadro muestra las importaciones por país de origen durante los últimos 5 años desde el 2012 al 2016 expresadas en valores FOB y en miles de dólares americanos.

Tabla N°1: Importaciones de Vestimenta, artículos del hogar en lana de Estados Unidos (valores FOB expresados en USD)

País	2012	2013	2014	2015	2016
China	1 382 792 033	1 314 003 102	1 456 491 836	1 343 970 857	1 164 832 209
Italia	525 825 193	549 150 500	618 137 320	559 562 253	501 184 972
Canadá	129 393 266	133 605 368	154 259 736	154 701 821	156 783 262
México	223 829 530	226 119 327	209 479 772	150 364 864	137 581 098
Vietnam	104 523 639	106 141 295	116 603 805	141 950 913	136 302 642
Indonesia	89 688 733	103 967 764	105 500 950	113 337 847	101 364 084
India	95 022 895	116 541 193	111 495 637	102 101 974	78 894 531

Fuente: US Census Bureau (2017)

País	2012	2013	2014	2015	2016
Turquía	60 424 700	51 405 895	59 537 283	56 778 795	48 920 701
Francia	39 562 267	47 684 875	50 860 985	52 968 587	47 522 322
Reino Unido	45 464 659	46 776 634	57 766 367	56 981 491	47 076 995
Rumania	37 020 242	33 457 221	41 745 375	38 964 264	35 705 292
Guatemala	34 071 797	42 775 476	43 850 743	42 587 088	32 568 143
Filipinas	38 326 750	31 873 694	36 216 700	29 797 204	30 647 229
República Dominicana	40 510 951	46 048 804	54 146 133	50 437 076	30 105 808
Jordania	33 781 856	34 306 044	36 878 991	25 683 226	28 069 409
Bulgaria	21 351 503	22 370 104	32 861 371	34 678 284	27 100 297
Egipto	15 617 995	17 899 455	26 247 880	27 557 564	24 997 117
Portugal	18 984 299	17 603 735	20 434 606	22 664 877	23 424 268
Perú	19 641 104	18 228 734	25 017 212	25 720 761	20 686 898
Bangladesh	35 631 045	29 479 743	27 719 028	19 120 835	18 665 344
Sub-Total (148 Países)	250 057 727	228 883 243	251 016 336	225 722 290	202 527 414
Total mundo	3 241 522 184	3 218 322 206	3 536 268 066	3 275 652 871	2 894 960 035

Fuente: US Census Bureau (2017)



Gráfico N°1: Fluctuación de las importaciones totales de prendas en lana en cinco años*



*Valores FOB expresados en USD miles

Fuente: US Census Bureau (2017)

2012	2013	2014	2015	2016
3 241 522 184	3 218 322 206	3 536 268 066	3 275 652 871	2 894 960 035

Como podemos observar en el histograma, el año de mayor volumen de compra durante los cinco años señalados fue el 2014 alcanzando un valor de USD 3 536 268 066, siendo el de menor volumen el año 2016 con un valor de USD 2 894 960 035.

Respecto a las importaciones en prendas tejidas en lana de alpaca, Estados Unidos importa de Perú, Bolivia, Ecuador, China (lana merino y alpaca), y de Italia principalmente la cachemira. Estas comprenden sweaters, bufandas, gorros, guantes, mantas, chales, y vestidos. En el año 2016, Estados Unidos importó 37 335

docenas de sweaters para mujer, es decir, un total de 448 020 unidades solo en esta categoría bajo la partida arancelaria HS: 6110190030 Categoría: 446, según reporte de Otexa de junio 2017, solo por citar un ejemplo.

Importaciones desde Perú

El Perú ha ganado una extraordinaria preferencia en el mercado de Estados Unidos para las prendas confeccionadas en Alpaca. Los productos manufacturados en lana de alpaca que Estados Unidos importa con regularidad desde Perú son

sweaters, bufandas, abrigos, chaquetas, guantes, gorros, calcetines, vestidos, etc.

Se puede observar en el siguiente cuadro que las importaciones de prendas hechas en lana de alpaca, comprendiendo así mismo hilado para el año 2016 sobrepasaron los USD 29 500 000, siendo Perú el principal proveedor de estas prendas para el mercado de Estados

Unidos, según reporte de United States International Trade Commission.

Las importaciones hechas por Estados Unidos de prendas en lana de alpaca del Perú están generalmente comprendidas en las siguientes subpartidas arancelarias o código armonizado o en inglés Harmonized Tariff Schedule (HTS).

Tabla N°2: Lista de subpartidas arancelarias de prendas de vestir de alpaca

2016	
5109.10.00.00	Hilados de lana o pelo fino para venta al por menor con un contenido $\geq 85\%$ en peso
5109.90.00.00	Los demás hilados de lana o pelo fino acondicionados para la venta al por menor
6110.19.10.90	Los demás suéteres (jerseys), de lana o pelo fino; a excepción de los con cuello de cisne (sous pull, turtle neck).
6102.10.00.00	Abrigos, chaquetas, capas y artículos similares de punto, para mujeres o niñas, de lana o pelo fino
6110.19.30.00	Cardiganes de los demás pelos finos
6115.94.00.00	Demás, calcetines y demás artículos de calcetería de lana o pelo fino
6202.11.00.00	Abrigos, impermeables, chaquetones, capas y artículos similares, para mujeres o niñas, de lana o pelo fino
6214.20.00.00	Chales, pañuelos de cuello, bufandas, mantillas, velos y artículos similares, de lana o pelo fino
5108.20.00.00	Hilados de pelo fino peinado sin acondicionar para la venta al por menor

Fuente: USITC (2017)



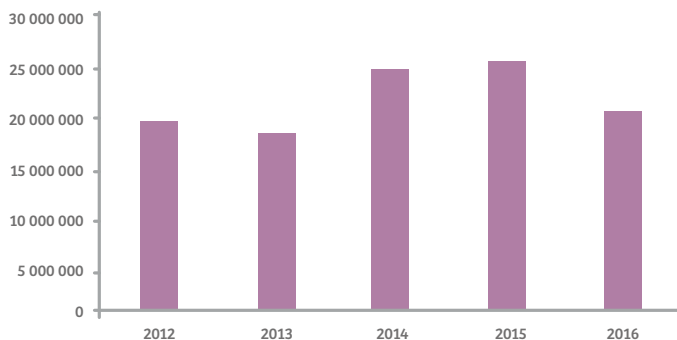
2016	
4303.90.10.00	Artículos de peletería de alpaca
6110.19.90.90	Los demás suéteres (jerseys), «pullovers», cardiganes, chalecos y artículos similares, de punto, de lana o pelo fino; a excepción de los con cuello de cisne (sous pull, turtle neck).
6111.90.10.00	Prendas y complementos de vestir de punto para bebés, de lana o pelo fino
6104.41.00.00	Vestidos de punto para mujeres o niñas, de lana o pelo fino
6204.31.00.00	Chaquetas (sacos), para mujeres o niñas, de lana o pelo fino

Fuente: USITC (2017)

El siguiente cuadro reporta solo vestimenta y artículos de decoración para el hogar en lana importados de Perú con la variación anual de los últimos cinco años reportados en valores FOB y en USD.

El cuadro reporta que el año 2015 Estados Unidos tuvo un pico en las importaciones hechas bajo este rubro desde Perú alcanzando un valor FOB USD 25 720 761. (Fuente: US Census Bureau, 2017).

Gráfico N°2: Importaciones de Vestimenta, artículos del hogar en lana desde Perú Valores FOB expresados en USD



Fuente: US Census Bureau (2017)

2012	2013	2014	2015	2016
19 641 104	18 228 734	25 017 212	25 720 761	20 686 898



A continuación, detallamos las importaciones de Estados Unidos hechas desde Perú en lana de alpaca y en lana

de Pelo fino por partidas arancelarias en los últimos cinco años (2012 - 2016) según lo reportado por Infotrade, donde

Tabla N°3: Importaciones desde Perú

Subpartida Arancelaria	Descripción
5105.29.10.00	Las demás lanas peinadas enrollados en bolas (tops)
5105.39.10.00	Pelo fino cardado o peinado de alpaca o de llama
5106.10.00.00	Hilados de lana cardada no para venta al por menor, con un contenido de lana >=85% en peso
5107.10.0000	Hilados de lana peinada no para venta por menor con un contenido de lana >=85% en peso
5107.20.00.00	Hilados de lana peinada sin acondicionar para la venta al por menor con un contenido de lana <
5108.20.00.00	Hilados de pelo fino peinado sin acondicionar para la venta el por menor
5109.10.00.00	Hilados de lana o pelo fino para venta al por menor con un contenido >=85% en peso
5109.90.00.00	Los demás hilados de lana o pelo fino acondicionados para la venta al por menor
5111.90.40.00	Los demás tejidos de pelo fino cardado de alpaca o de llama
5112.11.10.00	Tejidos de lana peinada c lana >=85% en peso de gramaje<=200 g/m2
5112.11.40.00	Tejidos de pelo fino de llama peinado c pelo>=85% en peso de gramaje<=200 g/m2

Fuente: Infotrade (2017) Valores Expresados en miles de USD

podemos observar que los artículos que tuvieron mayor volumen en las importaciones hechas por Estados

Unidos fueron los calcetines, hilados, sweaters, cárdigan y bufandas.

	2012	2013	2014	2015	2016
					9 976,83
		7 728,83	1 666,17	1 703,80	1 033,00
				672	60,00
	40 765,74	22 745,76	47 744,91	16 165,68	189 032,89
85%	3 445,15	8 702,01	5 308,40	44 554,44	41 524,63
	21 638,39	24 209,76	25 065,52	16 690,55	8 915,81
	411 628,03	504 269,78	720 300,02	440 907,54	655 629,69
	497 656,73	505 719,89	651 638,69	634 202,08	653 301,05
					20 647,59
				75 019,38	
					1 649,27



Subpartida Arancelaria	Descripción
5112.19.10.00	Tejidos de lana peinada con contenido pelo $\geq 85\%$ en peso de gramaje > 200 g/m ²
5112.19.40.00	Tejidos de pelo fino de llama o alpaca peinado c pelo $\geq 85\%$ en peso de gramaje > 200 g/m ²
5112.30.10.00	Los demás tejidos de lana peinada mezclados con fibras sintéticas o artificiales
5112.30.90.00	Demás tejidos de lana o pelo fino mezclados con fibras sintéticas excl. Lana peinada, vicu
5112.30.90.00	Demás tejidos de lana o pelo fino mezclados con fibras sintéticas excl. Lana peinada, vicu
5112.90.40.00	Los demás tejidos de alpaca o de llama
5112.90.90.00	Los demás tejidos de lana o pelo fino excl. Lana peinada, vicuña, alpaca o llama
5204.11.00.00	Hilo de coser no para venta al por menor con un contenido de algodón $\geq 85\%$ al peso
5509.91.00.00	Los demás hilados de fibras sintéticas discontinuas mezclados con lana o pelo fino
5515.13.00.00	Demás tejidos de fibras discontinuas poliéster mezclados con lana o pelo fino
5701.10.00.00	Alfombras de nudo de lana o pelo fino
5702.31.00.00	Alfombras y revestimientos para el suelo, aterciopelados, sin confección de lana o pelo fino
5702.31.00.00	Alfombras y revestimientos para el suelo, aterciopelados, sin confección de lana o pelo fino
5702.41.00.00	Alfombras y revestimientos para suelo aterciopelados confeccionados de lana o pelo fino

Fuente: Infotrade (2017) Valores Expresados en miles de USD



	2012	2013	2014	2015	2016
		5 759,96		4 780,80	3 109,30
	9 120,15	2 918,99	23 781,63	55 695,52	65 637,55
			76 923,00		30 816,00
		0,01			
	4,1				
		3 623,00	10 475,52	20 937,51	90 458,55
					23 148,00
	16 531,77				
		3 330,75			4 180,02
					3 048,12
	11 811,87	6 509,31		14 022,51	10 477,21
		5 932,90	11 266,97		
	2 909,23		11 266,97		
			3 114,00		



Subpartida Arancelaria	Descripción
5702.91.00.00	Alfombras y revestimientos para el suelo, sin aterciopelar confección de lana o pelo fino
5703.10.00.00	Alfombras y revestimientos para el suelo con mechón insertado de lana o pelo fino
5801.10.00.00	Terciopelo y felpa de lana o pelo fino
6003.10.00.00	Tejidos de punto de anchura inferior o igual a 30 cm, de lana o pelo fino, excepto de los de las partidas 60.02
6006.10.00.00	Los demás tejidos de punto de lana o pelo fino
6101.90.10.00	Abrigos, chaquetas, capas y artículos similares de punto, para hombres o niños de lana o pelo fino
6101.90.90.00	Los demás abrigos, chaquetones, capas, anoraks, cazadoras y artículos similares, de punto, para hombres o niños, excepto los artículos de la partida 61.03, De las demás materias textiles; a excepción de lana o pelo fino
6102.10.00.00	Abrigos, chaquetas, capas y artículos similares de punto, para mujeres o niñas, de lana o pelo fino
6103.31.00.00	Chaquetas (sacos) de punto, para hombres o niños, de lana o pelo fino
6103.41.00.00	Pantalones largos, pantalones con peto, pantalones cortos (calzones) y shorts de punto, para hombres o niños, de lana o pelo fino
6104.19.10.00	Trajes sastre de punto para mujeres o niñas, de lana o pelo fino
6104.29.10.00	Conjuntos de punto para mujeres o niñas, de lana o pelo fino
6104.31.00.00	Chaquetas de punto para mujeres o niñas, de lana o pelo fino
6104.41.00.00	Vestidos de punto para mujeres o niñas, de lana o pelo fino

Fuente: Infotrade (2017) Valores Expresados en miles de USD



	2012	2013	2014	2015	2016
	25 497,27	36 905,92			16 294,39
		24	1 900,00		885,00
		1 150,00			
tidias 60.01 O			20		
		150	3,00		0,40
o	7 640,00	3 320,65		2 532,64	16 375,66
ombres o niños, o ñino.					8 966,36
o	99 654,16	117 980,30	162 650,95	83 441,80	144 757,13
			1 816,00		
mbres o niños de			13 347,20		
		6 169,00			
				1 154,66	
	36 055,53	22 761,80	21 967,82	998,5	302,80
	17 897,36	630,5	15 433,99	20 734,40	17 877,90



Subpartida Arancelaria	Descripción
6104.51.00.00	Faldas y faldas pantalón de punto para mujeres o niñas, de lana o pelo fino
6104.61.00.00	Pantalones largos, pantalones con peto, pantalones cortos (calzón) y shorts de punto, para mujer pelo fino
6110.11.10.10	Suéteres (jerseys) de lana con cuello de cisne ("sous pull", "turtle neck")
6110.11.10.90	Los demás suéteres (jerseys) de lana; a excepción de los con cuello de cisne ("sous pull", "turtle neck")
6110.11.20.00	Chalecos de lana
6110.11.30.00	Cardiganes de lana
6110.11.90.90	Los demás suéteres (jerseys), «pullovers», cardiganes, chalecos y artículos similares, de punto y a excepción de los con cuello de cisne (sous pull, turtle neck).
6110.19.10.10	Con cuello de cisne (sous pull, turtle neck)
6110.19.10.90	Los demás suéteres (jerseys), de lana o pelo fino; a excepción de los con cuello de cisne (sous pull, turtle neck)
6110.19.20.00	Chalecos de los demás pelos finos
6110.19.30.00	Cardiganes de los demás pelos finos
6110.19.90.90	Los demás suéteres (jerseys), «pullovers», cardiganes, chalecos y artículos similares, de punto, de a excepción de los con cuello de cisne (sous pull, turtle neck).
6110.20.10.10	Con cuello de cisne ("sous pull", "turtle neck")
6110.20.10.90	Los demás suéteres (jerseys) de algodón; a excepción de los con cuello de cisne (sous pull, turtle neck)
6111.90.10.00	Prendas y complementos de vestir de punto para bebés, de lana o pelo fino
6114.90.10.00	Las demás prendas de vestir de punto de lana o pelo fino

Fuente: Infotrade (2017) Valores Expresados en miles de USD

	2012	2013	2014	2015	2016
	12 205,00	801,5	1 053,39	1 472,00	3 444,90
o niñas de lana o	1 190,00		8 556,80		1 190,00
	23 945,15	34 135,28	5 207,95		5 849,71
neck")	36 906,43	25 704,79	70 595,32		214 632,25
	11 319,50	26 495,75	301,00		1 432,30
	9 277,00	4 613,40	67 568,94		49 167,60
de lana; a	2 177,00	10 787,00	12 536,53		831,14
			281,11		
turtle neck).	90 968,27	86 198,72	154 255,66		124 486,26
	6 293,12	2 281,50	11 927,50	8 686,03	3 157,50
	103 219,89	42 672,37	118 326,34	74 334,36	57 865,97
lana o pelo fino;	9 357,00	4 126,50	5 257,00	13 199,60	14 958,50
	69 278,38		530 531,40		3 761,15
neck).	831 628,35				1 635 047,91
	15 756,85		13 711,08	8 400,00	8 537,50
	502			7 807,60	7 396,35



Subpartida Arancelaria	Descripción
6114.90.90.00	Las demás prendas de vestir de punto excepto de algodón, fibras sintéticas o artificiales y lana o pelo fino
6115.94.00.00	Demás, calcetines y demás artículos de calcetería de lana o pelo fino
6116.91.00.00	Guantes, mitones y manoplas de punto de lana o pelo fino
6201.11.00.00	Abrigos, impermeables, chaquetones, capas y artículos similares para hombres o niños, de lana o pelo fino
6202.11.00.00	Abrigos, impermeables, chaquetones, capas y artículos similares, para mujeres o niñas, de lana o pelo fino
6202.91.00.00	Anoraks, cazadoras y artículos similares para mujeres o niñas, excepto de la partida 62.04, De lana o pelo fino
6203.31.00.00	Chaquetas (sacos) para hombres o niños, de lana o pelo fino
6204.31.00.00	Chaquetas (sacos), para mujeres o niñas, de lana o pelo fino
6205.90.90.00	Las demás camisas para hombres o niños, de las demás materias textiles; a excepción de lana o pelo fino
6206.20.00.00	Camisas, blusas y blusas camiseras, para mujeres o niñas, de lana o pelo fino
6211.39.10.00	Conjunto de abrigo para entrenamiento o deporte, y demás prendas de vestir para hombres o niños, de lana o pelo fino
6211.49.10.00	Conjunto de abrigo para entrenamiento o deporte, y demás prendas de vestir para mujeres o niñas, de lana o pelo fino
6214.20.00.00	Chales, pañuelos de cuello, bufandas, mantillas, velos y artículos similares, de lana o pelo fino
6301.20.10.00	Mantas de lana (excepto las eléctricas)
6301.20.20.00	Mantas de pelo de vicuña (excepto las eléctricas)
Total exportado en USD	

Fuente: Infotrade (2017) Valores Expresados en miles de USD

	2012	2013	2014	2015	2016
elo fino		1 338,55	135,00	1 808,70	28 998,77
	200 145,24	91 286,34	125 944,79	132 634,15	162 447,00
		35 307,78	77 025,13	50 057,33	86 208,11
elo fino	93,6	997,54	7 961,80	4 334,00	2 897,86
elo fino	36 531,01	97 121,84	227 060,94	53 608,63	44 429,30
a o pelo			8 946,66	2 971,79	320,00
		7 357,60	31 942,00		2 639,00
	17 378,15	3 888,50	8 937,00	3 883,80	11 898,00
elo fino.	270				
			3 835,00		
o niños, de lana o	8 096,90		434,70	218,4	
niñas, de lana o	475	1 225,00		2 958,00	630,00
	20 755,69	71 206,98	176 158,15	49 266,58	54 059,54
					34 412,03
					3 459,87
	2 710 025,01	1 838 090,06	3 474 181,95	1 849 854,78	4 582 263,67



02

Análisis de la Demanda

2.1 Usos y formas de consumo

El principal objetivo de las prendas confeccionadas en lana de alpaca es abrigar y proteger el cuerpo del frío por consecuencia del clima invernal o porque el país o ciudad donde se habita se encuentra localizado en zonas muy frías durante todo el año, como por ejemplo aquellas que están muy al norte de Estados Unidos donde las temperaturas son generalmente bajas los 365 días del año, acentuándose en épocas de invierno.

Las personas por lo general suelen usar sweaters que son abrigadores y confortables durante la época de frío, pero el usuario estadounidense no suele ponerse prendas muy pesadas, al menos no aquellos que viven en la urbe o ciudades cosmopolitas. Un sweater debajo de un

abrigo o chaquetas en invierno es suficiente para mantener abrigada a una persona; sobre todo, cuando se camina por la calle. Tanto en las casas como en todos los edificios donde hay oficinas y negocios es obligatorio que haya calefacción cuando el frío baja a temperaturas por debajo de los 60 °F o 16 °C. Aunque se empieza a sentir un ligero frío que es tolerable a los 65 °F o 18 °C y que generalmente empieza a mediados de octubre en la mayoría de los estados en Estados Unidos, la calefacción en las casas o edificios de oficinas por lo general suele arrancar prácticamente entre principios y mediados de noviembre.

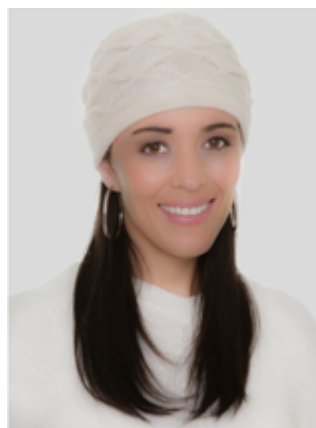
Las prendas más usadas en el mercado de Estados Unidos son los sweaters (chompas), bufandas, ponchos, vestidos,

chalecos, gorros, guantes, abrigos, ruanas, mantas, chales, por lo general todas las prendas creadas en lana de alpaca se usan en este mercado.

En las fotografías abajo se pueden observar distintos estilos en prendas de vestir hechas en lana de alpaca que se usan en Estados Unidos.



Fuente: Alpaca Mall



Fuente: Alpaca Mall





Fuente: Alpaca Mall



Fuente: Alpaca Mall



Fuente: Fairindigo



Fuente: Golden Touch

Descripción, especificaciones del producto y formas de presentación

Según informe de Jill Homiak (2013) escrito para Estados Unidos, Love List indica que:

La fibra de alpaca es naturalmente hipoalérgica porque no contiene lanolina, un aceite que comúnmente es encontrado en la lana de oveja y que requiere detergentes químicos fuertes para lavarse antes de ser procesada. Las escalas microscópicas de fibra de alpaca son también más cortas que las lanas de oveja de la misma finura, resultando en una sensación suave al lado de su piel. La superficie lisa también produce que las bacterias y otros agentes que causan olores tengan menos espacio para ocultarse, produciendo que el olor natural de la fibra de alpaca sea resistente y antimicrobiano.

Posee propiedad térmica: La estructura de la fibra de alpaca hace que se comporte como un aislante, siendo posible utilizarla en diferentes condiciones climáticas.

Es resistente al olor. Este es otro secreto respecto a la alpaca que es naturalmente resistente a los olores ya que, aunque la persona transpire fuertemente, la prenda no transmite el olor del cuerpo de la persona hacia el exterior de la prenda.

La fibra de alpaca es naturalmente resistente a la abrasión y al pilling (formación de pelotitas), su resistencia a la tracción es también 7% más fuerte que la lana de oveja. Esto se traduce en mayor durabilidad, mejorando el tiempo de vida de la ropa de alpaca y accesorios. (Homiak, 2013)

Otras de las cualidades de la fibra de alpacas según Pacamarca del Grupo Inca son:

- Afeltramiento: La fibra de alpaca tiene una menor tendencia al afeltramiento si es que la comparamos con la lana y otras fibras animales.
- Suavidad (mano): La estructura de la fibra de alpaca, la hace muy suave al tacto, pudiéndose comparar con una lana de 3 a 4 micrones más finos.
- Textura visual: Especialmente para abrigos (de pelo), la tela tiene una excelente caída, apariencia, brillo natural y tacto, manteniéndose inalterable a través del tiempo. (Pacamarca, 2017)

Las fibras son clasificadas manualmente de acuerdo con su finura en calidades como Royal Baby (menos de 19 micrones), Baby (22,5 micrones), Super Fine Alpaca (25,5 micrones), Huarizo (29 micrones), Gruesa (32 micrones) y Mixed Pieces (fibras cortas por lo general sobre los 32 micrones).



Tabla N°4: Diferentes métodos usados para identificar y clasificar la fibra de alpaca en Estados Unidos

Numérico	Denominaciones	Sistemas	Micrones de 2 puntos
Grado 1	Royal Baby	Ultrafina	<20
Grado 2	Baby	Superfino	20,1 - 22,9
Grado 3	Superfina	Fina	23 - 25,9
Grado 4	Mediano	Mediano	26 - 28,9
Grado 5	Fuerte	Intermedio (fuerte)	29 - 32
Grado 6	Grueso	Robusto	32,1 - 35,1

Fuente: Alpaca Owners Association Inc. (2017)

Los colores naturales de la alpaca alcanzan a unas 22 tonalidades según especialistas, y van en distintas tonalidades desde el color blanco, marrón, gris y hasta negro. Estas tonalidades se distinguen entre la alpaca Huacaya y la Suri, las mismas que se diferencian por la calidad de su fibra, siendo que ninguna otra fibra

natural se compara en cuanto a la variedad de sus colores originales. La fibra de la alpaca Huacaya es más bien opaca, rizada y esponjosa, y muy similar a la lana de oveja. Sin embargo, la fibra de la alpaca Suri es suave, lacia, sedosa, con un grandioso brillo natural que la diferencia largamente de la Huacaya y puede compararse con el

Peso recomendado del hilado	Usos finales
Hilado retorcido liviano	Ropa para bebés, prendas interiores
Hilado peso dedos de la mano	Calcetines, sweaters, ropa interior
Hilo peso uso deportivo	Ropa para deportes
Hilado grueso retorcido	Prendas exteriores, alfombras, tapicería.
Hilados fuertes y resistentes	Edredones, frazadas, alfombras tapicería
Hilados fuertes y resistentes	Edredones, frazadas, alfombras tapicería

cachemir por su lustrosidad y suavidad. Siendo que los colores naturales difieren en sus tonalidades, la fibra debe pasar por un proceso de lavado y blanqueado para unificar el color natural o teñirla con tintes naturales o industriales para la obtención de una gama amplia de colores de acuerdo a la moda o estilos de diseñadores y es fácil de teñir.

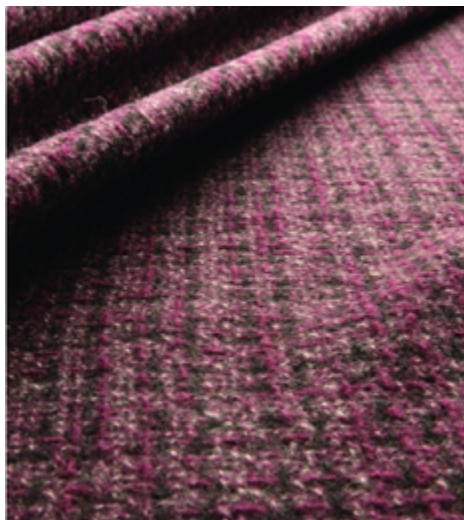


Fuente: Infoalpacos (2017)

En el caso de las prendas tejidas en lana de alpaca, se recomienda lavarlas a mano en agua fría para evitar el encogimiento y deformación y dejarlas secar de modo natural tendidas sobre una toalla de preferencia, para evitar la deformación de las prendas y guardarlas cuando estén completamente secas para evitar la formación de hongos.

En el caso de telas planas fabricadas con fibra de alpaca el proceso es diferente; la alpaca puede procesarse utilizando sistemas de peinado y cardado para la fabricación de telas como tweed y gabardina fina. Se recomienda que las prendas confeccionadas en tela plana de lana de alpaca sean lavadas en lavandería con el proceso de "al seco" para evitar encogimiento.

Tweed de alpaca



Fuente: Incaalpaca

Uno de los productos en lana de alpaca que más compra Estados Unidos a Perú son los ovillos de lana para el consumidor final, debido a que no tiene hilanderías que puedan competir con

las que Perú produce. La cantidad de hilado producido en Estados Unidos es irrelevante ya que no consta con una estadística de producción y se desconoce la cantidad producida.

2.2 Regiones/sectores de mayor consumo dentro del mercado

Siendo el abrigo la principal función de las prendas hechas en lana de alpaca, las zonas de mayor consumo son aquellas donde mayor frío hace. De acuerdo con un reporte publicado por Alexander Kent, el 28 de febrero de 2015, subrayó que, en la ciudad de Fairbanks en Alaska, por ejemplo, promediaron temperaturas de casi 17F grados bajo cero (-27°C) entre 1981 y 2010. Alaska no es exactamente la ciudad más fría en los Estados Unidos existen 48 estados que reportan temperaturas extremas en el invierno llegando a veces a los 10F = -12°C y menos, una de las ciudades que reporta

temperaturas muy frías es Marquette en Michigan y ha promediado históricamente más de 12 pies de nieve equivalente a 3,65 Mt. En 2014, Marquette consiguió casi 350 pulgadas de nieve equivalente a 8,89 Mt. Estas son las zonas a las que el mercado de las prendas de alpaca es recomendado. Por lo general las temperaturas en las diferentes ciudades de Estados Unidos mantienen un récord similar todos los años de acuerdo con la estación climatológica.

Estas son las diez ciudades más frías de Estados Unidos según el reporte de Alexander Kent:

Tabla N°5: Diferentes Métodos usados para identificar y clasificar la fibra de alpaca en Estados Unidos

Principales ciudades más frías de Estados Unidos

1. Fairbanks, Alaska
 Temperatura mínima mensual: -16,9 F
 Temperatura media mensual máxima: 52,3 F
 Población: 31 891

Fuente: USA Today (28/2/2015) Wall St. Coldest cities www.usatoday.com/story/money/business/2015/02/28/247-wall-st-coldest-cities/24107481/



Principales ciudades más frías de Estados Unidos

2. Grand Forks, Dakota del Norte
Temperatura mínima mensual media: -3,1 F
Temperatura media mensual máxima: 56,3 F
Población: 53 315
3. Fargo, Dakota del Norte
Temperatura mínima mensual media: 0,1 F
Temperatura media mensual máxima: 59,5 F
Población: 108 371
4. Williston, Dakota del Norte
Temperatura mínima mensual media: 0,1 F
Temperatura media mensual máxima: 55,8 F
Población: 16 917
5. Duluth, Minnesota
Temperatura mínima mensual media: 1,5 F
Temperatura media mensual máxima: 55,4 F
Población: 86 234
6. Aberdeen, Dakota del Sur
Temperatura mínima mensual media: 1,5 F
Temperatura media mensual máxima: 59,0 F
Población: 26 506
7. St. Cloud, Minnesota
Temperatura mínima mensual media: 1,8 F
Temperatura media mensual máxima: 58,4 F
Población: 65 996
8. Bismarck, Dakota del Norte
Temperatura mínima mensual: 2,2 F
Temperatura media mensual máxima: 57,4 F
Población: 63 353
9. Marquette, Michigan
Temperatura mínima mensual media: 5,2 F
Temperatura media mensual máxima: 54,6 F
Población: 21 399
10. Huron, Dakota del Sur
Temperatura mínima mensual media: 6,6 F
Temperatura media mensual máxima: 61,4 F
Población: 12 782

Fuente: USA Today (28/2/2015) Wall St. Coldest cities www.usatoday.com/story/money/business/2015/02/28/247-wall-st-coldest-cities/24107481/

Es de suponer que los estados señalados en el cuadro serían los de mayor consumo de prendas invernales, considerando que una chaqueta no es suficiente para conservarlos abrigados y protegidos del frío intenso en zonas frías como las señaladas en el cuadro de anterior, se recomienda usar prendas íntimas termales hechas de lana. Generalmente, las personas que habitan en poblados muy fríos deben usar prendas interiores que los protejan del frío intenso aún más que solo usar sweaters y chaquetas. Entre ellas están las camisetas de manga larga y los pantalones calentadores que se usan debajo de las prendas exteriores que generalmente son hechas en lana

o en algodón con tejido waffle o incluso aquellas que son afraneladas o perchadas en la cara interna que toca la piel.

Como se indicó en líneas arriba, la función principal de las prendas hechas en lana de alpaca es abrigar a la persona que las lleva puesta y conservarlo caliente en épocas de frío intenso. Los diseñadores trabajan constantemente para plasmar sus ideas en prendas que se vean versátiles y elegantes, además de ser abrigadoras utilizando hilados como la alpaca royal que por su extrema suavidad destaca entre las mejores en el mercado y puede compararse y hasta competir con el cachemir.

2.3 Perfil, tendencias del Consumidor y perspectivas del mercado

El índice de gastos del consumidor en 2015 en Estados Unidos según el Banco Mundial se elevó a USD 12 284 mil millones,

considerando que este país es el de mayor consumo en el mundo y el mercado que todos los productores prefieren.



Tabla N°6: Gastos de consumo real personal por tipo de producto, cantidad indexes

Línea	Categoría de prendas de vestir	2015	2016
30	Ropa y calzado	120,63	123,56
31	Vestidos	120,62	123,06
32	Ropa de mujeres y niñas (10)	122,77	124,37
33	Ropa de hombres y niños (11)	119,15	121,62
34	Ropa para niños y adolescentes (12)	109,26	118,62
35	Otros materiales para prendas de vestir y calzado (13 y 17)	120,73	125,48

Fuente: Bureau of Economic Analysis Department of Commerce of the U.S.A.

El promedio de gastos por consumidor en Estados Unidos es de USD 122,78 al año 2016

Si tenemos que el promedio de gastos por consumidor en cuanto se refiere a vestimenta que es estimado en USD 122,78 y que es el resultado de la tabla indicada líneas arriba y considerando que no todos los meses un individuo compra ropa, en las variaciones de estaciones climáticas el consumidor tiende a comprar nuevos artículos y generalmente un par de veces al año, por lo menos, los usuarios renuevan

su vestuario. Siempre hay ocasión para comprar un sweater nuevo no solo por moda o porque el anterior tiene apariencia de viejo y usado muchas veces, sino también porque hay consumidores que compran aprovechando las ofertas estacionales de las tiendas por departamento. Hay otros consumidores que suelen comprar prendas de vestir casi todos los meses del año, y a ellos se les llama en inglés "shopoholic" o adicto a las compras.

Debe tomarse en cuenta que siempre habrá nuevos compradores a medida

en que la población siga creciendo, y los niños se conviertan en adultos que producirán un ingreso y podrán decidir sus propias compras. Ellos siempre

necesitaran una prenda que los proteja del frío y las prendas tejidas en alpaca son una excelente alternativa para abrigarse.

2.4 Ventajas del producto peruano y competencia

Los productos confeccionados en alpaca en Perú tienen muchas ventajas en relación con la competencia local. Podríamos decir que la primera ventaja es el conocimiento del tratamiento de la fibra que viene desde los ancestros de la cultura andina en el Perú por cientos de años y por más de dos milenios, cosa que se encuentra en temprana etapa para los productores estadounidenses.

El producto peruano ofrece “fair trade” o precio justo por el trabajo manual de las prendas, que compite en gran escala con los productos confeccionados en el mercado local de Estados Unidos e incluso con aquellos importados de otros países.

La fibra de alpaca peruana tiene una textura, resistencia y suavidad inigualable debido a que las alpacas crecen en un clima propicio y su alimentación es también sana los cuales proporcionan gran estimulación para que su fibra tenga una calidad muy alta en relación con las criadas en otras partes del mundo. Es el ejemplo de las alpacas criadas en

Australia que es el tercer país mayor productor de alpacas en el mundo de acuerdo a un estudio del Proyecto binacional de Alpaca de Bolivia (2012) para Agrónomos Veterinarios donde indica que es empírica la idea de que la fibra de la alpaca australiana no tiene la misma calidad de las fibras obtenidas en Perú y Bolivia ya que se cree que no tiene la misma resistencia. Sin embargo, los datos muestran el crecimiento y mejoramiento en la producción de fibra con menos micronaje como el caso de la clase Royal o extrafina en que Australia produce $<20 \mu$ igual a la producida en Perú como se indica en el cuadro comparativo de las fibras producidas en los principales países donde hay un importante número de alpacas.

Análisis de la competencia (presentaciones y precios)

Se puede observar que la competencia para las prendas hechas en lana de alpaca definitivamente son aquellas fibras que se le parecen, tanto en textura como en



función de la misma que es el de abrigar para protegerse del frío. Estas prendas que pueden ser muy lujosas tanto como las hechas en alpaca y por lo general tienen precios muy altos, dependiendo de la marca y el lugar donde se vendan.

La angora, mohair, cachemir, vicuña y merino se destacan como principales competidoras de la lana de alpaca. Los precios pueden ir desde los USD 80 y hasta más de USD 1000 por prenda como se puede observar en la presentación de la galería de fotos adjunta en este punto. Algunas prendas están confeccionadas con mezcla de otras fibras que contribuyen a la resistencia y elegancia de la misma, como por ejemplo el mohair

suele mezclarse con Lana Merino o cachemir, otras veces con nylon que tiene la función de mantener caliente a las personas. Debemos también considerar otras fibras naturales como el algodón que también se fabrican prendas de vestir abrigadoras y sobre todo son usadas en climas no muy fríos y por personas que pueden ser alérgicas al pelo de alpaca, pero que también cumplen con la función de abrigar. Sin dejar de lado las fibras artificiales también juegan un rol competidor con la alpaca, considerando entre ellas las lanas acrílicas que son mucho más baratas que las lanas de pelo natural y por lo general las prendas tejidas con esta fibra van dirigidas a un mercado masivo de precios más bajos.



Encontramos prendas de todo tipo en las vitrinas de tiendas de renombre como aquellas por departamentos en los Estados Unidos, y los precios de las mismas varían de acuerdo con el segmento del mercado en que estas están dirigidas, marcas tales como Ralph Lauren, Hugo Boss, Anthropology, Sacks, Tommy Hilfiger, Calvin Klein, y Peruvian Connection por nombrar algunas.

El modo más práctico en este análisis de efectuar una comparación de los productos que compiten contra las prendas tejidas en lana de alpaca es el modo visual a través de la fotografía, donde se puede observar con mayor claridad la prenda, el tipo de tejido y la calidad de la fibra con que se ha confeccionado. Para ello, presentamos a continuación una galería de fotografías que son un indicativo de las marcas que trabajan con fibras similares a las de la lana alpaca.

Podemos concluir que las prendas confeccionadas con las fibras que compiten con la lana de alpaca se venden a precios altos y en algunos casos similares a aquellas hechas en lana de alpaca, dependiendo de la marca y la ubicación de la tienda. Por lo general, el sector de ingresos medio - alto es el que usualmente suele comprar este tipo de prendas que compiten con la alpaca y que no están al alcance de la mayoría y cuyos ingresos son menores. Por otro

lado, debemos tomar en cuenta que muchas veces los créditos ofrecidos por las grandes tiendas, son un incentivo para que el usuario pueda comprar un producto caro y pagarlo a plazos pero que con ello puede darse el gusto de usar una prenda de marca de famosos diseñadores y hecha de materiales finos y caros.

A pesar de existir competencia con otras fibras, la alpaca tiene un segmento de consumo bastante alto dentro del mercado de Estados Unidos, y es demostrado por los volúmenes exportados cada año, principalmente desde Perú como se menciona en párrafos anteriores. Por ello, no se deben desalentar los productores peruanos de prendas de alpaca, por todo lo contrario, esta competencia debe servir para que cada día se perfeccionen más en cuanto a los acabados de las prendas hechas Perú, la presentación de las mismas, diseños y combinación de colores; de tal modo que al promocionarlas sigan teniendo una buena aceptación en este mercado y por ende continúe en crecimiento su venta. Lo que es recomendable para poder competir con fibras de tan alta calidad es que se elaboren diseños que puedan romper lo tradicional, poniendo el talento del diseñador en su máxima expresión para que las prendas de alpaca sobresalgan ante aquellas hechas en angora, cachemir, mohair o cualquier otra fibra que compite con la lana de alpaca.



03

Auditoría en tiendas

En este análisis podemos hacer dos comparaciones, una por las prendas en fibra de alpaca hechas en Estados Unidos y la otra por aquellas que son importadas

y principalmente de Perú y que se venden bajo diversas marcas tanto online como en tiendas y cuyos precios no difieren uno del otro.

Tabla N°7: Prendas fabricadas en Estados Unidos

Empresa	Producto	Precio
Island Alpaca - Martha's Vineyard Este es un criador alpacas propias y tiene una tienda dentro de su fundo donde venden lo que producen con la lana de sus propias alpacas. También venden online con envíos a todos los estados dentro del país. Normalmente los turistas que visitan las tierras donde se crían las alpacas suelen visitar la tienda y comprar el producto localmente. Ellos están situados en la isla de Martha's Vineyard en Massachusetts. Tienen un programa de ayuda al Proyecto de Nunoa en Perú para ayuda a la gente que habita en ese poblado, así como al ganado que crece en esa zona.	Buñanda en Mezcla de Alpaca	USD 25
	Buñanda en Alpaca "Riccio"	USD 34
	Buñanda Reversible en Alpaca	USD 39
	Cuello/banda en Baby Alpaca.	USD 49
	100% Baby Alpaca buñanda de pelo	USD 79-89
	Alpaca Diamond-Leaf Shawl	USD 159
	100% Alpaca Buñanda Diamond	USD 69
	Shawl croché a mano	USD 79
	100% Alpaca buñanda Herringbone	USD 62
	100% Alpaca Buñanda Infinity	USD 62,50
100% Alpaca Buñanda hecha a mano	USD 39	

Empresa	Producto	Precio
<p>Alpaca Nation Este es otro criadero de alpacas situado en Ohio. Al igual que todos los otros criaderos de alpaca, reciben turistas que visitan a las alpacas y tienen una tienda en el mismo fundo donde los turistas compran los productos cuando la visitan. También venden vía online y hacen envíos a distintos estados dentro de Estados Unidos y ofrecen envíos sin cobro en la mayoría de sus artículos. Entre sus productos destacan los sweaters, para hombre y mujer, así como prendas para niños, gorros, medias, zapatitos, compitas, etc. También fabrican frazadas, chales, guantes, bufandas, alfombras y muñecos. Algunas de sus prendas son hechas en Perú y sus etiquetas así lo indican. Adicionalmente a sus prendas, venden prendas con otras marcas que también son de fabricación nacional e importadas, principalmente hechas en Perú.</p>	Alpaca Afghan-Cable Manta	USD 249
	100% Alpaca Frazada de Bebe	USD 169
	Alpaca Frazada bebe	USD 159
	King & Queen size Frazadas	USD 198
	Signature Alpaca Frazada	USD 475
	100% Alpaca a cuadros azul Baby Alpaca Manta	



Tabla N°8: Prendas de fibra de alpaca importadas en el Mercado de Estados Unidos

Empresa	Producto	Precio
<p>Peruvian connection es una marca estadounidense que tiene 6 tiendas de atención al público directamente en Estados Unidos en las ciudades de Nueva York, Washington DC, Boston, Chicago, Kansas y Santa Fe y una tienda en Londres. Sus ventas además de realizarse directamente al público en sus tiendas, también se hacen online. Sus clientes son de un estrato social medio alto por lo general. Peruvian Connection</p>	Sweater abrigo 100% Baby Alpaca	USD 698
	Chaleco 70% Baby Alpaca 30% Lana tejido Jacquard	USD 325
	Chaleco largo en intarsia hecho a mano	USD 450
<p>Alpaca Collection Kuna es una marca peruana posicionada en el mercado de Estados Unidos y fabricada por la empresa peruana Incalpaca de Arequipa. Tienen un showroom en Los Angeles y almacenes en San Diego, pero no tienen tiendas de venta directa al público. En el showroom atienden ventas a tiendas y boutiques y las ventas a consumidores directos se hacen vía online con envíos a todo Estados Unidos. Sus prendas son de calidad A-1 muy apreciadas en este mercado. Los consumidores son normalmente de un estrato social medio-alto</p>	100% Baby Alpaca Sweater	USD 219
	100% Baby alpaca Cardigan	USD 225

Empresa	Producto	Precio
<p>Anthropology es una marca de Estados Unidos y tienen 227 tiendas en todo el país. Sus ventas se realizan tanto en tienda como online. Su mercado es de clase media y media-alta.</p>	Poncho en alpaca, lana y nylon con cierre	USD 248
	Sweater en Alpaca, nylon y lana	USD 198
<p>Stella McCartney at Net a Porter Net-A-Porter es una empresa internacional con sede en Londres, tiene tiendas en las ciudades más importantes del mundo y trabaja marcas lujosas con unos 350 diseñadores a nivel internacional. Tienen una tienda lujosa en la 5ta Avenida en Nueva York, pero mayormente sus ventas son online. Sus clientes son de estrato social alto.</p>	Sweater 50% alpaca 50% lana hecho en Italia	USD 750
<p>Novica es una marca estadounidense que abastece a sus compradores vía ventas online. Es una corporación muy grande que apoya a los artesanos de diferentes países, tienen una oficina en Lima, pero sus dueños son íntegramente estadounidenses. Su mercado es el sector de clase media, comercializan artesanías de diversos países, prendas de vestir de hombre y mujer y artículos de decoración para el hogar. Trabajan con planes de apoyo para grupos indígenas de centro América, los Andes, Brasil y Unicef. Sus ventas se distribuyen en todo Estados Unidos siempre online.</p>	Inca Maze Poncho Asimétrico de Peru	USD 40,99
	Sweater mezcla Alpaca & Algodón	USD 67,99
	Cardigan Sweater de Perú Evening Mirage	USD 43,99
	Earth Crack Poncho asimétrico de Perú	USD 45,99
	Cardigan en Alpaca manga larga Navy Waterfall dream	USD 45,99
	54 Lady of the flowers, 100% Alpaca	USD 229,99
	Falda en alpaca 100% Liquorice	USD 135,99
	Valley of the flowers 100% Baby alpaca	USD 219,99



04

Condiciones de Acceso al Mercado

4.1 Aranceles

Clasificación Arancelaria

La clasificación arancelaria es equivalente para todos los países importadores y tanto en Perú como en Estados Unidos se aplica la nomenclatura del Sistema Armonizado (HS) para clasificar las importaciones y exportaciones. La Clasificación Arancelaria, que se utiliza en Estados Unidos es el sistema armonizado o Harmony System (HS). Es importante recalcar que el Sistema Armonizado no diferencia las prendas para caballeros o damas y tampoco las prendas para bebé

de niño o niña, sin embargo, las prendas para mujeres o niñas si están claramente definidas.

Con el tratado de libre comercio firmado entre Perú y Estados Unidos, todas las importaciones de prendas de vestir en general están exentas de pagos arancelarios quedando estas liberadas de pagos por derecho de importaciones provenientes desde Perú e incluye las siguientes subpartidas arancelarias principalmente:

Subpartida arancelaria	Descripción arancelaria
5109.10.00.00	Hilados de lana o pelo fino para venta al por menor con un contenido $\geq 85\%$ en peso
5109.90.00.00	Los demás hilados de lana o pelo fino acondicionados para la venta al por menor
6110.19.10.90	Los demás suéteres (jerseys), de lana o pelo fino; a excepción de los con cuello de cisne (sous pull, turtle neck).

Subpartida arancelaria	Descripción arancelaria
6102.10.00.00	Abrigos, chaquetas, capas y artículos similares de punto, para mujeres o niñas, de lana o pelo fino
6110.19.30.00	Cardiganes de los demás pelos finos
6115.94.00.00	Demás, calcetines y demás artículos de calcetería de lana o pelo fino
6202.11.00.00	Abrigos, impermeables, chaquetones, capas y artículos similares, para mujeres o niñas, de lana o pelo fino
6214.20.00.00	Chales, pañuelos de cuello, bufandas, mantillas, velos y artículos similares, de lana o pelo fino
5108.20.00.00	Hilados de pelo fino peinado sin acondicionar para la venta el por menor
4303.90.10.00	Artículos de peletería de alpaca
6110.19.90.90	Los demás suéteres (jerseys), «pullovers», cardiganes, chalecos y artículos similares, de punto, de lana o pelo fino; a excepción de los con cuello de cisne (sous pull, turtle neck).
6111.90.10.00	Prendas y complementos de vestir de punto para bebés, de lana o pelo fino
6104.41.00.00	Vestidos de punto para mujeres o niñas, de lana o pelo fino
6204.31.00.00	Chaquetas (sacos), para mujeres o niñas, de lana o pelo fino



Normas de origen y pruebas de origen

Siendo que las importaciones de prendas de vestir desde Perú hacia Estados Unidos cumplen con el acuerdo bilateral sobre el libre comercio firmado entre ambos países, y para probar el origen de las exportaciones de Perú hacia Estados Unidos y aplicar el beneficio de los acuerdos comerciales entre ambos países, la aduana estadounidense exige el certificado de origen de lo exportado. El certificado de origen debe especificar claramente que tal mercadería fue fabricada en Perú para su ingreso.

Para la obtención del certificado de origen, el exportador debe acercarse a la Ventanilla Única de Comercio Exterior (VUCE) que funciona desde el 1 de julio del 2014. En el VUCE se pueden obtener duplicados, reemplazo y la anulación del mismo certificado que antes se realizaba en los locales de distintos gremios empresariales autorizados por el Ministerio de Comercio Exterior y Turismo. Del mismo modo, el certificado de origen puede ser obtenido a través de la Asociación de Exportadores

(ADEX) y La Cámara de Comercio, el cual debe reunir los requisitos y sujetarse a las disposiciones pertinentes establecidas en el Capítulo 4 del Acuerdo y en el Decreto Supremo N° 003-2009-MINCETUR.

Para gozar de las preferencias arancelarias, se debe consignar en la declaración aduanera de mercancías el código de Trato Preferencial Internacional (TPI) 802.

Requisitos mínimos para la obtención del Certificado de Origen son:

- Llenar una declaración jurada (anexo D)
- Copia de la factura de exportación
- Formato de solicitud anexo 1
- Declaración Jurada simple.
- Pago de la tasa del 1% de la UIT.

Para obtener este Certificado, el exportador peruano tendrá que presentar la Declaración Jurada de Origen firmada y sellada por su Empresa, de acuerdo con la Resolución Ministerial N°256-2006-MINCETUR/DM.

4.2 Requisitos específicos de los importadores - compradores

Una vez que la mercadería ingresa a puertos estadounidenses, el vista de aduana en Estados Unidos comprobará que dicha mercadería se acoge al tratado bilateral de libre comercio por lo que una simple declaración jurada del importador acompañada de los documentos de importación tales como la factura, lista de empaque, certificado de origen y otros documentos que se señalan a continuación según la U.S. Custom and Border Protection (Aduanas de Estados Unidos):

Consideraciones adicionales para la importación de textiles incluyen los requisitos de la Comisión de Seguridad de Productos de Consumo (CPSC) para la inflamabilidad.

Las etiquetas de uso de las prendas deben especificar claramente el contenido y las instrucciones para el cuidado. Todos los

productos textiles deberán estar provistos de etiquetas que indiquen el país de origen o, si no fuera posible, (hilo, lana) de tal manera que el país de origen pueda distinguirse del comprador final.

En las etiquetas de la prenda se debe así mismo determinar el país de origen de los productos mezclados (Ej. Sweaters fabricados en Perú partir de seda china o con mezclas de otras fibras provenientes de otros países otros que no sean de Perú) puede ser muy complicado.

En este link se especifican todas las reglas antes mencionadas para las etiquetas exigidas por el Federal Trade Commission de Estados Unidos para el etiquetado de las prendas de lana: <https://www.ftc.gov/tips-advice/business-center/guidance/threading-your-way-through-labeling-requirements-under-textile>



Gráfico N°3: Muestras de etiquetas según las regulaciones de Estados Unidos



Fuente: Fotografías Kate Spade (manual de etiquetas para Kate Spade)
<https://portal.katespadeconnect.com/documents/10113/1287126/Labeling+Manual>



Fuente: Tommy Hilfer



Fuente: Ralph Lauren

4.3 Barreras, estándares y normas

Con el Acuerdo de Promoción Comercial (APC) Perú - Estados Unidos o Tratado de Libre Comercio (TLC) que se firmó en Washington D.C. el 12 de abril de 2006; y entró en vigencia el 1 febrero de 2009, no existen barreras arancelarias entre ambos países para el ingreso de las prendas tejidas en alpaca producidas en Perú hacia el mercado de Estados Unidos. A partir de entonces se creó una gran ventaja para el sector textil de confecciones, así como otros sectores de la industria nacional del Perú, para poder ingresar a un mercado muy competitivo como el de Estados Unidos.

Estándares y Normas

La Comisión Federal de Comercio (Federal Trade Commission FTC) de Estados Unidos exige a todos los importadores de prendas confeccionadas en lanas de diversos tipos seguir la siguiente reglamentación para el ingreso de su mercadería al suelo de Estados Unidos:

- **Nombres de fibra de lana**

El importador puede usar el término lana para fibra hecha con el vellón de la oveja o el cordero y el cabello de la cabra Angora, cabra Cachemira, camello, alpaca, llama o vicuña. Las fibras de lana

recicladadas deben ser identificadas como lana reciclada.

- **Fibras especiales de lana**

Las fibras especiales pueden ser llamadas lanas o identificadas por sus nombres de fibra de especialidad: mohair, cachemira, camello, alpaca, llama, vicuña.

No todas las fibras de la cabra de cachemira se consideran cachemir bajo el Acta y Reglas de Lana. El término "cachemira" puede usarse para identificar el contenido de fibra solo si:

La fibra consiste en las fibras finas (esquilado) de la primera capa producidas por una cabra de la cachemira (capra hircus laniger);

El diámetro medio de dicha fibra de cachemira no exceda de 19 micras; y las fibras de cachemira de dicho producto de lana no contienen más del 3% (en peso) de fibras de cachemira con diámetros medios que exceden 30 micras.

El diámetro medio de la fibra puede estar sujeto a un coeficiente de variación alrededor de la media que no excederá del 24%. Si las fibras de una cabra de



cachemira no cumplen con esta definición, la etiqueta debe identificarlos como lana en lugar de cachemira.

Si utiliza el nombre de una fibra especial, el porcentaje de esa fibra debe aparecer en la etiqueta. Además, cualquier fibra especial reciclada debe ser identificada como "reciclada". Por ejemplo:

- » 50% Pelo de Camello Reciclado
- » 50% Lana
- » 55% Alpaca
- » 45% Pelo de camello
- » 35% Llama reciclada
- » 35% Vicuña Reciclado
- » 30% Algodón

Si utiliza nombres de fibras especiales, deben aparecer en la etiqueta de contenido de fibra requerida y en cualquier otra referencia a las fibras. Si la etiqueta requerida simplemente indica lana, no puede usar un nombre de fibra especial en otra información no requerida -como una etiqueta colgante- que pueda aparecer en el producto. Por ejemplo, si la etiqueta dice 100% lana, "Fine Cashemir Garment" no puede aparecer en la etiqueta requerida o cualquier otra etiqueta. Si la prenda tiene una pequeña cantidad de cachemira, y llamar la atención sobre ese hecho de alguna manera, la cachemira debe aparecer en la etiqueta con el porcentaje real. Por ejemplo:

- » 97% Lana
- » 3% Cachemira

Gráfico N°4: Composición textil del etiquetado de prendas de fibras especiales



Al igual que con otras revelaciones de contenido de fibra, todas las partes de la información de fibra deben estar en un tipo de igual tamaño y conspicuidad. Las referencias a la fibra de especialidad no pueden ser engañosas o engañosas. Por ejemplo, si una chaqueta tiene una etiqueta que revela que contiene 3% de cachemira, sería engañoso para adjuntar otra etiqueta a la manga que indica "FINE CACHEMIR BLEND" (Mezcla de Cachemira fina), a menos que la etiqueta de manga repite la divulgación de fibra completa con porcentajes en peso.

La Comisión ha enmendado las Reglas de lana para permitir que ciertas etiquetas de colgar que identifican las fibras sin revelar el contenido completo de fibra del artículo, si el artículo tiene una etiqueta que proporciona la información de contenido de fibra requerida y la etiqueta de colgar le dice al consumidor que vea la etiqueta del contenido completo de fibra del artículo. Esta divulgación no sería necesaria si el artículo consta de un solo tipo de fibra.

Fibras de lana muy finas

Las leyes de lana permiten que las etiquetas de productos de lana identifiquen fibras de lana fina usando términos como "Super 80's" o "80's". Sin embargo, las fibras de lana no pueden ser identificadas usando

estos términos a menos que la lana cumpla con las siguientes definiciones:

- (A) "Super 80" u "80's" --- el diámetro medio de la fibra de lana es de 19,75 micrones o más fino;
- (B) "Super 90's" o "90's" --- el diámetro promedio de las fibras de lana es de 19,25 micrones o más fino;
- (C) "Super 100" o "100" --- el diámetro medio de la fibra de lana es, en promedio, de 18,75 micras o más fino;
- (D) "Super 110's" o "110's" --- el diámetro medio de las fibras de lana es de 18,25 micrones o más fino;
- (E) "Super 120's" o "120's" --- el diámetro medio de las fibras de lana es de 17,75 micrones o más fino;
- (F) "Super 130's" o "130's" --- el diámetro medio de las fibras de lana es de 17,25 micrones o más fino;
- (G) "Super 140's" o "140's" --- el diámetro promedio de las fibras de lana es de 16,75 micrones o más fino;
- (H) "Super 150's" o "150's" --- el diámetro medio de las fibras de lana es de 16,25 micrones o más fino;



- (I) "Super 160's" o "160's" --- el diámetro medio de la fibra de lana promedia 15,75 micrones o más fino;
- (J) "Super 170's" o "170's" --- el diámetro medio de las fibras de lana es de 15,25 micrones o más fino;
- (K) "Super 180's" o "180's" --- el diámetro medio de las fibras de lana es de 14,75 micrones o más fino;
- (L) "Super 190's" o "190's" --- el diámetro medio de las fibras de lana es de 14,25 micrones o más fino;
- (M) "Super 200's" o "200's" --- el diámetro medio de la fibra de lana promedia 13,75 micrones o más fino;
- (N) "Super 210's" o "210's" --- el diámetro medio de la fibra de lana promedia 13,25 micrones o más fino;
- (O) "Super 220's" o "220's" --- el diámetro promedio de las fibras de lana es de 12,75 micrones o más fino;
- (P) "Super 230's" o "230's" --- el diámetro medio de la fibra de lana promedia 12,25 micrones o más fino;
- (Q) "Super 240's" o "240's" --- el diámetro promedio de las fibras de lana es de 11,75 micrones o más fino; y
- (R) "Super 250's" o "250's" --- el diámetro medio de la fibra de lana promedia 11,25 micrones o más fino.

La Ley y las Reglas aquí descritas permiten el uso de los términos anteriores para describir la lana en productos que consisten enteramente en lana, así como mezclas de lana. Los vendedores pueden promediar el diámetro de la urdimbre y llenar los hilos para determinar la finura total.

Si se usa un número "Super" o "S" para describir un producto implica falsamente que el producto contiene lana, el uso de los números "Super" o "S" en la etiqueta violaría la Ley de Lana y las Reglas. La información no requerida en las etiquetas, incluidos los números "Super" o "S", no debe minimizar, desvirtuar o entrar en conflicto con la información requerida y no debe ser falsa, o engañosa.

Otras fibras de pelo o de piel

El término "fibra de pelo" ("fur fiber") puede usarse para describir el pelo o la

fibra de pelo - o mezclas de los mismos - de cualquier animal que no sea el cordero, la cabra Angora, la cabra Cachemir, el camello, la alpaca, la llama y la vicuña. Puede utilizar el nombre del animal si su pelo o fibra de piel comprende más del 5% del peso de la fibra. Por ejemplo, 60% de lana, 30% de fibra de pelo, 10% de pelo de conejo Angora.

El pelo o la fibra de nuevas variedades de animales cruzados, como el cabello Cashgora o el cabello Paco-Vicuña, pueden ser revelados de esta manera también. Por ejemplo:

- » 60% lana
- » 40% de cabello Cashgora

Nota: Si un pelo o fibra de pelo está unido a la piel del animal, está cubierto por las Reglas del Pelo (Fur Rules).

Productos importados fabricados enteramente en el extranjero

Un producto textil fabricado enteramente en el extranjero debe estar etiquetado con el nombre del país en el que fue

procesado o fabricado. Los importadores y otros comerciantes deben revisar los reglamentos aduaneros para determinar el país de origen apropiado para los productos fabricados enteramente en el extranjero. La determinación depende del tipo de producto y del país o países donde se produce o se produce. Las Leyes de Textil y Lana no definen los términos “procesamiento” y “fabricación”. Los términos se refieren a las etapas del proceso de producción relevantes para determinar el país de origen de un producto importado. Las Leyes de Textil y Lana exigen la divulgación del país en el que se procesó o fabricó un producto importado. Por tanto, no basta con revelar que un producto se fabricó en la Unión Europea, por ejemplo, en lugar del país en el que se fabricó. Hecho en Perú o Made in Peru, es necesario en la etiqueta y en el certificado de origen para acogerse al Tratado de Libre Comercio entre ambos países Perú y Estados Unidos y estar liberados de impuestos de importación.

Etiquetas “Made in U.S.A.” sin calificación Una etiqueta puede decir, “Made in USA” solo si el producto se hace completamente en los Estados Unidos de materiales que se hicieron en los Estados Unidos. Si



un fabricante de Estados Unidos utiliza productos importados de color gris que se tiñen, imprimen y terminan en los Estados Unidos, no pueden ser etiquetados como "Made in USA" sin calificación.

Nota: Al determinar el país de origen de un producto, no tiene que considerar el origen de partes del producto exentas de divulgación de contenido, como por ejemplo cremalleras o botones.

Identificación del fabricante, importador u otro distribuidor

Las etiquetas textiles deben identificar el contenido de fibra, el país de origen y el nombre de la empresa o el número de identificación registrada (RN) del fabricante, importador u otra empresa que comercialice, distribuya o manipule el producto. Una RN es expedida y registrada por la FTC (Federal Trade Commission) y puede ser emitida a cualquier firma en los Estados Unidos que fabrique, importe, comercialice, distribuya o manipule de otra manera productos textiles, lana o pelo. Los RN no se emiten a empresas

fuera de los Estados Unidos. El importador puede usar un RN en lugar de un nombre para satisfacer el requisito de etiquetado.

Nota: No se requiere un RN para hacer negocios en los Estados Unidos.

Si utiliza un nombre de empresa

El nombre debe ser el nombre completo bajo el cual la empresa hace negocios, es decir, el nombre que aparece en los documentos comerciales como órdenes de compra y facturas. No puede ser una marca registrada, un nombre comercial, una marca, una etiqueta o un nombre de diseñador, a menos que sea el nombre bajo el cual la compañía hace negocios.

Productos importados: Si el producto es importado, la etiqueta puede identificar cualquiera de los siguientes:

- El nombre del fabricante o distribuidor extranjero.
- El nombre o RN del importador.
- El nombre o RN del mayorista.

- El nombre o RN del minorista final - si el minorista ha consentido.

Precaución: Si los textiles están etiquetados con el nombre o RN del minorista, pero el distribuidor no recibe las mercancías y se venden a otra persona, el nombre del minorista o RN debe ser removido o borrado, y los productos reetiquetados con EL RN o el nombre de la empresa que está en la línea de distribución real.

Si utiliza un número de identificación registrado (RN)

Una empresa puede usar un solo RN para etiquetar productos bajo las leyes Textil, Lana y / o Pieles. Solo se asigna un número a una empresa. La Comisión no emite más números de Etiquetado de Productos de Lana (WLL) para productos de lana, pero las empresas que los poseen aún pueden usar números. Los RN y los WPL no son transferibles o asignables.

El prefijo "RN" o "WPL" es parte del Número de Identificación Registrado y debe preceder a los números en la etiqueta.

El exportador no necesita obtener o usar un RN para hacer negocios; el RN es otra manera de identificar a la empresa en etiquetas en lugar de usar el nombre completo de la empresa. Sin embargo, hay varios beneficios al usar un RN:

- Permite a los compradores identificar y encontrar fácilmente a través del directorio RN o el servicio de búsqueda RN.
- A menudo, utiliza menos espacio en la etiqueta que el nombre de la empresa.
- Facilita el mantenimiento de registros y le ayuda a realizar un seguimiento de quién es quién en el comercio de textiles.
- El exportador puede encontrar que algunas compañías requieren que usted tenga un RN con el fin de hacer negocios con ellos.

Fuente: Federal Trade Commission (FTC)
Programa: Enhebrando su camino a través de los requisitos de etiquetado bajo las leyes Textil y Lana



05

Comercialización y Distribución

El canal de distribución parte desde el fabricante del producto siendo el destino final el consumidor o usuario.

La función principal del canal de distribución se basa en organizar la oferta, teniendo el producto para ofrecer con sus costos y precio al comprador o importador. Contactar el cliente y negociar el producto para su venta.

Los canales de distribución más utilizados para prendas de vestir en alpaca son los siguientes:

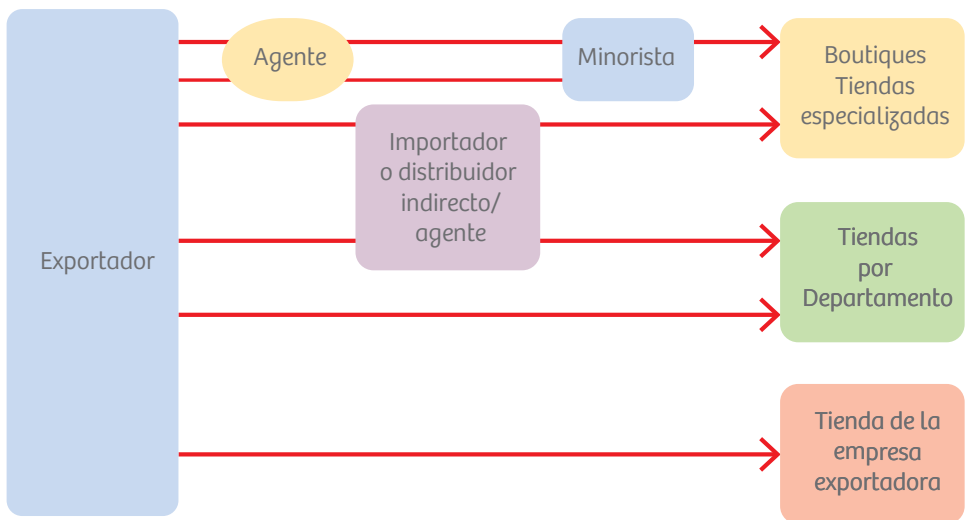
- Canal Directo.

- Canal de Distribución Indirecta.
- Canal Distribuidor.
- Canal Broker/ agente.

En el esquema de distribución que aquí se indica se puede observar como generalmente funciona la distribución de las prendas de alpaca que se generan inicialmente desde el exportador, utilizando las diferentes modalidades según el cliente o comprador.



Gráfico N°5: Estructura de los Canales de Distribución y Comercialización



5.1 Canales de distribución y comercialización

Canal directo

Llamamos distribución directa cuando el exportador comercializa las prendas directamente a los importadores sin la intervención de intermediarios, agentes o distribuidores. Generalmente y hoy en día es muy común ver esta modalidad donde el fabricante vende directamente a los importadores que luego venden directamente al usuario final. Usualmente, esta es la modalidad que más se utiliza en la compra de prendas hechas en lana de alpaca, debido a que el que las importa las vende directamente en sus tiendas o boutiques al consumidor final.

Por otro lado, también se denomina canal directo cuando el productor vende directamente al consumidor a través de una tienda al público. Es el ejemplo de la marca peruana Kuna que vende en Estados Unidos directamente al consumidor final a través de su tienda online y tiene las siguientes ventajas:

- Se tiene el control total sobre el producto y todas las fases de su comercialización.
- No se pagan comisiones a intermediarios reduciendo los costos de venta.

Desventajas

- Es necesario tener un conocimiento amplio del mercado.
- Involucra una mayor inversión.

Venta Directa a Minoristas

Es recomendable que cuando los pedidos de los importadores sean muy pequeños el exportador envíe una carga consolidada de todos los pedidos en el mismo embarque y de este modo reduzca el costo del transporte. Para poder realizar este envío se necesita de un almacén que se encargue de la distribución y eso tiene un costo que deberá considerarse dentro del precio de venta.

Es importante que el fabricante realice visitas periódicas a los clientes y conozca las nuevas tendencias del mercado. Esta clase de venta se realiza con frecuencia en las prendas de alpaca ya que se considera minorista a una boutique, por ejemplo, en que sus compras no son de gran volumen como podría serlo proveniente de una tienda por departamento. Muchos fabricantes medianos y pequeños en Perú realizan este tipo de venta directa a minorista en Estados Unidos que generalmente son las boutiques.

Ventas a boutiques multimarca

Las tiendas o boutique multimarca son tiendas pequeñas especializadas y venden productos de media-alta y alta calidad. Son más abiertas a probar nuevos productos como medio de diferenciación con grandes almacenes, lo que se presenta como una gran oportunidad para nuevos proveedores. Sin embargo, sus pedidos son pequeños y sus formas de pago son a mediano y corto plazo comprendidos entre los 30 y 60 días de la recepción de las prendas. Pero ellos se ajustan a la modalidad de venta del exportador que por lo general es de 50% pagado al momento de colocar el pedido y el otro 50% pagado antes de realizar el embarque, de este modo el exportador se asegura de que su producción ha sido pagada en su totalidad y no tendrá problemas para cobrar más adelante. Estas boutiques multimarca son tiendas venden distintas marcas de modo que tengan una gran variedad para ofrecer a sus clientes. En el caso de las prendas hechas en lana de alpaca, suelen haber un gran número de boutiques que ofrecen prendas hechas en otras fibras para dar más alternativas a los consumidores y que su selección sea más amplia.

Hoy en día el exportador es quien exige una modalidad de pago para vender sus

prendas y por lo general el comprador se ajusta a ellas. A menos que sea un pedido voluminoso a marcas muy conocidas los términos de pago difieren de los mencionados en el párrafo anterior. Por lo general trabajan con cartas de crédito emitidas por un banco de primer orden, irrevocable y confirmada pagadera al plazo que pacten entre fabricante e importador que usualmente puede ser a la vista, 60 días de la fecha de embarque o incluso hasta 180 días si el volumen de la exportación es realmente grande y amerita un mayor plazo.

El exportador debe asegurarse que tendrá el retorno de su inversión en la producción de la mercadería y por ello en muchos casos debe cobrar por adelantado un 50% para poder tener capital de trabajo. Es aconsejable suscribir un contrato con los términos y condiciones de la compra, descripción del producto, cantidades, fecha de embarque, precios, vía de embarque y términos de pago.

Ventas a tiendas por departamento

Las tiendas por departamento o grandes almacenes son un gran canal de comercialización para el exportador, debido a que la exhibición de sus productos llega a un público consumidor más amplio



y sus volúmenes de compra suelen ser altos. En el caso de las prendas de alpaca muchas tiendas por departamento tienen marca propia y suelen hacer pedidos bajos sus marcas, pero también comercializan otras marcas, como es el caso de Macy's, JC Penny o Lord & Taylor en Estados Unidos. Una desventaja es que los compradores de los grandes almacenes no suelen estar dispuestos fácilmente a probar nuevas líneas de marcas poco conocidas en el mercado. En este canal existe el concepto de markdown money, el cual se refiere a una compensación económica que exigen los proveedores en el caso de que haya sido necesario rebajar el precio de sus prendas para su venta al público.

Usualmente, las condiciones de pago que se pactan con los grandes almacenes o tiendas por departamento debido a los volúmenes de compra suelen ser a través de una carta de crédito (L/C) confirmada e irrevocable pagadera a la vista de documentos o a un término que puede ser no mayor de 180 días de la fecha de embarque de la mercadería como se indica en párrafos anteriores.

Distribución Indirecta

Bajo la distribución indirecta el productor cuenta con un intermediario que sería el importador y/o distribuidor para poder llegar al minorista. Usualmente los fabricantes que no tienen representación o una oficina en el país de destino usan

a los intermediarios o agentes para comercializar sus productos. La distribución indirecta es también muy usual para suplir a negocios o tiendas pequeñas que no compran en grandes volúmenes. Es muy difícil para un exportador hacer envíos pequeños a distintas tiendas de modo individual porque encarecería el costo del transporte y por ende repercutiría en el precio final del producto. Y para ello utiliza a los distribuidores o agentes que son los importadores directos y se encargan de hacer la distribución a tiendas pequeñas. Por lo general el productor no siempre llega a tener conocimiento de los clientes de sus distribuidores, pero es importante que ellos sepan a qué sector del mercado van sus prendas.

El distribuidor usualmente pone el precio de venta con los porcentajes que estime conveniente y que le representen una utilidad y que a la vez sea atractivo para el comprador donde agregará los costos de la importación y distribución de las prendas (mark - up). Así mismo, considerará convenir precios competitivos con los mayoristas y aumentar el precio a los minoristas o boutiques que por el volumen de su compra no pueden tener el mismo precio que aquellos que compran en volúmenes mayores.

Este canal suele usarse en el mercado de Estados Unidos para las prendas de alpaca, pero en menor escala de las ventas hechas a través del canal directo.

Canal distribuidor

El distribuidor es quien compra el producto al productor o exportador y lo vende en las tiendas bajo su propia cuenta y riesgo y se convierte en el vendedor directo para que luego las tiendas vendan los productos a los consumidores finales. Así mismo, se encarga de la logística de la importación, transporte, distribución y cobro de sus ventas. El distribuidor es el cliente final del exportador considerando que sus compras pueden ser de volúmenes grandes y ser distribuidas a una diversidad de tiendas en el territorio.

Si pudiera considerarse una desventaja bajo la modalidad de compra a través de distribuidores, se diría que el fabricante pierde el control sobre quiénes son los negocios o tiendas que compran el producto para que llegue al consumidor final. Pero si consideramos el modo práctico, personalmente pienso que es irrelevante que el fabricante no controle el canal de distribución de su comprador, lo importante es que los consumidores compren el producto y su consumo se incremente.

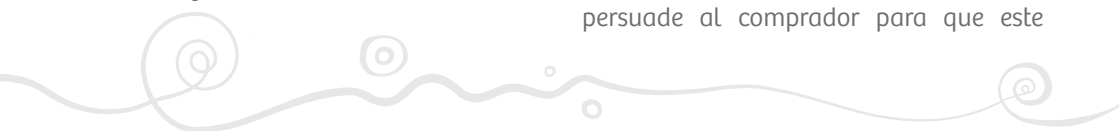
Sin embargo, hoy en día los distribuidores han ido desapareciendo, creando una compra directa más eficiente a través del mismo importador cuya marca le pertenece y que distribuye a sus propias tiendas o a tiendas por departamento que comercializan su marca.

Canal Bróker

Usualmente, el bróker o agente tiene la exclusividad para representar y promocionar el producto, y es el quien se encarga de promoverlo dentro del territorio. La gran ventaja para el fabricante de usar un agente, es que el agente es quien se encarga de efectuar las ventas a distribuidores o incluso a minoristas y recibe una comisión de parte del fabricante, la misma que está considerada dentro del precio de venta. Es importante que el agente conozca el mercado y los clientes que visite, así como contar con una cartera de clientes importantes. Una de las ventajas de esta modalidad es que el fabricante de las prendas conoce quienes son los compradores debido a que el agente no es el comprador final, es un representante de la empresa ante los compradores.

Es recomendable que cuando el fabricante/exportador no ha tenido experiencia previa en exportación y desea explorar nuevos mercados el bróker o agente es una buena opción para la promoción e introducción de las prendas.

El agente solo vende el producto, pero no se encarga de hacer los trámites de la importación ni de la gestión de cobro a los clientes, pero contribuye a la satisfacción del cliente y si los acuerdos con su representado lo indican entonces persuade al comprador para que este



realice el pago de la mercadería según lo pactado en su orden de compra.

El costo del agente o representante lo asume el fabricante y/o exportador como se indica líneas arriba, el mismo que será incluido en el precio de ventas del producto y que es considerado como comisión. Usualmente la comisión del agente por de las ventas efectuadas varía entre 10% - 15% sobre el precio de venta o valor FOB de la prenda, comisión que debe pactar el agente y fabricante cuando acuerdan la representación. Otras modalidades a considerar en los canales de distribución son:

Apertura de filial o Showroom

Un showroom es una alternativa de exhibición directa de las prendas del exportador a los minoristas. Es como un agente con un ambiente de exhibición directa para las tiendas pequeñas o boutiques y obtiene una comisión por la venta que realice. A diferencia del agente, este ofrece un local donde exhibe sus prendas y convoca a los compradores a que lo visiten de modo que los compradores puedan tener comodidad para ver las prendas que se exhiben. Ellos pueden

pactar precios y modalidad de entrega ya que fue pactado con anterioridad con el productor/exportador.

Uno de los centros de moda más importantes en el mundo es Nueva York, donde se concentran un sinnúmero de showroom que sirven de contacto con las tiendas de compra en menor escala. Estos están ubicados por lo general en la zona llamada "District Garment" o distrito de la moda ubicado entre las avenidas 6ª y 9ª y las calles 34 y 41 en la ciudad de Nueva York. Otras concentraciones de showrooms están ubicados Soho, Brooklyn y Queens. No debemos olvidar un nicho muy importante en la compra de prendas tejidas en alpaca que es California donde se concentra un gran número de marcas famosas.

En mi opinión personal, pienso que un showroom puede ser riesgoso en cuanto a que se exhiben prendas de varias marcas a distintos compradores y la venta puede no consolidarse. Por lo tanto, podría considerarse una pérdida de tiempo y dinero debido a que adicionalmente los costos de usar un showroom son más altos que aquellos que cobra un bróker o agente y varían entre el 20% y 25% del

valor de las prendas, lo cual encarece el producto y por ende el consumidor final deberá pagar un precio mucho más alto.

La sugerencia sería usar un agente o bróker quien jugaría un mejor papel en la promoción y venta de los productos, debido a que su interés por realizar la venta será a corto plazo y tendrá una amplia cartera de clientes que pueda visitar en diversas zonas y no se concentra solamente en aquellos que están dentro de la ciudad donde se encuentra el showroom y sus comisiones son menores que las del showroom afectando al precio final menos de lo que afecta si se usa un showroom. Las oficinas Comerciales del Exterior (OCEX) pueden proporcionar información de agentes o brokers a quienes estén interesados en tener uno.

Apertura de tienda

Abrir una tienda en Estados Unidos no es tan fácil debido a los trámites para realizar la apertura. Esto tiene sus ventajas y desventajas. La ventaja es que se vendería el producto directamente al comprador final, y se evitan los costos de agente, distribuidor o showroom, pero una tienda tiene ventas en menor escala que

las que realizan los grandes almacenes o marcas reconocidas. El hecho de tener una tienda de venta al público implica una inversión muy alta, ya que es el resultado de la maduración y experiencia en la distribución de los productos en Estados Unidos

El éxito de este canal de distribución dependerá estrechamente de la ubicación de la tienda, pero también de las características del producto y la definición del público objetivo.

La desventaja de esta forma de comercialización es que los trámites de apertura de una tienda para un individuo no residente en Estados Unidos implican obtener primero una visa de negocios otorgada por la embajada de Estados Unidos en Perú y cumplir con todos los requisitos necesarios de solvencia económica para sostener la tienda. Se tiene que hacer una constitución de empresas en la ciudad donde se piensa abrir el negocio, registrarla ante la municipalidad y el IRS Internal Revenue Service que es como la SUNAT en Perú (obtener el registro para pagos tributarios y pagar impuestos mensual o anualmente sobre las ventas realizadas) Debe además



cumplir con todas las leyes del estado donde el negocio se abra como si fuera el negocio de un nacional.

En Estados Unidos casi todas las marcas de prendas fabricadas en lana de alpaca o cualquier otra fibra similar realizan la distribución en sus tiendas propias, agentes, distribuidores, o en tiendas por departamento de acuerdo con sus propias políticas hasta llegar al consumidor final.

Algunos importadores tienen sus propios almacenes en distintos puertos donde les facilita la distribución. Es el caso que ciertos importadores para evitar excesivos pagos por transportar la carga a diversos estados, los importadores cuando colocan sus pedidos solicitan a los exportadores que su carga vaya a determinado puerto y de allí ellos distribuyen a sus tiendas o compradores que se encuentran cercanos a ese punto de recepción de la carga. Se considera también que ciertos puertos en Estados Unidos tienen cobros más baratos que otros y por ello prefieren que la descarga de sus contenedores se haga en alguno de esos puertos y de ese modo abaratan los cargos de aduana y de transporte. (Fuente: <http://howtoexportimport.com/What-is-THC-Terminal-Handling-Charges-253.aspx>)

Las grandes marcas que son los más grandes importadores generalmente tienen puntos de distribución en sus almacenes de recepción. Desde allí distribuyen los pedidos a sus tiendas o clientes en otros estados. Normalmente, la distribución se hace vía terrestre y en camiones hacia el punto de entrega. Las tiendas ofrecen las prendas directamente a los consumidores vía anuncios en televisión, en revistas o periódicos además de sus páginas web para promover principalmente la marca o cuando tienen alguna oferta que atrae al público.

Los agentes son considerados vendedores de las marcas, pero no distribuidores de los pedidos que ellos logran, a menos que el importador tenga algún trato con distribuidores que compran la mercadería al importador y el distribuidor se encarga de venderla a tiendas pequeñas y entregar directamente. Pero en este caso el distribuidor compra la mercadería del importador y se convierte en el cliente del importador.

En Manhattan, las zonas más exclusivas son la Av. Madison y la 5ta avenida. Soho y Nolita son zonas privilegiadas para diseñadores emergentes. También es importante señalar que en zonas

como el Garment District que es donde está la mayor concentración de negocios de prendas de vestir, en las calles 34 a 37 St. Entre la 6ta y 7ma avenida en Manhattan son recomendables para abrir alguna tienda debido a la afluencia de público constante. Brooklyn está abriendo un espacio para nuevas marcas y diseñadores cambiando el marco de compradores que solo tenían que ir a Manhattan si deseaban comprar prendas de buena calidad. Y está creando un incentivo para abrir un centro donde los diseñadores puedan confeccionar sus prendas en Brooklyn. Este centro que con el apoyo de la alcaldía de la ciudad de Nueva York tendría una inversión de más de USD 136 millones para crear fuentes de trabajo y desarrollo a diseñadores que quieran apostar por el "Made in New York". El centro se abrirá en el terminal terrestre de Bush. (Fuente: Oficina del alcalde de Nueva York, febrero 14, 2017).

Tener una tienda limita a vender a otras tiendas que compran cantidades significativas y que competirían entre sí. Lo más recomendable sería que además de tener una tienda se pacten precios convenientes con otros compradores (otras tiendas) para que sus productos

lleguen a más consumidores en otras zonas como lo hacen diversas marcas.

Venta Online

La venta online es un canal de venta que ha ido ganando más aceptación entre los consumidores en los últimos tiempos con el avance de la tecnología. Para hacer conocer los productos que el exportador fabrica es importante cuenten con una página web atractiva y adaptada al consumidor americano (en inglés, precios en dólares, etc.) de este modo el comprador tiene una mejor idea de los productos que el exportador fabrica.

La venta online funciona generalmente con el público consumidor final cuando este ya conoce el producto o la marca, pero no es usual entre el exportador y el importador (B2B). La facilidad de hacer compras online está creciendo aceleradamente en un mundo donde los consumidores no tienen tiempo para ir de shopping a las tiendas y prefieren dedicar más tiempo a viajar o estar con la familia y las compras llegan directamente a la puerta de la casa sin dificultad alguna y generalmente toman de 5 a 10 días en recibirlas.



Usualmente los cobros del transporte por envío de mercadería comprada vía online pueden variar de acuerdo a la tienda o volumen de compra, estos pueden ir desde los USD 6,50 (como el caso de la marca Roxy Quicksilver) o USD 10,00 en el caso de Macy's. Pero se debe considerar que algunas tiendas eliminan el cobro de envío cuando la compra es mayor a cierto volumen. En el caso de Macy's generalmente el cobro por envío se elimina cuando la compra alcanza los USD 100,00, en el caso de Tommy Hilfiger cuando la compra alcanza los USD 150,00 y en muchos casos estacionalmente cuando hay ofertas no cobran el envío de la compra. (Fuente: Roxy Quicksilver, Macy's & Tommy Hilfiger.

Las ferias del sector son un medio indiscutible para conectar nuevos compradores, siempre que el productor esté preparado para promocionar sus prendas, con buenos acabados, una buena carta de colores, especificaciones técnicas, precios, tiempo de entrega, termino de pago son los requisitos primordiales para tratar con los clientes y obtener el éxito en sus negociaciones. (Ver el anexo c sobre las ferias del sector en Estados Unidos)

Por otro lado, las Oficinas Comerciales del Exterior (OCEX) ofrecen el apoyo necesario para contactar compradores y hacer visitas a clientes que pueden estar interesados en las prendas a ofrecer.



06

Información Adicional

6.1 Oficinas/ Gremios en el mercado

Office Of Textiles And Apparel (Otexa)

La OTEXA es un organismo perteneciente a la administración de negocios internacionales de los Estados Unidos (ITA) La Oficina de Textiles y Prendas de Vestir (OTEXA) supervisa programas y estrategias para mejorar la competitividad nacional e internacional de las industrias textil, calzado de prendas de vestir y artículos de viaje de los Estados Unidos. ITA trabaja para mejorar el entorno empresarial global y ayuda a las organizaciones estadounidenses a competir en el país y en el extranjero.

<http://otexa.trade.gov/>
U.S. Department of Commerce
International Trade Administration - Office
of Textiles and Apparel
Room H30003
14th and Constitution Avenue, N.W.
Washington, D.C. 20230

United States International Trade Commission (USITC)

La Comisión de Comercio Internacional de los Estados Unidos (USITC) es una agencia independiente, bipartidista, cuasi judicial y federal de los Estados Unidos que proporciona experiencia comercial tanto a



Las ramas legislativas como ejecutiva.

U.S. International Trade Commission
500 E Street, SW
Washington, DC 20436
Teléfono: 202.205.2000
Página Web: www.usitc.gov

U.S. Alpaca Fiber Council

La U.S. Alpaca Fiber Council es una institución al servicio de los productores de fibra de alpaca en Estados Unidos que promueve la cadena de producción de la misma.

- Página web: <https://alpacafiberCouncil.org/>
- Las organizaciones fundadoras del US Alpaca Fiber Council son: Alpaca Coalition of America (ACOA) página web: <http://alpacaCoalition.com/>

6.2 Ferias Comerciales

A continuación, se detallan las ferias más importantes en el sector textil de confecciones dentro de Estados Unidos y que son manejadas por UBM Fashion.

- Alpaca Fiber Cooperative of North America (AFCNA), página web: <http://afcna.com/>
- Alpaca Owners Association, Inc. (AOA), página web <http://www.alpacainfo.com/>
- Artisan Mill Network, página web: <https://www.facebook.com/artisanfibermillnetwork/>
- New England Alpaca Fiber Pool (NEAFP), página web: <https://www.neafp.com/>
- Natural Fiber Producers (NFP), página web: www.naturalfiberproducers.com
- Sorting, Grading, Classing (SGC) página web: sortgradeClass.com/author/SGC/
- Suri Network. página web: www.surinetWORK.org

UBM Fashion es el productor líder de ferias de moda de renombre mundial como MAGIC, Coterie, PROJECT e FN PLATFORM. Une a los mejores talentos

de la industria textil de confecciones en demostraciones más dinámicas que se traduce en shows más fuertes para los compradores y las marcas y ayuda a alcanzar su promesa a la industria que es el de reunir a grandes marcas y minoristas en espectáculos magníficamente vendidos, ofrecer un servicio al cliente superior y, los

consumidores finales con la mejor ropa, calzado, accesorios y productos de moda.

La página web para todos estos eventos es: http://www.ubmfashion.com/browse?q=browse&field_categories=target_id=All&field_date_value=&field_location_city_target_id=All&page

Tabla N°9: Ferias comerciales de diseños y moda

Feria	Lugar	Fecha	Descripción
POOLTRADESHOW	Nueva York	Septiembre	POOLTRADESHOW es el mejor show para las marcas emergentes de prendas de vestir y accesorios que buscan clientes minoristas.
STITCH	Nueva York	Septiembre	Es el show para los diseñadores de listo-a-usar enfocados y refinados. Esta feria cuidadosamente elaborada muestra la mezcla correcta de ropa contemporánea, deportiva, estilo de vida y marcas internacionales.
FAME	Nueva York	Septiembre	Divertido y lleno de tendencias frescas, Fame es un destino de una sola parada de compras donde los minoristas descubren el prêt-à-porter joven moda contemporánea y orientada por las tendencias para las mujeres.
MODA	Nueva York	Septiembre	Moda es un evento de lujo que proporciona una mezcla concisa de modernas colecciones contemporáneas de prêt-à-porter que muestran algunos de los nombres más deseados en la

Fuente: US Census Bureau (2017)



Feria	Lugar	Fecha	Descripción
EDIT	Nueva York	Septiembre	Nuevo en septiembre: EDIT se convierte en un destino en Coterie EDIT es una presentación altamente curada de reconocidos y crecientes diseñadores internacionales, destacando las colecciones de prêt-à-porter y accesorios con una notable calidad.
NY WOMEN'S SEPTEMBER	Nueva York	Septiembre	NY Women's en septiembre es un escaparate de moda elevado con las marcas más buscadas en ropa de mujer, calzado y accesorios.
ACCESSORIES THE SHOW	Nueva York	Septiembre	Accessories The Show es una colección vibrante de accesorios y el evento para descubrir marcas clásicas y de tendencias y diseñadores nuevos y emergentes.
SOURCING@ COTERIE	Nueva York	Septiembre	Este evento exclusivo de abastecimiento conectará las marcas de lujo y diseñadores más influyentes a una selección de fabricantes especializados en mínimos bajos y producción de alta calidad.
COTERIE	Nueva York	Septiembre	Coterie es el principal evento mundial que conecta a los diseñadores de prendas de vestir, accesorios y calzado de las mujeres con el "quién es quién" internacional de los minoristas.
INTERMEZZO COLLECTIONS	Nueva York	Enero	Intermezzo Colecciones es la oportunidad perfecta entre los principales mercados de la moda femenina para comprar las tendencias actuales en todas las clasificaciones de prêt-à-porter-contemporáneo, ropa deportiva, casual y denim.
ACCESSORIE CIRCUIT	Nueva York	Enero	Accessorie Circuit es una amplia exposición de accesorios y calzado para mujeres con joyas de diseño y fina, bolsos, calzado, bufandas, cinturones y artículos de regalo.
ACCESSORIES THE SHOW	Nueva York	Enero	Accessories The Show es una colección vibrante de accesorios para descubrir marcas clásicas y de tendencias y diseñadores nuevos y emergentes.

Fuente: US Census Bureau (2017)

Feria	Lugar	Fecha	Descripción
MODA	Nueva York	Enero	Nueva York Moda es un evento exclusivo que ofrece una mezcla concisa de modernas colecciones contemporáneas de prêt-à-porter que muestran algunos de los nombres más deseados en la industria.
FAME	Nueva York	Febrero	Divertido y lleno de tendencias frescas, Fama es un destino de una sola parada de compras donde los minoristas descubren el prêt-à-porter joven moda contemporánea y orientada a las tendencias para las mujeres.
NY WOMEN'S	Nueva York	Enero	El mercado de ropa y accesorios para mujeres más completo de la costa este, y la presentación de accesorios más grande de UBM Fashion con dos espectáculos líderes de la industria
CHILDREN'S CLUB	Nueva York	Agosto	Children's Club es una exposición internacional que ofrece todas las categorías de ropa para niños desde recién nacidos hasta los 12 años, artículos de tocador, accesorios de moda, calzado, juguetes y regalos.
NY MEN'S	Nueva York	Enero	Uniendo a PROJECT y MRket, este destacado evento comercial de moda masculina de Nueva York ofrece todo, desde emergentes hasta establecidos, y contemporáneos de ropa clásica, calzado y accesorios.
MARKET	Nueva York	Enero	MARKet es una feria mundial de la moda para distinguir marcas de ropa masculina que representan las colecciones de ropa masculina, ropa deportiva, calzado y accesorios de los Estados Unidos y del extranjero.
PROJECT	Nueva York	Enero	Con tres comunidades únicas, PROJECT, PROJECT SOLE y THE TENTS, PROJECT Nueva York presenta las mejores marcas de ropa, calzado y accesorios para hombres.
SOURCING AT MAGIC	Las Vegas	Febrero	SOURCING en MAGIC es su enlace a toda la cadena de suministro global. Esta increíble fuente de inspiración, educación, innovación y recursos es lo que mantiene la moda en movimiento.

Fuente: US Census Bureau (2017)



Feria	Lugar	Fecha	Descripción
THE COLLECTIVE	Las Vegas	Febrero	Un evento de moda de hombres y hombres jóvenes establecido, THE COLLECTIVE muestra todo, desde colecciones clásicas a prendas de vestir con estilo de vida y con licencia.
WWDMAGIC	Las Vegas	Febrero	WWDMAGIC le ofrece la mayor selección de prendas de vestir y accesorios para mujeres y jóvenes en la industria.
THE TENTS	Las Vegas	Febrero	Presentado en un entorno elevado, THE TENTS sirve como una plataforma enfocada para las etiquetas de lujo y diseñador, contemporáneo de hombres y de doble-género.
POOLTRADESHOW	Las Vegas	Febrero	POOLTRADESHOW es el mejor show para las marcas emergentes de prendas de vestir y accesorios que buscan clientes minoristas.
CHILDREN'S CLUB MAGIC	Las Vegas	Febrero	La única feria en Las Vegas dedicada exclusivamente al mercado de la marca infantil contemporánea, Children's Club MAGIC brinda una nueva visión de la ropa infantil.
PROJECT WOMENS	Las Vegas	Febrero	PROJECT WOMENS ofrece a los compradores acceso a una colección inigualable de ropa y accesorios femeninos contemporáneos.
STITCH	Las Vegas	Febrero	STITCH es el espectáculo para los diseñadores de listo-usar enfocados y refinados. Muestra la mezcla correcta de ropa contemporánea, deportiva, estilo de vida y marcas internacionales.
MAGIC FEBRUARY	Las Vegas	Febrero	MAGIC es el mercado de moda más completo de los Estados Unidos, presentando lo último en ropa, calzado, complementos y recursos de moda para hombres, mujeres y niños.
PROJECT	Las Vegas	Febrero	Realizada cada febrero y agosto en Las Vegas, PROJECT es la muestra más destacada y completa del mercado contemporáneo.

Fuente: US Census Bureau (2017)

07

Fuentes de Información

- Alpaca Collections (2017) Fotografías de prendas hechas en lana de alpaca. Fuente: <http://www.alpacacollections.com/>
- Alpaca Mall (2017) Fotografía prendas en alpaca hechas en Estados Unidos. Fuente: http://www.alpacamall.com/popup_image2.php?pid=8193
- Alpaca Mall (2017) Fotografía prendas en alpaca hechas en Estados Unidos. Fuente: http://www.alpacamall.com/popup_image2.php?pid=14111 (foto)
- Alpaca Mall (2017) Fotografía prendas en alpaca hechas en Estados Unidos. Fuente: <http://www.alpacamall.com/en/sweaters/hand-knit-sweater-p-13761.html>
- Alpaca Mall (2017) Fotografía prendas en alpaca hechas en Estados Unidos. Fuente: http://www.alpacamall.com/popup_image2.php?pid=13959
- Alpaca Nation (2017) Prendas hechas en alpaca en Estados Unidos. Fuente: <https://www.alpacanation.com/alpaca-stores/store.asp?name=14664>
- Alpaca Nation (2017) Prendas hechas en alpaca en Estados Unidos. Fuente: https://www.alpacanation.com/alpaca-products/03_viewcategory.asp?name=12942&cat=sweaters+%26+apparel
- Alpaca Nation (2017) Prendas confeccionadas en alpaca hechas en Estados Unidos. Fuente: <https://www.alpacanation.com/alpaca-products/alpaca-products-retail-2.asp?level=category&name=sweater%3a+cardigan+w%2f+buttonse&cat=10235>
- Alpaca Owners Association Inc. (2017) Alpacas registradas en Estados Unidos por Estado. Fuente: <http://www.alpacainfo.com/about/statistics/alpacas-us>



- Anthropology (2017) Prendas hechas en lana de alpaca. Fuente: www.anthropologie.com
- Anthropology (2017) Fotografía poncho en alpaca y mezclas. Fuente: www.anthropologie.com/shop/alpaca-blend-poncho?category=tops-sweaters&color=004
- Asociación de Exportadores (ADEX) (2016) Nota de Prensa exportaciones de prendas de alpaca. Fuente: http://www.adexperu.org.pe/web_adex/prensa/notas.html
- Autoridad binacional del Lago Titicaca (24 Marzo, 2016) ALT inicia Proyecto de Integración en Cadenas Productivas Transfronterizas. Fuente: <http://www.alt-perubolivia.org/web/publicaciones/noticias/95-alt-inicia-proyecto-de-integraci%c3%b3n-en-cadenas-productivas-transfronterizas.html>
- Brooks Brothers (2017) Fotografía de prendas hechas en alpaca en Estados Unidos. Fuente: http://www.brooksbrothers.com/baby-alpaca-blend-cable-knit-crewneck-sweater/ms00793_khak_lg_____.default.pd.html?src=googleshopping&cmp=ppc_us_gg_pla_men%27ssweaters&gclid=cjwkcajw8rmbbrboeiwa2f2bim-8coaou4ig70y5fnxogptpr1f3tyisawhgi-1s16jud2buewc9r2xocutyqaud_bwe
- Choice Alpaca Products (n.d.) Prendas de lana de alpaca hechas en Estados Unidos. Fuente: <https://choicealpacaproducts.com/collections/made-in-the-usa>
- Diario Correo (2012) Puno: Impulsan construcción de planta de transformación de fibra de alpaca. Fuente: <http://diariocorreo.pe/peru-360deg/puno-impulsan-construccion-de-planta-de-transformacion-de-fibra-de-alpaca-476866/>
- Diario Correo (Mayo 26, 2015) Tejedoras exportan prendas de alpaca por 80 mil. Fuente: <http://diariocorreo.pe/ciudad/tejedoras-exportan-prendas-de-alpaca-por-80-mil-590159/>
- Edens, L. (Agosto, 2017) producción sobre fibra de alpaca en Estados Unidos (conversación directa). Ediciones Sibila (2014) Monsieur Christian Lacroix y Desigual colaboran en un abrigo de lana de alpaca. Fuente: <https://www.edicionesibila.com/es/actualidad/confeccion-textil/monsieur-christian-lacroix-y-desigual-colaboran-en-un-abrigo-de-lana-de-alpaca>
- Fair Indigo (2017) Prendas hechas en alpaca en Estados Unidos fotografía de sweaters. Fuente: <https://www.fairindigo.com/shop-your-values/shop-alpaca-sweaters-and-accessories.html>

- Fair Indigo (2017) Prendas hechas en alpaca en Estados Unidos fotografía de sweaters. Fuente: www.fairindigo.com/fair-indigo-baby-alpaca-fair-trade-sweater-dress.html
- Federal Trade Commission FTC (n.d.) Threading Your Way Through the Labeling Requirements Under the Textile and Wool Acts. TAGS: Clothing and Textiles. Related Rule: Textile Fiber Rule Wool Products Labeling Rules (Regulaciones sobre el etiquetado en prendas de vestir hechas lanas y pelo fino) Enhebrando el camino a través de los requisitos de etiquetado bajo las leyes textil y lana. Fuente: <https://www.ftc.gov/tips-advice/business-center/guidance/threading-your-way-through-labeling-requirements-under-textile>
- Gateway Farm Alpacas (2017) Estadística sobre la producción de fibra de alpaca en Estados Unidos. Fuente: <http://www.gatewayalpacas.com/alpaca/alpaca-fiber/production-statistics.htm>
- Golden Touch naturals (2017) Fotografía guantes hechos con fibra de alpaca. Fuente: <http://goldentouchnaturals.us/shop/us-alpaca-driving-gloves>
- Grisak, A. (Febrero 23, 2017) Alpacas de Montana Fotografías . Yellowstone Valley Woman. Fuente: www.yellowstonevalleywoman.com/born-shorn-worn-in-the-usa/
- Heinrichs, K. (n.d.) The Alpaca Fiber Market (Ann Arbor Alpacas - Great Lakes Alpaca Association) El Mercado de la fibra de alpaca. Fuente: <http://www.glaa-alpaca.com/fibermarket.aspx>
- Homiak, J. (2013) por que la fibra de alpaca es tan apreciada? Fuente: <http://www.usalovelist.com/alpaca-socks/>
- Hugo Boss (2017) Fotografía sweater en cashmere. Fuente: http://www.hugoboss.com/us/cashmere-sweater-faynee/hbna50376456_755.html?cgid=514000#start=1
- Incalpaca (2017) Fotografía telas planas de alpaca. Fuente: <http://www.incalpaca.com/es/product/916/>
- Income by Zip Code (2017) Ingresos per cápita en Dakota del Norte. Fuente: www.incomebyzipcode.com/northdakota
- Industry of All Nations (2017) alpaca Project. Fuente: http://www.industryofallnations.com/alpaca-sweaters-industry-of-ccid_105.aspx
- Info alpacas (2012) Carta de colores de la fibra de alpaca. Fuente: <http://infoalpacas.com.pe/fibra/>



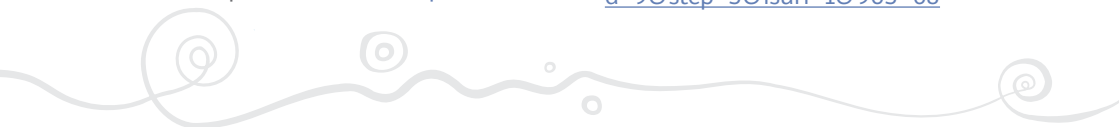
- Info Alpaca (2012) Putina: Impulsan proyecto para elevar precio de fibra de alpaca. Fuente: <http://infoalpacas.com.pe/putina-impulsan-proyecto-para-elevar-precio-de-fibra-de-alpaca/>
- International Trade Administration/ OTEXA (2017) Importaciones de sweaters en 2016. Fuente: <http://otexa.trade.gov/scripts/tqquantity.exe/runquery2?hts=6110190030>
- International Trade Commission ((2017) Importaciones de prendas tejidas desde Perú. Fuente: http://www.trademap.org/tradestat/bilateral_mq_ts.aspx?nupm=1|842|604|61||2|1|1|1|2|3|1|1|1
- Island Alpaca (2017) Prendas hechas en alpaca en Estados Unidos. Fuente: http://islandalpaca.com/island_alpaca_farm_store_catalog.php?cat=13&type=&status=first
- J. Crew (2017) Fotografías de prendas en lana de alpaca. Fuente: www.jcrew.com
- Kent, A. (2015) Brrrr. America's 50 coldest cities (Las 50 ciudades más frías de Estados Unidos) USA Today. Fuente: <https://www.usatoday.com/story/money/business/2015/02/28/247-wall-st-coldest-cities/24107481/>
- Kuna (2014) Fotografía prendas hechas en lana de alpaca. Fuente: <http://kuna.com.pe/coleccion/oi2014/30-short-swing>
- La República (octubre 27, 2016) Exportaciones de prendas de alpaca por buen camino. Fuente: <http://larepublica.pe/impresaeconomia/816033-exportaciones-de-prendas-de-alpaca-por-buen-camino>
- List of Companies (2017) Listado de empresas fabricantes de prendas de alpaca en Estados Unidos. Fuente: <http://mobile.listofcompaniesin.com/united-states/alpaca/page1.html> - <http://mobile.listofcompaniesin.com/united-states/apparel-clothing/alpaca/>
- Los Andes (2013) Putina: Impulsan proyecto para elevar precio de fibra de alpaca. Fuente: <http://www.losandes.com.pe/regional/20130221/69027.html>
- Macy's (2017) Fotografías de prendas hechas en Cashmere. Fuente: www.macys.com
- Ministerio de Industria Comercio y turismo (Mincetur) (2016). Marca 'Alpaca Del Perú' Logra Posicionarse En Nuevos Mercados Del Mundo. Fuente: <http://www.mincetur.gob.pe/marca-alpaca-del-peru-logra-posicionarse-en-nuevos-mercados-del-mundo/>
- My Peru Global (2014) Estudio de mercados de alpaca. Slideshare,

- Linkedin.Fuente: <https://www.slideshare.net/myperuglobal/estudio-de-mercados-de-alpaca-2014>
- Mysti Acres Alpaca (2017) Barn Jacket. Fuente: <http://www.mistyacresalpaca.com/mens/alpaca-barn-jacket>
 - Mysti Acres Alpaca (2017) Guantes en alpaca para conducir. Fuente: <http://www.mistyacresalpaca.com/mens/alpaca-driving-gloves-with-leather-palms>
 - Misty Acres Alpaca (2017) Prendas tejidas en lana de alpaca hechas en Estados Unidos. Fuente: <http://www.mistyacresalpaca.com/home.htm>
 - Net-A-Porter (2017) Prenda hecha en Mohair de la marca St. Laurent (fotografía). Fuente: https://www.net-a-porter.com/us/en/product/940294?utm_source=google&utm_medium=cpc&scid=scplp940294-014&sc_intid=940294-014&cm_mmc=google-productsearch-us-c--nap_en_us_pla--nap_us_gs_sc_fashion_desktop--fashion--desktop_am&gclid=cjwkcqjw_dtmbrbheiwapizn_drn9mn-x_b_h_z_y_x_q_c_u_i_f_9_w_b_7_x_8-3_j_n_s_m_5_b_n_o_s_i_l_u_s_4_k_3_q_w_f_y_z-241bocanuqaud_bwe
 - Norstrom (2017) Prendas tejidas en Mohair, y Cashmere. Fuente: <http://shop.nordstrom.com>
 - Novica (2017) Fotografía de poncho asimétrico hecho en Perú. Fuente: <https://www.novica.com/product/long-navy-asymmetrical-poncho-from-peru-navy-inca-maze/276554/>
 - Novica (n.d.) Prendas confeccionadas en lana de alpaca de Perú. Fuente: <https://www.novica.com/artistdetail/index.cfm?faid=2891> <https://www.novica.com/artistdetail/index.cfm?faid=5826>
 - Oficina del Alcalde de Nueva York, (Febrero 14, 2017) Made in New York, oferta de incentivos para trabajar en el campus del terminal Bush en Brooklyn. Fuente: <http://www1.nyc.gov/office-of-the-mayor/news/084-17/state-the-city-mayor-de-blasio-creates-made-ny-manufacturing-campus-bush-terminal-in#/0>
 - Osborn, L. (2017) Coldest states in America. Current results (Las ciudades más frías en Estados Unidos) Fuente: <https://www.currentresults.com/weather-extremes/us/coldest-states.php>
 - Pacomarca (n.d.) Información básica de la alpaca. Grupo Inca. Fuente: <http://www.pacomarca.com/informacion-basica-de-la-alpaca.html>



- Peruvian Connection (2017) Fotografías de prendas hechas en alpaca peruana. Fuente: <http://www.peruvianconnection.com/product/565121-tartan+baby+alpaca+zip+cardigan.do?sortby=ourpicks>
- Peruvian Connection (2017) Sweaters en lana de alpaca fotografías. Fuente: <http://www.peruvianconnection.com/category/womens+sweaters/bestselling+customer+favorite+sweaters.do?ntype=1>
- Pinterest (2017) Fotografía de prendas hechas en Alpaca. Fuente: <https://www.pinterest.com/pin/211598882468251432>
- PQS (2013) Para exportadores: el mercado de la fibra de alpaca. Fuente: <http://www.pqs.pe/economia/para-exportadores-el-mercado-de-la-fibra-de-alpaca>
- Priceonomics (2015) When the great alpaca bubble burst (Cuando estalló la gran burbuja de la alpaca). Fuente: <https://priceonomics.com/when-the-great-alpaca-bubble-burst/>
- Ralph Lauren (2017) Fotografía de sweater tejido con alpaca y mezclas. Fuente: <http://www.ralphlauren.com/product/index.jsp?productid=114178276>
- Ralph Lauren (2017) Fotografía de prendas hechas en lana alpaca. Fuente: <http://www.ralphlauren.com/product/index.jsp?productid=13129099>
- Richie, B. (2017) 2017' Best & Worst State Economies. (La Mejores y Peores Economías de los Estados En 2017) Wallet Hub. Fuente: <https://wallethub.com/edu/states-with-the-best-economies/21697/>
- Rojas, I. (2016) Encuentros regionales Arequipa. Fuente: <http://www.bcrp.gob.pe/docs/proyeccion-institucional/encuentros-regionales/2016/arequipa/eeer-arequipa-2016-rojas.pdf>
- Rosemberg, M. (n.d.) Demanda de prendas de alpaca del Perú al mundo. Monografía. Fuente: <http://www.monografias.com/trabajos39/demanda-prendas-alpaca/demanda-prendas-alpaca2.shtml>
- PHI Beta Alpaca (n.d.) alpacas e Hilado en Estados Unidos. Fuente: <http://phibetapaca.com/>
- Peruvian Link (n.d.) Prendas de lana de alpaca hechas en Perú de venta en el mercado de Estados Unidos. Fuente: <https://www.peruvianlink.com/>

- Siicex (2016) Del Perú al Mundo – Prendas de alpaca. Fuente: <http://www.siicex.gob.pe/siicex/documentosportal/758514098rad9d3a1.pdf>
- Siisex: Exportaciones de prenda tejidas en alpaca hacia Estados Unidos (2016) Fuente: http://www.siicex.gob.pe/promperustat/frmbuscar_pais.aspx
- Siicex (2014) Marcas que visten el mundo. Fuente: <http://www.siicex.gob.pe/siicex/documentosportal/629994786rad3dc4d.pdf>
- Siisex (2017) Partidas Arancelarias para prendas tejidas en lana de alpaca. Fuente: http://www.siicex.gob.pe/siicex/portales.asp?page=217.00000&portletid=sfichaproductoregistro&scriptdo=cc_fp_buscare&pdesproducto=%20alpaca
- Sun Valley Alpaca Co.(n.d.) Alpaca Fashion in 19th Century in America (n.d.) (La moda de la alpaca en el siglo 19 en Estados Unidos. Fuente: <https://www.alpacaunlimited.com/pages/history-of-alpaca/alpaca-fashion-in-19th-century-america.html>
- Superintendencia Nacional de Aduanas y de Administración Tributaria (Sunat) (2017). Estadística de exportaciones en lana de alpaca. Fuente: http://www.sunat.gob.pe/estadisticasestudios/busqueda_comercio_exterior.html
- Suri Network (2014) Encuesta sobre la industria de la fibra de alpaca en Estados Unidos. Fuente: <http://www.surinetnetwork.org/resources/documents/pdc/2014%20survey%20results.pdf>
- Tax Foundation (2017) Impuestos a las ventas y estatales por estado. Fuente: <https://taxfoundation.org/state-and-local-sales-tax-rates-in-2017/>
- Tommy Hilfiger (2017) Fotografía cardigan hecho en Mohair. Fuente: <http://usa.tommy.com/en/women/sweaters-women/mohair-cardigan-dw02693>
- US Census Bureau (2017) Foreign Trade (Transacciones con otros países) Fuente: www.census.gov/foreign-trade/press-release/current_press_release/index.html
- US Census Bureau (2017) Total de las importaciones en E.E. UU. 2007 -2016. Fuente: <http://census.gov/foreign-trade/statistics/product/enduse/imports/index.html>
- US Department of Commerce Bureau of Economic Analysis (2017) Ingresos per cápita. Fuente: <https://www.bea.gov/itable/itable.cfm?reqid=9&step=1&acrdn=2#reqid=9&step=3&isuri=1&903=68>



- US Department of Commerce, Bureau of Economic Analysis (2017) Ingresos per cápita en Alaska 2016. Fuente: <https://www.bea.gov/regional/bearfacts/pdf.cfm?fips=02000&areatype=STATE&geotype=3>
- US Department of Commerce, Bureau of Economic Analysis (2017) Ingresos per cápita en Dakota del Norte en 2016. Fuente: <https://www.bea.gov/regional/bearfacts/pdf.cfm?fips=38000&areatype=STATE&geotype=3>
- US Department of Commerce, Bureau of Economic Analysis (2017) Ingresos per cápita en Dakota del Sur en 2016. Fuente: <https://www.bea.gov/regional/bearfacts/pdf.cfm?fips=46000&areatype=STATE&geotype=3>
- US Department of Commerce, Bureau of Economic Analysis (2017) Ingresos per cápita en Maine 2016. Fuente: <https://www.bea.gov/regional/bearfacts/pdf.cfm?fips=23000&areatype=STATE&geotype=3>
- US Department of Commerce, Bureau of Economic Analysis (2017) Ingresos per cápita en Michigan 2016. Fuente: <https://www.bea.gov/regional/bearfacts/pdf.cfm?fips=26000&areatype=STATE&geotype=3>
- US Department of Commerce, Bureau of Economic Analysis (2017) Ingresos per cápita en Minnesota en 2016. Fuente: <https://www.bea.gov/regional/bearfacts/pdf.cfm?fips=27000&areatype=STATE&geotype=3>
- US Department of Commerce, Bureau of Economic Analysis (2017) Ingresos per cápita en Montana en 2016. Fuente: <https://www.bea.gov/regional/bearfacts/pdf.cfm?fips=30000&areatype=STATE&geotype=3>
- US Department of Commerce, Bureau of Economic Analysis (2017) Ingresos per cápita en New Hampshire 2016. Fuente: <https://www.bea.gov/regional/bearfacts/pdf.cfm?fips=33000&areatype=STATE&geotype=3>
- US Department of Commerce, Bureau of Economic Analysis (2017) Ingresos per cápita en Utah en 2016. Fuente: <https://www.bea.gov/regional/bearfacts/pdf.cfm?fips=36000&areatype=STATE&geotype=3>
- US Department of Commerce, Bureau of Economic Analysis (2017) Ingresos per cápita en Vermont 2016. Fuente: <https://www.bea.gov/regional/bearfacts/pdf.cfm?fips=50000&areatype=STATE&geotype=3>
- US Department of Commerce, Bureau of Economic Analysis (2017) Ingresos per cápita en Wyoming en 2016. Fuente: <https://www.bea.gov/regional/bearfacts/pdf.cfm?fips=56000&areatype=STATE&geotype=3>

- US International Trade Commission (USITC) (2017) Código Armonizado o partidas arancelarias para prendas de lana de pelo fino. Fuente: <https://hts.usitc.gov/?query=women%20sweaters%20knitted%20of%20fine%20hair>
- Walnut Creek Alpacas (n.d.) Historia de las alpacas en Estados Unidos. Fuente: <http://www.walnutcreekalpacas.com/information/history.htm>
- Walnut Creek Alpacas (2017) Alpaca at their finest (fotografía de alpacas). Fuente: <http://www.walnutcreekalpacas.com>
- Worldbank (Banco Mundial) (2016) Household final consumption expenditure (current US\$). (Gasto de consumo final de los hogares en US dólares). Fuente: <http://data.worldbank.org/indicator/ne.con.prvt.cd?locations=us>
- World Population review (2017) Población por estado en Estados Unidos al 2017. Fuente: <http://worldpopulationreview.com/states/>

Welcome to Walnut Creek!



Alpacas At Their Finest

We offer quality AKI registered alpacas and excellent herditary for stud along with information on starting your own alpaca farm.



Alpaca Home | Information | Our Herd | Alpaca Pictures | Gifts



Our Alpaca Farm

Walnut Creek is a family owned ranch, located in the beautiful mountains of southeast Oklahoma near the small town of Talibina. We extend a very warm welcome to visit our farm.

We use a very gentle hands on approach and spend quite a bit of time with our animals. They are all very accustomed to being handled so they are very friendly and easy to handle when doing maintenance care.

Alpacas truly are the world's finest and most enjoyable livestock investment!

We searched the US for huacayas with elite genetics so we may offer outstanding bloodlines of exceptional quality. We are always striving to improve our herd with each breeding. Our breeding program is aimed at correct conformation, fleece uniformity, fineness and density, fleece character, and easy temperament.

Services and information:

- Helpful information
- Shearing tips
- Fleece preparation
- Spinning and weaving
- Fleece available
- Consulting Services
- On going customer support
- Excellent farm guarantees
- Interest free short term financing

May 18, 2018

Contact us

Share |    

Thank you!

Visit [WalnutCreek's Blog](#) to see what we're up to and for the latest news.

New T-shirts!



Visit [Walnut Creek's t-shirt page](#)



08

Anexos

Anexo 1

Tabla N°10: Importaciones de Vestimenta, artículos del hogar en lana de Estado

País	2012	2013	
Total mundo	3 241 522 184	3 218 322 206	
Canadá	129 393 266	133 605 368	
México	223 829 530	226 119 327	
Guatemala	34 071 797	42 775 476	
El Salvador	4 665 964	3 668 394	
Honduras	2 158 391	1 826 556	
Nicaragua	6 564	10 695	
Costa Rica	2 908 814	864 143	
Panamá	7 719	1 191	
Bermuda	383	-	
Bahamas	479	-	
Jamaica	941	-	
Islas Caimán	-	-	

Fuente: US Census Bureau (2017)



s Unidos

2014	2015	2016
3 536 268 066	3 275 652 871	2 894 960 035
154 259 736	154 701 821	156 783 262
209 479 772	150 364 864	137 581 098
43 850 743	42 587 088	32 568 143
4 743 985	2 597 417	3 402 689
1 809 275	1 261 799	1 114 554
4 883	11 223	155 374
819 562	394 871	87 899
3 500	2 994	19 880
-	695	-
1 695	280	4 496
351	-	-
-	1 167	-



País	2012	2013	
Haití	29 712 325	30 161 369	
República Dominicana	40 510 951	46 048 804	
Islas Vírgenes Británicas	-	9 828	
Barbados	2 970	-	
Trinidad y Tobago	-	-	
Sint Maarten	-	-	
Curacao	3 476	-	
Guadeloupe	-	6 090	
Colombia	9 019 054	4 278 721	
Venezuela	-	-	
Suriname	-	256	
Ecuador	789 111	773 847	
Perú	19 641 104	18 228 734	
Bolivia	1 815 697	1 389 191	
Chile	3 635 732	3 966 814	
Brasil	61 684	46 267	
Paraguay	-	-	
Uruguay	920 445	895 569	
Argentina	148 048	27 143	

Fuente: US Census Bureau (2017)



2014	2015	2016
25 949 366	17 347 461	727 258
54 146 133	50 437 076	30 105 808
-	-	-
-	-	-
325	-	-
416	-	-
-	-	-
1 927	835	297
3 668 774	4 226 009	3 380 667
16 550	-	-
702	1 010	-
987 295	1 251 669	1 000 082
25 017 212	25 720 761	20 686 898
1 306 204	1 290 031	985 358
6 405 868	7 332 246	8 692 861
74 766	50 385	73 344
-	-	388
868 081	475 626	368 636
28 296	33 449	208 282



País	2012	2013	
Islandia	30 011	27 857	
Suecia	713 973	455 632	
Noruega	1 516 785	1 993 256	
Finlandia	85 244	143 399	
Islas Faroe	532	-	
Dinamarca	386 891	337 416	
Reino Unido	45 464 659	46 776 634	
Irlanda	6 684 306	8 573 664	
Holanda	241 852	174 247	
Bélgica	2 084 077	1 966 529	
Luxemburgo	4 540	1 126	
Mónaco	155 795	47 984	
Francia	39 562 267	47 684 875	
Alemania	3 503 519	3 184 332	
Austria	1 628 075	1 477 298	
República Checa	2 169 561	1 572 589	
Eslovaquia	2 097 447	2 965 158	
Hungría	6 297 583	7 215 797	
Liechtenstein	998	3 632	

Fuente: US Census Bureau (2017)

2014	2015	2016
7 078	162 498	150 242
748 830	681 031	401 923
1 903 263	1 724 697	1 344 906
214 875	233 049	116 556
94 423	18 645	-
535 275	297 019	341 059
57 766 367	56 981 491	47 076 995
9 255 106	9 033 737	8 545 137
223 885	339 600	494 646
1 891 002	1 359 238	1 718 955
627	4 868	2 243
41 246	-	968
50 860 985	52 968 587	47 522 322
6 878 709	3 218 144	3 535 723
1 753 176	1 627 475	1 597 449
1 526 478	1 048 120	768 436
3 785 385	6 065 340	4 585 550
6 381 706	7 027 162	7 291 706
3 839	30 644	21 694



País	2012	2013	
Suiza	22 470 658	25 077 089	
Estonia	201 546	483 622	
Latvia	865 230	513 045	
Lithuania	6 082 041	5 376 013	
Polonia	5 726 464	5 381 044	
Rusia	73 577	81 803	
Bielorusia	64 940	36 948	
Ucrania	5 255 284	3 841 665	
Armenia	16 249	-	
Georgia	480	290	
Kazakhstan	-	-	
Kyrgyzstan	20 368	10 614	
Moldova	838 198	550 348	
Tajikistan	3 104	-	
Uzbekistan	750	366	
España	9 081 170	9 678 371	
Portugal	18 984 299	17 603 735	
Gibraltar	-	-	
Malta	470 250	694 638	

Fuente: US Census Bureau (2017)



2014	2015	2016
27 141 100	22 695 581	16 780 656
841 024	378 750	371 825
751 337	724 589	537 864
8 837 898	8 440 854	5 347 470
7 137 682	7 789 842	7 591 866
308 175	308 024	110 992
60 341	18 456	133 865
3 903 687	4 444 496	4 997 034
509	9 304	2 699
-	-	10 942
273	-	-
2 495	14 909	19 899
477 253	344 574	622 221
-	-	-
-	-	-
10 993 873	7 001 974	5 528 566
20 434 606	22 664 877	23 424 268
-	-	-
786 372	663 246	540 339



País	2012	2013	
San Marino	-	-	
Italia	525 825 193	549 150 500	
Croacia	6 533 723	5 465 306	
Eslovenia	6 667 610	7 478 543	
Bosnia y Herzegovina	6 274 170	6 992 921	
Macedonia	1 954 650	1 878 623	
Serbia	361 797	831 360	
Serbia	-	-	
Montenegro	134 132	294	
Albania	311 698	131 083	
Grecia	566 450	113 783	
Romania	37 020 242	33 457 221	
Bulgaria	21 351 503	22 370 104	
Turkia	60 424 700	51 405 895	
Cipre	1 953	1 676	
Siria	31 665	25 339	
Libano	18 858	21 213	
Israel	777 393	699 310	
Jordania	33 781 856	34 306 044	

Fuente: US Census Bureau (2017)



2014	2015	2016
-	6 993	9 203
618 137 320	559 562 253	501 184 972
7 959 140	8 148 894	6 294 552
4 707 673	2 241 423	1 767 318
8 892 287	8 342 666	7 169 287
1 194 711	1 174 681	783 698
888 834	798 932	581 870
-	-	-
1 526	-	-
62 623	50 838	123 492
153 821	168 073	164 713
41 745 375	38 964 264	35 705 292
32 861 371	34 678 284	27 100 297
59 537 283	56 778 795	48 920 701
10 314	40 000	15 922
4 726	-	-
26 415	45 866	54 710
1 284 393	1 157 218	828 539
36 878 991	25 683 226	28 069 409



País	2012	2013	
Kuwait	-	-	
Arabia Saudita	1 365	-	
Qatar	2 992	-	
Emiratos Arabes Unidos	14 731	13 301	
Oman	1 608	-	
Bahrain	625	-	
Afghanistan	10 595	12 805	
India	95 022 895	116 541 193	
Pakistán	2 685 712	1 986 325	
Nepal	8 320 137	6 300 812	
Bangladesh	35 631 045	29 479 743	
Sri Lanka	13 446 100	4 311 789	
Burma	-	-	
Thailandia	21 705 030	18 855 266	
Vietnam	104 523 639	106 141 295	
Laos	37 207	252	
Cambodia	3 109 358	3 924 418	
Malaysia	18 891	204 085	
Singapur	77 394	257 565	

Fuente: US Census Bureau (2017)



2014	2015	2016
-	7 856	-
1 080	2 070	6 066
-	3 676	31 371
41 729	21 395	41 280
-	-	-
807	530	48 191
3 570	7 314	2 807
111 495 637	102 101 974	78 894 531
2 539 145	1 841 056	1 055 620
7 900 151	8 494 878	7 189 411
27 719 028	19 120 835	18 665 344
4 528 393	6 021 562	14 875 860
660	176 528	1 157 400
17 894 743	16 358 779	18 513 747
116 603 805	141 950 913	136 302 642
-	-	5 415
4 597 546	3 285 345	3 074 866
383 786	183 610	331 830
264 938	96 340	220 100



País	2012	2013	
Indonesia	89 688 733	103 967 764	
Brunei	-	5 276	
Filipinas	38 326 750	31 873 694	
Macau	1 349 195	1 096 800	
China	1 382 792 033	1 314 003 102	
Mongolia	392 544	722 305	
Corea del Sur	5 279 422	3 717 343	
Hong Kong	13 825 532	12 979 814	
Taiwan	1 549 294	1 178 013	
Japan	7 363 675	7 596 467	
Australia	584 058	416 172	
Islas Norfolk	-	-	
Isla de Cocos (Keeling)	13 434	-	
Papua Nueva Guinea	-	-	
Nueva Zelanda	360 890	436 355	
Islas Cook	591	-	
Tokelau	43 343	-	
Niue	-	520	
Samoa	-	-	

Fuente: US Census Bureau (2017)



2014	2015	2016
105 500 950	113 337 847	101 364 084
-	-	-
36 216 700	29 797 204	30 647 229
1 220 796	1 012 023	32 230
1 456 491 836	1 343 970 857	1 164 832 209
793 747	1 264 540	1 234 031
4 655 404	5 098 345	4 123 070
14 389 019	13 687 829	16 771 579
1 542 179	1 309 999	960 902
7 957 158	8 729 382	8 071 936
692 012	829 835	593 635
-	3 255	-
12 875	319	-
19 950	1 360	-
694 592	629 819	592 553
-	-	18 354
-	2 381	-
-	-	265
2 901	4 498	407



País	2012	2013	
Islas Salomon	-	-	
Vanuatu	-	-	
Kiribati	565	-	
Nueva Caledonia	-	-	
Nauru	372	2 524	
Fiji	265 261	108 548	
Tonga	-	-	
Marruecos	5 865 784	5 405 493	
Algeria	-	760	
Tunes	2 487 987	2 739 637	
Egipto	15 617 995	17 899 455	
Mauritania	-	1 212	
Camerun	22 353	-	
Senegal	348	-	
Mali	-	-	
Guinea	1 467	2 547	
Sierra Leon	31 021	28 002	
Ghana	-	-	
Niger	-	8 897	
Togo	-	-	
Nigeria	1 017	2 320	

Fuente: US Census Bureau (2017)



2014	2015	2016
17 604	1 224	7 150
-	-	448
-	-	-
-	7 470	-
2 626	3 317	-
18 472	88 589	9 100
-	445	294
6 417 176	6 041 664	7 237 903
-	-	-
2 827 821	2 744 355	1 883 485
26 247 880	27 557 564	24 997 117
-	4 069	16 551
-	-	4 352
91 862	466	-
-	-	1 140
7 289	6 148	7 210
62 477	12 984	33 473
-	-	704
5 061	13 989	918
-	-	-
2 601	22 676	18 138



País	2012	2013	
Gabon	-	-	
Chad	-	-	
Burkina Faso	-	63 782	
Congo (Brazzaville)	542	-	
Cabo Verde	-	-	
Congo (Kinshasa)	2 556	-	
Rwanda	-	-	
Ethiopia	32 763	11 770	
Uganda	-	-	
Kenya	37 202	58 253	
Seychelles	-	-	
Mauritius	1 946 663	2 159 597	
Mozambique	-	-	
Madagascar	290 144	651 319	
Reunion	-	267	
Sud Africa	592 067	186 429	
Namibia	-	1 833	
Botswana	-	-	
Swazilandia	22 498	3 073	
Malawi	-	-	
Lesotho	-	-	

Fuente: US Census Bureau (2017)



2014	2015	2016
493	-	-
-	318	-
-	-	-
-	-	-
-	-	-
-	1 979	-
45 326	2 082	414
1 591	24 840	35 150
-	1 056	4 720
94 691	181 834	106 193
9 624	4 818	21 058
1 449 886	1 027 733	773 650
-	-	-
1 241 474	2 138 873	1 635 469
-	531	927
210 569	152 137	227 554
-	1 340	19 148
-	-	539
7 306	-	-
-	362	-
-	1 850	-



Perú



PERÚ

Ministerio
de Comercio Exterior
y Turismo

