

Fibra y Lana de Ovinos



1. Aspectos Generales

La investigación se llevó a cabo en base a los requerimientos de información planteados por el PROYECTO DE DESARROLLO DEL CORREDOR PUNO – CUSCO.

Se encontraron dificultades en la etapa de recolección de información del productor (oferta) por aspectos socioculturales tales como dificultad de acceso a la fuente de información, falta de conocimiento de este tipo de labor (El productor era reacio a dar información), falta de conocimiento de sus capacidades, etc.

Sin embargo estos inconvenientes fueron superados por la participación de especialistas (MD. Veterinarios), quienes podían constatar la veracidad de esta información in situ.

Objetivos De La Investigación

Objetivo central

El Objetivo central de la consultoría es la elaboración de una propuesta de viabilidad comercial de fibras (camélidos sudamericanos) y lana de ovino, a partir del análisis de información primaria y secundaria, incluyendo metodologías y mecanismos capaces de dinamizar eslabonamientos entre la producción rural - urbana y el mercado, generando oportunidad de inserción en cadenas productivas.

Objetivos específicos

Levantar información (primaria y secundaria) de mercado para fibras y lana, desde una visión estratégica

Validar información con un enfoque de cadena productiva cíclica, que permita manejar un sistema de información, para otorgar ventajas competitivas a los usuarios del PROYECTO CORREDOR.

2. GRUPO A: FIBRAS (Camélidos sudamericanos)

Definición del Producto en Estudio

La producción de fibra de los camélidos, al igual que otros animales (caprinos), son denominados de "fibras especiales" y se caracterizan por tener un vellón de tipo mixto, donde se entremezclan dos capas de fibras, las de la capa inferior, finas, cortas y abundantes y las de capa superior compuestas de fibras gruesas, relativa-mente planas y de mayor longitud, adquiriendo diversa composición, la cual se observa en el siguiente cuadro.

Composición del vellón de diversas especies

Especies	Composición del vellón	
	fib. fina	fib. Gruesa
Camello (1)	74%	26%
Casimir (Cabra) (1)	80%	20%
Llama (1)	80%	20%
Alpaca (2)	88%	12%
Vicuña (3)	90%	10%

Fibra de Alpaca

El vellón de la alpaca es uno de los productos del animal máspreciado en el mercado, está constituido por fibras finas y gruesas.

La fibra de alpaca, es una fibra natural, fina y suave que ofrece más de 17 colores naturales, en gamas del blanco al negro y todos los matices del marrón.

Es una de las principales materias primas utilizadas para la confección de prendas. Las personas que visten prendas de ALPACA aprecian sus cualidades térmicas y su resistente fibra, tomando en cuenta que tiene como propiedad ser impermeable y antiinflamable.

Estas y muchas otras razones convierten a las prendas de fibra de Alpaca en un producto tentador, elegante y durable, que al usarlas producen esa especial sensación de estar integrado a la naturaleza.

Estudio de la Demanda

El mercado meta

Esta determinado por los grandes grupos industriales, los cuales se encuentran en capacidad de mantener una demanda constante y planificada de fibras, mejorando precios

y permitiendo una mejor articulación en la comercialización. Se ha determinado que este grupo recauda el 90 a 95% del total de oferta de este producto y en la actualidad tienen el deseo de realizar sus labores comercializadoras de forma directa con el productor, eliminando en lo posible a los intermediarios (acopiadores), que deterioran las relaciones comerciales por el manejo inescrupuloso de los precios y del perjudicial manipuleo o adulteración del producto y engaños de compra en balanza, en perjuicio del productor y de los grupos industriales por un menor rendimiento que conlleva a bajos precios de negociación.

Potencial del Mercado

El potencial del mercado está dado principalmente por el acopio de Fibra de los Grandes Industriales, por la moda (tendencias mundiales -moda ecológica-) y las exportaciones.

Adquisición de Fibra de Alpaca por los Grupos Industriales

Así, según entrevistas realizadas con representantes de los grupos industriales, se ha determinado la cantidad acopiada de fibra de alpaca por empresas, la cual se detalla a continuación:

Empresa	Fibra alpaca (kg)	%
Michell industrial s.a.	2273000	65.3%
Inca tops s.a.	682000	19.6%
Productos del sur s.a.	450000	12.9%
Internacional de comercio s.a.	76000	2.2%
Total	3481000	100%

Así también, el potencial de la fibra de alpaca y su desarrollo, está influenciado por lo que ocurra en el mercado refinado (pasarela, moda, entre otros), siendo posible lograr un mejor posicionamiento de la fibra de alpaca en el mercado internacional, que es uno de los objetivos del Ministerio de Agricultura, el CONACS, los industriales, las asociaciones de productores y otros actores involucrados.

Por influencia de la moda y tendencias mundiales en la demanda de productos en base a fibra de alpacas, se tiene una capacidad instalada y una capacidad ociosa de los Grupos industriales, el cual se detalla a continuación:

Acopio de Fibra de alpaca y Estimación de la Capacidad Instalada de los Grupos Industriales

Empresas principales	Acopio T.M. (*)	Capacidad instalada lavado (T.M.)	Capacidad instalada tops (T.M.)
Michell industrial s.a.	2273	4050	2000
Inca tops s.a.	682	2400	2400
Productos del sur s.a.	450	2000	2000
Internacional de comercio s.a.	76	400	400
Total	3481	8850	6800
Producción fibra alpaca puno-cusco	2627		

Fuente: Sociedad Nacional de Industria-1990. Estimación.(*)
Entrevistas con Representantes de Empresas

Es importante mencionar que el potencial del mercado industrial es de 8 550 TM. para fibra lavada y 6 800 TM (Fuente: SIN. 1990). para producción de TOPS, sin embargo la oferta de fibra de los departamentos de Puno y Cusco solo cubren el 29.7% para fibra lavada y 38.6% para producción de Tops, por lo tanto los grupos industriales utilizan principalmente la lana de ovino para producción de productos mezclados con fibra de alpaca, así también algodón y otras fibras sintéticas.

Este rubro de productos semi procesados representa el 78% de las exportaciones en FOB US \$, y otro rubro importante que representa el 14.8% de las Exportaciones en FOB US \$ son las prendas terminadas. Entre un 5 a 10% de la oferta local de fibra de alpaca se destina para la producción de artesanía textil. Sin embargo este rubro puede ser ampliado con la difusión de las técnicas para la producción de artesanías y el contacto con mercados.

Es importante mencionar que con la capacidad de una de las dos empresas principales, se puede procesar la totalidad de la fibra de alpaca ofrecida. Sin embargo la oferta o producción de Puno y Cusco, e inclusive la producción nacional, no cubre la demanda de los Grupos industriales, los cuales trabajan adicionalmente con la lana de ovino para cubrir en parte su capacidad instalada. Así también trabajan en la elaboración de prendas de vestir, con mezclas de fibra de alpaca y lana de ovino, inclusive trabajan con algodón y fibras sintéticas. Sin embargo el dato mas importante son las exportaciones, para poder evaluar el potencial del mercado.

La Oferta de la Fibra de Alpaca

En el estudio de la Oferta de fibra de alpaca, se hace un análisis en dos niveles de producción: A) Análisis de la Producción Nacional, por Departamentos, B) Análisis detallado de la oferta local de los Departamentos de Puno y Cusco, y las provincias mas importante que oferta fibra de alpaca. En estas se incluye la serie histórica y la proyección de la oferta de fibra de alpaca.

Población Nacional de Alpaca.

la población a nivel nacional en el año 2000 son de 3,036,184 alpacas, los principales productores son:

Departamentos	Alpaca	
	Poblacion	%
<i>Puno</i>	<i>1,712,110</i>	<i>56.4%</i>
<i>Cusco</i>	<i>400,877</i>	<i>13.2%</i>
Arequipa	284,000	9.4%
Huancavelica	205,000	6.8%
Ayacucho	160,387	5.3%

Se calcula un porcentaje de Esquila del 71% estimándose que existe un potencial de esquila de 2 155 61 destinados para esquila, y con un rendimiento promedio de 1.7

Kg. por alpaca esquilada, se calcula una producción de 3665 T.M. de fibra de alpaca a nivel nacional.

Factores determinantes de la oferta

Capital. Dentro de la producción alpaquera, el capital esta constituido por los animales, recurso humano y las ventas de sus productos (fibra y carne), Dentro de los productores campesinos se observa la existencia de tres tipos diferenciados:

- ❖ Campesinos ricos 7.2%.
- ❖ Campesinos medios 28.3%
- ❖ Campesinos pobres 64.4%

Tierra.La parcelación de tierras influye sobre la producción, puesto que la crianza de alpacas es netamente extensiva y el gran porcentaje de productores no cuentan con tierras suficientes para implementar programas que les permita incrementar la producción.

Recursos naturales. Las condiciones de los terrenos para la crianza de alpacas son pobres con pastos naturales con el desdoblamiento de especies que ocasiona erosión de los suelos. Debido a su altitud y al clima inhóspito, imposibilita su manejo adecuado, haciendo de ellas cada vez menos beneficiosas, privando a los animales de sus alimentos, influyendo en una producción mínima.

Factor humano. Los productores, al no contar con un mercado que le provea mejores ingresos por sus productos, falta de capital y terrenos apropiados, no dedican el total de su tiempo a esta actividad, procurándose trabajos temporales, abandonando sus terrenos ocasionando una producción deficiente.

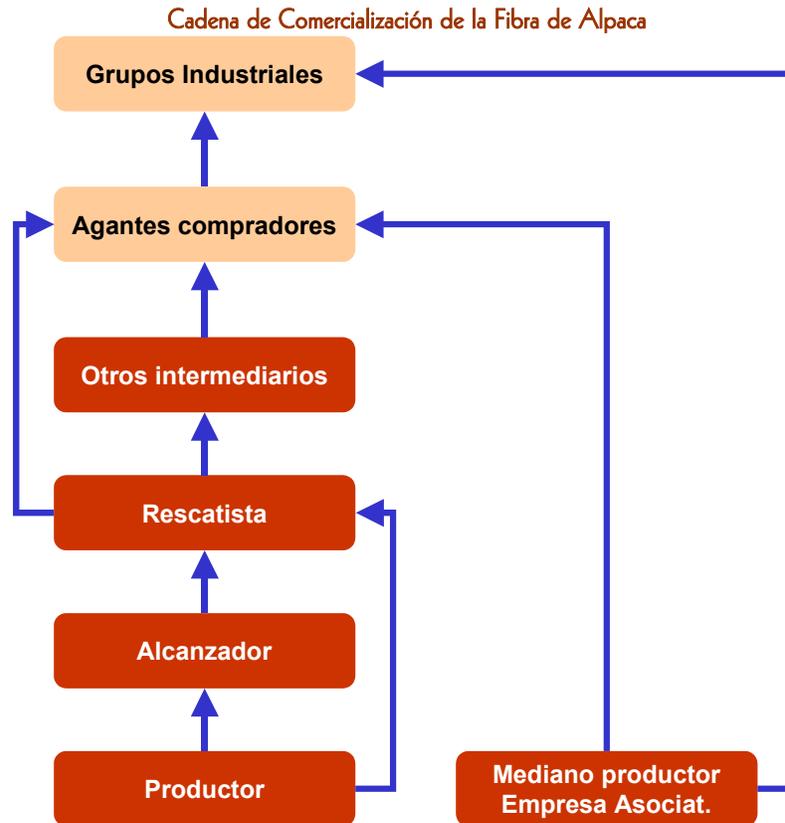
Canales de Distribución

La cadena de distribución o comercialización de la fibra de Alpaca, se da en un mercado imperfecto, con una amplia cadena de intermediarios. Se podría decir que este sistema es un circuito de comercialización bastante complejo. En este canal predominante en los pequeños productores y miembros de comunidades, que venden la fibra de alpaca en bruto, es decir sin ningún tipo de clasificación y diferenciación por calidad (finura y color), a diferente tipo de intermediarios, involucran una amplia cadena de intermediación para la comercialización, quienes son los principales actores de este mercado imperfecto, que con diferentes mecanismos de adulteración o contaminación de la fibra de alpaca, y engaños de pesos en balanza, estafan a los productores al momento de comprar la fibra, así también como a la industria o representantes – agentes compradores, al vender la fibra acopiada, deteriorando las relaciones comerciales en este sector.

La fibra de alpaca, pasa por diferentes manos de intermediación, siendo los **Rescatistas, Alcanzadores e Intermediarios**, participantes en esta cadena de distribución, en una forma poco favorable para el productor y los grupos industriales.

Los **Agentes Compradores** trabajan para las empresas comercializadoras, percibiendo un sueldo fijo, además de comisión por volumen de fibra acopiada. Establecen contacto con los Rescatistas, habilitándolos de capital para la adquisición del producto. Su función es

centralizar la fibra recolectada por los Rescatistas e Intermediarios y de las empresas asociativas.



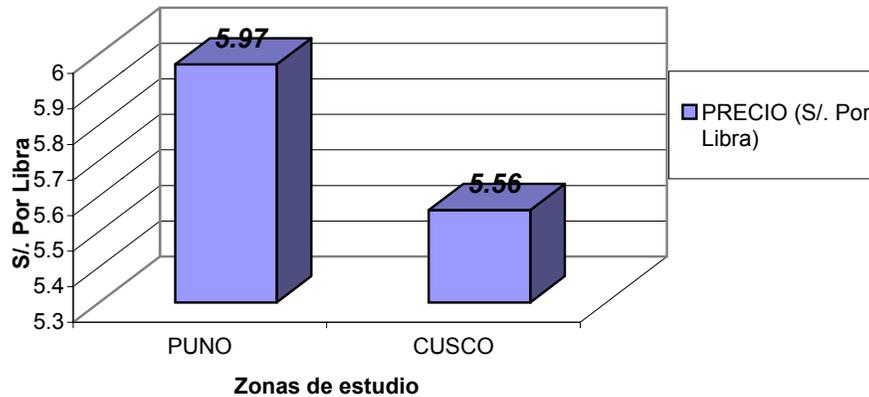
Grupos Industriales. Constituyen el último eslabón de la cadena de intermediación, su ubicación dentro del circuito de comercialización y su capacidad económica y financiera, le permite controlar el circuito desde las compras hasta el semi procesamiento y elaboración de tejidos (prendas de vestir y otros), orientados principalmente al mercado exterior.

Es importante mencionar, que los industriales se están interesados en tomar contacto directo con los productores, a través de las Asociaciones y Empresas locales mas representativas; esto es altamente positivo, considerando que se evita que la fibra sea adulterada y los rendimientos post semi procesamiento sea mayor, repercutiendo en el pago de un mejor precio por la fibra adquirida.

Determinación de los Precios

Existe una diferencia de precios de oferta entre las dos zonas de estudio, en la cual los precios de fibra de alpaca en Puno, son mayores, en S/. 0.40 por Libra, representando un 7.4% de precio mayor respecto al Cusco.

Es importante indicar que los productores hacen referencia a un solo precio no existiendo diferencia entre Tui y Adulto, así también no hacen una diferenciación entre colores, ni tampoco por Raza entre Suri y Huacaya



Fuente: Encuestas a Productores de Puno y Cusco. Dic. 2002.

Conclusiones

- ❖ Incentivar y apoyar la organización de productores, organización empresarial y organización de la oferta.
- ❖ Mejorar la crianza y producción orientado a la venta por calidad (pago diferenciado por calidad), y venta de fibra clasificada.
- ❖ La comercialización no debe ser de tipo tradicional, se debe organizar la oferta y participar en los Remates Públicos de fibra de alpaca directamente con la industria, oferta que se realiza localmente, como parte de la estrategia de contactar los productores con los demandantes (Grupos Industriales), para secuencialmente coordinar acciones en base a objetivos comunes.
- ❖ Acercar a las organizaciones de productores a las asociaciones y empresas locales que trabajan en el rubro, con el propósito de trabajar coordinada y asociadamente en la oferta de fibra.
- ❖ Orientar parte de la producción para la confección de artesanías, articulando a los productores con asociación de productores artesanos, orientando la materia prima a la producción de artesanías, considerando la aprobación del ATPA, que viene generando una mayor demanda.
- ❖ En este sentido el potencial y perspectiva de la producción de fibra de alpaca, es positivo, y se tiene que tomar acciones en las que se involucren los productores a través de las asociaciones de productores, Instituciones del gobierno relacionadas y los grupos industriales demandantes, a través de una acción y política conjunta.

Recomendaciones

- ❖ Priorizar el estudio de artesanía textil, para articular y determinar propuestas orientadas a este rubro, que influiría en el precio de fibra de alpaca y así también en que la actividad de la producción de fibra tenga una mayor rentabilidad.
- ❖ Determinar la influencia del ATPA en la producción de artesanías la cual viene incrementando la demanda de Artesanía Textil, en el mercado de Estados Unidos.

3. Grupo B: Lana de Ovino

Definición del Producto en Estudio

Lana

Es uno de los principales productos de los ovinos Corriedale y Junín, se caracterizan por vellones de finura media (24-31 micras), buena longitud (8-11 cm), alto rendimiento al lavado (65-70%) y buen grado de resistencia. Este producto es destinado en su totalidad a la industria textil nacional. Se cosecha durante las faenas de esquila que se realizan entre los meses de Febrero y Marzo, utilizando el método de esquila Tally-Hi. Los vellones son clasificados de acuerdo al Sistema Peruano, luego prensados y enfardados en telas de yute.

Los vellones de ovinos criollo presentan características de finura, longitud muy variables, así como un bajo rendimiento al lavado. Tienen menores precios que las lanas de Corriedale y Junín, pero es utilizada en la elaboración de productos artesanales.

En la última década se ha evidenciado un menor interés en mejorar la producción de lana en el país, debido principalmente a la reducción de los precios internacionales de la lana, lo cual ha afectado significativamente la rentabilidad de esta crianza a nivel de las empresas campesinas

En cuanto a colores se refiere, es predominante el color blanco, en las diferentes razas, por lo que no existe una clasificación por color, mas bien si existe un sistema de clasificación por finura.

Estudio de la Demanda

El mercado meta

Según el estudio estratégico de mercado para la fibra de alpaca y su modo especial de comercialización, e interacción con la lana de ovino, se tiene identificados:

Grupos Industriales que acopian Lana de Ovino:

Existe un grupo de industriales que acopian la lana de ovino, que realizan la transformación y comercialización tanto en productos semi procesados, así como en productos acabados, principalmente prendas de vestir. Dentro de las mas importantes se puede mencionar:

- ❖ Michell Industrial S.A.
- ❖ Inca Tops S.A.
- ❖ Productos del Sur S.A.
- ❖ Internacional de Comercio S.A.

Estos grupos industriales tienen sus sedes principales en la ciudad de Arequipa y trabajan con agentes compradores que principalmente se ubican en la ciudad de Juliaca, quienes recorren por las diferentes zonas productoras alpaqueras entre Puno y Cusco, zonas alpaqueras importantes a nivel nacional por la población y producción de fibra de alpaca y lana de ovino, y también importante para el ámbito del Proyecto Desarrollo del Corredor Puno – Cusco.

Es importante destacar que no existe organizaciones o grupos de productores adecuadamente organizados.

A diferencia de las asociaciones locales formadas orientadas a la producción y comercialización de fibra de alpaca, referente a la producción de lana de ovino, no existen organizaciones en este rubro, ni instituciones del estado, por lo tanto no se tiene socios estratégicos locales, en estos últimos años a la producción de ovinos esta orientada a la producción de carne, debido al bajo precio que se paga por la lana de ovino, que fluctúa entre S/. 1.5 a 1.8 por Libra, muy inferior a la fibra de alpaca.

Potencial del Mercado

El potencial del mercado está dado principalmente por el acopio de lana de los Grandes Industriales, por la moda (tendencias mundiales -moda ecológica-) y las exportaciones.

Adquisición de lana de Ovino por los Grupos Industriales

Así, según entrevistas realizadas con representantes de los grupos industriales, se ha determinado la cantidad acopiada de fibra de alpaca por empresas, la cual se detalla a continuación:

Empresa	Lana ovino (kg)	%
Michell industrial s.a.	3636000	71.4%
Inca tops s.a.	800000	15.7%
Productos del sur s.a.	600000	11.8%
Internacional de comercio s.a.	55000	1.1%
Total	5091000	100%

El potencial de la lana de ovino, al igual que la fibra de alpaca y su desarrollo, está influenciado por lo que ocurra en el mercado refinado (pasarela, moda, entre otros).

Es importante mencionar que con la capacidad de una de las dos empresas principales, se puede procesar la totalidad de la lana de ovino, y actualmente se tiene un pedido de 5000 T.M. para exportación por parte de los grupos industriales principalmente la Empresa Inca Tops. Sin embargo la oferta o producción de Puno y Cusco, e inclusive la producción nacional, cubre la demanda de los Grupos industriales, los cuales trabajan adicionalmente con la lana de ovino para cubrir en parte su capacidad instalada. Así también trabajan en la elaboración de prendas de vestir, con mezclas de fibra de alpaca y lana de ovino, inclusive trabajan con algodón y fibras sintéticas. Sin embargo el dato mas importante son las exportaciones, para poder evaluar el potencial del mercado.

La Oferta de Lana de Ovinos

Población Nacional de Ovinos

Primero se ubica la población de ovinos, a nivel nacional es 12,009,778 y de los principales departamentos se presenta en el siguiente cuadro.

Departamentos	Población 2002	Participación %
Puno	3924160	32.7%
Cusco	1619824	13.5%
Huancavelica	928345	7.7%
Ayacucho	765278	6.4%
Apurímac	673570	5.6%
Paasco	656907	5.5%

Según estimación de la producción nacional se tiene una producción de 12,000 T.M. de lana de Ovino a nivel Nacional.

Producción de Lana de Ovino en Principales Departamentos Años 1993-2002

Año	Nacional		Puno		Cusco	
	Lana (t.m)	Crecimiento	P lana (t.m)	Crecimiento	Lana (t.m)	Crecimiento
1993	9,256		4,009		1,475	
1994	9,946	7.45%	4,453	11.08%	1,280	-13.22%
1995	9,803	-1.44%	4,184	-6.04%	1,511	18.03%
1996	10,043	2.45%	4,561	9.01%	1,623	7.38%
1997	11,635	15.85%	4,652	2.00%	1,550	-4.47%
1998	12,892	10.80%	4,842	4.08%	1,559	0.57%
1999	11,988	-7.01%	4,978	2.81%	1,523	-2.33%
2000	11,774	-1.78%	4,878	-2.01%	1,560	2.45%
2001	11,892	1.00%	4,952	1.52%	1,562	0.15%
2002	12,011	1.00%	4,916	-0.73%	1,579	1.09%
Promedio		3.15%		2.41%		1.07%

FUENTE: Direcciones regionales y subregionales de agricultura
ELABORACION: MINAG - OIA

Así también para el Departamento de Puno existe una tendencia al incremento, (3.15% anual), representando el 32.7% de la población nacional, existiendo también una tendencia de crecimiento para el Departamento del Cusco (1%), representando el 13.2% de la población nacional de Alpacas

A nivel nacional considerando el promedio de crecimiento 1989 -2002, se tiene un promedio de crecimiento de 1% anual, sin embargo considerando a partir de 1993 - 2002, se tiene un promedio de crecimiento mayor, que en promedio es de 3.15% anual.

Canales de Distribución

La situación actual de muchos sectores agropecuarios (dentro de ellas de camélidos y ovinos) demuestran una falta de integración entre los agentes productivos, los cuales por el contrario, compiten individualmente entre si (proveedores de insumos, intermediarios, medios de transformación, comercialización, etc). En este mundo globalizado, los niveles de competencia se hacen más exigentes, por lo que se tiene que empezar a trabajar a nivel de una competencia entre cadenas productivas, para lograr el desarrollo del sector agropecuario.

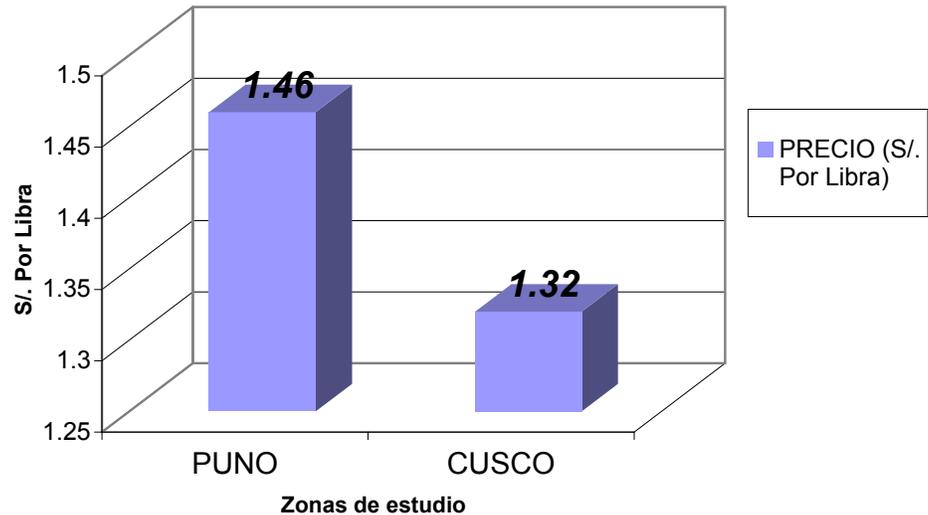
Sin embargo en estos últimos tiempos debido a que el precio de la lana de ovino a mantenido niveles bajos, el productor rural a destinado esta para autoconsumo o uso familiar, estimado entre un 5 a 10% de la Producción, según encuestas realizadas a productores.

La cadena de distribución o comercialización de la lana de ovino, en forma similar a la fibra de Alpaca, se da en un mercado imperfecto, con una amplia cadena de intermediarios. Se podría decir que este sistema es un circuito de comercialización bastante complejo. En este canal predominante en los pequeños productores y miembros de comunidades, que venden la lana de ovino en bruto, es decir sin ningún tipo de clasificación y/o diferenciación por calidad (finura), considerando que existe una predominancia de ovinos criollos y cruzados, respecto a razas puras que representan el 6 a 7%; comercializando la producción a diferente tipo de intermediarios, que involucran una amplia cadena de intermediación para la comercialización, quienes son los principales actores de este mercado imperfecto, que con diferentes mecanismos de adulteración o contaminación de la lana de ovino, y engaños de pesos en balanza, estafan a los productores al momento de la comprar – venta o negociación, así también como a la industria o representantes – agentes compradores, al vender la lana acopiada, deteriorando las relaciones comerciales en este sector.

La lana de ovino, al igual que la fibra de alpaca, pasa por diferentes manos de intermediación, que se puede resumir en le siguiente esquema:

Determinación de los Precios

Es importante mencionar que se tiene una diferencia de precios de oferta entre las dos zonas de estudio, en la cual los precios de lana de ovino en Puno (S/. 1.46), son mayores, en S/. 0.40 por Libra, respecto al precio en la zona del Cusco (S/. 1.32), representando un 10.6% de precio mayor respecto al Cusco.



Fuente: Encuestas a Productores de Puno y Cusco. Dic. 2002.

Conclusiones del Estudio de Lana de Ovino

- ❖ La producción de lana de ovino es una producción ubicada en un plano secundario, o segundo plano, dado que se ha orientado la crianza de ovinos a la producción de carnes.
- ❖ La lana de ovino, interactúa favorablemente con la fibra de alpaca, dado que se confeccionan productos semiprocesados y procesados en base a fibra de alpaca (20%) y lana de Ovino (80%), y esta demanda conjunta se viene incrementando.
- ❖ Incentivar y apoyar la organización de productores, organización empresarial y organización de la oferta.
- ❖ Mejorar la crianza y producción orientado a la mejora de la producción de lana y a la venta por calidad.
- ❖ La comercialización no debe ser de tipo tradicional, se debe organizar la oferta y participar en los Remates Públicos de fibra de alpaca, asociadamente a la comercialización de la lana de ovino, directamente con la industria, oferta que se realiza localmente, como parte de la estrategia de contactar los productores con los demandantes (Grupos Industriales), para secuencialmente coordinar acciones en base a objetivos comunes.
- ❖ Orientar parte de la producción para la confección de artesanías, articulando a los productores con asociación de productores artesanos, orientando la materia prima

a la producción de artesanías, considerando la aprobación del ATPA, que viene generando una mayor demanda asociada de fibra de alpaca y lana de ovino, teniendo esta última un incremento de su precio.

- ❖ En este sentido el potencial y perspectiva de la producción de lana, es positivo, y se tiene que tomar acciones en las que se involucren los productores a través de las asociaciones de productores, Instituciones del gobierno relacionadas y los grupos industriales demandantes, a través de una acción y política conjunta.

Recomendaciones del Estudio de Lana de Ovino

- ❖ En base a la información, la demanda tendrá una tendencia a incrementar, por lo que se requiere tomar en cuenta la producción de lana que en la actualidad no es considerada como una actividad productiva principal y por lo tanto no priorizada.
- ❖ Priorizar el estudio de artesanía textil, para articular y determinar propuestas orientadas a este rubro, que influiría en el precio de lana de ovino y así también en que la actividad de la producción tenga una mayor rentabilidad.
- ❖ Determinar la influencia del ATPA en la producción de artesanías la cual viene incrementando la demanda de Artesanía Textil, en el mercado de Estados Unidos.

4. Propuestas de Estrategias de Penetración, Acciones Competitivas para los Estudios de Fibras y Lanas

El productor debe tener las siguientes características para poder participar directamente en la oferta de sus productos:

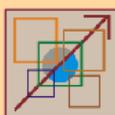
- ❖ Organización (Básico para tener capacidad de negociación).
- ❖ Conocimiento de técnicas de crianza, mejoramiento genético (Para cumplir con requerimientos del mercado e incrementar precios – producción de fibra desde el punto de vista de calidad).
- ❖ Clasificación de fibra de alpaca y venta de fibra clasificada, así como organización de la oferta.
- ❖ Conocimiento de manejo de mercado y técnicas de negociación (en una primera etapa se debe capacitar y asesorar al productor, para posteriormente dejar que este pueda desenvolverse de forma autónoma)

5. Propuesta de Articulación Oferta- Demanda para ambos Estudios

Para poder iniciar las labores de comercialización y que esta negociación sea benéfica para el productor como para el demandante, el productor debe estar organizado, esta labor deberá partir de una Institución (POYECTO CORREDOR), hasta que el productor (organizado) esté en capacidad de mantener la sostenibilidad de este negocio.

Necesidades del productor y el sector para este funcionamiento:

- ❖ Conocimiento de aspectos administrativos, legislativos y tributarios.
- ❖ Conocimiento de técnicas de crianza, mejoramiento genético (Para cumplir con requerimientos del mercado e incrementar precios – por calidad - finura).
- ❖ Aplicación de tecnología para la mejora del producto (venta de fibra clasificada), o con valor agregado produciendo hilados por servicio de los grupos industriales.
- ❖ Asesoramiento y capacitación en técnicas de mercadeo.
- ❖ Creación de convenios comerciales entre los grupos industriales y los grupos organizados de productores, siendo socios estratégicos, trabajando de forma coordinada y participación en los Centros de Acopio y Remate de Fibra de alpaca, de las cuales participan los grupos industriales con una compra directa. Con posibilidades de poder incluir el acopio y remate de lana de ovino, considerando que existe una complementación en la producción asociada de alpacas y ovinos por parte de la oferta y en la demanda de fibra de alpaca y lana de ovino.
- ❖ Creación de convenios entre productores y Asociación de Artesanos, para orientar parte de la producción a la confección de artesanías.



Unidad de Coordinación del Proyecto UCP

Av. Confederación 556 • Sicuani - Cusco
Teléfono: (084) 351970 Telefax: (084) 351947
e-mail: corredorpc@amauta.rcp.net.pe
Web: <http://www.corredorpuno-cusco.org>

Oficina Local Urubamba

Av. Torrechayoc s/n • Urubamba - Cusco
Telefax: (084) 201396
e-mail: olp_urubamba@terra.com.pe

Oficina Local Sicuani

Av. Confederación 556 • Sicuani - Cusco
Telefax: (084) 352685
e-mail: olpsicuani@amauta.rcp.net.pe

Oficina Local Juliaca

Jrn. Hipólito Unanue N° 107 La Rinconada - 1ra Etapa • Juliaca - Puno
Teléfono: (054) 326912 Telefax: (054) 322224
e-mail: olp_juliaca@terra.com.pe