

SERVICIOS AL  
**EXPORTADOR**

información

2012

Informes especializados

**Ferias Bread and  
Butter y Premium  
Alemania**



*prom*  
perú

## Índice

I.	Resumen Ejecutivo.....	3
II.	Antecedentes y Justificación .....	3
III.	Ficha Técnica de la Feria .....	5
3.1	Nombre Oficial.....	5
3.2	Sector .....	5
3.3	Fecha.....	5
3.4	Frecuencia .....	5
3.5	Lugar de Celebración .....	6
3.6	Horario de la Feria.....	6
3.7	Precio de la Entrada.....	6
3.8	Organizador .....	6
3.9	Superficie.....	6
3.10	Fecha de Próxima Edición .....	6
3.11	Productos Presentados en la Feria .....	6
3.13	Datos Estadísticos de la Feria en General.....	6
IV.	Información Comercial.....	6
4.1	Panorama del Mercado.....	6
4.2	Nuevas Oportunidades Comerciales .....	7
4.3	Nuevas Tendencias.....	7
4.4	Nuevas Tecnologías .....	9
V.	Participación Peruana .....	10
5.1	Expositores Nacionales.....	10
5.2	Actividades de Promoción .....	10
5.3	Resultados.....	10
5.4	Comentarios de la Competencia .....	10
5.5	Actividades Adicionales en el Marco de la Feria .....	11
VI.	Directorio de Contactos .....	¡Error! Marcador no definido.
VII.	Conclusiones y Recomendaciones .....	11
VIII.	Anexos.....	13

**I. Resumen Ejecutivo**

El mercado alemán es el más importante de la Unión Europea y a la vez muy exigente. Al igual que los demás mercados internacionales, la demanda ha variado. Ahora los pedidos son cada vez más reducidos en cantidad de prendas, se requiere una mayor variedad de tallas y colores y los embarques deben ser más rápidos y frecuentes. Por lo tanto, las empresas peruanas deben lograr una adaptación inmediata a este nuevo comportamiento de los mercados.

El acercamiento al comprador alemán es sumamente complicado. Las citas se deben buscar y coordinar con mucha anticipación y son muy puntuales y formales. Las grandes marcas alemanas o que se venden en este mercado tienen su proveeduría en el Asia (China, Vietnam, Bangladesh) y alcanzan precios y calidades diversas. Los importadores alemanes generalmente viajan para supervisar a sus proveedores pero no para buscar a nuevos por lo que el acercamiento a ellos debe ser directamente en sus oficinas. Una invitación a visitar el Perú y que le involucre tomarse de tres a cuatro días tendría poca probabilidad de ser aceptada.

Las ferias Bread and Butter y Premium realizadas en Alemania son de primer nivel. La Bread and Butter es una feria que se considera aún muy distante de ser alcanzada por las empresas peruanas debido a que deben postular marcas reconocidas a nivel internacional y nuestra industria precisamente adolece de ellas. En ese sentido, el desarrollo de marcas propias y su internacionalización es una tarea pendiente para el sector. La feria Premium es más accesible pero no tiene la espectacularidad, el derroche y el impacto mediático que la Bread and Butter. La realización de un nuevo showroom debe ser precedido por una intensa y continua campaña de promoción y relaciones públicas.

**II. Antecedentes y Justificación**

La economía alemana ha logrado sobreponerse a la crisis internacional, la cual ha tenido un gran impacto en varios países de la Unión Europea. Así en 2010, el PBI alemán creció 3.6%, en 2011 el crecimiento fue de 3%. Aunque para el 2012 se espera un crecimiento de 1%, la cifra es importante dado que otros países de la región afrontarían caídas en su PBI para este año (España con -1.8%, Italia con -1.9%, Portugal con -3.3%).

Las exportaciones peruanas hacia Alemania, en 2011, sumaron US\$ 1,908 millones, creciendo un 25% respecto al 2010. Además, la tasa de crecimiento promedio en el nivel de exportaciones hacia ese mercado, en los últimos cinco años fue de 19%. Las exportaciones del sector textil crecieron 24% pero representaron solamente el 2.1% de las exportaciones totales a ese mercado, al alcanzar la suma de US\$ 40 millones. Los principales productos de este rubro corresponden a las camisas de algodón y los suéteres de algodón, que aumentaron 17% y 33.5% respectivamente.

Asimismo, existe una serie de productos peruanos de textiles y confecciones con gran potencial a ser exportados y/o seguir incrementando su participación dentro de este mercado. Así, aparte de los

ya mencionados, resaltan: polos de algodón (17.5% de crecimiento), suéteres de pelo fino (23%), hilados de pelo fino (157%) e hilados de fibras peinadas (47.3%).

Los consumidores alemanes se caracterizan por ser compradores maduros, y por estar siempre bien informados. Para las prendas de vestir, no sólo buscan un diseño a la moda, sino también prendas únicas que les brinden comodidad, así como prendas de fibras naturales. Del mismo modo, todo producto que posea una certificación “eco” y/o “bio”, y de “comercio justo”, goza de la preferencia del consumidor alemán, quien incluso está dispuesto a pagar un poco más por este tipo de productos.

Adicionalmente, los productos peruanos que ingresan al mercado alemán se benefician de las preferencias arancelarias del SGP plus, la que los libera del pago de aranceles. Inclusive, se ha firmado un TLC con la Unión Europea, el cual se espera entre en vigencia en el presente año, y que consolidará las preferencias arancelarias mencionadas.

En este marco, se decidió realizar un estudio para analizar las verdaderas oportunidades de las confecciones peruanas en Alemania, el cual incluyó entrevistas con compradores de este mercado. Al respecto el documento especifica algunos detalles que deberán ser tomados en cuenta por los exportadores peruanos, y los cuales están relacionados con el tema de certificación, competitividad en precios y eficiencia. El estudio también identificó la necesidad de desarrollar y crear una marca para posicionar la calidad del producto peruano.

En este marco, la feria internacional Bread and Butter, que se celebra semestralmente en Berlín, es una oportunidad idónea para visitar el mercado alemán y comprobar las oportunidades de los productos de textiles y confecciones peruanos frente a las nuevas tendencias mundiales. Esta feria es una muestra innovadora para la cultura de la moda contemporánea, que se presenta como una plataforma de marketing y comunicación única para el desarrollo de marcas, sellos y diseñadores del sector progresivo de la moda. Cuenta con alrededor de 600 expositores de distintos sectores y marcas y desde hace 10 años reúne a compradores, vendedores y representantes de prensa del ramo textil a nivel mundial.

Cabe indicar que el estudio ha advertido la importancia de desarrollar marcas para ingresar al mercado alemán. Durante la misión de prospección se podrá conocer, transferir y adaptar conocimientos y tecnología al sector. En tal sentido, la feria Bread and Butter es la ocasión apropiada para que las empresas peruanas realicen un benchmarking para el desarrollo de sus propias marcas, además de establecer relaciones con grupos ligados al sector.

Asimismo, se debe indicar que la Cámara de Comercio de Lima, con el apoyo de Promperú, ha organizado la participación de una delegación peruana de exportadores durante la mencionada feria. Igualmente, se tomará contacto con compradores especializados, los cuales han sido previamente identificados en el estudio mencionado.

**Objetivos e Importancia de la Actividad:**

- Diversificación de mercados: De acuerdo al estudio, los compradores entrevistados no conocen la capacidad productiva y/o de calidad de las confecciones peruanas. Las reuniones con compradores permitirán promocionar la calidad y variedad de la oferta exportable peruana en confecciones.
- Identificar oportunidades comerciales para productos textiles con valor agregado: como ya se señaló, la población alemana, cuenta con un alto poder adquisitivo. La visita al mercado permitirá reconocer cuáles son los productos más demandados y los principales requisitos que estos deben cumplir para ingresar a Alemania.
- Reconocer Desarrollo de marcas peruanas del sector confecciones: la visita a una feria líder y muy bien posicionada en el tema de marcas se convierte en un punto de encuentro importante para que las empresas peruanas y PROMPERU puedan adquirir conocimiento sobre el manejo de marcas.

**III. Ficha Técnica de la Feria****3.1 Nombre Oficial**

BREAD AND BUTTER



PREMIUM

**3.2 Sector**

INDUSTRIA DE LA VESTIMENTA (MODA)

**3.3 Fecha**

Del 4 al 6 julio de 2012

**3.4 Frecuencia**

Dos veces al año. Enero (temporada de invierno) y Julio (temporada de verano).

<b>3.5 Lugar de Celebración</b> Bread and Butter. Tempelhof Airport Berlin – Alemania  Premium. Station Berlin - Alemania
<b>3.6 Horario de la Feria</b> Miércoles: 10 a.m.–7 p.m. Jueves: 10 a.m.–7 p.m. Viernes: 10 a.m.–6 p.m.
<b>3.7 Precio de la Entrada</b> Feria profesional. Ingreso solo con invitación.
<b>3.8 Organizador</b> Bread & Butter GmbH
<b>3.9 Superficie</b> Esta información no se ha publicado.
<b>3.10 Fecha de Próxima Edición</b> Enero de 2013 y Julio de 2013
<b>3.11 Productos Presentados en la Feria</b>  No hubo exhibición peruana. Sin embargo, por la temporada las prendas exhibidas eran mayoritariamente de verano en algodón convencional, orgánico y mezclas.  En algunos stands de la feria Premium se encontró prendas de cachemire en sweaters y chales.
<b>3.12 Datos Estadísticos de la Feria en General</b>  El reporte de la feria se vende y no se ha realizado tal adquisición
<b>IV. Información Comercial</b>
<b>4.1 Panorama del Mercado</b>  Alemania es el mercado y la economía más importante de la Unión Europea. Aunque para el Perú es el séptimo destino de las exportaciones de confecciones de punto para las compras alemanas representa el 0.2% en un mercado de US\$ 18,200 millones. Los compradores alemanes aún no conocen las bondades de la confección peruana y esta actividad se convierte en el primer hito del acercamiento de la oferta del sector a la industria de la moda alemana altamente competitiva. Los compradores entrevistados luego de las reuniones manifestaron que desconocían al Perú como

productor de confecciones, que les sorprendía la calidad aunque se requiere mayor diversificación. En el mediano plazo, y con un trabajo intenso de relaciones públicas, comunicación y marketing, Alemania podrá convertirse en una alternativa importante para diversificar mercados en el sector confecciones.

La industria de la vestimenta se encuentra focalizada en las prendas para damas. En las principales tiendas se observa los hábitos de consumo de los alemanes. Las damas acuden en mayor cantidad, más frecuentemente y compran mucho más que los hombres. Como todo mercado existen distintos niveles o segmentos. Se pueden encontrar prendas con valores muy bajos y aún más en épocas de liquidación y con origen en el Asia. También se encuentran prendas con mayor valor agregado y mejores precios. En definitiva, este último es el segmento de las prendas peruanas como polo shirt para damas y caballeros, camisas de vestir y t-shirts. Si se logrará tener mayor competitividad en los jeans también sería una buena oportunidad.

Un problema con el que se deberá lidiar es la cantidad de los requerimientos mínimos y los precios de entrada. Las empresas que busquen entrar a este mercado deberán contar con gran capacidad de adaptación de procesos, cantidades pequeñas de pedidos y ser rápidas en la atención de embarques (cortos periodos de confección). Otro tema es la certificación Oeko (Öko)-tex que aún es voluntaria pero que en corto tiempo podría ser obligatoria y ya es solicitada por las empresas alemanas del sector. Esta certificación tiene que ver con la presencia de productos químicos en las prendas. Asimismo, existe una fuerte tendencia en la utilización de algodón orgánico en las prendas y en este tema la industria peruana no ha avanzado mucho.

Se considera que la crisis internacional no tendrá mayor efecto en la economía consumo alemán. El ritmo de compra se mantiene a la fecha y generalmente se realiza en efectivo, es decir, no hay endeudamiento. Es necesario insistir en un plan intensivo de promoción del sector de confecciones peruano en este mercado y el resto de Europa debido a que las referencias son muy consideradas.

#### **4.2 Nuevas Oportunidades Comerciales**

El Perú tiene escasa presencia en este mercado por lo que la demanda alemana compatible con nuestra oferta exportable se convierte en una oportunidad comercial. En ese sentido, existen oportunidades en los siguientes productos según fibra y línea:

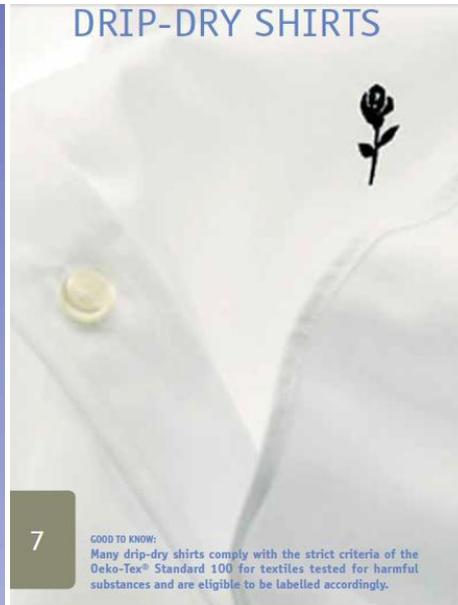
- Tejido de punto de algodón: t-shirts y polo shirt para damas y caballeros. Prendas para bebe y niños.
- Tejido de punto alpaca: todo tipo de prendas y accesorios como chales y guantes.
- Tejido plano de algodón y mezclas: camisas y blusas.

#### **4.3 Nuevas Tendencias**

Las tendencias encontradas en el mercado se enfocan al uso de prendas de secado rápido, prendas con protección a la radiación ultra violeta (UV) y enfocada principalmente al segmento de bebes y

niños.

Es deseable también que la fibra de las prendas sea orgánica y se reconoce la diferencia con un mayor precio.



Las tendencias que se pudieron observar fueron principalmente el uso de los colores intensos (neón) en polo shirt, t-shirts y pantalones. También se observó los cuadros en camisas casuales y detalles en el cuello y bordados en la parte inferior de la prenda para las prendas más formales como se detalla en las fotos más adelante. Se cuenta con muestras de prendas de algunas tiendas.

Es importante el estricto cumplimiento de las certificaciones con los máximos permisibles de metales y componentes en estampados, por ejemplo. Las certificaciones GOTS (Global Organic Textile Standard), WRAP (Worldwide Responsible Accredited Production) y OekoTex 100 son requeridas.

**Oeko-Tex®** Association

Español

**Criterios de control**

El catálogo de **comprobación** internacional obligatorio conforme a la Oeko-Tex® libando fundamentado certificación y se actualiza anualmente al estado actual de la legislación.

El catálogo de criterios abarca concretamente:

- **Sustancias prohibidas por ley** como colorantes cancerígenos.
- **Productos químicos regulados por ley** como formaldehído, suavizantes, metales.
- Según el estado de conocimiento actual **sustancias nocivas para la salud** para sustancias como pesticidas, colorantes azo-génicos o compuestos orgánicos de este tipo.
- **Los límites** basados como **patrones de color** y un **valor-pi** apto para la piel, que **asegura** la **salud** del consumidor.

En general, los entornos de control van considerablemente más allá de las leyes existentes y han **avanzado** frecuentemente como **precauciones** respecto a reglamentos legales como, por ejemplo, la **exclusión** de **colorantes azo-génicos** **certificados**. Los **estados** **límites** para **formaldehído** **colorantes azo-génicos** **certificados**.

Clase de producto	I	II	III	IV
	en contacto directo con la piel	en contacto directo con la piel	en contacto indirecto con la piel	Activos de decoración
Valor de $\mu\text{g}/\text{m}^2$	0,1-0,5	0,5-1,0	1,0-5,0	5,0-10,0
Formaldehído [mg/kg]	10	10	10	10
Metales pesados (totalmente [mg/kg])				
Cd (microg)	0,1	0,1	0,1	0,1
Cr (microg)	0,1	0,1	0,1	0,1
Pb (microg)	0,1	0,1	0,1	0,1
Hg (microg)	0,1	0,1	0,1	0,1
Co (microg)	0,1	0,1	0,1	0,1
Cu (microg)	0,1	0,1	0,1	0,1
Mn (microg)	0,1	0,1	0,1	0,1
Ni (microg)	0,1	0,1	0,1	0,1
Ag (microg)	0,1	0,1	0,1	0,1
As (microg)	0,1	0,1	0,1	0,1
Se (microg)	0,1	0,1	0,1	0,1
Mo (microg)	0,1	0,1	0,1	0,1
Cr(VI) (microg)	0,01	0,01	0,01	0,01
Co(VI) (microg)	0,01	0,01	0,01	0,01
Cu(VI) (microg)	0,01	0,01	0,01	0,01
Ni(VI) (microg)	0,01	0,01	0,01	0,01
Ag(VI) (microg)	0,01	0,01	0,01	0,01
As(VI) (microg)	0,01	0,01	0,01	0,01
Se(VI) (microg)	0,01	0,01	0,01	0,01
Mo(VI) (microg)	0,01	0,01	0,01	0,01

Metales pesados en metales disueltos [mg/kg]

**TEKSTILDE GUVEN**  
 Praddelele e karri heri adalimigisi  
 Oeko-Tex® Standard 100 te göre  
 10/10/2012

#### 4.4 Nuevas Tecnologías

Entre las nuevas tecnologías se encuentran las impresiones de las telas con luz ultra violeta que permite mayor rapidez y reducción de costos.



También se observa la existencia de textiles inteligentes que permiten la elaboración de prendas de monitoreo de signos vitales como el caso de recién nacidos.

## V. Participación Peruana

### 5.1 Expositores Nacionales

No hubo exposición de empresas peruanas en estas ferias.

### 5.2 Actividades de Promoción

Se realizó actividades prospectivas en las ferias mencionadas.

Se aprovechó la participación de las empresas en la prospección para hacer un showroom.

### 5.3 Resultados

En total participaron siete empresas exportadoras y se realizaron reuniones de negocios con empresas alemanas. Se realizará un seguimiento de las reuniones dentro de seis y doce meses.

### 5.4 Comentarios de la Competencia

No aplica porque no hubo exposición de empresas peruanas.

Exhibición en Bread and Butter



### Exhibición Premium



### 5.5 Actividades Adicionales en el Marco de la Feria

Adicionalmente, se visitó la feria White Label que es una nueva exhibición propiciada por el empresariado chino como alternativa para estar presente en la Semana de la Moda de Berlín y poder captar parte de la importante dinámica generada. La oferta peruana deberá encontrar una fórmula que permita atraer a los compradores previo trabajo de relaciones públicas, marketing y sensibilización del mercado para acercarlo a la industria peruana.

Como se indicó en 5.2 y 5.3 se realizó un show room en la sede de la Embajada Peruana en Alemania. Participaron 7 empresas peruanas y tuvieron 16 reuniones de trabajo con compradores alemanes.



Asimismo, se visitó centros comerciales y puntos de venta final de distintos segmentos para tomar nota de los precios. Se visitaron tiendas como Mangos, H&M, Zara y Adidas. Dentro de los centros comerciales visitados se encuentra la Galería Kaufhof y el centro comercial Arkaden.

### VI. Conclusiones y Recomendaciones

CONCLUSIONES

- Alemania es un mercado de enorme potencial para las confecciones peruanas. Sin embargo, se debe contar con un trabajo previo intenso para divulgar las virtudes de la oferta peruana del sector y poder llegar con mayor facilidad y mejores oportunidades a los potenciales compradores. Asimismo, las empresas exportadoras deberían contar con fichas de empresa y productos profesionales, con fotos acorde a los mercados y en idioma extranjero. El tema de mínimos y precios base de negociación son relevantes a la hora de buscar potenciales compradores.

- La Semana de la Moda de Berlín es el escenario perfecto para la exposición de marcas. El glamour, grandes inversiones en infraestructura, atención privilegiada a los clientes que asisten a la presentación de las colecciones de la próxima temporada primavera-verano 2013 crean el marco perfecto para ferias profesionales como Bread and Butter y Premium. La referencia de países no existe, todo es relativo a las marcas y se entiende que son globales. Dados los filtros excesivos en las principales ferias se han creado diferentes show rooms en donde se encuentra la oferta de empresas en crecimiento e incluso exhibiciones. Entre ellos se encuentra Panorama, Ethical fashion y recientemente White Label que está auspiciado por la empresa privada china.

#### RECOMENDACIONES

- Realizar acciones de marketing y comunicación en medios especializados de la industria de la moda en Alemania. En ese sentido, se puede hacer publicidad y buscar colocar artículos en las siguientes revistas especializadas como Textilwirtschaft y TM Magazin. Otros medios influyentes son Süddeutsche Zeitung, Frankfurter Allgemeine Zeitung, Handelsblatt, Financial Times Deutschland (Alemania) y Die Welt.

- La calificación para ser expositor en alguna de las ferias de la Semana de la Moda de Berlín es extremadamente riguroso y difícil de alcanzar para una empresa peruana. Sin embargo, en el momento que suceda se debe entrar con un concepto preparado para llamar la atención en extremo, con un show atractivo e incluso se puede incluir aspectos musicales modernos, no folclóricos a menos que ese sea el tema del stand. El área del stand no debería ser menor de 60m<sup>2</sup> para que sea visto entre los demás y debe incluir una zona donde los visitantes VIP o todos puedan tomar alguna bebida (jugo, gaseosa, cerveza, coctel a base de pisco, etc) y poder tomar un piqueo. Este tipo de formato solo es recomendable para la Bread and Butter.

## VII. Anexos

## ANEXO A: Muestras de prendas

Producto	Descripción
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Tienda Adidas</li> <li>• Marca: Neo</li> <li>• Centro comercial: Arkaden</li> <li>• Origen: China</li> <li>• Precio original: € 34.95</li> <li>• Precio oferta: € 14.95</li> <li>• Material: 100% algodón</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Tienda Adidas</li> <li>• Marca: Neo</li> <li>• Centro comercial: Arkaden</li> <li>• Origen: China</li> <li>• Precio original: € 19.95</li> <li>• Precio oferta: € 14.95</li> <li>• Material: 100% algodón</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Tienda Adidas</li> <li>• Marca: Neo</li> <li>• Centro comercial: Arkaden</li> <li>• Origen: China</li> <li>• Precio original: € 29.95</li> <li>• Precio oferta: € 12.95</li> <li>• Material: 100% algodón y estampado</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Tienda Adidas</li> <li>• Marca: Neo</li> <li>• Centro comercial: Arkaden</li> <li>• Origen: China</li> <li>• Precio original: € 14.95</li> <li>• Precio oferta: € 9.95</li> <li>• Material: 100% algodón y estampado</li> </ul>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Tienda Adidas</li> <li>• Marca: Neo</li> <li>• Centro comercial: Arkaden</li> <li>• Origen: China</li> <li>• Precio original: € 24.95</li> <li>• Precio oferta: € 12.95</li> <li>• Material: 100% algodón y estampado</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Tienda H&amp;M</li> <li>• Marca: H&amp;M</li> <li>• Centro comercial: Arkaden</li> <li>• Origen: Turquía</li> <li>• Precio original: € 19.95</li> <li>• Precio oferta: N/A</li> <li>• Material: 98% algodón, 2% elastano. Color amarillo neón.</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Tienda H&amp;M</li> <li>• Marca: Divided H&amp;M</li> <li>• Centro comercial: Arkaden</li> <li>• Origen: Bangladesh</li> <li>• Precio original: € 9.95</li> <li>• Precio oferta: € 5.00</li> <li>• Material: 100% algodón</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Tienda H&amp;M</li> <li>• Marca: Divided H&amp;M</li> <li>• Centro comercial: Arkaden</li> <li>• Origen: Turquía</li> <li>• Precio original: € 9.95</li> <li>• Precio oferta: € 3.00</li> <li>• Material: 100% algodón</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Tienda H&amp;M</li> <li>• Marca: Divided H&amp;M</li> <li>• Centro comercial: Arkaden</li> <li>• Origen: Turquía</li> <li>• Precio original: € 14.95</li> <li>• Precio oferta: € 5.00</li> <li>• Material: 95% algodón, 5% elastano.</li> </ul>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Tienda H&amp;M</li> <li>• Marca: Divided H&amp;M</li> <li>• Centro comercial: Arkaden</li> <li>• Origen: Bangladesh</li> <li>• Precio original: € 9.95</li> <li>• Precio oferta: € 5.00</li> <li>• Material: 100% algodón</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Tienda H&amp;M</li> <li>• Marca: Divided H&amp;M</li> <li>• Centro comercial: Arkaden</li> <li>• Origen: Bangladesh</li> <li>• Precio original: € 9.95</li> <li>• Precio oferta: € 5.00</li> <li>• Material: 100% algodón</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Tienda H&amp;M</li> <li>• Marca: H&amp;M</li> <li>• Centro comercial: Arkaden</li> <li>• Origen: Rumania</li> <li>• Precio original: € 14.95</li> <li>• Precio oferta: N/A</li> <li>• Material: 96% algodón, 4% elastano</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Tienda Mango</li> <li>• Marca: MNG</li> <li>• Centro comercial: Arkaden</li> <li>• Origen: China</li> <li>• Precio original: € 9.99</li> <li>• Precio oferta: € 5.99</li> <li>• Material: 100% algodón</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Tienda Mango</li> <li>• Marca: MNG</li> <li>• Centro comercial: Arkaden</li> <li>• Origen: China</li> <li>• Precio original: € 9.99</li> <li>• Precio oferta: € 5.99</li> <li>• Material: 100% algodón</li> </ul>