

SERVICIOS AL
EXPORTADOR

DEPARTAMENTO DE
INTELIGENCIA DE MERCADOS



**Estudio de mercado:
Identificación de oportunidades para
proveedores peruanos de productos de
Alpaca en Australia**



CONTENIDO

1. RESUMEN EJECUTIVO	4
2. ALCANCE DEL ESTUDIO ESPECIALIZADO: SECTOR Y LÍNEAS DE PRODUCTO	6
3. ANÁLISIS DE LA OFERTA EN EL PAÍS DE DESTINO	8
3.1 Producción	9
3.2 Exportaciones	9
3.3 Importaciones	12
3.4 Importaciones desde Perú	16
3.5 Análisis de la competencia	18
4. ANÁLISIS DEL SECTOR / DE LA LÍNEA EN EL MERCADO	19
4.1 Variedades y tipos de presentaciones	19
4.2 Canales de distribución	22
4.3 Rutas de acceso	24
4.4 Costos aproximados de logística	25
4.5 Principales agencias marítimas	26
4.6 Canales de mercadeo	27
4.7 Precios	30
5. ANÁLISIS DE LA DEMANDA	33
5.1 Perfil del consumidor	33
5.2 Análisis de tendencias	34
5.3 Percepción de los productos peruanos	37

6. REQUERIMIENTOS PARA INGRESAR AL MERCADO	40
6.1 Medidas arancelarias	40
6.2 Reglamentación	40
6.3 Otra reglamentación	41
6.4 Certificaciones	43
7. ACTIVIDADES DE PROMOCIÓN	45
7.1 Ferias y exposiciones	45
7.2 Publicaciones especializadas	47
8. CONTACTOS DE INTERÉS	48
8.1 A nivel institucional	48
8.2 A nivel comercial	49
9. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	50
10. PERFIL DE LOS COMPRADORES	¡ERROR! MARCADOR NO DEFINIDO.

1. Resumen ejecutivo

El presente estudio de mercado tiene como objetivo analizar el mercado australiano de productos hechos con fibra de alpaca para de esta manera identificar oportunidades de incrementar la oferta de productos de alpaca en el futuro. Aquí se especifica el mercado australiano de productos de alpaca a partir de un viaje a Australia, entrevistas con compradores potenciales y demás organizaciones relevantes, así como una investigación documental.

Australia importa grandes cantidades de prendas de vestir y artículos para el hogar hechos de lana y pelo fino de animal. Ambas líneas de producto están en el top 20 de las importaciones con más valor. También es importante indicar que Australia está entre los primeros cinco países en los que las importaciones han crecido más en ambos sectores. Los países asiáticos dominan las exportaciones, puntualmente China. Las tasas de crecimiento de la importación de productos de alpaca desde Perú han fluctuado de manera significativa durante los últimos cinco años. En 2015, las tasas de crecimiento de prendas de vestir y artículos para el hogar de alpaca fueron más altas que las tasas de crecimiento a nivel global.

Perú es el principal proveedor de productos de alpaca de Australia. Sin embargo, Bolivia se está convirtiendo en un gran competidor. Es más, China se fortalece cada vez más como un competidor en el campo de productos combinados de alpaca. Estados Unidos y la misma Australia cada vez producen más lana de alpaca, por lo que están pasando a ser considerados como competencia para Perú a nivel mundial con respecto a la materia prima.

En Australia los consumidores tienen acceso a diferentes tipos de productos: prendas de vestir, accesorios, telas e hilos. Sin lugar a dudas, la sección más grande en prendas de vestir es para la ropa de mujer, con un total de entre el 80 y el 90 % de las ventas. La cadena de distribución es compleja dado que la mayoría de los participantes cumplen múltiples funciones. Los mayoristas también son minoristas y/o importadores, mientras que los minoristas también actúan como mayoristas (con minoristas más pequeños que no tienen capacidad de almacenamiento).

Los productos de alpaca se envían principalmente por aire. Los importadores australianos afirman que importar directamente desde Perú sería más llamativo si existiera un vuelo directo desde Lima a Melbourne o a Sídney. Los términos de pago usuales son franco a bordo (FOB, Free on Board).

Los canales de mercadeo más importantes son tres: tiendas especializadas de alpaca (que representan entre un 50 y un 55 % de las ventas totales de productos de alpaca), tiendas de fibras naturales (que representan entre un 30 y un 45 % de las ventas totales de productos de alpaca) y tiendas por departamentos y minoristas (que representan entre un 10 y un 15 % de ventas totales de productos de

alpaca). Los precios de los productos de alpaca los ubican como productos de gama alta en el mercado. En comparación con productos sustitutos, su precio está entre los de oveja merina (siendo más baratos) y los de cachemir (siendo más costosos).

En el mercado de productos de alpaca de Australia es posible identificar tres perfiles de consumidores: mujeres de clase alta, clientes de origen asiático y australianos jubilados. Las mujeres están interesadas principalmente en las prendas de vestir, mientras que los consumidores de más edad (retirados) están más interesados en artículos para el hogar. Los clientes de origen asiático compran ambas líneas de producto.

Los puntos más importantes a mejorar por parte los proveedores de Perú, según la experiencia de los importadores australianos, tienen que ver con el servicio y la puntualidad en las entregas. El comercio con Perú sería más llamativo si los proveedores peruanos tuvieran un conocimiento más amplio sobre negocios internacionales. Los criterios clave para un comprador australiano a la hora de seleccionar proveedores de productos de alpaca son la calidad y la variedad.

2. Alcance del estudio especializado: sector y líneas de producto

La población de Australia apenas supera los 24 millones de habitantes a 2016. Según el libro de datos de la Agencia Central de Inteligencia (CIA), su PIB per cápita era de 65,000 dólares estadounidenses en 2015, lo que ubica al país en el top 20 a nivel mundial.

Australia es un país muy interesante con respecto a sus características geográficas. Su tamaño es muy grande, pero la densidad poblacional es muy baja. La mayoría de sus habitantes vive en las grandes ciudades. En general, entre el 60 y el 70 % de la población vive en la capital de cada estado, por lo tanto, los negocios se concentran mucho en esas áreas. Las ciudades más grandes en términos de población son:

Ciudad	Población (Millones)
1) Sídney	4.5
2) Melbourne	4.2
3) Brisbane	2.2
4) Perth	1.8
5) Adelaida	1.2

Cuatro de esas ciudades se encuentran al este del país. Alrededor del 80% (19 millones) de los Australianos viven cerca de la costa este. Además la población es muy diversa. En el pasado muchos inmigrantes británicos se asentaron allí, mientras que en la actualidad la influencia de los asiáticos se está incrementando de manera significativa.

Líneas de producto

La clasificación de los productos de pelo fino en el Sistema Armonizado (HS) incluye un amplísimo rango de productos hechos con fibras de otros animales, como oveja, oveja merina, vicuña, angora y cachemir. No existen códigos HS internacionales específicos para los productos de alpaca. Por lo tanto, en este estudio los valores comerciales a nivel global y las tendencias (Capítulo 3) para Australia se definen como prendas de vestir y artículos para el hogar de **lana y pelo fino de animal**. Los productos de alpaca y sus substitutos más cercanos entran en esta categoría de productos de lana y de pelo fino de animal. Como se muestra en la siguiente tabla, los accesorios, como bufandas, guantes, entre otros, también se incluyen en la categoría de prendas de vestir. Estas líneas de producto incluyen las prendas de vestir y los artículos para el hogar que se presentan a continuación.

Productos sustitutos

Al considerar específicamente los productos de fibra animal, existen muchos sustitutos de la alpaca, siendo los más importantes: **lana de oveja, mohair, angora, cachemir y vicuña**. Por lo general, se percibe que la calidad de los productos de cachemir, de mohair y de angora es similar a la de los productos de alpaca. Esto se debe principalmente a la delgadez de la fibra, que se mide en micrones. Las fibras de vicuña suelen tener menos micrones que las de alpaca, por lo que esos productos son más suaves. Sin embargo, la producción de productos de vicuña es muy baja. La fibra animal que más se produce a nivel mundial es la de lana de oveja. En la siguiente tabla se muestra el valor de producción de los principales fabricantes de fibras animales, y se puede ver que la producción de fibra de alpaca es la menor después de la de vicuña. Es esta escasez la que ha posicionado a los productos de alpaca en la parte más alta del mercado.

Tabla 2: Producción anual de fibras animales por parte de los principales productores (2012).

Fibra	Principales productores	Producción anual
Lana	Australia, Nueva Zelanda y Sudáfrica	2,050,000 toneladas
Mohair	Sudáfrica, Estados Unidos y Turquía	22,000 toneladas
Angora	China, Francia y Chile	8,500 toneladas
Cachemir	China e Irán	5,000 toneladas
Alpaca	Perú	4,000 toneladas
Vicuña	Perú	3 toneladas

Fuente: Gateway Alpacas.

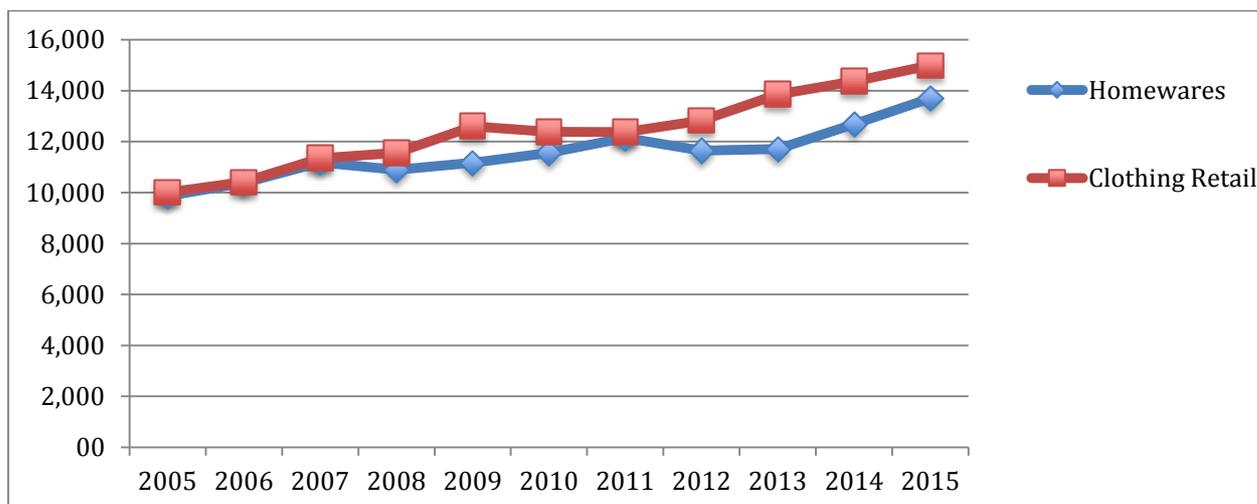
Líneas del sector

La Oficina Australiana de Estadísticas lleva un registro de las ventas en muchos sectores, entre los cuales se cuentan:

- Venta de ropa
- Artículos para el hogar (muebles, cubiertas de piso, artículos varios y bienes textiles)

En la siguiente figura se muestra la tendencia de ventas y los valores de estos sectores en Australia.

Figura 1: Tendencia anual de ventas de artículos para el hogar y venta de ropa en Australia (en dólares estadounidenses).



Fuente: Oficina Australiana de Estadísticas.

En ambos sectores se ha presentado una tendencia de crecimiento durante la última década. En la siguiente tabla aparecen los valores reales de estos sectores, así como la tasa de crecimiento durante el último año y durante los últimos diez años. En general, podemos concluir que el valor de los sectores interesantes para la alpaca creció de manera significativa en la última década.

Tabla 3: Valor de las ventas de artículos para el hogar y prendas de vestir en Australia.

	Ventas 2015 (millones de dólares EE. UU.)	Tasa de crecimiento '14/15	Tasa de crecimiento anual última década
Prendas de vestir	14,991	4.30%	4.59%
Artículos para el hogar	13,709	8.00%	3.73%

Fuente: Oficina Australiana de Estadísticas.

3. Análisis de la oferta en el país de destino

En este capítulo se describe la oferta en Australia. La Organización Mundial de Aduanas no ha desarrollado una clasificación específica para los productos de alpaca dentro del Sistema Armonizado (HS), por lo tanto, los valores de importación y exportación, así como las tendencias, se analizan a partir de las prendas de vestir y los artículos para el hogar hechos de lana y pelo fino de animal (Capítulos 3.2 y 3.3). Los códigos HS utilizados en estos análisis se especifican en la Tabla 1. Dichos valores se comparan con los valores y tendencias de las exportaciones peruanas de productos de alpaca a Australia (Capítulo 3.4). En el Capítulo 3.5 se habla de los principales competidores de Perú.

3.1 Producción

Australia comenzó a importar alpacas desde Sudamérica en 1989. En 2014, el número de alpacas en el país alcanzaba los 166,000 animales registrados. Por lo tanto, Australia cuenta con la tercera población de alpacas más grande en el mundo después de Perú y Estados Unidos. Se calcula que la producción de lana de alpacas australianas está entre los 500,000 y los 600,000 kilogramos anuales (Asociación Australiana de Alpacas).

La producción de lana de alpaca creció de manera significativa en Australia durante la última década. En 2008, la producción en el país alcanzó los 120,000 kilogramos anuales. Esto significa que la producción de lana de alpaca se ha cuadruplicado en tan solo cinco años, y no hay indicios de que este crecimiento pueda disminuir. Australia es uno de los países que lidera la cría genética de animales gracias a su amplia experiencia en la cría de ovejas.

La Asociación Australiana de Alpacas (AAA), así como varios criadores locales de alpaca afirman que la lana de alpaca de Australia es una de las mejores a nivel mundial en términos de calidad, todo gracias a su experiencia en cría selectiva. Según Kelly & Windsor (fabricante de productos de alpaca), la industria australiana de alpaca no está enfocada en hacer productos finales. El país carece del conocimiento y las capacidades para procesar la lana de alpaca. Por lo tanto, el proceso de producción se subcontrata, por lo que la fabricación de productos finales en Australia es muy reducida.

La producción de prendas de vestir en Australia en general es mínima y ha venido disminuyendo. Diferentes acuerdos de libre comercio con países asiáticos, así como el hecho de que los costos laborales son alrededor de diez veces menores en países como China, Vietnam y Bangladés, han provocado que se subcontrate la mayor parte de la producción.

Dentro de la industria australiana de alpaca podemos encontrar dos excepciones: Kelly & Windsor y The House of Alpaca. Estas compañías cuentan con fábricas en Australia para hacer productos finales. Kelly & Windsor se enfoca únicamente en ropa de cama e importa materia prima desde Perú. El proceso de producción de The House of Alpaca está integrado verticalmente. Todos los productos que venden se hacen a partir de la lana de sus propias alpacas, y van desde artículos para el hogar y prendas de vestir hasta accesorios y zapatos.

3.2 Exportaciones

En este capítulo se habla sobre el valor de las exportaciones y las tendencias durante los últimos cinco años en relación con prendas de vestir y artículos para el hogar hechos de lana y de pelo fino de animal en

Australia. Cuando se hable de prendas para vestir y/o artículos para el hogar, solo se tienen en cuenta los que entran en este grupo.

Prendas de vestir (de lana y pelo fino de animal)

Australia se ubica en el puesto número 72 a nivel mundial con respecto al valor total de las exportaciones dentro de la industria de prendas de vestir. El porcentaje de exportaciones del país en el mercado mundial de prendas de vestir alcanzó un 0.06% en 2015. El valor total de las exportaciones de prendas de vestir desde Australia superó por poco los 31.5 millones de dólares estadounidenses en 2015.

Las exportaciones de prendas de vestir desde Australia han crecido en promedio un 5.6% anual durante los últimos cinco años (tasa de crecimiento anual compuesto, TCAC). De 2011 a 2015, el valor total de las exportaciones de prendas de vestir desde Australia se incrementó en 6 millones de dólares estadounidenses. Las exportaciones de lana y de pelo fino de animal a nivel mundial también están creciendo, a una tasa del 2.2% anual. Dado que el crecimiento en Australia ha sido superior al crecimiento a nivel global desde 2011, el porcentaje de exportaciones de prendas de vestir desde Australia va en aumento.

Gran parte de las prendas de vestir australianas se exportan a Nueva Zelanda con 11.3 millones de dólares estadounidenses (35% del total de las exportaciones). Estas mercancías se vuelven a exportar. Sin embargo, el porcentaje de exportaciones de Australia a Nueva Zelanda ha disminuido. Por otra parte, las exportaciones a Estados Unidos, el Reino Unido, Papúa Nueva Guinea y Hong Kong se han incrementado significativamente durante los últimos cinco años, como se muestra en la siguiente tabla.

Tabla 4: Top 5 de países a los que Australia exporta prendas de vestir.

Destino	Valor exportaciones 2015 (dólares EE. UU.)	Porcentaje exportaciones 2015	Tasa de crecimiento anual (‘11/’15)
Nueva Zelanda	11,347,000	35.7%	-3.39%
Estados Unidos	3,363,000	10.6%	+52.98%
Reino Unido	1,813,000	5.7%	+25.45%
Papúa Nueva Guinea	1,764,000	5.6%	+8.78%
Hong Kong	1,446,000	4.6%	+9.74%

Fuente: Trademap.

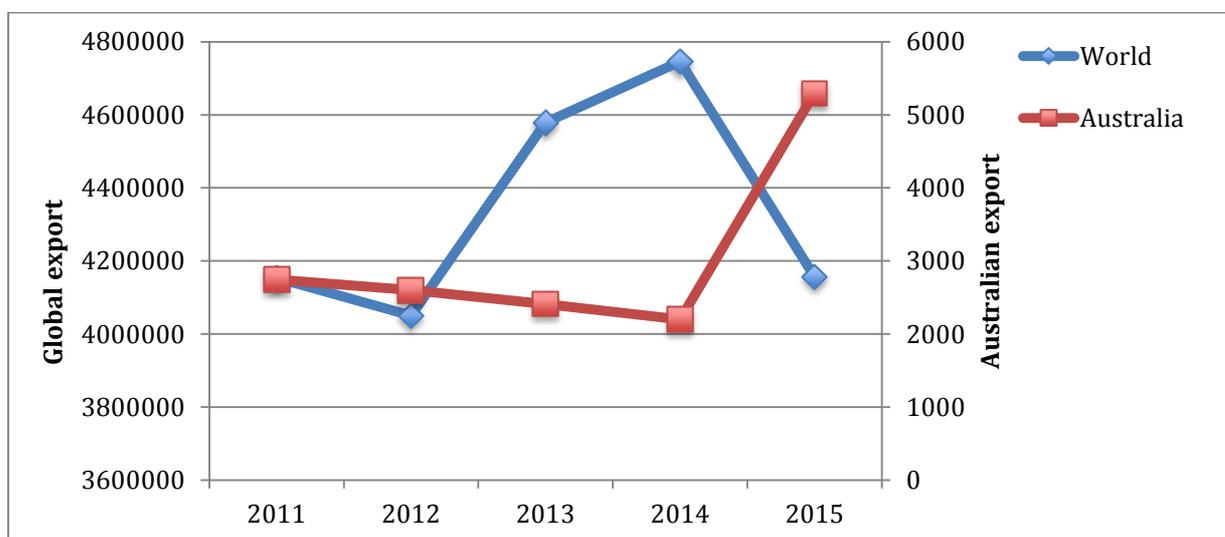
Artículos para el hogar (de lana y pelo fino de animal)

Australia se ubica en la posición número 44 dentro de la industria de artículos para el hogar a nivel mundial. El porcentaje de exportaciones del país en este mercado en el mundo alcanzó un 0.13% en 2015. El valor

total de las exportaciones de artículos para el hogar desde Australia se ubicó un poco por debajo de los 5.3 millones de dólares estadounidenses en 2015.

El comercio mundial de artículos para el hogar ha sido irregular durante los últimos cinco años, alcanzando su punto más bajo en 2012, y el más alto en 2014. El total de las exportaciones australianas decreció hasta el 2014, y mostró un incremento en 2015. Entre 2011 y 2015, el valor total de las exportaciones de artículos para el hogar desde Australia se incrementó en 2.5 millones de dólares estadounidenses, principalmente gracias al exponencial crecimiento de 2015, que fue de +140.7%. Las exportaciones australianas de artículos para el hogar no siguen la tendencia mundial, como se muestra en la siguiente figura.

Figura 2: Valor de las exportaciones de artículos para el hogar (en miles de dólares estadounidenses).



Fuente: Trademap.

Gran parte de los artículos para el hogar se exportan hacia Corea (con un 37.5% de la participación), seguido de Nueva Zelanda (con una participación del 21%). Asimismo, las exportaciones a Nueva Zelanda se componen de productos que se vuelven a exportar. Es más, en el top 5 se encuentran tres países asiáticos y todos muestran un crecimiento durante los últimos cinco años. El importante incremento en las exportaciones de artículos para el hogar de Australia también se debe al incremento en las exportaciones hacia Corea, China y Hong Kong (así como al Reino Unido) en el 2015. Las exportaciones a Nueva Zelanda mostraron una mínima reducción en 2015 (-3.3%), contrario a la tendencia.

Tabla 5: Top 5 de países a los que Australia exporta artículos para el hogar.

Destino	Valor exportaciones	Porcentaje exportaciones 2015	Tasa de crecimiento anual ('11/'15)	Tasa de crecimiento '14/'15

	2015 (dólares EE. UU.)			
Corea	1,984,000	37.5%	+8.1%	+3574.1%
Nueva Zelanda	1,114,000	21.0%	+10.9%	-3.3%
China	1,109,000	20.9%	+88.4%	+248.7%
Hong Kong	311,000	5.9%	+96.2%	+146.8%
Reino Unido	211,000	4.0%	+51.5%	+224.6%

Fuente: Trademap.

En conclusión, las compañías australianas de artículos para el hogar han sacado provecho de la oportunidad de exportar a países asiáticos durante los últimos años. Las compañías australianas con las que nos contactamos durante este estudio confirman dicha tendencia. En el Capítulo 5.2 se hablará del tema en mayor detalle. Con respecto a las prendas de vestir, las exportaciones han crecido más rápido que el promedio global durante los últimos cinco años.

Además, Australia tiene relaciones comerciales muy fuertes con Nueva Zelanda. Esto se debe a su cercanía geográfica, así como a sus similitudes culturales. En el caso de las prendas de vestir y de los artículos para el hogar, las compañías australianas vuelven a exportar productos a Nueva Zelanda. En esencia, esto significa que al comercial con Australia, el mercado de Nueva Zelanda se incluye de manera indirecta.

3.3 Importaciones

En este capítulo se habla del valor de las importaciones y de las tendencias en Australia con respecto a las prendas de vestir y los artículos para el hogar hechos de lana y pelo fino de animal durante los últimos cinco años. Cuando se hable de prendas para vestir y/o artículos para el hogar, solo se tienen en cuenta los que entran en este grupo.

Prendas de vestir (de lana y pelo fino de animal)

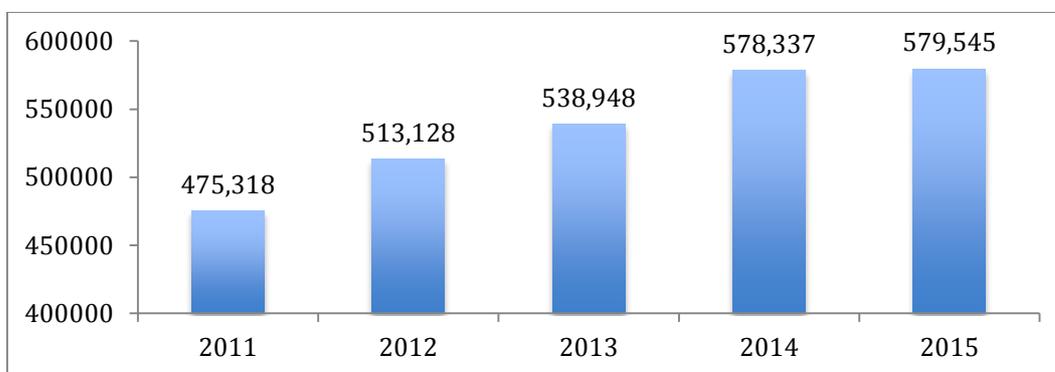
Australia se ubica en el puesto 19 a nivel mundial con respecto a las importaciones de prendas de vestir. El porcentaje de importaciones dentro del mercado de prendas de vestir es de 1.18%. Este es un porcentaje alto si se tiene en cuenta que, en términos del tamaño de la población, Australia se ubica en el puesto 55 en el mundo. El valor de las importaciones refleja una tendencia de crecimiento durante los últimos cinco años, con una tasa de crecimiento anual de 5.08%. En comparación con los 20 países que más importan prendas de vestir de lana y pelo fino de animal, Australia se ubica en el quinto lugar en relación con el crecimiento anual promedio del valor de las importaciones durante los últimos cinco años:

- 1) Malasia (+48.9%)

- 2) Vietnam (+36.4%)
- 3) Emiratos árabes Unidos (+29.6%)
- 4) Corea (+7.9%)
- 5) **Australia (+5.1%)**

En 2015, el total de las importaciones australianas de prendas de vestir alcanzó los 580 millones de dólares estadounidenses. Entre 2011 y 2015, el valor de las importaciones de prendas de vestir pasó de 475 a 580 millones de dólares estadounidenses. La tasa de crecimiento en 2015 fue del 0.2 %. En la siguiente figura también se muestra que el crecimiento se estancó el año pasado, después de varios años de un crecimiento significativo en las importaciones.

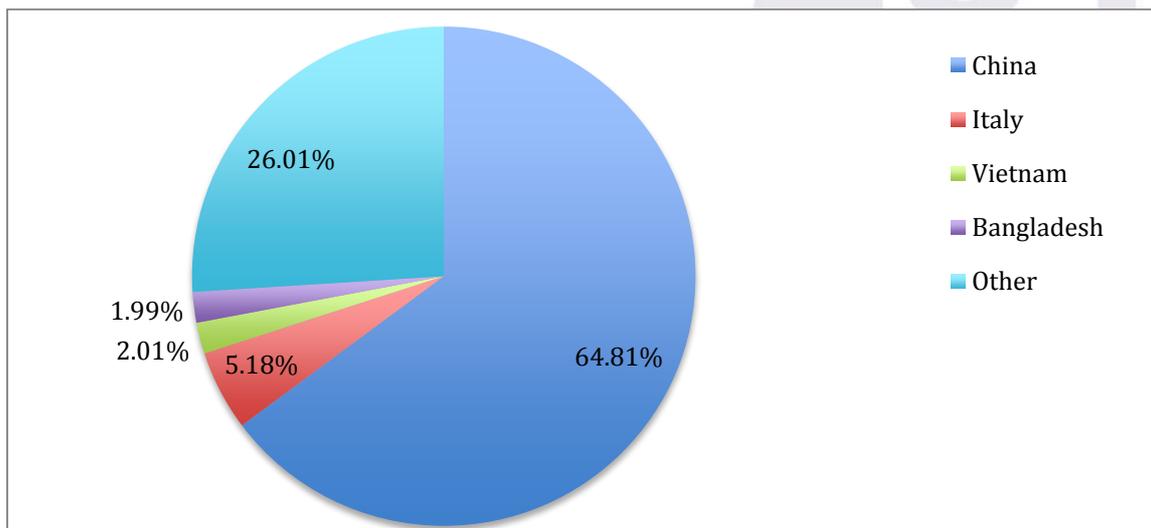
Figura 3: Valor de las importaciones de prendas de vestir en Australia (en dólares estadounidenses).



Fuente: Trademap.

La mayoría de las importaciones provienen de China, con un porcentaje de importación de 64.8%. El porcentaje del valor de las importaciones desde Italia también es significativo. Esto se explica por las importaciones de productos de cachemir. El valor de las importaciones de prendas de vestir desde Vietnam (+32.6%) y Bangladés (+32.8%) se incrementó significativamente durante los últimos cinco años. Estos países se ubicaron en el tercer y cuarto lugares respectivamente en la participación de importaciones dentro del mercado australiano.

Figura 4: Participación de importaciones en el mercado australiano de prendas de vestir por país.



Fuente: Trademap.

En la Figura 4 se aprecia claramente que el grueso de las importaciones provienen de Asia. Alrededor del 70% se importa desde países asiáticos, en especial reflejado en la gran participación de China. Según las compañías australianas, esto se debe a los bajos costos laborales en esos países. Gracias a los acuerdos de libre comercio y una distancia relativamente corta, los costos de distribución y comercialización también son menores.

Artículos para el hogar (de lana y pelo fino de animal)

Australia se ubica en el puesto 19 a nivel mundial con respecto a las importaciones en la industria de artículos para el hogar, un porcentaje que también es bastante alto. La participación de las importaciones de Australia en el mercado global de artículos para el hogar es de 1.33%. La tasa de crecimiento anual en las importaciones de artículos para el hogar fue de 10.08% de 2011 a 2015. En comparación con los 20 países que más importan artículos para el hogar de lana y pelo fino de animal, Australia se ubica en el cuarto lugar en relación con el crecimiento anual promedio del valor de las importaciones en los últimos cinco años:

- 1) Emiratos Árabes Unidos (+22.9%)
- 2) Polonia (+16.0%)
- 3) España (+13.0%)
- 4) **Australia (+10.1%)**
- 5) Canadá (+9.7%)

Figura 5: Valor de las importaciones de artículos para el hogar en Australia (en dólares estadounidenses).

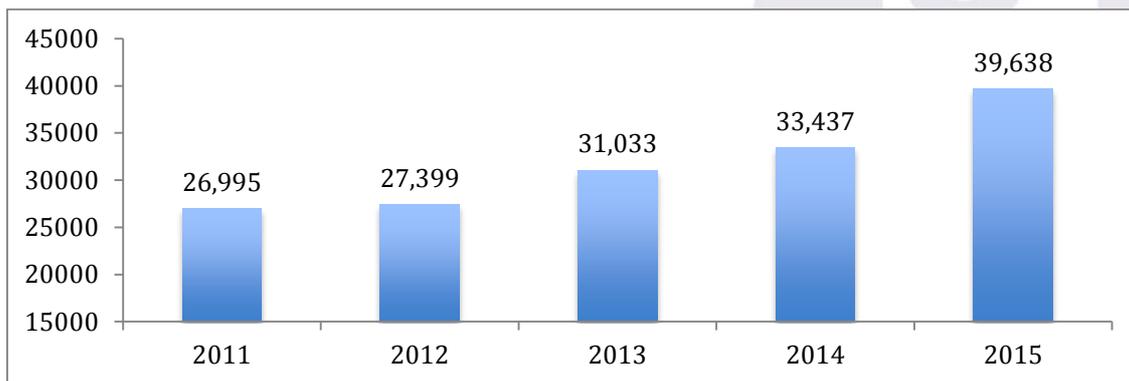
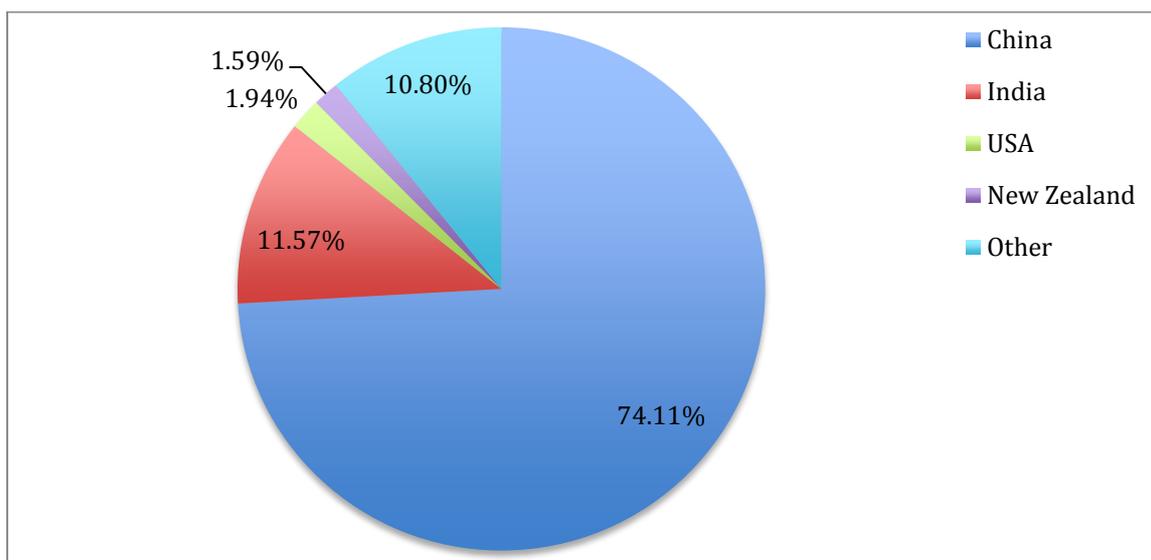


Figura: Trademap.

En 2015, el total de las importaciones australianas de artículos para el hogar alcanzó los 39 millones de dólares estadounidenses. De 2011 a 2015, el valor de las importaciones australianas de artículos para el hogar pasó de 27 a 39 millones de dólares estadounidenses. En 2015, la tasa de crecimiento se ubicó en +18.5%.

Gran parte de las importaciones de artículos para el hogar provienen de China, con una participación de 74.1%. El único país que exporta cantidades significativas de artículos para el hogar a Australia, aparte de China, es India. Estados Unidos y Nueva Zelanda se ubican en el tercer y cuarto lugares respectivamente, pero su participación ya está por debajo del 2%. Al igual que con las prendas de vestir, la mayoría de importaciones de artículos para el hogar provienen de Asia. Los dos primeros países tienen más del 85% de las importaciones a Australia. Nuevamente, esto se debe al gran dominio de China.

Figura 6: Participación de importaciones en el mercado australiano de artículos para el hogar por país.



Fuente: Trademap.

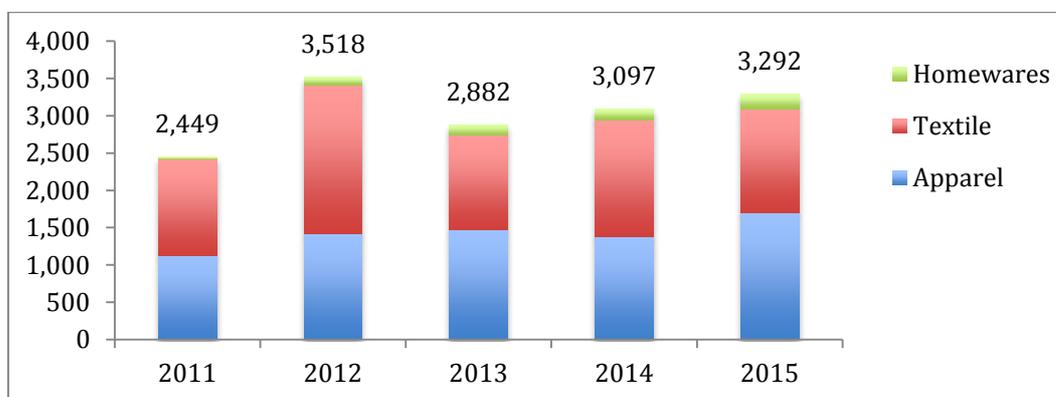
En conclusión, el valor total de las importaciones de prendas de vestir en Australia es casi 15 veces mayor que el valor de las importaciones de artículos para el hogar (580 y 39 millones de dólares estadounidenses respectivamente). Si bien el sector de artículos para el hogar de lana y pelo fino de animal es más pequeño, el TCAC fue del más del doble que el del sector de prendas de vestir entre 2011 y 2015. Los países asiáticos dominan las importaciones, en especial China. Finalmente, en ambas industrias la participación de las importaciones australianas es mucho mayor con respecto al tamaño relativo de la población.

3.4 Importaciones desde Perú

En este capítulo se habla específicamente de las tendencias en las importaciones de productos de alpaca de Perú a Australia. Luego, estas tendencias se comparan con las tendencias generales de importación de prendas de vestir y artículos para el hogar en ese país. El valor de las importaciones de productos de alpaca de Perú a Australia está disponible en las estadísticas de la SUNAT, por lo que estos serán la referencia. Esto significa que hay una diferencia entre los productos incluidos en los capítulos 3.2 y 3.3 (que incluían todos los productos de lana y pelo fino de animal) y los productos en este capítulo (solo artículos de alpaca). Preferimos usar los valores de comercialización de productos de alpaca de Perú en Australia por encima de los códigos HS que aparecen en Capítulo 2 dado que están disponibles.

El valor total de las exportaciones de productos de alpaca de Perú a Australia fue de 3.3 millones de dólares estadounidenses en 2015. Las exportaciones comprenden textiles (productos no terminados), prendas de vestir y artículos para el hogar. El crecimiento anual promedio para los productos de alpaca se ubicó en +7.68% durante los últimos cinco años. Esto se debe principalmente al incremento en las prendas de vestir (+11.03%) y en los artículos para el hogar (+67.81%). Es más, a excepción de las prendas de vestir en 2014, las exportaciones de prendas de vestir y para el hogar se incrementaron año a año. Si bien los textiles fueron la categoría más importante hasta el 2014, la participación de las importaciones de prendas de vestir a Australia superaron la de los textiles en 2015.

Figura 7: Valor de las exportaciones peruanas de productos de alpaca a Australia (en dólares estadounidenses).



Fuente: SUNAT (por medio de PromPeru).

Las importaciones de prendas de vestir y de artículos para el hogar de alpaca de Perú a Australia son bajas en comparación con las importaciones totales de prendas de vestir y artículos para el hogar (de lana y pelo fino de animal). En 2015, la participación de las prendas de vestir de alpaca peruanas fue del 0.29 % del total de las importaciones australianas de estos productos. Se debe tener en cuenta que la comparación de estos valores se debe interpretar con precaución.

Tabla 6: Principales exportaciones de prendas de vestir de alpaca de Perú a Australia.

	Producto	Valor exportaciones 2015 (y participación)	Tasa de crecimiento anual (‘11/’15)	Crecimiento ‘14/’15
1	Bufandas de alpaca bebé	794,432 (46.7%)	+18.1%	+71.2%
2	Cardiganes de alpaca	315,917 (18.6%)	+2.0%	-17.6%
3	Prendas de alpaca para mujer (varias)	234,255 (13.8%)	+15.3%	+53.1%
4	Bufandas de alpaca	78,259 (4.6%)	-0.5%	-14.2%
5	Ponchos	67,545 (4.0%)	+19.0%	-17.8%
6	Abrigos	40,172 (2.4%)	+13.5%	-19.7%
7	Chalecos para mujer	38,094 (2.2%)	+13.7%	+160.6%
8	Chales	21,760 (1.3%)	-8.2%	+15.7%
9	Guantes	17,649 (1.0%)	+9.1%	+87.2%
10	Chalecos	13,769 (0.8%)	-	-12.8%

Fuente: PromPeru.

En la tabla anterior se muestra que la mayor participación de **prendas de vestir** de alpaca en términos de valor es de las bufandas de alpaca bebé (46.7%). Además, los cardiganes y las prendas para mujer (varias) también tienen una participación significativa en el total de las importaciones de prendas de vestir de Perú a Australia.

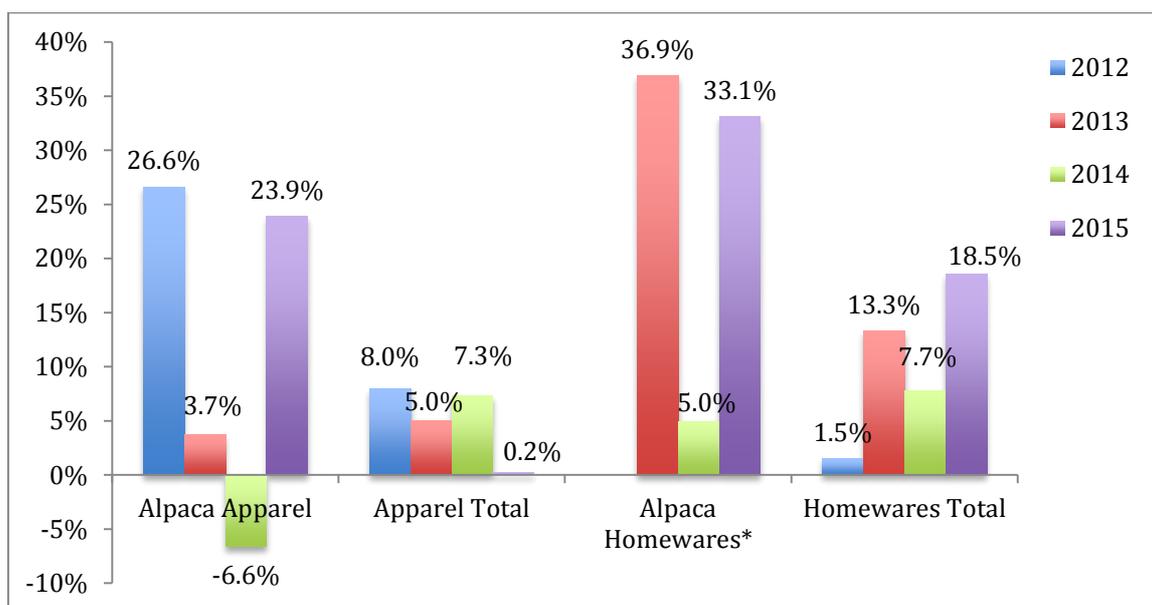
Principales participantes

El principal exportador de prendas de vestir de alpaca de Perú es Inca. Esta compañía provee al menos 2/3 del total de las exportaciones de productos peruanos de alpaca a Australia. Esto se ve reflejado en las tiendas australianas de productos de alpaca, en las cuales Kuna (marca principal de Inca) es la que más se encuentra.

El mayor importador de prendas de vestir de alpaca peruanas en Australia es Australian Alpaca Fleece (AAF). Esta compañía es responsable de más del 55 % de todas las importaciones. Varias tiendas de productos de alpaca en Australia afirmaron que obtienen parte de los productos que ofrecen de AAF. En casi todos los casos también importan directamente desde Perú, pero también adquieren productos de proveedores locales y otros mayoristas.

Figura 8: Tasa de crecimiento anual en el valor de las importaciones australianas.

*El crecimiento anual de artículos para el hogar de alpaca fue de 315,3 % en 2012. Este valor no aparece en la figura debido a inconvenientes de visualización.



Fuente: Trademap, SUNAT y PromPeru.

Al comparar las tasas de crecimiento anual, es evidente que entre 2012 y 2015 las prendas de vestir de alpaca crecieron a un ritmo superior que las prendas de vestir de todo tipo, pero crecieron menos en 2014 (incluso se presentó un crecimiento negativo). Los artículos para el hogar de alpaca muestran tasas de crecimiento superiores a las de los artículos para el hogar de todo tipo a partir del 2012. Se observa que las tasas de crecimiento de los productos de alpaca varían mucho más que las de las prendas de vestir y los artículos para el hogar de todo tipo. Sin embargo, estas cifras son engañosas dado que el tamaño del mercado de los productos de alpaca es mucho menor comparado con el mercado de los productos de todo tipo.

3.5 Análisis de la competencia

Los importadores australianos de productos de alpaca mencionan varios países que compiten con Perú. Dado que no existen códigos HS específicos para los productos de alpaca, no es posible obtener

estadísticas sobre la comercialización de esos productos desde dichos países. Sin embargo, estos son los países que mencionaron los importadores australianos:

- Bolivia
- China
- India
- Nepal
- Lituania
- Nueva Zelanda

Con base en la información obtenida de los importadores australianos, al parecer Perú es el proveedor principal. Sin embargo, las importaciones desde China se han incrementado con rapidez en los últimos años, específicamente de productos combinados de alpaca, así como un pequeño porcentaje de lana de alpaca. Bolivia también es un competidor importante, ya que ofrece productos de la más alta calidad (al igual que Perú). Los vendedores que se especializan en productos de alpaca por lo general compran sus productos a proveedores tanto de Perú como de Bolivia.

En lo que respecta a la lana de alpaca, la competencia a nivel mundial proviene principalmente de Estados Unidos y del mismo Australia. Según Gateway Alpaca, en la actualidad Perú es responsable del 80 % de la producción a nivel mundial. Sin embargo, la población de alpacas crece a un ritmo de entre el 15 y el 18 % en Australia y Estados Unidos, lo que a su vez incrementa la producción de lana. Si la producción en Sudamérica se mantiene constante, algo que no ha cambiado durante los últimos 100 años, en 2020 Estados Unidos producirá entre el 20 y el 30 % de la lana de alpaca en el mundo. Australia también ha comenzado a importar alpacas a China, así que se abre la posibilidad de que ese país cree un proceso de producción de integración vertical propio para fabricar productos de alpaca en el futuro.

4. Análisis del sector / de la línea en el mercado

4.1 Variedades y tipos de presentaciones

Producto de alpaca se ofrecen en diferentes presentaciones a los consumidores australianos. Se pueden dividir en varias categorías:

- Prendas de vestir (principalmente sacos y cardiganes, abrigos y capas)
- Accesorios (bufandas, medias, guantes, gorros, chales)
- Artículos para el hogar tejidos (cobijas, mantas, tapetes, alfombras, edredones, almohadas, colchas)
- Tejidos (fibras e hilos)
- Telas

Figura 9: Ejemplos de accesorios y prendas de vestir de alpaca en Australia



Fuente: Alpaca Passion.

Además de productos 100 % de alpaca, también se ofrecen muchas otras variedades de productos combinados. Algunas de las variedades que se ofrecen en el mercado australiano son:

- Combinación de fibras animales; lana de alpaca y oveja, lana de alpaca y merino, lana de alpaca y cordero, alpaca y mohair, alpaca y cachemir.
- Combinación de fibras naturales; alpaca y algodón, alpaca y seda, alpaca y bambú.
- Combinación de fibras sintéticas; alpaca y acrílico, alpaca y nylon, alpaca y poliamida, alpaca y poliéster.

Dado que la mayoría de las otras fibras son más económicas que la fibra de alpaca, los productos combinados suelen ser más baratos que los productos 100 % hechos de alpaca. La mayoría de los productos de alpaca que se ofrecen en las tiendas por departamentos y de prendas de vestir son principalmente productos combinados, en los cuales el porcentaje de fibra de alpaca es más bien bajo. Los productos combinados de alpaca que ofrecen estas tiendas tienen principalmente fibras sintéticas. Las tiendas especializadas en productos de alpaca se diferencian al ofrecer una cantidad importante (más del 50, pero puede llegar al 100 %) de productos de fibra de alpaca. Claro está que los productos combinados tienen principalmente otras fibras animales u otras fibras naturales en lugar de fibras sintéticas.

Los tipos y variedades de productos combinados de alpaca en Australia son:

- Medias y cobijas de alpaca y merino
- Suéteres de alpaca y acrílico
- Mantas de lana de alpaca y de cordero

En la sección de prendas de vestir de alpaca, el principal segmento es el de las prendas de mujer. Según las compañías australianas, entre el 80 y el 90 % de las ventas de prendas de vestir es de prendas para mujer. Kuna (de Perú) es la marca de productos de alpaca más importante en Australia, y está disponible en casi todas las tiendas especializadas de alpaca y de fibras naturales. Además de Kuna, Intiwara (de Bolivia) también se puede encontrar en la mayoría de tiendas de ropa. Sin embargo, Kuna es más popular que Intiwara.

Figura 10: Dos de las marcas de prendas de ropa de alpaca más comunes en las tiendas australianas especializadas: Kuna e Intiwara.



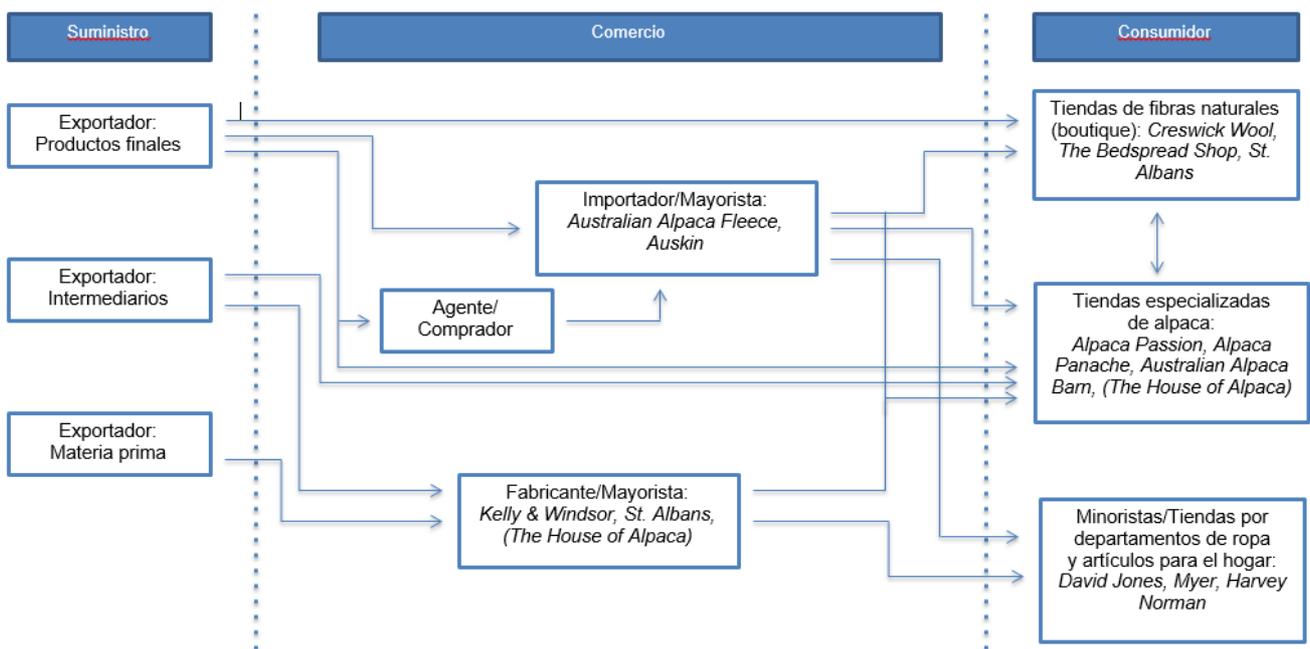
Fuente: Australian Alpaca Barn.

El principal potencial dentro de la industria de la moda australianas para productos de alpaca está en las prendas de vestir y accesorios tejidos. Es supremamente importante que los diseños sean actuales y se adapten al mercado objetivo. Además, si se crearan nuevas oportunidades al innovar con los tejidos de alpaca en otro tipo de prendas, como trajes y vestidos a mayor escala, esto podría resultar en una participación en el mercado más grande para los productos de alpaca en Australia. Otra área de interés

para los productos de alpaca en Australia está en artículos para el hogar de punto. Mientras que las ofertas de artículos para el hogar tejidos están bien cubiertos en el mercado australiano, la falta de oferta en artículos para el hogar de punto ofrecen oportunidades. *St. Albans*, gran minorista y mayorista de artículos para el hogar, actualmente búsquedas para estas oportunidades activamente.

Los productos de alpaca se vende principalmente durante la temporada de invierno australiana, que va de junio a agosto. Las tiendas especializadas en productos de alpaca y de fibras naturales ofrecen productos de alpaca durante todo el año, pero las ventas aumentan en invierno. De hecho, los minoristas de ropa y artículos para el hogar solo ofrecen productos de alpaca durante el invierno, en especial prendas de vestir (en bajos volúmenes), accesorios (bufandas y guantes) y cobijas. Por consiguiente, la demanda de exportaciones y de productos de alpaca desde Perú es más alta en los meses de enero, febrero, marzo y abril.

4.2 Canales de distribución



El esquema de distribución presentado arriba muestra las diferentes líneas de comercialización en el mercado de alpaca de Australia. La cadena de distribución hacia la industria de prendas de vestir y artículos para el hogar de alpaca es compleja, dado que la mayoría de minoristas combinan la compra directa a países extranjeros con el abastecimiento por parte de mayoristas. En *cursiva* aparecen las compañías activas en el mercado. Al observar el esquema de los canales de distribución en el mercado australiano es interesante ver que:

- Algunas compañías asumen varios papeles dentro del mercado australiano, como *Creswick Wool* y *St. Albans*, que ofrecen sus productos al por mayor además de venderlos en sus tiendas. No se espera que esta situación cambie a futuro. Los minoristas pequeños especializados quieren ofrecer productos de alpaca y están en busca de mayoristas, dado que, entre otras cosas, no cuentan con la capacidad de almacenar mercancía. *Alpaca Passion* comenzó en el mercado como minorista, pero está en busca de oportunidades para expandir su participación mayorista.
- Los productos que se ofrecen en las tiendas de departamentos se limitan principalmente a artículos para el hogar (cobijas y tapetes). Algunas marcas de ropa ofrecen una o dos prendas de alpaca (que suelen ser productos combinados), pero los volúmenes son más bien bajos.
- No es de extrañar que las tiendas especializadas en productos de alpaca se abastezcan directamente de exportadores peruanos. La mayoría de veces se abastecen tanto de mayoristas australianos como de proveedores de Perú. Prefieren comprar directamente, dado que los costos son menores y es más fácil discutir los temas de diseño.
- *The House of Alpaca* es la excepción dentro de este esquema ya que cuentan con su propio proceso de producción integrado verticalmente. Sin embargo, están en busca de proveedores peruanos intermediarios para desarrollar nuevos productos.
- La mayoría de vendedores australianos ofrece sus productos de alpaca tanto en línea como en tiendas físicas. Es más, *Alpaca Panache* solo vende en línea. Los minoristas destacan que en promedio, las ventas en línea representan entre un 5 y un 10 % de las ventas totales en la actualidad. Las ventas en línea están creciendo para casi todas las compañías.
- Las tiendas especializadas en productos de alpaca no se enfocan en vender prendas de vestir o artículos para el hogar, sino que ofrecen ambas líneas de producto. Mientras un producto esté hecho de lana de alpaca, estas tiendas lo venden.
- Los fabricantes australianos de productos de alpaca se especializan en un producto específico, como ropa de cama o artículos tejidos. *The House of Alpaca* es la excepción, ya que producen una gran variedad de productos de alpaca.
- El mercado de la moda australiana está fragmentado y existen una gran cantidad de firmas pequeñas. Por lo tanto, los proveedores especializados y el sector mayorista jugaban un papel

muy importante en la cadena distribución de textiles. Sin embargo, al igual que en otras industrias, el proceso de la cadena de distribución está cambiando debido a la internacionalización. Esto significa que los minoristas están buscando más y más opciones para abastecerse directamente

- Durante las últimas décadas se ha presentado un cambio en el proceso de fabricación, en el que se subcontrata la fabricación de un producto en países asiáticos. Durante este proceso, se hizo cada vez más común que los fabricantes australianos se enfocaran en ser mayoristas y minoristas. Todas las importaciones del mercado australiano se deben a la subcontratación por parte de las compañías en todas las etapas del sistema de producción textil. Los fabricantes más grandes modificaron sus operaciones manteniendo la administración, el diseño y la logística en Australia, al tiempo que trasladaron las actividades de producción a países con costos laborales inferiores, en especial a China. De hecho se volvieron importadores.
- Minoristas, agentes, distribuidores y mayoristas tienen estrategias de abastecimiento similares, y la mayoría se apoya en una combinación de estrategias, comprando prendas a nivel local y en el extranjero dependiendo del tipo de tela, su elaboración y ciertos estilos en relación con los costos, la calidad y el tiempo. Las estrategias, y por lo tanto la cantidad de productos fabricados en relación con los importados en el mercado, pueden cambiar de temporada a temporada o de una rotación de existencias a otra, según el estilo de moda, la tasa de cambio y la disponibilidad de fabricación.

4.3 Rutas de acceso

Transporte marítimo

En Australia hay cuatro puertos principales a los que se puede llegar desde el extranjero. Si bien hay más puertos en el país, para envíos internacionales los siguientes son los más comunes:

- Melbourne
- Sídney
- Brisbane
- Perth

En el puerto de Melbourne se manipulan alrededor de 2.6 millones de contenedores al año, y allí atracan alrededor de 3200 barcos anualmente. Es el centro de comercio del sudeste de Australia. El puerto de Melbourne se encarga de alrededor del 40 % de los contenedores que llegan al país.

El segundo puerto más grande es el de Sídney. Cada año aporta alrededor de 2.5 mil millones de dólares a la economía de Nueva Gales del Sur. El tercer puesto en importancia se encuentra en Brisbane, siendo el puerto más importante del estado de Queensland. Finalmente, en Perth se encuentra el puerto que maneja la carga de la totalidad de la Costa Oeste de Australia.

La mayoría de agencias marítimas hacen transbordo. Por lo general hacen una parada ya sea en Hong Kong o en Singapur. El tiempo aproximado para que un envío vaya de Lima a Melbourne o Sídney es de 39 días, cuando se hace transbordo.

Transporte aéreo

La mayoría de importadores Australianos de productos de alpaca afirmaron que general son enviados vía aérea debido a que:

- los volúmenes suelen ser bajos (no son suficientes para llenar un contenedor).
- el peso es mínimo en relación con el volumen, por lo que el transporte aéreo es más conveniente.
- los envíos se hacen con base en una demanda concreta y particular, por lo tanto tienen que ser entregados muy rápido.

La mayoría de los envíos aéreos llegar a los aeropuertos de Melbourne y Sídney ya que la mayoría de las compañías se encuentran en esas zonas. Otros puntos de acceso comunes son los aeropuertos de Brisbane, Adelaida y Perth.

Uno de los principales inconvenientes para las compañías con respecto a las importaciones desde Perú es el hecho de que no hay un vuelo directo entre Lima y Sídney o Melbourne. Sería muy conveniente para las relaciones comerciales entre Perú y Australia si se pudiera lograr un vuelo directo entre ambos países en el futuro. *Alpaca Panache* mencionó que, además de optimizar la ruta de envíos aéreos, un vuelo directo facilitaría las visitas a Perú por parte de compradores Australianos para buscar proveedores.

4.4 Costos aproximados de logística

El factor más importante a la hora de determinar los costos del envío aéreo es el peso, mientras que en el caso del transporte marítimo, son las dimensiones. A continuación están los precios de dos de las compañías de transporte aéreo preferidas por los importadores Australianos (DHL y SerPost), los cuales sirven como indicador para calcular el costo del transporte. Los precios que aparecen en la siguiente tabla corresponden a las tasas de importación de Perú a Australia. Algunos importadores indicaron que DHL es la opción más costosa, mientras que SerPost es una de las más económicas. Por lo tanto, en la Tabla 7 se encuentra un importante indicador sobre el rango de costos logísticos para envíos aéreos de Perú Australia.

Tabla 7: Indicadores de precio de transporte aéreo de DHL y SerPost de Perú a Australia.

	Costos logísticos DHL	Costos logísticos SerPost
Envío de 10 kg	393 USD	225 USD
Envío de 25 kg	662 USD	500 USD

Envío de 100 kg	2750 USD	N/A
------------------------	----------	-----

Fuente: DHL/SerPost.

Dado que no es muy común enviar una carga de contenedor completo (FCL) de Perú a Australia con productos de alpaca, los costos por el envío marítimo suelen ser del tipo carga a contenedor parcial (LCL). Los precios que aparecen en la siguiente tabla se basan en la información de los importadores australianos con respecto a los volúmenes que se importan. Los precios se estiman con base en órdenes de 100 kg (20 cajas) a 1000 kg (200 cajas). El precio que se indica es desde el puerto del Callao hasta los puertos de Melbourne y Sídney.

Tabla 8: indicadores de precio para envío marítimo (LCL) desde el Callao a Melbourne y Sídney.

	Callao → Melbourne	Callao → Sídney
100 kg (20 cajas)	350-385 USD	330-370 USD
500 kg (100 cajas)	730-800 USD	690-765 USD
1,000 kg (200 cajas)	1150-1275 USD	1100-1210 USD

Fuente: World Freight Rates.

Términos de entrega

Los importadores afirman que los términos comunes de entrega y pago son los de franco a bordo (FOB, Free on Board) para el caso de los envíos marítimos. Esto significa que el vendedor se hace cargo del transporte hasta el puerto de origen y el comprador asume los costos de transporte y la responsabilidad sobre los bienes a partir de ese punto. En el caso del transporte aéreo, por lo general el comprador también paga por los costos de logística. En ese caso se suele manejar bajo los términos de entrega franco transportista (FCA, Free Carrier) o FOB.

Los importadores en Australia prefieren comprar ya sea tipo FOB o Ex Works (EXW). De esta manera pueden seguir y monitorizar todos los envíos y las entregas por sí mismos. Es más, afirman que los proveedores sudamericanos prefieren las entregas FOB, ya que no se hacen responsables del envío.

4.5 Principales agencias marítimas

Como se indica en el párrafo 4.3, gran parte de las órdenes de productos de alpaca se envían por aire. Gracias a la información sobre las compañías que se obtuvo durante las entrevistas se estableció que casi siempre se hace a través de DHL. Algunos importadores lo hacen a través del servicio postal peruano, SerPost. *Alpaca Passion* afirma que si bien DHL hace las entregas en menor tiempo y brinda mejores

términos de seguros, el costo de enviar la mercancía por SerPost es significativamente menor (como se puede ver en la Tabla 7). Por esta razón prefieren los servicios de SerPost.

Una gran cantidad de agencias marítimas ofrecen envíos desde el puerto del Callao en Perú hasta los puertos australianos:

- Maersk Line
- APL
- Evergreen Marine Corp
- Hapag-Lloyd
- K Line
- MSC
- MOL
- NYK

Todas estas agencias son grandes y tienen una gran reputación a nivel internacional. Por lo general, las más costosas son Maersk y Hapag-Lloyd, mientras que las agencias (Evergreen, K Line, MOL y NYK) suelen ser más económicas.

4.6 Canales de mercadeo

Los puntos de venta de productos de alpaca se pueden dividir en tres categorías: tiendas especializadas en productos de alpaca, tiendas de fibras naturales, y minoristas y tiendas por departamentos de ropa y artículos para el hogar. La participación en las ventas de los productos de alpaca en el mercado australiano se divide en: tiendas especializadas en productos de alpaca (50-55 %), tiendas de fibras naturales (35-40 %) y minoristas y tiendas por departamentos de ropa y artículos para el hogar (10-15 %).

Tiendas especializadas en productos de alpaca

Las tiendas especializadas en productos de alpaca venden alrededor de la mitad del total de ventas de este sector. Estas tiendas se caracterizan por el hecho de que solo venden productos con fibra de alpaca como el material principal. La oferta de productos es muy amplia e incluye prendas de vestir, accesorios, artículos para el hogar e incluso tejidos. Todas las compañías destacan el hecho de que venden productos de alpaca incluyendo la palabra “alpaca” en el nombre de sus tiendas, tal como Alpaca Passion, Alpaca Panache, etc.

Se diferencian de sus competidores al crear un valor agregado en relación con la calidad del producto y del servicio. Además, en estas tiendas por lo general se ofrecen productos terminados de Perú, algo que dejan claro en los anuncios y la publicidad. Los empleados tienen un amplio conocimiento de las alpacas, así

como de los productos hechos de alpaca, y pueden aconsejar a los clientes sobre los beneficios que ofrecen. Las tiendas por lo general se encuentran en pueblos más pequeños (a excepción de una tienda de Australian Alpaca Barn ubicada en el centro de Sídney), y la mayoría de sus clientes están dispuestos a recorrer grandes distancias para llegar. Estas tiendas cuentan con una base estable de clientes.



Figura 11: Imágenes de la tienda especializada en productos de alpaca Alpaca Passion.

Tiendas de fibras naturales

Cerca de un tercio de los productos de alpaca se venden en las tiendas de fibras naturales. Estas tiendas son similares a aquellas que se especializan en productos de alpaca, pero la gran diferencia es que, además de estos, también hay de otras fibras naturales. Es por eso que en estas tiendas también se ofrecen productos que son directos sustitutos de la alpaca, como lana merina, cachemir, zarigüeya y mohair. Esto significa que los clientes pueden comparar los productos directamente.

Es difícil que un producto de alpaca pueda competir con productos de lana merina, ya que es la lana de mejor calidad que se produce a nivel local, sin mencionar que también es más económica. Los clientes que no conocen las ventajas de la alpaca suelen comprar productos de lana merina. Este tipo de tiendas se encuentran principalmente lejos del centro de la ciudad, en los suburbios o en pueblos más pequeños. Son tipo boutique y atraen, además de los clientes de mayor edad, a muchos clientes asiáticos. A ellos les gusta comprar artículos para el hogar de fibras naturales de Australia para enviárselos a sus familiares en Asia.

Tiendas minoristas y por departamentos de ropa y artículos para el hogar

Las tiendas minoristas y por departamentos de ropa y artículos para el hogar venden alrededor del 10 y el 15 % de los productos de alpaca en Australia. En estas tiendas solo se ofrece una pequeña cantidad de productos hechos de alpaca en comparación con la oferta de otros productos. En las tiendas por departamentos se puede hacer una diferencia entre artículos para el hogar y prendas de vestir. Por lo general, los artículos para el hogar son costosos y de alta calidad, y su porcentaje de fibra de alpaca es alto. La mayoría de estos productos se adquieren por medio de las tiendas de fibras naturales, las cuales

actúan como minoristas y mayoristas. Por ejemplo, David Jones ofrece artículos para el hogar que le compra a St. Albans y a Creswick Wool. Estos productos están disponibles durante todo el año.

Con respecto a las prendas de vestir, son muy pocos los productos de alpaca que se ofrecen en estas tiendas. Algunos están disponibles durante el invierno, mientras que la disponibilidad de estas prendas prácticamente es inexistente en las demás estaciones. En este caso, algunas marcas ofrecen productos combinados de alpaca. Estos productos son de menor calidad que los que se pueden conseguir en las tiendas especializadas y en las tiendas de fibras naturales, y casi todos se producen principalmente en China, en donde el proceso de producción es de menor calidad. Además no se informa con claridad que estos productos tienen fibra de alpaca ni cuáles son sus beneficios.

Después de analizar las tiendas por departamentos, es posible determinar que la que ofrece más productos de alpaca es David Jones. Esta es la tienda por departamentos de gama más alta del país. También hay productos disponibles en Myer, su principal competidor. Las tiendas de descuento por departamentos, como K-mart, Target y Big W no ofrecen ningún producto de alpaca. David Jones y Myer cuentan con muchas marcas de ropa en sus tiendas, tanto australianas como internacionales (50/50). A continuación se presentan las principales marcas de ropa que ofrecen las tiendas por departamentos David Jones y Myer.

Tabla 9: Compendio de las marcas australianas e internacionales que se venden en David Jones y Myer.

Origen	Marcas
Australia (26 marcas)	Carla Zampatti, Christopher Esber, Ellery, Ginger & Smart, KITX, Dion Lee, Perri Cutten, Anthea Crawford, Bonds, JETS, Camilla & Marc, Saba, Veronika Maine, Bassike, Zimmermann, Cue Gazman, Davenport, Blaq, MJ Bale, Rhodes & Beckett, Dom Bagnato, Politix, Wolf Kanat, JAG, MARCS.
Internacional (27 marcas)	Helmut Lang, Alexander Wang, Saint Laurent Paris, Dolce & Gabbana, Armani, Sandro Paris, Max Mara, Rag & Bone, Alexander McQueen, Hugo Boss, Claudie Pierlot, Tommy Hilfiger, Adriana Papell, Jantzen, Studio W, Maje, Ralph Lauren, Karen Millen, Calvin Klein, Ben Sherman, Reserve, Nautica, French Connection, Van Heusen, Jeff Banks, Pierre Cardin, Scotch & Soda.

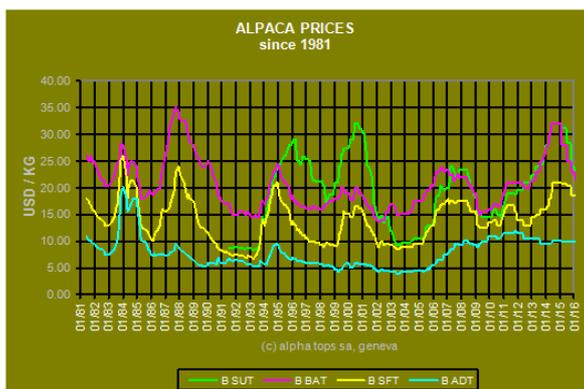
Figura 12: Imágenes de la tienda por departamentos David Jones.



4.7 Precios

Los precios de la fibra de alpaca son volátiles en comparación con otras fibras que se usan en prendas de ropa, por lo que mantener precios bajos es muy difícil. La elasticidad de los precios de la ropa de alpaca es relativamente baja, lo que significa que si el precio de la fibra de alpaca se incrementara, la demanda no sufriría mucho. En la actualidad, los precios mayoristas de la lana de alpaca van desde 10 a 24 dólares estadounidenses por kilo, dependiendo de la calidad de la lana. La naturaleza fluctuante de la lana se muestra en la siguiente figura.

Figura 13: Precio mayorista promedio de la lana de alpaca.



Fuente: Alpha Tops.

Estructuras de pago

Los importadores australianos de productos de alpaca afirma que el procedimiento estándar de pago con los proveedores peruanos es pago (parcial) por adelantado. Esto se debe a que los proveedores de Perú no aceptan otra clase de acuerdos, en los que (parte) el pago se hace después de recibir los productos. Los compradores australianos dicen que es casi imposible generar la confianza suficiente para que los proveedores acepten un pago total después de recibidos los productos. Casi siempre se debe pagar la mitad al hacer la orden y la otra mitad cuando la mercancía sale del puerto de origen. Los compradores australianos quisieran tener la opción de pagar después. Dicen que de esta manera el comercio con Perú se incrementaría.

Precios minoristas

Por lo general, los minoristas australianos obtienen márgenes de ganancias de entre 100 y 300 % de los productos de alpaca, según la calidad, el volumen y la cadena de distribución. En el sector textil, el promedio de los márgenes para los minoristas se ubica en un máximo del 100 %. En el caso de los productos de alpaca el promedio está cerca al 200 %, dado que los volúmenes son más bajos y el mercado es menor que el de los productos textiles más baratos y masivos. Los márgenes para los productos combinados que provienen de China son distintos, ya que su calidad es menor por lo que su precio de venta es más bajo, lo que también influye en los márgenes de ganancia promedio.

El precio minorista de los productos de alpaca en el mercado australiano se debe analizar desde dos dimensiones: el punto de venta (canal de mercadeo) y el material que se emplea (comparar la alpaca con el cachemir y la lana merina). En la siguiente tabla se muestran los precios minoristas promedio de los diferentes tipos de cobijas de fibras animales en las tiendas de fibras naturales y en las tiendas por departamentos. El precio en las tiendas especializadas en productos de alpaca es comparable con los precios que se encuentran en las tiendas de fibras naturales.

Tabla 10: Precio de las cobijas de fibras animales en tiendas de fibras naturales y en tiendas por department

** Las fibras de alpaca y cachemir se mezclan con las de lana merina y lana de cordero en este ejemplo.*

Producto	Precio minorista promedio en tienda de fibras naturales (Creswick Wool)	Precio minorista promedio en tienda por departamentos (David Jones)
Cobija tamaño queen:		
– Alpaca (30%)*	250-400 USD	600-650 USD
– Alpaca (80%)*	450-650 USD	N/A
– Cachemir (20%)*	N/A	700-800 USD
– Merino	250-350 USD	300-400 USD

Cobija tamaño king:		
- Alpaca (30%)*	350-450 USD	650-700 USD
- Alpaca (80%)*	500-700 USD	N/A
- Cachemir (20%)*	N/A	800-900 USD
- Merino	300-450 USD	350-450 USD

Fuente: Visitas a tiendas en Australia.

En la Tabla 10 se observa que los precios promedio para toda clase de cobijas son más elevados en las tiendas por departamento que en las tiendas de fibras naturales. Esto se debe a que las mismas tiendas australianas de fibras naturales venden sus productos al por mayor a las tiendas por departamentos. El eslabón adicional en la cadena de distribución genera más márgenes, lo que a su vez provoca que el precio minorista en las tiendas por departamentos sea más alto.

Con base en el precio de los productos de alpaca en comparación con productos hechos de otras fibras animales, es posible ver cómo se fijan los precios en relación con los productos sustitutos. Dos de los productos sustitutos más comunes en Australia son aquellos hechos de lana merina y de cachemir. En la Tabla 11 se observa que los precios de los productos de alpaca se ubican entre los de lana de Merino (siendo más baratos) y los de cachemir (siendo más costosos).

Tabla 11: Precio de prendas de vestir en tiendas de fibras naturales (100 % fibras naturales).

Producto	Precio minorista promedio - alpaca	Precio minorista promedio cachemir	Precio minorista promedio lana merina
Suéter	250-450 USD	350-650 USD	70-100 USD
Bufanda	80-120 USD	150-350 USD	50-70 USD

Fuente: Visitas a tiendas en Australia.

Además, los precios de los artículos para el hogar suelen ser más altos que aquellos de las prendas de vestir y los accesorios. Esto se debe a que se requiere más lana para fabricar artículos para el hogar, lo que representa un costo adicional de materia prima y producción. Esto se refleja en un precio minorista más alto.

5. Análisis de la demanda

5.1 Perfil del consumidor

Según los minoristas y mayoristas australianos, los consumidores finales de productos de alpaca en Australia se pueden dividir en tres categorías: mujeres de clase alta, personas de origen asiático (tanto turistas como inmigrantes) y australianos jubilados.

Gran parte de las ventas de prendas de vestir de alpaca proviene sin duda de la ropa para mujer y de los accesorios. Las tiendas especializadas ubican sus locales en áreas en donde haya un alto flujo de **mujeres de clase alta** de ingresos altos. Un buen ejemplo es la ubicación de la tienda Alpaca Passion en Daylesford. Este pueblo es famoso porque muchos grupos de mujeres lo visitan durante los fines de semana ya que allí hay spas y locales especializados en cuidados de belleza. Este grupo objetivo busca las últimas tendencias de la moda en combinación con muy buena calidad. Por lo tanto, es muy importante que los diseños sean actuales y se conecten con las tendencias del momento.

Además, numerosos minoristas de productos de alpaca señalan que una parte significativa de sus ventas proviene de **personas de origen asiático**. Como se dijo antes, las oportunidades para exportar a Asia han sido consideradas. Sin embargo, el porcentaje de inmigrantes asiáticos (que nacieron en otro país) en la población australiana se ha incrementado de manera exponencial durante la última década. Según la Oficina Australiana de Estadísticas, los residentes nacidos en China se duplicaron durante los últimos 10 años, y los nacidos en India incluso se triplicaron. Este grupo se está convirtiendo en un objetivo principal para los minoristas australianos de productos de alpaca. Es evidente que las personas de origen asiático prefieren productos de alpaca costosos y de alta calidad.

Finalmente, **los australianos jubilados** tienen un interés significativo en los productos hechos con fibras naturales, incluyendo la alpaca. Sin embargo, este tipo de cliente aprecia el hecho de que los productos se fabriquen a nivel local. Por lo tanto, la competencia con los productos de lana merina es muy alta. Este grupo se interesa en los productos de alpaca cuando se establece que se hicieron en Australia o que son hechos con lana de alpaca australiana. Estos clientes se interesan principalmente en artículos para el hogar.

Dado que en Australia se considera que los productos de alpaca son costosos y de alta calidad, el consumidor final suele ser de clase alta en términos de recursos financieros y estilo de vida. En especial, se considera que los artículos para el hogar son un nicho de mercado en el que los consumidores por lo

general se ubican en el 5% de la población en lo que respecta a sus ingresos (y son principalmente de edad madura).

Los mayoristas Australianos de artículos para el hogar hechos de alpaca afirmaron que han tenido dificultades con el potencial del mercado en Australia. Esto se debe principalmente a dos razones:

- La población es relativamente pequeña y el número de personas en el segmento de clase alta es más bien bajo debido a las diferencias entre ingresos en el país.
- Los Australianos no están tan interesados en comprar productos de alta gama si les ofrecen alternativas más económicas. Comprar productos exclusivos y costosos como símbolo de estatus no es de mucha importancia en la cultura Australiana.

Es por eso que los productos de alpaca se exportan cada vez en mayor medida (ver Capítulo 5.2). Los consumidores asiáticos de clase alta están especialmente dispuestos a pagar precios más altos por sus productos. El estatus es muy importante para ellos. Debido al tamaño de la población y al rápido crecimiento del segmento de clase alta, el mercado asiático es muy interesante para el negocio de productos de alpaca de Australia.

5.2 Análisis de tendencias

Hay una gran cantidad de tendencias relevantes para el mercado Australiano que pueden tener un impacto en el suministro de productos de alpaca en el país, las cuales son:

- Incremento en las exportaciones de productos Australianos hacia países asiáticos
- Una mayor concienciación sobre los procedimientos perjudiciales empleados en los productos sustitutos
- Aumento de la importancia de la protección ambiental y las certificaciones para los consumidores
- Disminución en la percepción de calidad de los productos de cachemir
- Incremento de las colecciones anuales de las prendas de vestir
- Exportación de alpacas a China
- Incremento del interés y la difusión de las alpacas en Nueva Zelanda

Exportaciones a Asia

Casi todos los importadores, mayoristas y minoristas Australianos de ropa y artículos para el hogar ya importan sus productos a Asia o esperan importarlos en un futuro cercano. En las estadísticas que aparecen en el Capítulo 3.2 se observan las cifras de este fenómeno. Las compañías de alpaca en Australia confirman

esta tendencia, y la mayoría afirma que es una de sus estrategias clave para hacer crecer su negocio. Esto se debe a tres razones principales:

- 1) La población asiática es inmensa, por lo que el potencial del mercado es muy alto
- 2) Los consumidores de clase alta se concentran en ciertas áreas, como Shanghái y Hong Kong
- 3) Los asiáticos adoran los productos australianos gracias a que son percibidos como productos de alta calidad y buenos estándares.

Una de las preguntas que surgen es: ¿Cuál es el potencial para vender productos de alpaca peruanos directamente a los mercados de alta gama de Asia? Dado que las compañías australianas consideran que esta es su principal oportunidad para hacer crecer sus negocios, definitivamente vale la pena ahondar en la posibilidad de vender directamente a los compradores asiáticos.

Concienciación sobre procedimientos perjudiciales

Los consumidores tienen acceso cada vez en mayor medida a los procedimientos perjudiciales que acarrear algunas fibras naturales dado que todos los días es más fácil acceder a la información. El mejor ejemplo es la obtención de lana de angora. Videos en los que se evidencian los procedimientos perjudiciales para obtener lana de angora en Asia se encuentran por todo Internet, lo que genera peticiones en línea en contra de la compra de productos de angora. Por lo tanto se espera que la demanda de este producto sustituto disminuya a nivel mundial en los próximos años, lo que a su vez incrementa las posibilidades de otras fibras naturales en el mercado global, como la alpaca. Es importante hacer énfasis en que estos procedimientos perjudiciales no se emplean en la obtención de las fibras de alpaca. Hablar sobre el buen trato a los animales puede entonces ser una gran estrategia para que los consumidores vean los productos de alpaca con buenos ojos.

Importancia de la protección ambiental y las certificaciones

Los clientes occidentales cada vez exigen mayor protección para el medio ambiente. Según una investigación de Nielsen, más de la mitad de los consumidores a nivel global están dispuestos a pagar más por productos y servicios de compañías que estén comprometidas a generar un impacto social y ambiental positivo. Este porcentaje se incrementa en la región Asia-Pacífico (64%), en donde se encuentra Australia. Los propósitos sociales de las marcas son uno de los factores que influyen en la decisión de compra. La investigación de Nielsen también reveló que los clientes de la región Asia-Pacífico tienen un mayor compromiso con el impacto social y ambiental positivos, y revisan las etiquetas y las certificaciones antes de adquirir un producto.

Disminución en la percepción de calidad del cachemir

Al parecer otro producto sustituto de la alpaca, el cachemir, sufre una afectación en la percepción de calidad. Esto se debe a que los fabricantes chinos comenzaron a hacer productos de cachemir (más baratos) en mayores volúmenes. Como consecuencia, tanto la calidad como el precio del cachemir disminuyó, lo que significa que el producto se puede conseguir con más facilidad en el mercado. La pérdida de exclusividad da como resultado que los consumidores de clase alta pierden interés en el producto. Las compañías australianas de productos de alpaca afirmaron que los productos de alpaca royal y alpaca bebé tienen un gran potencial de convertirse en sus sustitutos en el futuro.

Número de colecciones anuales

Durante los últimos años, el número de colecciones anuales en la industria de la moda se incrementó de manera significativa. La llamada moda rápida elimina el riesgo de cometer errores en relación con las tendencias del año siguiente. Compañías como Zara y H&M han adoptado la moda rápida al tener pocas prendas en existencia y actualizar las colecciones más seguido. Esta tendencia se inició en Europa y recientemente llegó a Australia, con la llegada al país de tiendas de H&M y Zara.

Esta estrategia significa que las marcas animan a los consumidores a ir a las tiendas más seguido y que si los clientes quieren comprar algo tienen la sensación de que deben hacerlo rápidamente. De otro modo hay una gran posibilidad de que se agote ya que las prendas en existencia son pocas. Según Goldman Sachs, los minoristas tendrán que adaptarse a esta tendencia para seguir adelante. Concretamente, esto significa que los proveedores se deben adaptar rápidamente en lo que a diseños y productos se refiere.

Exportación de alpacas a China

China se interesa cada vez más en fabricar productos de alpaca, principalmente en productos combinados con otras fibras para mantener los precios bajos. Las tiendas especializadas en productos de alpaca en Australia afirman que la calidad de estos productos no tiene punto de comparación con los peruanos. Sin embargo, cada vez más productos de alpaca chinos en el mercado australiano. China ha mostrado interés en importar alpacas, para que esta manera el país pueda desarrollar su propio proceso de producción de integración vertical.

En la actualidad, un importador chino controla la importación de alpacas con el apoyo del Gobierno. El Gobierno chino no permite que otras compañías importen estos animales, por lo que se hace de manera limitada. Sin embargo, una vez que el Gobierno levante las restricciones para que otras compañías empiecen a importar estos animales, se espera que su población crezca rápidamente, para así generar mayores volúmenes y fabricar productos incluso más económicos.

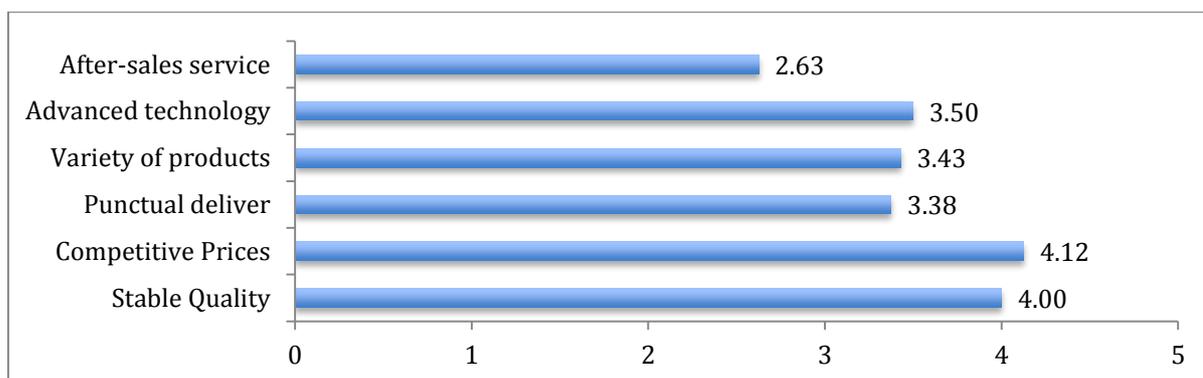
Incremento en el interés por las alpacas en Nueva Zelanda

El mercado neozelandés se muestra cada vez más interesado en productos de alpaca. Las compañías australianas se dieron cuenta de esto y han comenzado a exportar a Nueva Zelanda en los últimos años. Este interés se puede explicar por el hecho de que el clima en Nueva Zelanda es más frío que en Australia y al año tienen entre 9 y 10 meses de bajas temperaturas. Como resultado, la demanda por productos de alpaca se incrementa durante todo el año. Es más, la población creció disfrutando de los beneficios de la lana de oveja por lo que entienden lo que los productos de alpaca pueden hacer por ellos, lo que incrementa aún más su interés. A pesar del hecho de que una población de 4.4 millones de habitantes no es significativa, su interés en el producto, adicional a su proximidad geográfica con Australia, representa grandes oportunidades en lo que se refiere a un suministro combinado.

5.3 Percepción de los productos peruanos

Según los importadores australianos de productos de alpaca, la percepción con respecto a la calidad de los productos peruanos es muy buena. En general se percibe que en ningún lugar pueden igualar el proceso de producción de productos terminados de alpaca de Perú, gracias a la larga experiencia del país en la manipulación de materiales de alpaca y en el procesamiento de productos. Sin embargo, la calidad de la lana de alpaca de Perú es menor a la calidad de la lana de alpaca de Australia. Muchos importadores afirmaron que valdría la pena invertir en educar a los criadores sobre técnicas en genética para producir mayor volumen de lana de alpaca de mejor calidad.

Figura 14: Promedio de la clasificación de los diferentes criterios relacionados con la importación de productos de alpaca peruanos.¹



Fuente: Entrevistas durante la visita a Australia.

Los importadores australianos de productos de alpaca no están satisfechos con el servicio posventa. La mayor parte de compañías dijo que esto no es un problema únicamente del servicio posventa, sino del

¹ Se debe tener en cuenta que las estadísticas se basan en una muestra de importadores australianos de alpaca. La muestra es pequeña y solo se puede interpretar como un buen indicador de la experiencia de los importadores de productos de alpaca.

servicio en general. La comunicación con los proveedores es muy complicada y genera problemas constantes. Se dice que los proveedores peruanos de productos de alpaca, en especial los pequeños, no están bien capacitados o no cuentan con la experiencia suficiente en comercio internacional y comunicación. Como resultado, los importadores se frustran cuando reciben respuestas tardías o no reciben respuesta alguna, por ejemplo.

Además, el hecho que los pagos se deben hacer por anticipado significa que muchos compradores potenciales de Australia prefieren no hacer negocios con proveedores peruanos. Los importadores entienden las dificultades de los proveedores más pequeños para fabricar grandes volúmenes de productos de alpaca bajo un acuerdo de pago posterior, ya que no contarían con los recursos financieros. Sin embargo, si se pudiera implementar una estructura en la que los proveedores peruanos más pequeños obtuvieran financiamiento del Gobierno cuando reciben una orden de compra, el interés en hacer negocios con ese país aumentaría.

Algunos importadores afirman que la puntualidad de las entregas también debe mejorar. Los compradores australianos más experimentados tienen en cuenta que las entregas se pueden hacer entre 2 y 3 meses después de la fecha acordada. Esto quiere decir que piden que los productos se entreguen mucho antes de la fecha en la que en realidad los necesitan y problema resuelto. Los importadores australianos incluso dijeron que este tipo de obstáculos generan muchos inconvenientes con compradores potenciales que no están dispuestos a correr el riesgo de importar de manera directa de proveedores peruanos (en especial los más pequeños).

Otro punto susceptible de mejora que muchos minoristas mencionaron se refiere al hecho de que los proveedores peruanos deberían capacitarse en relación con los diseños de las prendas. En la actualidad, la mayoría de los diseños se enfocan completamente en su propia cultura (inca), o están dirigidos al mercado estadounidense. Para los proveedores peruanos sería muy conveniente asistir a las ferias de comercio australianas, para de esta manera comprender lo que quieren mercado y así incrementar el interés en los productos que ofrecen.

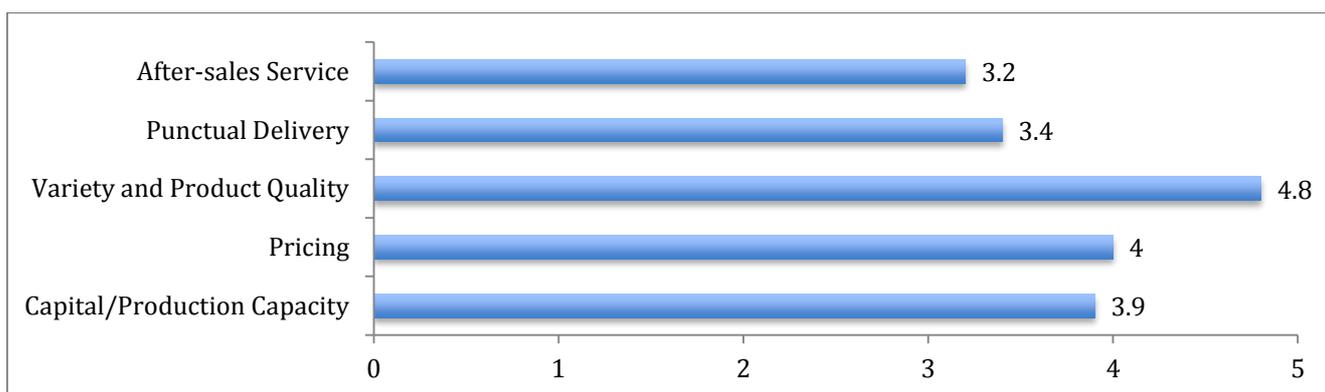
Por último, en relación con los consumidores finales: los productos de alpaca enfrentan una gran competencia de parte de los productos de lana merina. Para incrementar el atractivo de los productos de alpaca en el mercado australiano, se recomienda cooperar con los compradores para buscar la mejor manera de promocionarlos. Si bien las alpacas son conocidas en Australia, la mayoría de las personas no saben de los beneficios de este producto en comparación con la lana merina. Por lo tanto las personas prefieren los productos de lana merina dado que los conocen muy bien. Si logran trabajar juntos en

estrategias de mercadeo y marca para los productos de alpaca, la demanda debería crecer, lo que incrementaría el interés de compradores potenciales, y por lo tanto las importaciones aumentarían.

Criterios clave para seleccionar proveedores extranjeros

Además de la experiencia importando, así como la percepción sobre los proveedores peruanos, los importadores australianos de productos de alpaca afirmaron que la variedad y la calidad del producto es muy importante a la hora de elegir proveedores extranjeros.

Figura 15: Promedio de clasificación de los criterios clave para seleccionar proveedores extranjeros.²



Fuente: Entrevistas durante la visita a Australia.

En una escala de 1 a 5, el puntaje con respecto a la calidad y la variedad de los productos es de 4.8, muy cerca del puntaje más alto. Es importante destacar que el servicio posventa y la entrega puntual, los cuales tuvieron el menor puntaje en lo que a la experiencia con productos peruanos se refiere, también obtuvieron los puntajes más bajos en los criterios clave. Puede que esto se deba a las expectativas administrativas y al hecho de que la mayoría de importadores australianos saben que deben lidiar con que los proveedores peruanos no se destacan en estas áreas en particular.

² Se debe tener en cuenta que las estadísticas se basan en una muestra de importadores australianos de alpaca. La muestra es pequeña y solo se puede interpretar como un buen indicador de la experiencia de los importadores de productos de alpaca.

6. Requerimientos para ingresar al mercado

6.1 Medidas arancelarias

Se requiere que todos los bienes que se importan a Australia se clasifiquen bajo la Ley de Tarifas Arancelarias de 1995 (Gobierno australiano, Departamento de Inmigración y Protección Fronteriza). En Australia, el importador es responsable de evaluar correctamente la clasificación arancelaria. Debido a que no hay un acuerdo de libre comercio entre ambos países, las tarifas arancelarias aplican para la gran mayoría de los productos peruanos.

En general, los aranceles para los productos peruanos de alpaca están alrededor del 5% en Australia. Aquí se incluyen todo tipo de prendas de vestir, artículos para el hogar, accesorios, tejidos, fibras y telas. Sin embargo, los siguientes productos de alpaca están exentos de aranceles:

- Tapetes de alpaca anudados y demás cubiertas de pisos
- Lana de alpaca fina o gruesa, sin cardar o peinar
- Desechos de lana de alpaca fina o gruesa, incluyendo desechos de hilo de alpaca
- Lana de alpaca fina o gruesa, cardada o peinada

Además de los aranceles de importación, los compradores deben cancelar el impuesto de bienes y servicios (GST) sobre los productos que importan. La Oficina Fiscal Australiana (ATO) recauda el GST. Es un impuesto amplio que aplica a casi todos los bienes, servicios y demás artículos que se consumen o venden en Australia. Todos los productos de alpaca entran dentro del GST, que en este momento es del 10%. El GST no solo se calcula sobre el valor de los bienes, también incluye los aranceles de importación y los costos de transporte y seguros. Después de que se suman todos estos costos, se aplica el 10% de esa cantidad, monto que los importadores australianos deben cancelar a la ATO.

6.2 Reglamentación

El Departamento de Agricultura y Recursos Hídricos (DAWR) regula todos los productos que se importan en Australia. Algunos productos se deben someter a ciertas condiciones de importación para proteger el medio ambiente en el país. De lo contrario, su importación no será permitida. En ocasiones es necesario obtener un permiso de importación para ciertos productos. En caso de que se requiera, el importador es el responsable de brindar toda la información adicional necesaria para demostrar que el permiso cubija a todos los bienes que se están importando.

Según Paul Chappell, funcionario responsable de la evaluación del DAWR, para la importación de productos terminados no es necesario obtener un permiso. En esta categoría entran todos los textiles

hechos con lana de alpaca. Asimismo, cada cargamento debe cumplir con los requerimientos que aparecen en el Sistema de Condiciones de Importación de Bioseguridad (BICON). Este es un sistema en línea que incluye toda la información relacionada con las condiciones para importar productos conocidos a Australia. Se recomienda que los proveedores y los importadores siempre revisen el sistema BICON antes de enviar los productos, ya que las condiciones están sujetas a modificaciones.

A la fecha (16/9/2016), los requerimientos para importar prendas de vestir, artículos para el hogar y accesorios de lana de alpaca indican que los cargamentos deben cumplir con las siguientes condiciones:

- estar libres de semillas contaminantes, tierra, residuos de plantas y/o animales y otros materiales de riesgo de bioseguridad (BRM)
- estar embalados en paquetes nuevos y limpios
- contar con la documentación sobre las condiciones adecuadas de administración

El DAWR desarrolló una guía de tratamiento de la contaminación en la que se explica en detalle lo que los cargamentos no deben tener y cómo se van a manejar en caso de que no cumplan con las condiciones establecidas. Con respecto a la documentación, en esta se debe incluir información que identifique el cargamento (por ejemplo: el número de entrada), todos los bienes que se están importando (factora) y que describa los bienes que se están ingresando. El proveedor extranjero debe proporcionar esta documentación en inglés. Todos los temas que se deben incluir en la documentación se encuentran en el listado de requerimientos de documentación del DAWR. Sin embargo, si después de revisar los requerimientos es necesario obtener información adicional, se recomienda ponerse en contacto con la sección de asistencia administrativa sobre importaciones.

6.3 Otra reglamentación

Como se mencionó en el Capítulo 6.2, además de las regulaciones sobre los bienes, también se debe cumplir con ciertos requerimientos con respecto al embalaje de los productos que se importen a Australia. Cuando los bienes llegan al país, un funcionario del departamento debe evaluar si los bienes importados representan un riesgo. Entre los tipos de embalaje permitidos se cuentan:

- cartón
- guata de celulosa
- carbón vegetal (únicamente de plantas completamente carbonizadas)
- corcho granulado
- porexpán
- madera contrachapada
- madera reconstituida
- papel triturado limpio

- materiales sintéticos
- vermiculita
- viruta de madera
- lana de madera

Con respecto a los embalajes de bambú y/o madera, es necesario cumplir con requerimientos adicionales. Si los materiales que se presentan arriba se usan junto con bambú y/o madera, igual se deben cumplir las condiciones adicionales. En el caso del embalaje de bambú, los empaques deben ser inspeccionados para verificar que no haya ningún material de riesgo de bioseguridad. En el caso del embalaje de madera, a menos de que esté etiquetado con alguna marca ISPM 15, se debe realizar una inspección para verificar que no haya ningún material de riesgo de seguridad y que cumpla con los estándares ISPM 15. Las medidas internacionales fitosanitarias estándar, o ISPM 15, se refieren a los requerimientos sobre la corteza que aparecen en los requerimientos sobre material de embalaje de madera en el comercio internacional.

Además, para los envíos marítimos (al contrario de los envíos aéreos) se debe tener en cuenta la reglamentación adicional al importar a Australia. Se debe declarar que:

- los empaques de bambú no incluyen láminas de bambú
- no se utilizó embalaje ni rellenos de madera maciza
- el contenedor estaba limpio al momento de cargar la mercancía y libre de materiales contaminantes de origen animal o vegetal (certificado de limpieza del contenedor)

Requisitos de etiquetado

Además de la reglamentación de importación y embalaje, también se debe cumplir con los requisitos de etiquetado. Los diseños de las etiquetas deben cumplir con la Ley de Competencia y del Consumidor de 2010 (CCA). Este es el medio legislativo de legislación sobre competencia en Australia, que es manejada por la Comisión Australiana de Competencia y del Consumidor (ACCC). Esto significa que en las etiquetas no se debe incluir información falsa, engañosa o errónea para los consumidores.

En los productos textiles se deben incluir etiquetas que especifiquen de manera concreta el país en el cual se fabricaron o se produjeron, así como una descripción real de los bienes (ej.: 100% alpaca). La descripción siempre debe estar en inglés, en letras grandes y legibles. Asimismo debe aparecer en una de las etiquetas principales o fijada en un lugar prominente de manera permanente en los bienes. En caso de que no sea posible fijarla, se debe ubicar en el material en el que están empacados los bienes (Gobierno australiano, Departamento de Inmigración y Protección Fronteriza).

Además de estos requisitos de etiquetado, los productos textiles deben cumplir con requisitos adicionales, como lo especifica la ACCC. Estas hacen parte de las normas de Seguridad de Producto de Australia. Se especifica que las etiquetas de los textiles deben ofrecer información suficiente a los consumidores con respecto a:

- el cuidado de los productos
- considerar por anticipado los costos de lavandería y de los productos necesarios para cuidar la prenda
- la limpieza adecuada de los productos
- cómo maximizar la vida útil del producto
- cómo evitar dañar la prenda, por ejemplo evitar que se decolore

Es importante que los productos se etiqueten adecuadamente. El importador tendrá que asumir los costos de un mal etiquetado ya que las condiciones mencionadas anteriormente son requisitos legales. En el peor de los casos, los productos no podrán ingresar al país en caso de que aduana rechace el envío. *Australian Alpaca Barn* señala que de hecho han tenido problemas de etiquetado con algunos proveedores peruanos de prendas de vestir en el pasado. Por lo tanto es fundamental que los proveedores de Perú conozcan los requisitos de etiquetado.

6.4 Certificaciones

Con respecto al mercado textil australiano, la certificación que más mencionan los importadores, mayoristas y minoristas de prendas de vestir y artículos para el hogar es la de comercio justo (Fair Trade). Si bien la mayoría de las compañías no requiere la certificación de manera específica, sí creen que es importante que se pueda probar que los proveedores tienen responsabilidad social y ética. Otra certificación interesante es la norma global de textiles orgánicos (GOTS).

Certificación de comercio justo

Gran parte de las compañías dentro del negocio de textiles de alpaca quieren asegurarse de que los productos importados se desarrollan de forma ética y responsable. Esto se refiere al trato a los animales, el trato y el pago a los empleados así como las condiciones laborales durante el proceso de producción. Si bien no todas las compañías requieren el certificado de manera oficial, sí prefieren asegurarse de que estas condiciones se cumplan.

La mayoría de las compañías que visitamos afirmaron que los temas éticos, morales y sociales son importantes a la hora de elegir proveedores. Muchos importadores se basan en sus propias observaciones y deciden visitar el país del proveedor para así verificar que cumplan los estándares que buscan. El trato a los animales y a los empleados es igual de importante. Es más, *Alpaca Panache* afirmó que el mercado

australiano también está tomando conciencia sobre el comercio justo. De esta manera, dicho aspecto se podría convertir en un factor diferenciador de venta para las compañías textiles en el futuro, por lo que solo trabajarían con proveedores certificados en comercio justo.

El comercio justo también se está tomando el Campo de la moda nivel mundial. De acuerdo con la doctora Rossitza Krüger, gerente de textiles en Fairtrade International, su más reciente normatividad y programa sobre el comercio justo de textiles incrementa la concienciación a nivel mundial acerca de los estándares sociales dentro de la industria textil. Las condiciones de trabajo dentro de la industria textil recibieron especial atención debido al accidente que tuvo lugar en Bangladés en el año 2013, en el que fallecieron más de 1000 empleados cuando una fábrica colapsó. Por lo tanto, los proveedores de textiles deben estar conscientes de este nuevo estándar que se introdujo en 2016, ya que cada vez cobra más importancia a nivel global.

Norma Global de Textiles Orgánicos

Como se mencionó en el Capítulo 5.2, los consumidores de occidente cada vez existen más productos que sean amigables con el medio ambiente. Los consumidores de la región Asia-Pacífico son conscientes del tema y buscan de manera activa esta clase de productos. Una forma de asegurarse de que un producto es ecológica y social mente responde es por medio de las normas de textiles fabricados a partir de fibras orgánicas. Estos requisitos se fijan a nivel mundial gracias a la Norma Global de Textiles Orgánicos (GOTS). Esta norma define criterios ambientales del más alto nivel en toda la cadena de producción, así como criterios a nivel social.

Para conseguir la certificación GOTS, se deben cumplir las normas en el procesamiento, la producción, el embalaje, el etiquetado, el comercio y la distribución de textiles hechos con al menos un 70% de fibras naturales con certificación orgánica. Entre otros, los productos finales incluyen:

- Fibras
- Hilos
- Telas
- Prendas
- Textiles para el hogar

Se deben cumplir con todos los criterios para obtener la certificación GOTS y así poder fijar la etiqueta en los productos. Existen dos grados de certificación GOTS, y por ende también dos etiquetas. La etiqueta grado 1, a la izquierda, afirma que al menos el 95 % de las fibras del producto se certifican como orgánicas. La etiqueta grado 2, a la derecha, afirma que más del 70% de las fibras deben ser orgánicas. En el segundo

caso, se debe especificar el porcentaje exacto de fibras orgánicas que tiene el producto. Además, en el logo también deben aparecer el certificado de aprobación y el número de licencia de la entidad certificadora.

Using 95 – 100 % organic fibres:



Using 70 – 94 % organic fibres:



7. Actividades de promoción

7.1 Ferias y exposiciones

En Australia hay una gran cantidad de ferias y exposiciones que se convierten en plazas interesantes para promover productos de alpaca, ponerse en contacto con compradores, hablar sobre las nuevas tendencias de la industria y conocer más personas. En la siguiente tabla se presenta un resumen de las ferias anuales, e incluye el nombre de cada una (con el enlace a la página web), los productos en los que se enfoca, el lugar donde se lleva a cabo, la fecha en la que se realiza y una corta descripción.

Tabla 12: Listado de ferias y exposiciones e Australia.

Feria	Productos	Ubicación	Fecha	Descripción
International Sourcing Expo Australia	Prendas de vestir, accesorios y textiles	Melbourne	Noviembre	La plataforma de suministro líder de Australia. En el evento se presentan líderes de la industria y compradores calificados provenientes de todo el país. Entre los asistentes hay cadenas minoristas, tiendas independientes, fabricantes, importadores, distribuidores y diseñadores.
Home & Giving Fair	Artículos para el hogar	Melbourne, Sidney	Agosto Febrero	Dos ferias anuales en las que se reúnen mayoristas y compradores para hacer conexiones, cerrar negocios y estar al tanto de las

				tendencias en artículos para el hogar.
<u>Life Instyle</u>	Artículos para el hogar y accesorios	Melbourne, Sídney	Agosto Febrero	Un evento comercial que se enfoca en productos de boutique, específicamente en artículos que hacen honor a la creatividad y a la originalidad. Afirman ser el evento preferido por los minoristas más exigentes.
<u>Frontline Australian Buying</u>	Prendas de vestir y textiles	Melbourne	Agosto	Un evento para los minoristas independientes de Australia en la industria de prendas de vestir y textiles.

Además de las ferias Australianas, los importadores también visitan las ferias internacionales. Las que más les interesan son las asiáticas. En la siguiente tabla se muestran las ferias internacionales más importantes a las que asisten los compradores Australianos que importan prendas de vestir y artículos para el hogar.

Tabla 13: Ferias y exposiciones internacionales a las que asisten compradores Australianos.

Feria	Productos	Ubicación	Fecha	Descripción
<u>HeimTextil</u>	Artículos para el hogar	Fráncfort	Enero	El evento más importante a nivel mundial sobre textiles para interiores, tendencias en interiores y diseño de interiores.
<u>Fashion Access</u>	Accesorios	Hong Kong	Marzo	La feria de Comercio de accesorios de moda más importante de Asia. Es la principal fuente de suministro de compradores, minoristas, diseñadores, mayoristas y agentes de los niveles medios y altos de la moda (órdenes de volúmenes pequeños y medianos).
<u>Hong Kong Fashion Week</u>	Prendas de vestir, artículos para	Hong Kong	Enero	El evento de moda más grande de Asia, que incluye prendas de vestir, accesorios, y los últimos productos

el hogar,
accesorios y
telas

relacionados con la moda. Moda de
alta gama y productos de distribución
masiva de todo el mundo.

7.2 Publicaciones especializadas

En Australia hay una publicación dedicada específicamente a la industria de la moda, *Ragtrader*. Esta publicación está dirigida a los minoristas de prendas de vestir, diseñadores, fabricantes, mayoristas, importadores y proveedores. Ofrece noticias, análisis y opiniones integrales sobre el mercado australiano de prendas de vestir, zapatos y accesorios. Esta revista tiene la mayor frecuencia de publicación que cualquier otra en el campo. Ragtrader se enfoca en quienes toman las decisiones más importantes en la industria de la moda. La revista cuenta con un total de 15,500 lectores mensuales (según los datos de la misma revista). De esta manera se convierte en el principal referente de los miembros de la industria textil y de la moda de Australia para mantenerse actualizados. Tienen acceso a noticias e información relevante, al tiempo que les permite permanecer en contacto con sus clientes actuales y potenciales.

Por otro lado, Ragtrader desarrolló el directorio de la moda, que consta de una base de datos que sirve como fuente a los profesionales de la industria de la moda, y brinda acceso a:

- más de 5,000 marcas
- contactos en compañías
- representantes de moda
- representantes de textiles
- proveedores de telas, suministros y servicios

Las revistas de moda y prendas de vestir más populares de Australia dirigidas al consumidor final incluyen:

- Marie Claire
- Vogue Australia
- Frankie
- InStyle

Las revistas de artículos para el hogar más populares de Australia dirigidas al consumidor final incluyen:

- Australian Home Beautiful
- Inside Out

- Vogue Living

Además de estas publicaciones impresas sobre prendas de vestir, artículos para el hogar y accesorios, es importante destacar el público y el gran potencial de alcance que tienen los blogs en línea y las redes sociales. En relación con la moda, la red social más importante es sin duda Instagram, en la que los blogueros sobre estilo son muy activos. Además, una de las revistas más importantes en línea sobre moda y estilo de vida para hombres y mujeres es The Trendspotter, que cuenta con 500,000 lectores mensuales.

8. Contactos de interés

8.1 A nivel institucional

Austrade, que es la Comisión Australiana de Comercio e Inversión, es una agencia gubernamental que promueve el comercio, la inversión y la educación. Es una autoridad legal en el marco de las relaciones internacionales y el comercio. Gracias a su amplia red global, Austrade tienen como objetivo contribuir a la prosperidad económica. Buscan lograrlo al:

- desarrollar mercados internacionales; ser un puente para contactar compradores en mercados extranjeros
- obtener inversión extranjera productiva directa; atraer inversión directa a Australia
- promover el sector educativo de Australia a nivel internacional

Así pues, Austrade ayuda a las compañías internacionales establecerse en Australia. Esta organización se encarga de promover, de atraer y de facilitar la inversión extranjera directa productiva. Su objetivo es apoyar a los inversionistas extranjeros en cuatro aspectos:

- 1) brindar información sobre las compañías y la reglamentación australiana
- 2) aconsejar sobre oportunidades de inversión a partir de inteligencia de mercados
- 3) identificar socios comerciales adecuados
- 4) aconsejar sobre programas gubernamentales y procesos de aprobación

Gobierno de Australia: Departamento de Inmigración y Protección Fronteriza, es el departamento responsable por las políticas de inmigración y de aduanas. Se encargan de proteger las fronteras de Australia así como el movimiento de bienes y personas a través de la frontera. Entre otras cosas se encargan del comercio y las aduanas en el país.

Este departamento se encarga de las políticas comerciales de Australia, tanto de hacerlas como de verificar que se cumplan. Además, también son un organismo que brinda información relacionada con comercio y

aduanas. En su página web es posible encontrar documentos con toda clase de regulaciones comerciales de Australia.

Gobierno de Australia: Departamento de Agricultura y Recursos Hídricos, es el departamento encargado de desarrollar e implementar políticas y programas para asegurar que las industrias australianas continúen siendo sostenibles, rentables y competitivas. Además, son responsables de proteger a Australia de plagas de animales y plantas exóticas.

La herramienta que desarrolló el DAWR como una guía sobre las restricciones para importar productos Australia, conocida como BICON, es muy importante. Se recomienda consultar este sistema constantemente antes de hacer un envío al país ya que siempre contiene información actualizada.

8.2 A nivel comercial

Además de los compradores potenciales, cuyos perfiles se describen en el Capítulo 10, las asociaciones que se presentan a continuación también son interesantes para establecer nuevos negocios relacionados con productos de alpaca en Australia.

La Asociación de Distribuidores de textiles (TDA) es una entidad nacional que representa a los distribuidores de textiles. La mayoría de sus miembros son proveedores de telas, ya sea importadas o fabricadas a nivel local. Entre sus clientes se cuentan fabricantes de prendas de vestir, textiles para el hogar y/o minoristas. Algunos de sus objetivos son:

- proteger los intereses de sus miembros mediante la participación e influyendo en la toma de decisiones con respecto a las consultas gubernamentales.
- comunicarse de manera regular con los miembros. Además fomentar la comunicación entre los miembros para siempre estar actualizados con respecto a los últimos desarrollos en la industria.
- Formular nuevas normas textiles fortalecer las existentes en beneficio de los consumidores y a la industria de la mano de Standards Australia.

TDA puede ser un grupo interesante para los proveedores peruanos si se busca establecer nuevos contactos comerciales y una cooperación entre la asociación y los proveedores extranjeros.

Consejo de las Industrias Textil y de la Moda de Australia (TFIA) representa a todas las compañías en la industria textil, de ropa y de zapatos. Asesora al Gobierno para asegurarse de que las compañías que

agrupa puedan opinar acerca de los temas relacionados con políticas y legislación. Además, el TFIA apoya a sus miembros en una gran cantidad de temas:

- asesoría sobre cómo ser competitivo en un mercado cada vez más desafiante
- asesoría sobre la reglamentación más actualizada para los fabricantes
- consultoría sobre servicios comerciales, como importaciones, concesiones arancelarias, servicios generales sobre aduanas y comercio, esquema de crédito para importaciones
- capacitar a las compañías en balance de competencias, planes de desarrollo, creación de un lugar de trabajo efectivo y más.

Los agentes y consultores locales pueden ayudar a los proveedores peruanos a ponerse en contacto y a establecer las relaciones adecuadas con diferentes compañías. Es más, su conocimiento específico sobre el mercado textil australiano es muy valioso a la hora de entender las últimas tendencias y la demanda de los grupos objetivos específicos. Gracias a su experiencia y su amplio conocimiento del mercado textil, de planificación y de suministro a nivel local, Cameron Javed es un contacto muy interesante.

9. Conclusiones y recomendaciones

Con base en la información sobre el mercado incluida en este reporte, son varias las áreas que pueden ser consideradas y en las que se recomienda mejorar y expandir las exportaciones peruanas de alpaca a Australia. Para alcanzar ese objetivo, se recomienda tener en cuenta las siguientes sugerencias:

- Cooperar con los compradores australianos para crear un buen **tema de marca**. Esto debe ir de la mano con el hecho de que los consumidores castigan los procedimientos perjudiciales durante la obtención de la lana y le dan cada vez más importancia al comercio justo y ético. Pueden comenzar por contarle a los clientes historias personalizadas que reflejen que la fibra se cultiva y se obtiene en un ambiente amigable para los animales, así como de manera responsable con los productos que se ofrecen.
- Hacer del **proceso de comercialización** algo más fluido en lo que respecta la comunicación y a las entregas. Valdría la pena poner en marcha seminarios o talleres para educar a los proveedores, en especial a los nuevos y a los que no tienen experiencia, en relación con el comercio internacional. En estos espacios se debe hablar también de los requisitos más importantes de los compradores australianos, la percepción actual del suministro peruano y de cómo se pueden mejorar ciertos criterios. Comprender la importancia de una comunicación clara y frecuente, así como los problemas que se presentan con las entregas es clave para poder generar más negocios con compradores australianos.
- Apoyo del Gobierno a los proveedores más pequeños con **recursos financieros**. Las modificaciones en las estructuras de pagos beneficiarán a los proveedores peruanos. Si bien en

la actualidad todo se debe pagar por adelantado, la mayoría de compradores prefiere estructuras en las que (parte) el pago se pueda hacer después de recibir la mercancía. Si el Gobierno ofrece préstamos a los proveedores que demuestren que tienen un contrato firmado, este tema se podría resolver.

- Informarse más sobre **los mercados locales** de los mercados objetivo. Si bien las tendencias y las colecciones ahora están vigentes por periodos más cortos, es importante establecer los contactos adecuados para mantenerse actualizados sobre las tendencias y tener la capacidad de hacer cambios con rapidez. Apoyar a los proveedores para que asistan a las ferias comerciales australianas permitirá que ellos comprendan mejor los requerimientos con respecto al diseño. Dado que muchos importadores afirman que el diseño es uno de los puntos clave a la hora de elegir un proveedor, se debería tener claridad sobre las demandas del mercado objetivo. Esto, en combinación con la posibilidad de hacer contactos en los eventos debería promover más conexiones dentro del mercado australiano.
- Intentar reducir las exportaciones de materia prima hacia China por medio de regulaciones gubernamentales, para de esta manera **apoyar la producción local** en Perú y promover la producción de productos terminados en el país. Exportar materia prima de alpaca a China, incrementa la competencia en la exportación de productos terminados de manera indirecta. Además, la calidad de los productos de alpaca hechos en China suele estar muy por debajo de la calidad de los productos peruanos. Esto podría traer problemas relacionados con la imagen de la marca en el futuro, tal y como sucede en la actualidad con los productos de cachemir.
- Explorar **otros mercados** cercanos a Australia y evaluar cómo llegar a ellos. Los países asiáticos y sus habitantes muestran un alto interés por los productos de alpaca, mientras que Nueva Zelanda también representa una oportunidad para los proveedores. Los compradores australianos afirman que estos consumidores se interesan bastante en los productos de su país. Se recomienda evaluar si los consumidores asiáticos también podrían estar interesados en los productos de alpaca provenientes directamente de Perú.
- Mejorar el tema de **logística** al establecer una ruta aérea directa entre Perú y Australia. Varios compradores mencionaron que si hubiera un vuelo directo entre Lima y Sídney o Melbourne estarían más interesados en viajar allí. Esto podría promover el establecimiento de más negocios con los proveedores peruanos. Además, así también se podría mejorar el proceso de distribución. Deben valerse de la influencia en el Gobierno para hacerlos comprender la importancia de una ruta aérea directa entre Lima y Sídney o Melbourne.

