

INFORMES ESPECIALIZADOS

Estudio Especializado
El mercado de prendas y textiles del hogar de
alpaca en Dinamarca



2018

TABLA DE CONTENIDO

1	Alcance del Estudio Especializado: Sector y/o Líneas de Productos.....	2
2	Análisis de la Oferta en el País de Destino	4
2.1	Producción del País de Destino	5
2.2	Exportaciones Totales del País de Destino	6
2.3	Importaciones Totales del País de Destino.....	8
2.4	Importaciones del País desde Perú	10
2.5	Análisis de la Competencia.....	11
3	Análisis del Sector / Línea en el Mercado	13
3.1	Variedades y Formas de Presentación	13
3.2	Canales de Distribución	13
3.3	Rutas de Acceso	13
3.4	Costos Logísticos Aproximados.....	14
3.5	Principales Agencias de Transporte	14
3.6	Canales de Comercialización.....	15
3.7	Precios	18
4	Análisis de la Demanda	18
4.1	Perfil del Consumidor.....	20
4.2	Análisis de Tendencias	20
4.3	Percepción del Producto Peruano	21
5	Requisitos de Acceso al Mercado	22
5.1	Medidas Arancelarias.....	22
5.2	Regulaciones	22
5.3	Otras Regulaciones (Etiquetado / Orgánicos / GMO/ / Envases y Embalajes).....	23
5.4	Certificaciones.....	24
6	Actividades de Promoción	27
6.1	Ferias	27
6.2	Exhibiciones (permanentes, degustaciones)	27
6.3	Publicaciones Especializadas	27
7	Contacto de Interés	28
7.1	Institucionales	28
7.2	Comerciales	28
8	Conclusiones y Recomendaciones.....	29
9	Perfil de Compradores.....	33

1 Resumen Ejecutivo

Dinamarca es un país con una tradición de diseño y cuenta con una variedad de marcas y pymes dentro de la industria de la moda. Los diseñadores valoran los materiales naturales y los que conocen consideran la alpaca como una fibra de alta calidad, aunque a veces les falta conocimiento de todos sus beneficios.

Los almacenes grandes ofrecen varias marcas y productos mezclados con porcentajes de alpaca. La producción de esas prendas ha sido trasladada a países de menores costos y mucha experiencia en tejidos como China o Italia. Perú no es muy conocido por sus productos de prendas y textiles y depende más de compradores que buscan un producto diferenciado o de alpaca pura. Los productores de Perú pueden sacar provecho cuando prueban su impacto social (y ambiental) y en la promoción de un producto de alta calidad y tradicional. Sin embargo, todavía existen algunas limitaciones en la disponibilidad de la fibra de alpaca y en la eficiencia de la producción peruana.

Este estudio describe las oportunidades, limitaciones y entradas potenciales al mercado de Dinamarca, incluyendo los ejemplos del uso de la alpaca hoy en día. Esta información se puede usar para definir una estrategia hacia el mercado con diferentes enfoques en la especialización, producción o integración en la cadena.

2 Alcance del Estudio Especializado: Sector y/o Líneas de Productos

El estudio se centra en todos los productos de moda que usa alpaca como material, tanto en las prendas de vestir como los textiles de hogar. Esto incluye ropa exterior como suéteres, cardiganes y chaquetas; accesorios como chales y gorros; y productos para el uso en casa como mantas o fundas para cojines; entre otros.

En la clasificación de productos se encuentra una variedad de productos de lana o de pelo fino de animal, tejido de punto o ganchillo, o diferente (tejido plano). Los productos pueden ser hechos a mano, semi-industrial (a máquina) o industrial.

Códigos	Descripción de productos en el Sistema Armonizado de Designación y Codificación de Mercancías (clasificación europea)
61033100	Chaquetas "sacos" de punto, de lana o pelo fino, para hombres o niños (excl. cazadoras y artículos simil.)
61034100	Pantalones largos, pantalones con peto, pantalones cortos "calzones" y "shorts", de punto, de lana o pelo fino, para hombres o niños (excl. calzoncillos y pantalones de baño)
61043100	Chaquetas "sacos" de punto, de lana o pelo fino, para mujeres o niñas (excl. cazadoras y artículos simil.)
61044100	Vestidos de punto, de lana o pelo fino, para mujeres o niñas (excl. combinaciones)
61045100	Faldas y faldas pantalón de punto, de lana o pelo fino, para mujeres o niñas (excl. enaguas)
61046100	Pantalones largos, pantalones con peto, pantalones cortos "calzones" y "shorts", de punto, de lana o pelo fino, para mujeres o niñas (excl. bragas y trajes de baño)
61059010	Camisas para hombres o niños, de lana o pelo fino, de punto (por ejemplo: camisones, "T-shirts", camisetas y otros)
61069010	Camisas, blusas y blusas camiseras, de lana o pelo fino, para mujeres o niñas (excepto camisetas y chalecos)
611011	Suéteres "jerseys", "pullovers", cardiganes, chalecos y artículos similares, de punto, de lana (excl. chalecos acolchados)
61101190	Suéteres, pullovers, cardiganes, chalecos y artículos similares, de lana de punto o ganchillo, para mujeres o niñas (excepto suéteres y pullovers que contengan >= 50% lana en peso y pesan >= 600g / artículo, y chalecos acolchados)
61101130	Suéteres, pullovers, cardiganes, chalecos y artículos similares, de lana de punto o ganchillo, para hombres o niños (excepto suéteres y pullovers que contengan >= 50% lana en peso y pesan >= 600g / artículo, y chalecos acolchados)
61101110	Suéteres y pullovers que contengan >= 50% lana en peso y pesan >= 600g/ artículo, de punto o ganchillo
611019	Suéteres "jerseys", "pullovers", cardiganes, chalecos y artículos similares, de punto, de pelo fino (excl. de pelo de cabra de Cachemira, así como los chalecos acolchados)
61101990	Suéteres, pullovers, cardiganes, chalecos y artículos similares, de pelo fino, de punto o ganchillo, para mujeres o niñas (excepto de pelo de cabras de cachemir y artículos acolchados)
61101910	Suéteres, pullovers, cardiganes, chalecos y artículos similares, de pelo fino, de punto o ganchillo, para hombres o niños (excepto de pelo de cabras de cachemir y artículos acolchados)
61119019	Prendas y accesorios de vestir para bebés, de lana o pelo fino, de punto o de ganchillo (excepto guantes, mitones, mitones y gorros)
61119011	Guantes, mitones y manoplas para bebés, de lana o pelo fino, de punto o ganchillo
61169100	Guantes, mitones y manoplas, de punto, de lana o pelo fino (excl. para bebés)
61171000	Chales, pañuelos para de cuello, bufandas, mantillas, velos y artículos simil., de punto
62011100	Abrigos, impermeables, chaquetones, capas y artículos simil., de lana o pelo fino, para hombres o niños (excl. de punto)
62019100	Anoraks, cazadoras y artículos simil., de lana o pelo fino, para hombres o niños (excl. de punto, así como trajes o ternos, conjuntos, chaquetas "sacos", incl. los "blazer", y pantalones)
62021100	Abrigos, impermeables, chaquetones, capas y artículos simil., de lana o pelo fino, para mujeres o niñas (exc. de punto)
62029100	Anoraks, cazadoras y artículos simil., de lana o pelo fino, para mujeres o niñas (excl. de punto, así como trajes sastre, conjuntos, chaquetas "sacos", incl. los "blazer", vestidos, faldas, faldas pantalón y pantalones)
62031100	Trajes "ambos o ternos" de lana o pelo fino, para hombres o niños (excl. de punto, así como prendas de deporte, monos "overoles", conjuntos de esquí y trajes de baño)
62033100	Chaquetas "sacos" de lana o pelo fino, para hombres o niños (excl. de punto, así como cazadoras y artículos simil.)
620341	Pantalones largos, pantalones con peto, pantalones cortos "calzones" y "shorts", de lana o pelo fino, para hombres o niños (excl. de punto, calzoncillos y pantalones de baño)
62034110	Pantalones largos y calzones, de lana o pelo fino, para hombres o niños (excl. De punto o de ganchillo, overoles y calzoncillos)
62034130	Bañadores de hombre o de niño (a), para hombres o niños, de lana o pelo fino (excepto de punto)
62034190	Pantalones cortos de lana o pelo fino, para hombres o niños (excl. Tejido de punto o de punto, calzoncillos y trajes de baño)
62043100	Chaquetas "sacos" de lana o pelo fino, para mujeres o niñas (excl. de punto, así como cazadoras y artículos simil.)
62044100	Vestidos de lana o pelo fino, para mujeres o niñas (excl. de punto, así como combinaciones)
62045100	Faldas y faldas pantalón, de lana o pelo fino, para mujeres o niñas (excl. de punto, así como las enaguas)
620461	Pantalones largos, pantalones con peto, pantalones cortos "calzones" y "shorts", de lana o pelo fino, para mujeres o niñas (excl. de punto, así como bragas y trajes de baño)
62046110	Pantalones y pantalones de punto, de lana o pelo fino, para mujeres o niñas (excepto de punto, bragas y trajes de baño)
62046185	Bañadores y pantalones cortos para babero, de lana o pelo fino, para mujeres o niñas (excepto de punto, bragas y trajes de baño)
62062000	Camisas, blusas y blusas camiseras, de lana o pelo fino, para mujeres o niñas (excl. de punto y camisetas)
62142000	Chales, pañuelos de cuello, pasamontañas, bufandas, mantillas, velos y artículos simil., de lana o pelo fino (excl. de punto)
630120	Mantas y mantas de viaje de lana o pelo fino (excl. mantas eléctricas, manteles y colchas, así como artículos de cama y artículos simil. de la partida 9404)
63012010	Mantas y mantas de viaje, de lana o pelo fino (excepto de punto, eléctricos, manteles, colchas y artículos de cama y artículos similares de la partida 9404)
63012090	Mantas y mantas de viaje de lana o pelo fino de viaje, de punto o de ganchillo (excl. eléctrico, manteles, colchas y artículos de cama y artículos similares de la partida 9404)

Fuentes: [ITC Trademap](#)

3 Análisis de la Oferta en el País de Destino

Moda es una industria importante para la economía de Dinamarca. En 2017, del valor total exportado de USD 102 mil millones (todos los sectores), 4,3 mil millones eran prendas y accesorias de vestir (y 0,3 mil millón otros productos de textiles). En el mismo año los consumidores daneses gastaron casi USD 5 mil millones (€4,3 mil millones) en prendas de vestir, que era 3,3% de los gastos totales.

Datos Dinamarca	
Habitantes	5,8 millones
PIB per cápita	USD 56 308 (Banco Mundial 2017)
Empleo en industrias relacionadas con la moda	16 000 (según FashionUnited) 18 000 (según DM&T)
Gasto nacional en prendas de vestir	€4,3 mil millones EUR (3,3% del gasto total) (Eurostat 2017)

Las empresas de moda más grandes en Dinamarca, con marcas internacionales, son Bestseller, IC Companys y DK Company. Sin embargo, según la asociación [Dansk Mode & Textil](#) unos 50% de la moda está dominado por marcas independientes y empresas PYMES.

	BESTSELLER	IC Companys	DK Company
marcas	Vero Moda, Jack&Jones, ONLY, Selected, entre otras	Tiger of Sweden, By Malene Birger, Saint Tropez (moda rápida), Designers Remix (part. 51%), Peak Performance (vendido en 2018)	Bon'A Parte, Matinique, Cream, Casual Friday, ICHI, entre otras
Facturación	2016/17: EUR 3,15 mil millones	2017/18: DKK 2,602 mil millones	2017: 2,960 mil millones
Facturación est. en USD*	USD 3 430 millones USD	USD 407 millones USD	USD 463 millones
	15 000 personas empleadas (3 300 en Dinamarca) 2 700 tiendas minoristas aprox. (300 en Dinamarca)	Tiger of Sweden: DKK 860 MM By Malene Birger: DKK 333 MM Saint Tropez: DKK 265 MM Designers Remix, DKK 73 MM Peak Performance DKK 1067 MM	2 200 personas empleadas
Enlace	https://about.bestseller.com	http://www.icgroup.net	http://www.dkcompany.dk

*USD 1 = DKK 6,4

3.1 Producción del País de Destino

Dinamarca solía tener una industria textil que crecía en Jutlandia Central (en el oeste de Dinamarca), pero desde los principios de la década de 1990, la producción textil danesa se subcontrató a países de bajos costos en Europa del Este y Asia. Hoy esto significa que hay muy poca producción en Dinamarca y lo que queda son principalmente productos de nicho o pequeñas empresas especializadas. De las 355 empresas relacionadas a la producción de prendas, casi 250 tienen menos que 5 personas. Según los datos de [Statistics Denmark](#) la producción danesa cuenta con 1170 personas y una facturación de DKK 3 623 millones (USD 566 millones).

De las pocas empresas significativas queda por ejemplo [SNS Herning](#), una empresa familiar desde el año 1931 que todavía tejen prendas a máquina. Otro ejemplo es la marca [Skriver Collection](#), una marca con mantas de alpaca procesado en Perú y acabado en Dinamarca.

Producción de prendas de lana o pelo fino (1000 DKK) (2017: USD 1 = DKK 6,4)	2013	2014	2015	2016	2017
6110113000 Jerseys de lana para hombre o niños	48494	41812	42374	38262	43524
6104610000 Pantalones de lana o pelo fino para mujeres o niñas	10108	9181	8778	11811	10770
6204210000 Conjuntos de lana o pelo fino para mujeres o niñas	10800	12149	8969	10533	9951
6110119000 Jerseys de lana, para mujeres o niñas	1248	1904	807	6498	9083
6110111000 Jerseys > = 50% peso de lana, > = 600 g / artículo	8056	13717	7595	11475	8979
6204611000 Pantalones de lana o pelo fino, para mujeres o niñas	3919	3785	3999	2669	3923
6204510000 Faldas de lana o pelo fino, para mujeres o niñas	2272	1952	2575	1179	2994
6103310000 Chaquetas de lana o pelo fino, para hombres o niños, de punto/ganchillo	0	0	2882	1840	2537
6203310000 Chaquetas de lana o pelo fino para hombres o niños	1170	664	2995	1124	2314
6116910000 Guantes de lana o pelo fino (excl. Para bebés)	1177	767	1085	1673	2048
6103410000 Pantalones de lana o pelo fino para hombres o niños	3780	2959	2667	3743	1655
6202110000 Abrigos de lana o pelo fino para mujer o niña	1300	1248	726	534	794
6104410000 Vestidos de lana o pelo fino, para mujeres o niñas	137	301	310	390	354
6203411000 Pantalones de lana o pelo fino para hombres o niños	242	199	158	64	235
6301201000 Mantas de lana o pelo fino	190	160	73	77	149
6106901000 Camisas, blusas de lana o pelo fino para mujeres o niñas	0	0	118	125	59
6204410000 Vestidos de lana o pelo fino, para mujeres o niñas	0	0	0	3	26
6104310000 Chaquetas de lana o pelo fino para mujeres o niñas, de punto/ganchillo	132	133	192	75	9
6104510000 Faldas de lana o pelo fino, para mujeres o niñas	9	84	74	19	9
6204310000 Chaquetas de lana o pelo fino, para mujeres o niñas	10	9	0	182	7
6214200000 Chales, pañuelos, bufandas de lana o pelo fino	0	0	0	0	6
6301209000 Mantas de lana o pelo fino	0	0	0	0	1
6206200000 Camisas, blusas de lana o pelo fino para mujeres o niñas	33	8	380	26	0
6201110000 Abrigos de lana o fina, para hombres o niños	28	7	6	0	0

Fuente: [Statistics Denmark](#)

Producción de diseño

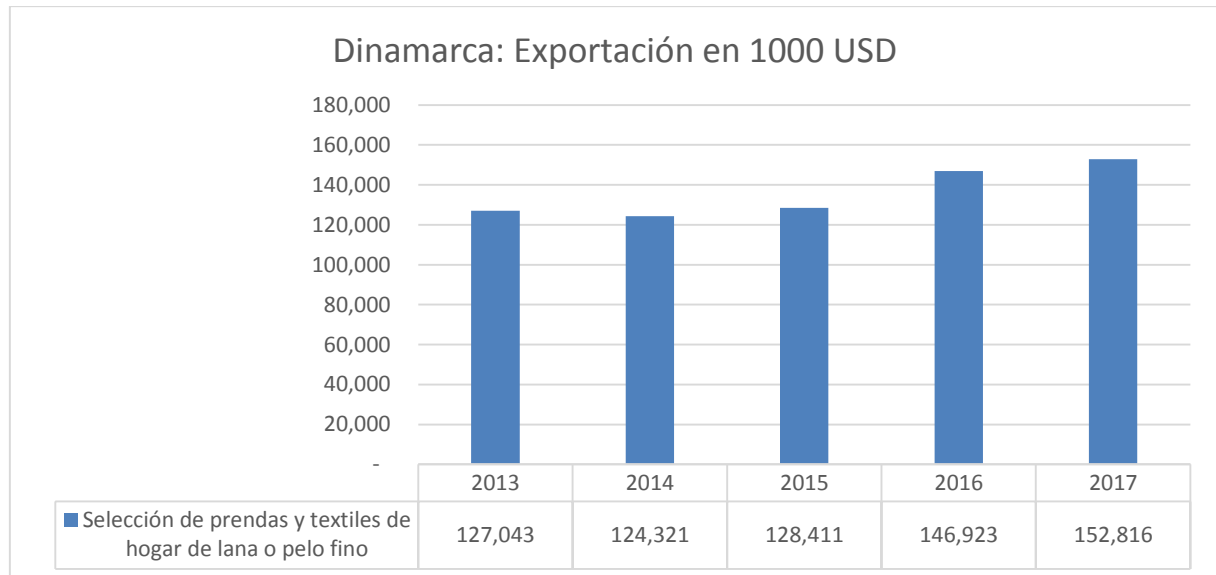
Aunque las empresas de moda prefieren tener una producción subcontratada en países de bajos costos, el diseño es una fortaleza y un bien común en Dinamarca. Los daneses conceden gran importancia a su propio diseño y no están dispuestos de transigir por algo que no encaja en el gusto.

3.2 Exportaciones Totales del País de Destino

Para muchas marcas de prendas y textiles el mercado danés está limitado y esas empresas expanden al mercado internacional. Los principales mercados de exportación son Alemania y los países Escandinavos. Los países Escandinavos como Noruega y Suecia se conforman bien con el diseño danés y Alemania es el mercado cercano y más grande en Europa con más que 80 millones de habitantes y alto poder adquisitivo. Otros mercados importantes son el Reino Unido, los Países Bajos y Bélgica.

Algunas marcas danesas con productos exclusivos de alpaca logran vender a mercados más lejos, como Japón, EEUU y Corea del Sur, como por ejemplo las empresas Elvang Denmark y Huttillihut. Estas ventas no siempre parecen en la exportación de Dinamarca porque la mayoría se suministra directamente de origen.

Dentro de los productos con mayor valor de exportación están los suéteres y chalets (de lana) tejidos de punto y chaquetas y trajes para hombres de lana o pelo fino.



EXPORT	Tejidos de punto o crochet	2013	2014	2015	2016	2017	Destinos 2017 (Top 5)
611011	Suéteres de lana	37.798	35.086	39.927	49.490	54.400	Suecia 10799 Noruega 10281 Alemania 9068 Países Bajos 4674 Reino Unido 4001
61171000	Chales, pañuelos, bufandas, de punto	18.752	12.916	8.416	9.264	10.387	Alemania 3521 Países Bajos 858 Suecia 820 Noruega 795 Francia 654
61119019	Prendas y accesorios de lana o pelo fino, para bebés	1.654	1.943	1.524	2.673	3.565	Suecia 885 Alemania 808 Noruega 800 República Checa 146 Países Bajos 134
61069010	Camisas, blusas de lana o pelo fino, para mujeres o niñas	2.419	2.489	2.744	3.055	2.356	Suecia 530 Noruega 524 Países Bajos 368 Alemania 291 Reino Unido 262
610441	Vestidos de lana o pelo fino, para mujeres o niñas	1.948	1.876	1.723	1.973	1.712	Noruega 396 Alemania 361 Suecia 202 Países Bajos 198 Reino Unido 113
611019	Suéteres de pelo fino	3.027	2.997	1.184	1.001	1.679	Noruega 578 Suecia 366 Alemania 260 Países Bajos 104 Reino Unido 63
61046100	Pantalones de lana o pelo fino, para mujeres o niñas	692	714	640	1.444	1.584	Noruega 547 Suecia 439 República Checa 129 Alemania 104 Países Bajos 64
610341	Pantalones de lana o pelo fino, para hombres o niños	673	1.421	1.473	1.329	1.424	Tierra Verde 1058 Noruega 129 Suecia 50 Alemania 47 República Checa 26
610331	Chaquetas de lana o pelo fino, para hombres o niños	335	145	620	679	618	Suecia 182 Alemania 70 Reino Unido 51 Noruega 49 EEUU 44
61169100	Guantes de lana o pelo fino (excl. para bebés)	780	625	517	529	610	Alemania 127 Noruega 86 Países Bajos 72 Suecia 62 Reino Unido 49
610431	Chaquetas de lana o pelo fino, para mujeres o niñas	533	548	291	619	353	Suecia 75 Alemania 72 Tierra Verde 40 Países Bajos 32 Reino Unido 25
61045100	Faldas de lana o pelo fino, para mujeres o niñas	184	228	247	222	274	Noruega 73 Suecia 38 Alemania 37 Reino Unido 24 Países Bajos 20
63012010	Mantas de lana o pelo fino	217	163	83	87	170	EEUU 106, Noruega 16, Suecia 8, Alemania 7, Reino Unido 6
61119011	Guantes de lana o pelo fino, para bebés	67	97	115	88	127	Suecia 55 República Checa 17 Alemania 16 Noruega 12 Reino Unido 5
61059010	Camisas de lana o pelo fino, para hombres o niños	3	87	22	74	76	Noruega 34 Países Bajos 8 EEUU 4 Bélgica 4 Bulgaria 3

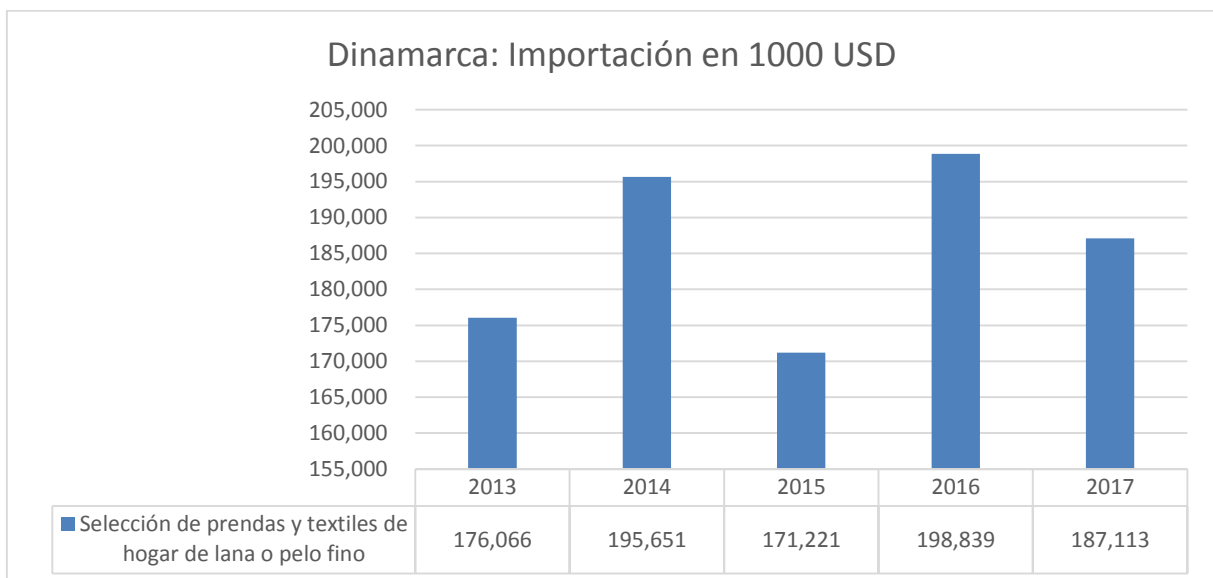
EXPORT	Excl. tejidos de punto	2013	2014	2015	2016	2017	Destinos 2017 (Top 5)
620331	Chaquetas de lana o pelo fino, para hombres o niños	9.607	11.021	12.358	15.730	18.151	Alemania 4855, Suecia 4606, Noruega 2089, Finlandia 1788, Bélgica 1085
620311	Trajes de lana o pelo fino, para hombres o niños	13.438	12.097	11.469	11.821	11.019	Suecia 3070, Alemania 2534, Finlandia 1121, Noruega 993, Canadá 742
620341	Pantalones de lana o pelo fino, para hombres o niños	3.983	4.903	4.735	6.492	7.360	Alemania 2127, Suecia 1692, Noruega 1010, Finlandia 420, Bélgica 397
621420	Chales, pañuelos, bufandas, de lana o pelo fino	4.832	6.373	8.351	7.370	7.310	Alemania 1530, Suecia 1491, Noruega 945, Francia 546, Países Bajos 415
620211	Abrigos de lana o pelo fino, para mujeres o niñas	3.398	5.316	5.131	9.922	7.056	Alemania 1668, Suecia 1619, Países Bajos 889, Noruega 565, Reino Unido 502
620111	Abrigos de lana o pelo fino, para hombres o niños	1.785	3.124	4.294	8.034	5.922	Suecia 1602, Alemania, 1000, Reino Unido 547, Finlandia 483, Noruega 448
620291	Anoraks de lana o pelo fino, para mujeres o niñas	6.934	5.223	8.533	3.849	5.053	Qatar 1749, Suecia 1071, Noruega 571, Alemania 390, Reino Unido 181
620191	Anoraks de lana o pelo fino, para hombres o niños	4.181	5.823	4.102	2.641	3.843	Alemania 975, Suecia, 533, Bélgica 406, Reino Unido 253, España 243
63012090	Mantas de lana o pelo fino (excl. de punto)	1620	1774	2696	3206	3473	Alemania 1522, Noruega 595, Países Bajos 230, Suecia 175, Francia 137
620431	Chaquetas de lana o pelo fino, para mujeres o niñas	3.074	2.679	2.632	1.992	1.554	Suecia 511, Noruega 314, Finlandia 155, Alemania 133, Austria 73
620461	Pantalones de lana o pelo fino, para mujeres o niñas	2.525	2.584	2.481	1.694	1.504	Qatar 368, Suecia 304, Noruega 207, Alemania 159, Reino Unido 98
620451	Faldas de lana o pelo fino, para mujeres o niñas	1.155	1.066	919	671	637	Qatar 322, Suecia 100, Noruega 90, Alemania 25, Finlandia 20
620620	Camisas de lana o pelo fino, para mujeres o niñas	723	468	707	571	373	Suecia 196, Noruega 52, Alemania 27, Francia 14, Suiza 14
620441	Vestidos de lana o pelo fino, para mujeres o niñas	706	535	477	403	226	Francia 37, Alemania 32, Reino Unido 32, Italia 29, Noruega 27

3.3 Importaciones Totales del País de Destino

El valor de la importación de prendas y textiles de lana o pelo fino fluctúa. Eso se puede explicar parcialmente por la cantidad de proveedores fuera de Europa y el cambio de las monedas. En la estadística aparece China como el proveedor principal de muchas categorías de prendas de lana o pelo fino, específicamente de tejidos de punto. Varios países en el sur y este de Europa como Italia, Portugal y Rumania (tejidos planos) también participan en el suministro a Dinamarca.

Las prendas importadas de por ejemplo Alemania y Suecia son probablemente marcas de ropa, por ejemplo de H&M (SE) y Esprit (DE), que se han producido en otros países. Además Dinamarca usa Hamburgo en Alemania como punto logístico para importaciones marítimas, lo que podría incrementar las cifras importadas de Alemania.

Los principales productos importados son similares a los de la exportación: suéteres y chales (de lana) tejido de punto y chaquetas y trajes para hombres de lana o pelo fino.

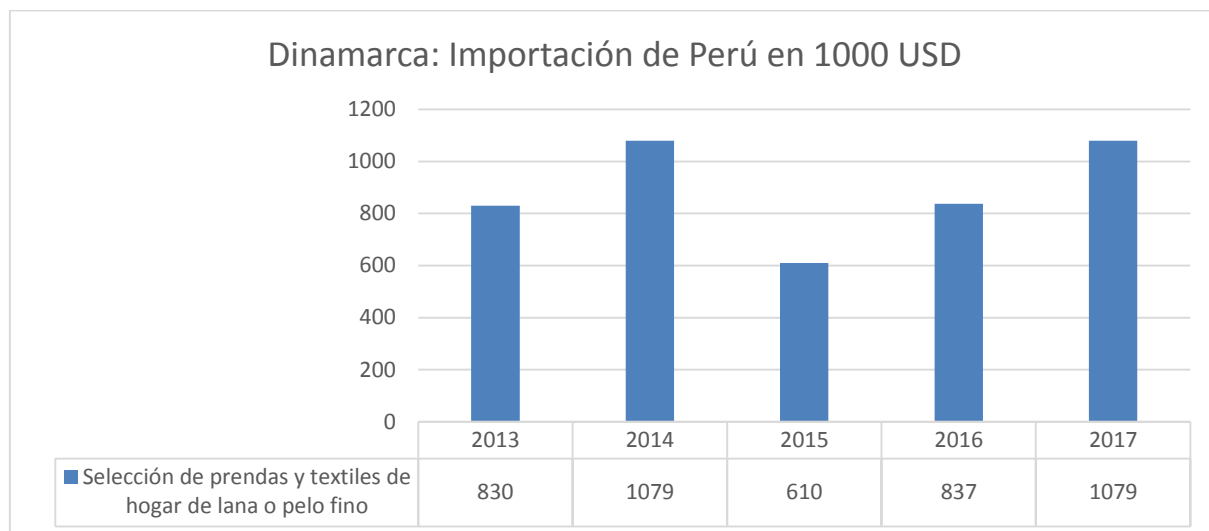


IMPORT	Tejidos de punto o crochet	2013	2014	2015	2016	2017	Origen 2017 (top 5)
611011	Suéteres de lana	50.019	53.019	48.273	57.142	57.928	China 24252 Italia 8048 Suecia 4266 Alemania 4198 Bangladesh 3126
61171000	Chales, pañuelos, bufandas, de punto	18.441	15.923	11.241	13.049	12.757	China 5734 Alemania 2347 Francia 832 Italia 704 Suecia 664
61119019	Prendas y accesorios de lana o pelo fino, para bebés	4.842	4.292	4.212	5.012	6.308	Alemania 3549 China 1761 Lituania 317 Ucrania 217 Portugal 167
611019	Suéteres de pelo fino	3.457	3.933	2.198	2.858	3.850	China 1015 Italia 858 Bangladesh 591 Bolivia 539 Alemania 204
61046100	Pantalones de lana o pelo fino, para mujeres o niñas	2.575	1.784	1.675	2.228	2.803	Alemania 1250 China 825 Bangladesh 164 Lituania 106 Ucrania 103
61169100	Guantes de lana o pelo fino (exc. para bebés)	2.701	1.807	1.527	1.874	2.579	Suecia 1489 China 450 Alemania 169 Italia 111 Reino Unido 109
610441	Vestidos de lana o pelo fino, para mujeres o niñas	2.814	2.036	2.151	2.420	1.889	China 728 Alemania 281 Italia 278 Bangladesh 276 Bulgaria 64
610331	Chaquetas de lana o pelo fino, para hombres o niños	570	789	593	166	1.140	China 500 Suecia 223 Italia 149 Reino Unido 139 Nepal 48
61069010	Camisas, blusas de lana o pelo fino, para mujeres o niñas	1.085	834	645	1.954	1.063	China 925 Bélgica 22 Lituania 18 Suecia 13 Reino Unido 13
61119011	Guantes de lana o pelo fino, para bebés	226	323	654	1.008	919	Alemania 163 Francia 69 China 54 Suiza 5 Ucrania 1
610341	Pantalones de lana o pelo fino, para hombres o niños	933	2.046	1.155	1.456	760	China 364 Alemania 179 Países Bajos 70 Ucrania 63 India 20
610431	Chaquetas de lana o pelo fino, para mujeres o niñas	1.144	913	800	737	338	Países Bajos 58 Ucrania 53 Italia 50 China 43 Bulgaria 36
63012010	Mantas de lana o pelo fino	616	1.545	1.270	682	323	India 147, España 65, Alemania 43, Reino Unido 18, China 10
61045100	Faldas de lana o pelo fino, para mujeres o niñas	347	440	431	312	313	China 134 Italia 34 Alemania 33 Bolivia 25 Reino Unido 25
61059010	Camisas de lana o pelo fino, para hombres o niños	60	97	40	228	236	China 104 Pakistán 48 Bélgica 33 Alemania 20 Bangladesh 13

IMPORT	Excl. Tejidos de punto	2013	2014	2015	2016	2017	Origen 2017 (top 5)
620331	Chaquetas de lana o pelo fino, para hombres o niños	18.447	24.195	20.866	29.796	25.934	Romania 8014, Alemania 5770, Países Bajos 3101, Portugal 2527, Italia 1523
620311	Trajeras de lana o pelo fino, para hombres o niños	19.767	20.445	16.027	16.519	15.508	Romania 7620, Alemania 2391, Italia 2175, Países Bajos 965, Portugal 624
620341	Pantalones de lana o pelo fino, para hombres o niños	6.984	10.335	8.604	12.146	9.999	Romania 3218, Alemania, 2531, China 1080, Italia 613, Portugal 515
620211	Abrigos de lana o pelo fino, para mujeres o niñas	5.623	7.990	8.961	11.227	9.878	Italia 2013, Alemania 1525, China 1325, Reino Unido 825, Myanmar 779
621420	Chales, pañuelos, bufandas, de lana o pelo fino	6.496	8.969	9.068	8.640	9.522	China 2054, India 1969, Italia 1730, Alemania 1065, Reino Unido 837
620111	Abrigos de lana o pelo fino, para hombres o niños	1.858	4.004	4.709	8.358	6.174	China 1600, Romania 1124, Alemania 736, Polonia 617, Italia 482
63012090	Mantas de lana o pelo fino (excl. de punto)	5.185	5.104	4.302	5.951	3.841	Lituania 1718, Perú 431, India 349, Italia 223, Alemania 222
620191	Anoraks de lana o pelo fino, para hombres o niños	6.172	6.809	4.976	4.671	3.047	China 1185, Camboya 641, Polonia 373, Hungria 161, Italia 148
620431	Chaquetas de lana o pelo fino, para mujeres o niñas	3.906	4.334	3.739	2.880	3.009	China 747, Romania 659, Italia 356, Alemania 220, Suecia 150
620461	Pantalones de lana o pelo fino, para mujeres o niñas	3.200	3.985	3.141	2.432	2.683	Italia 694, Romania 358, China 320, Alemania 307, Portugal 178
620291	Anoraks de lana o pelo fino, para mujeres o niñas	5.119	5.448	6.185	2.783	2.331	China 1071, Romania 490, Reino Unido 158, Myanmar 145, Países Bajos 128
620620	Camisas de lana o pelo fino, para mujeres o niñas	1.464	2.020	1.684	955	894	China 219, Italia 191, Bangladesh 111, Portugal 101, India 73
620451	Faldas de lana o pelo fino, para mujeres o niñas	1.017	974	993	530	546	Romania 135, China 85, Alemania 83, Portugal 43, Francia 36
620441	Vestidos de lana o pelo fino, para mujeres o niñas	998	1.258	1.101	825	541	Alemania 173, Italia 165, Portugal 63, China 36, Bulgaria 16

3.4 Importaciones del País desde Perú

La importación danesa desde Perú es relativamente poca; los productos seleccionados abajo llegan a valores de USD 610 a 1079 mil. Perú sobresale en los suéteres de punto y los chales y mantas tejido plano, y en estos productos se puede asumir que una gran cantidad está hecho de alpaca o por lo menos con un porcentaje mayor de alpaca.



IMPORT	Tejidos de punto o crochet	2013	2014	2015	2016	2017
611019	Suéteres de pelo fino	41	71	37	50	147
611011	Suéteres de lana	82	89	87	43	28
61171000	Chales, pañuelos, bufandas, de punto	16	3	11	15	14
61046100	Pantalones de lana o pelo fino, para mujeres o niñas	0	0	0	1	5
61045100	Faldas de lana o pelo fino, para mujeres o niñas	0	0	0	1	1
61169100	Guantes de lana o pelo fino (exc. para bebés)	1	0	1	2	1
63012090	Mantas de lana o pelo fino	0	0	31	1	1
610341	Pantalones de lana o pelo fino, para hombres o niños	0	0	0	0	0
610331	Chaquetas de lana o pelo fino, para hombres o niños	0	0	0	0	0
610441	Vestidos de lana o pelo fino, para mujeres o niñas	3	0	0	0	0
610431	Chaquetas de lana o pelo fino, para mujeres o niñas	0	8	1	0	0
61059010	Camisas de lana o pelo fino, para hombres o niños	0	0	0	0	0
61069010	Camisas, blusas de lana o pelo fino, para mujeres o niñas	0	0	0	0	0
61119019	Prendas y accesorios de lana o pelo fino, para bebés	0	0	0	3	0
61119011	Guantes de lana o pelo fino, para bebés	0	0	0	0	0

IMPORT	Excl. Tejidos de punto	2013	2014	2015	2016	2017
621420	Chales, pañuelos, bufandas, de lana o pelo fino	10	26	41	9	445
63012090	Mantas de lana o pelo fino	676	880	366	707	431
620431	Chaquetas de lana o pelo fino, para mujeres o niñas	0	0	0	0	4
620441	Vestidos de lana o pelo fino, para mujeres o niñas	0	0	1	0	2
620331	Chaquetas de lana o pelo fino, para hombres o niños	0	0	0	0	0
620311	Trajes de lana o pelo fino, para hombres o niños	0	0	0	0	0
620341	Pantalones de lana o pelo fino, para hombres o niños	0	0	0	0	0
620211	Abrigos de lana o pelo fino, para mujeres o niñas	1	0	34	0	0
620111	Abrigos de lana o pelo fino, para hombres o niños	0	0	0	0	0
620191	Anoraks de lana o pelo fino, para hombres o niños	0	0	0	0	0
620461	Pantalones de lana o pelo fino, para mujeres o niñas	0	0	0	0	0
620291	Anoraks de lana o pelo fino, para mujeres o niñas	0	0	0	0	0
620620	Camisas de lana o pelo fino, para mujeres o niñas	0	2	0	4	0
620451	Faldas de lana o pelo fino, para mujeres o niñas	0	0	0	1	0

3.5 Análisis de la Competencia

Material

En general la lana es un material popular en Dinamarca; consumidores siempre han valorado las características de la lana como un material natural y caliente. Sin embargo, es importante considerar los materiales que pueden reemplazar la lana de alpaca, como el cachemir o la lana de merino.

Merino es una lana que tiene mucha demanda y es una alternativa más económica para la alpaca pero con un excelente valor por dinero. El cachemir tiene una buena reputación de ser un material superior y es más conocido por los consumidores daneses que la alpaca.

En el almacén grande de [Magasin](#), los precios básicos para un suéter de lana fina, merino y cachemir varía entre 400 (62,5 USD) para lana fina y 700 DKK (109 USD) para cachemir (precios de junio 2018 incluyendo 25% IGv). Suéteres de diferente mezclas y marcas pueden variar entre 400 y 2800 DKK (63-438 USD).

Producción

Una gran cantidad de las prendas que contienen alpaca no están producidas en Perú, sino en otros países que producen prendas en escala industrial. Entre las empresas de moda danesa, China es muy reconocido por la producción de prendas tejidas. China combina materiales y fibras de todo el mundo y los transforman en prendas de una manera eficiente y a bajo costo. China es el mayor competidor en la parte productiva. Otros países que compiten en el suministro de prendas de lana o pelo fino son por ejemplo India, Bangladesh, Ucrania, Bulgaria, Lituania, Italia y Portugal.

Los países productivos más mencionados por las empresas con una oferta o interés en prendas de alpaca fueron China, Turquía, Italia y Portugal. Además, China e Italia son los principales compradores de fibras de alpaca en el mundo y compiten directamente con la producción de prendas y textiles en Perú.

Las marcas en Dinamarca del segmento medio-alto y alto, y también las empresas pequeñas, muchas veces producen en Europa. Para ellos es más fácil producir cerca, más seguro (y más fácil asegurar las buenas prácticas), y con tiempos de envío más cortos.

Cuando los productos están hechos 100% de alpaca, se puede identificar una cantidad de empresas que producen en Bolivia y Perú. En muchos casos se trata de empresas pequeñas y empresarios que tienen una relación con el origen, como por ejemplo la dueña de [MyAlpaca](#) que ha vivido varios años en Perú. Sin embargo, según varias empresas de moda los costos de producción y la logística no están a favor de Perú.

Marca

Establecer una marca en Dinamarca puede ser un desafío por la gran cantidad de diseñadores y marcas danesas. Las marcas danesas tienen una gran ventaja de estar representadas en el mercado local y estar bien posicionadas con el diseño danés. Además existen proveedores de grandes marcas de países vecinos como H&M (Suecia), Esprit (Alemania) y Zara (España) con productos económicos de lana mezclada, marcas del alto segmento como Hugo Boss (Alemania) y MaxMara (Italia), y marcas especializadas en prendas de alpaca, como Artisan Route en Reino Unido (proveedor de [Alpaca Huset](#)) y [Apu Kuntur](#) en Alemania, el representante de la marca peruana de KUNA con venta en Dinamarca.

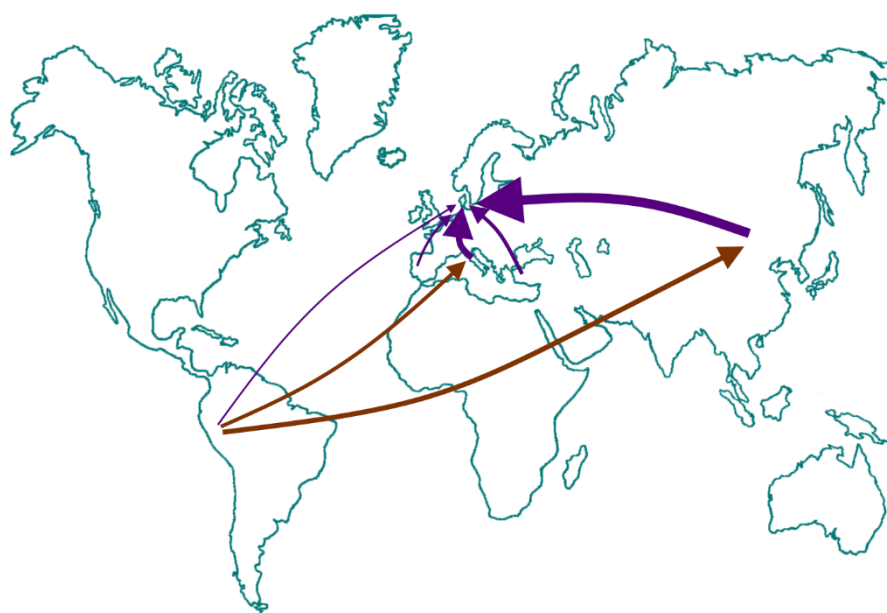


Figura por [ICI Business](#)

4 Análisis del Sector / Línea en el Mercado

4.1 Variedades y Formas de Presentación

Aunque a los daneses les encanta los materiales naturales y tienen un poder adquisitivo relativamente alto, se nota una gran cantidad de mezclas de materiales. Así también la alpaca muchas veces está mezclada con otros materiales: Alpaca con lana de oveja, seda, lycra, poliamida, etc. Para marcas masivas la mezcla es una manera de mantener los costos bajos, y para diseñadores puede ser una manera de obtener una cierta característica del textil (por ejemplo añadir seda para fortalecer la fibra o lycra para hacerlo más elástico). Las prendas y textiles de alpaca pura se pueden encontrar en las boutiques especializadas o ciertas secciones de almacenes del segmento medio y alto.

Productos comunes de alpaca son:

1. Tops de punto (suéteres, cardiganes)
2. Accesorios (chales, chalinas, guantes)
3. Textiles de hogar (mantas, frazadas)
4. Ropa exterior (chaquetas)
5. Prendas de bebé

4.2 Canales de Distribución

4.2.1 Rutas de Acceso

Las rutas logísticas de Perú a Dinamarca son indirectas y tienen trasbordo en Alemania o Países Bajos, por ejemplo en Hamburgo o Bremen (marítimo) o Ámsterdam (aéreo).

Los tiempos de envío a Copenhague, Dinamarca son alrededor de 28 a 31 días para envíos marítimos y 3-4 días por transporte aéreo.

Puerto de origen (Perú)	Puerto de destino	Tarifa promedio de flete por contenedor US\$		Línea naviera	Agente	Depósito	Días de tránsito
		20 pies	40 pies				
Callao	Copenhague (Dinamarca) (vía Bremerhaven / Hamburgo)	2,000- 2,700	2,400- 3,700	MAERSK	MAERSK PERU	ALCONSA	29-31
				MSC	MSC PERU	LICSA	30
				CMA CGM	CMA CGM PERU SAC	UNIMAR	28-29
Callao	Hamburgo (Alemania)	2,280	2,490	CMA CGM	CMA CGM PERU SAC	UNIMAR	25
				MAERSK LINE	MAERSK PERU	ALCONSA	24
				MOL	MOL PERU SAC	NEPTUNIA	25
				Hamburg Sud	COSMOS	LICSA	24
				CCNI	AGUNSA	IMUPESA	25
Callao	Rotterdam (Países Bajos/Holanda)	1,500	1,737	EVERGREEN	GREENANDES	TPP	23
				MAERSK LINE	MAERSK PERU	ALCONSA	23
				MOL	MOL PERU SAC	NEPTUNIA	25
				Hamburg Sud	COSMOS	LICSA	25
Callao	Amberes (Bélgica)	1,500	1,800	MSC	MSC PERU	LICSA	20
				MAERSK LINE	MAERSK PERU	ALCONSA	22
				Hamburg Sud	COSMOS	LICSA	26
				CCNI	AGUNSA	IMUPESA	38

Fuentes: [SLICEX Mapex](#), [Maersk](#), [CMA CGM](#), [MSC](#)

Puerto de origen (Perú)	Puerto de destino	Tarifa estimada de flete US\$	Aerolínea	Agente	Depósito	Días de tránsito
		100kg				
Lima Jorge Chavez (LIM)	Amsterdam Schiphol Airport (AMS) (multimodal)	200-221 3500-3900 (expreso)	KLM / AIR FRANCE / MARTINAIR	afklmpcargo.com	Lima Cargo City	3-4
Lima Jorge Chavez (LIM)	Copenhagen Airport Kastrup (CPH) (multimodal)	4200-4700 (expreso)	KLM / AIR FRANCE / MARTINAIR	afklmpcargo.com	Lima Cargo City	4

Fuentes: [Freightos](#), [afklmpcargo.com](#)

4.2.2 Costos Logísticos Aproximados

Los costos logísticos pueden variar dependiendo del modo de transporte, tamaño/peso, servicio y disponibilidad. Una indicación para envíos marítimos sería entre 2000 y 2700 USD para un contenedor de 20 pies. Via aérea la tarifa puede ser fácilmente 2,5 a 3,5 USD por kilo hasta el terminal (DAT) o más si es entrega hasta la puerta (DAP/DDP) o vía transporte expreso.

Además hay que tomar en cuenta los costos adicionales como el costo de manejo de terminal / aerolínea, 'bunker charge', etc.

4.2.3 Principales Agencias de Transporte

Naviera	Agente / contacto	
Maersk	Maerks Peru (511) 616-0202	www.maerskline.com/es-pe
Hapag Lloyd	HAPAG-LLOYD PERU S.A.C. +51 1 411-6500	www.hapag-lloyd.com
Hamburg Süd	Cosmos (511) 714-4444 / 714-4490	www.cosmos.com.pe
Evergreen	GreenAndes Lima: (511) 616-8000 Arequipa: (51-54) 271393	www.greenandes.com.pe
Mol	Mol Peru SAC (511) 611-9403	www.molpower.com
MSC	MSC LIMA +51 1 221 7561 PER-info@msc.com	www.msc.com/per/contact-us
CCNI (Hamburg Süd)	AGUNSA	
CMA CGM	CMA CGM Peru S.A.C. +51 1 6113400	imm.genmbox@cma-cgm.com
Transporte aérea	Depósito	
KLM	Av. Elmer Faucett 2823-Ofic 404 Lima (511) 571 5270	https://www.afklmpcargo.com
Expedidores logísticos	Teléfono	Página web
GEODIS Geodis Wilson Peru	+51 1 613 5858 +51 1 619 3737	www.geodis.com
Kühne + Nagel	+51 1 612 0800	www.kn-portal.com
CEVA	+51 1 615 4505	www.cevalogistics.com/country/peru
Panalpina Transportes Mundiales	+51 1 202 6666	www.panalpina.com
Servicios de paquetes	Teléfono	Página web
DHL	+511 517 2500	http://www.dhl.com.pe
UPS	+511-264-0105	https://www.ups.com/pe/

4.3 Canales de Comercialización

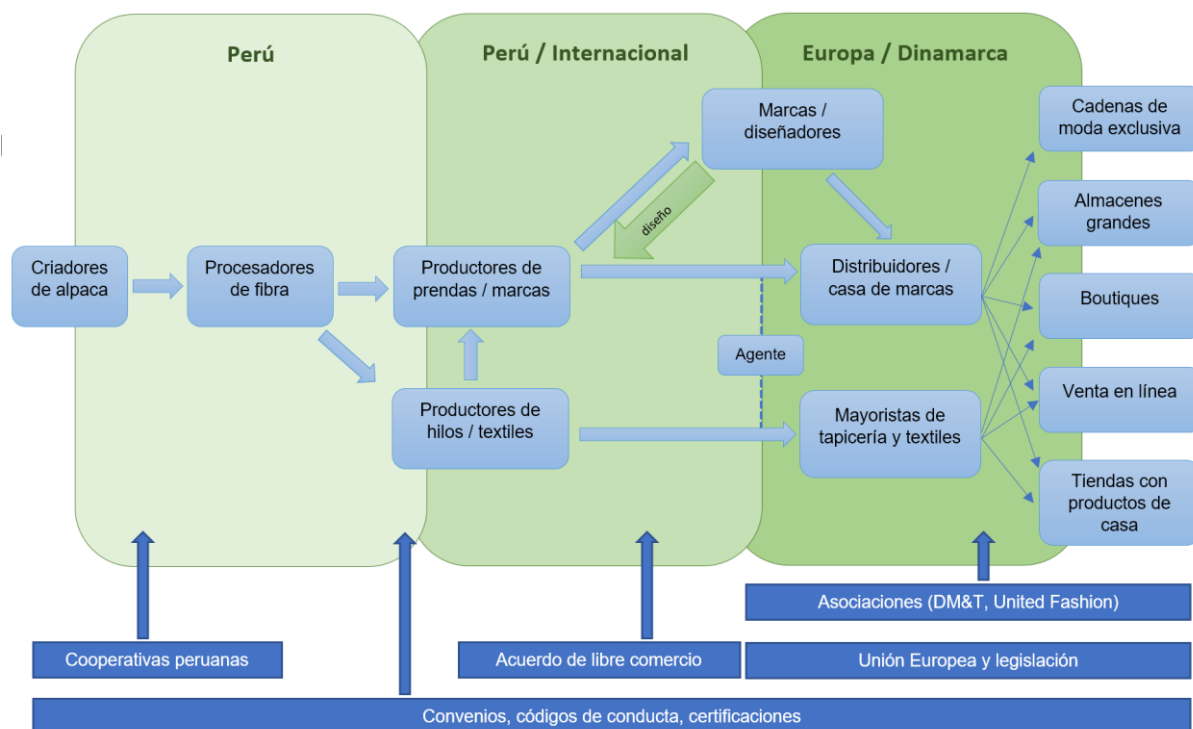


Figura por [ICI Business](#)

En la cadena de suministro se puede identificar tres estrategias para usar los canales de comercialización para productos de alpaca, enfocando la especialización, la producción o una cadena integrada.

I – ESPECIALIZACIÓN

En Dinamarca la mayor cantidad de prendas y textiles de alpaca hechos en Perú son comercializados por pequeñas empresas que se han especializado en el tejido de lana y/o la alpaca. Para ellos alpaca es (o podría ser) una importante parte del negocio. Por lo tanto es el canal más prometedor para la venta de productos terminados de alpaca. Empresas que actualmente trabajan con productores peruanos muchas veces ya tienen una relación dedicada o emocional con el país debido a actividades o viajes anteriores.

En este canal se encuentran empresas de marcas del segmento medio-alto o alto que valoran la calidad y el origen del producto. Poder contar la historia ('storytelling') que hay detrás del producto es muy importante para estas empresas. También la producción con un impacto social se considera muy positivo. Los productos se encuentran típicamente en boutiques donde hay más atención para el producto y la venta.

Aiayu	https://www.aiayu.com	Aiayu presenta una marca sostenible con una alta calidad de materiales naturales de Bolivia, India y Nepal. La marca combina el diseño danés con la tradición artesanal del origen
FuzaWool	http://fuzawool.com	Especializado en tejidos de lana con diseños daneses tradicionales y producción en Nepal.
Huttelihut	http://huttelihut.dk	Empresa de prendas de bebé de alpaca y lana, con producción de tejido a mano en Bolivia.
MyAlpaca	http://www.myalpaca.dk	Empresa pequeña que importa prendas exclusivos de alpaca para bebés de Perú.
Piece of Blue	https://pieceofblue.com	Una marca de prendas exclusivas que da mucho valor a la historia detrás del producto y las características originales como el Azul índigo.
Alpaca Huset	https://alpachuset.dk	Una tienda que vende prendas de alpaca y otras lanas exclusivas como cachemir.

Elvang Denmark	https://elvang-denmark.dk	Una empresa de textiles de hogar y accesorios de vestir, todos producidos en Perú.
Skriver collection	https://skrivercollection.dk	Empresa especializada en textiles de hogar de calidad, incluyendo una gran variedad de productos con alpaca con una parte de la producción en Perú
Serendipity Organics	https://serendipity-organics.com	Enfocado en la producción de prendas de algodón orgánico de India y de alpaca o llama, tejidas a mano en Bolivia
esencia	http://esencia.dk	La empresa 'esencia' combina las tres culturas de Bolivia, Japón y Dinamarca para crear una colección de prendas de alpaca para niños y mujeres.

II – PRODUCCIÓN

La variedad de marcas y diseñadores en Dinamarca, además del interés por los materiales naturales y de calidad, ofrece oportunidades para la lana de alpaca. Los diseñadores se distinguen por un estilo propio sin especializarse en un solo material o tejido. Las marcas más grandes ofrecen productos de materiales mezclados y China es un socio productivo principal.

Para llegar a ser parte del suministro de marcas conocidas de prendas de vestir y textiles de hogar es necesario poder producir con un alto nivel de profesionalidad y con costos competitivos. Para tener un mercado amplio es recomendable también enfocar en prendas mezcladas, por ejemplo alpaca con seda, algodón, lycra, etcétera.

Los productos en este canal de moda se venden en tiendas y almacenes grandes donde la entrega a tiempo, la uniformidad y el control de calidad son sumamente importantes. También se requiere más seguridad por las certificaciones, que se muestren buenas prácticas y una producción sostenible con buenas condiciones para los empleados.

Las empresas de moda dentro de este segmento trabajan a menudo con 4 colecciones al año y empresas de textiles de hogar dedican mucho tiempo en el desarrollo de un nuevo producto. Por ejemplo la empresa [Kvadrat](#) demora dos años desde el diseño hasta el producto final incluyendo todas las pruebas de calidad. Sin embargo hay empresas con curiosidad de la oferta peruana sobre todo para obtener un producto original y usar alpaca en su colección.

Algunas de las marcas y diseñadores conocidos incluyen:

By Malene Birger	Exitosa diseñadora danesa en el escenario internacional de la moda. Los diseños de Birger son sofisticados pero lúdicos y se venden en 40 países mundialmente.
Bruuns Bazaar	La marca fue creada por los hermanos Teis y Bjørn Bruun en 1994. Hoy la compañía es propiedad de Hanssen Brands. El estilo simple de la compañía ha ganado mucho reconocimiento internacional y fue la primera marca danesa en ingresar al calendario oficial de espectáculos en París.
Baum und Pferdgarten	Fundado en 1999 por los diseñadores daneses Rikke Baumgarten y Helle Hestehave. Hoy la compañía es propiedad de Hanssen Brands. Baum und Pferdgarten es conocido por su contraste en el diseño y vende la ropa en más de 20 países en todo el mundo y en ciudades como Copenhague, Londres, París, Nueva York y Tokio.
Mads Nørgaard	La marca Mads Nørgaard comenzó con la moda masculina, pero ahora está haciendo prendas intemporales y clásicas para hombres y mujeres. Cuenta con una tienda conceptual en Copenhague y vende su ropa a través de más de 400 distribuidores en Europa, Estados Unidos y Japón.
Day Birger et Mikkelsen's	Una marca con el glamour cotidiano y contemporáneo para hombres y mujeres, con inspiración étnica, bordado y embellecimiento. La marca tiene sus tiendas principales en Copenhague y Odense, y además se puede encontrar la marca en más de 25 países a nivel internacional.
Ganni	Ganni fue fundado en 2000 por un conocedor de arte y galerista para diseñar el tejido de punto de cachemira perfecto. Desde 2009 está bajo la propiedad y gestión de la pareja danesa Ditte Reffstrup y el CEO Nicolaj Reffstrup. GANNI está representada en más de 400 minoristas en el mundo y en 21 tiendas conceptuales en Dinamarca, Noruega y Suecia.
Designers Remix	Charlotte Eskildsen es la fundadora y directora creativa de Designers Remix y Little Remix. Designers Remix es una marca de moda danesa con sede en Copenhague. Las colecciones abarcan prendas de vestir, calzado y accesorios para mujeres. Little Remix es una marca de moda infantil con una línea directa a Designers Remix para niñas de 4 a 16 años.
Samsøe & Samsøe	Samsøe & Samsøe se define por una estética en las prendas de vestir que combinan la energía utilitaria del estilo urbano de Copenhague con un espíritu escandinavo por excelencia. Actualmente se vende la marca en más de 40 tiendas propias y en más de 500 espacios comerciales en 27 países, así como en línea.
Stine Goya	Stine Goya, ex-modelo, estableció su propia marca de moda en 2006. La marca se especializa en coloridas prendas esculturales con estampados llamativos. Un grupo seleccionado de agentes y socios representa a Stine Goya a nivel mundial, y más de 250 minoristas actualmente llevan la marca.

III – INTEGRACIÓN

El mejor beneficio se puede obtener con la integración de la cadena, donde se establece y comercializa una marca propia en Dinamarca. En una cadena más integrada desde Perú, se puede realizar ventas más directas o añadir más valor al producto como el diseño y la distribución. Como proveedor de una marca hay que conocer muy bien el mercado y los gustos del país. Para establecer una marca de un tamaño significativo se necesita una gran inversión para la presencia y marketing local. Esto no es siempre factible para empresas PYMES.

La ventaja de esta estrategia es poder llegar directamente a canales de venta como los almacenes de [Illum](#) y [Magasin](#) y plataformas en línea internacionales como [Boozt](#) (Suecia), [Zalando](#) o [dress-for-less](#) (Alemania).

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


















Estrategia para entrar Dinamarca

	ESPECIALIZACIÓN	PRODUCCIÓN	INTEGRACIÓN
empresa	Productor artesanal / profesional / de productos exclusivos	Productor con proceso industrial	Productores grandes con marca propia
producto	<ul style="list-style-type: none"> • Productos de 100% alpaca, o similar • Exclusivos de alta calidad • Marca propia o privada 	<ul style="list-style-type: none"> • Mezclas con alpaca de buena calidad • Segmento medio-alto • Marca privada 	<ul style="list-style-type: none"> • 100% alpaca o mezclas • Segmento alto y medio-alto • Marca propia
estrategia	Cooperar con empresas especializadas que suministran las tiendas independientes y boutiques especializadas	Cooperación con empresas de marca. Producir con eficiencia / por volumen.	Realizar integración hacia adelante y establecer la marca con venta más directa. Usar canales como grandes almacenes y tiendas en línea. Abrir tiendas propias (opcional).
necesidad	Poder producir volúmenes bajos, y ofrecer tejido a mano (opcional).	Flexibilidad y ofrecer una variedad de materiales, colores, estampados y mezclas. Precios competitivos.	Inversión alta en marketing y presencia local (oficina o distribuidor).
ventaja	Promocionar origen; vender la historia detrás del producto.	Amplificar el mercado en el segmento medio-alto.	Tener control de una gran parte de la cadena, maximizando el valor agregado.
desventaja	Exigencias de calidad, uniformidad.	Mucha competencia de productores en Asia.	Difícil de financiar una cadena larga: Almacenes toman productos en consignación y pagan después 2-3 meses.
ejemplos de clientes	Huttelihut, FuzaWool, Elvang	By Malene Birger; Stine Goya; Baum und Pferdgarten	Illum; Magasin; Boozt

4.4 Precios

1 USD = 6,4 DKK (2018)

	Magasin es una cadena de 6 almacenes en Dinamarca y una tienda en línea. Tiene una facturación estimada de 241 mil millones de Euros (2017) y mil empleados.		
	Chalina: Naledi 10% seda 90% lana fina 499 DKK		Mono: Joha Seda y lana Hecho en Europa 249 DKK
	Chalina: Holzweiler 92% lana 3% alpaca 3% mohair 2% poliamida Hecho en Italia 800 DKK		Cárdigan: Samsøe & Samsøe 100% lana Hecho en China 600 DKK
	Suéter hombre: Mads Norgaard 100% lana 1100 DKK		Suéter: Samsøe & Samsøe 35% poliamida 29% acrílico 23% lana 13% alpaca 600 DKK
	Suéter: NN07 36% WX 45% WW 10% PC 999 DKK		Suéter: Ganni 50% lana 50% mohair 2800 DKK
	Suéter: Magasin 100% lana de oveja Hecho en Italia 400 DKK		Suéter: Samsøe & Samsøe 32% alpaca 32% lana merino 30% poliamida 6% elastino 900 DKK
	Cárdigan: Bruuns Bazaar 58% Mohair 36% poliamida 6% lana Hecho en China 1999,95 DKK		Suéter: Samsøe & Samsøe Cashemira Hecho en China 1200 DKK
	Manta: Skriver collection 100% baby alpaca Procesado en Perú, acabado en Europa/Dinamarca 1299 DKK		Suéter: Samsøe & Samsøe 35% poliamida 29% acrílico 23% lana 13% alpaca 600 DKK
	Manta: Klippan 100% lana de oveja Hecho en Latvia 649 DKK		Suéteres: Magasin (marca privada) 100% cachemira 700 DKK (1200 DKK por 2) 100% lana de oveja 399 DKK (600 DKK por 2) 100% merino 499 DKK (800 DKK por 2)
	Manta: Klippan 100% lana 299,95 DKK		Romper de bebe: Joha Seda y lana Hecho en Europa 179 DKK

	Romper de bebe de noche: Joha Lana de merino 229 DKK		
 <p>Almacén grande para productos premium de diseño y moda, prendas de vestir, productos del hogar. El almacén existe más de 120 años y representa entre 100 y 150 marcas diferentes. Tiene una facturación estimada de 23 mil millones de Euros (2015).</p>			
	Suéter: Sand Copenhagen		Suéter: Little Remix Charlotte Eskildsen Hecho en China 43% acrílico 33% lana 22% poliamida 2% Lycra 800 DKK
	Suéter: Little Remix Charlotte Eskildsen Hecho en China 60% lana 20% alpaca 20% poliamida 850 DKK		Cárdigan: PureCashmere Cachemira 1250 DKK
	Suéter: Little Remix Charlotte Eskildsen Hecho en China 60% lana 20% alpaca 20% poliamida 850 DKK		Cárdigan: PureCashmere Cachemira 1250 DKK
<p>Tiendas en línea</p> 			
	Suéter: Stine Goya 48% Alpaca 36% Acrílico 9% Poliamida 7% Polyester https://www.butler-loftet.dk 2000 DKK		Suéter: GANNI 75% baby alpaca 25% polyester https://www.boozt.com 4799 DKK 899,50 DKK
	Cárdigan: Samsøe & Samsøe 32% alpaca 32% lana merino 30% poliamida 6% lycra https://www.boozt.com 1000 DKK		Cárdigan: Noa Noa 42% lana 36% poliamida 20% alpaca 2% lycra https://www.zalando.dk 999 DKK 749 DKK
	Manta: Elvang 35% Alpaca 35% lana de oveja 30% microfibra https://www.room21.dk 849 DKK		Funda de cojín: Elvang 50x50cm 50% alpaca 40% lana de oveja 10% microfibra https://www.room21.dk 599 DKK
	Gorro: Huttelihut 100% alpaca (borla) 80% alpaca 20% poliamida https://www.houseofkids.dk 399,95 DKK		Accesorio (bolsa): Aiayu Wear 14x25cm 100% baby llama https://stilleben.dk/ 1095 DKK

5 Análisis de la Demanda

5.1 Perfil del Consumidor

El danés promedio tiene un gusto por la lana y los materiales naturales. Además la lana es parte de una tradición larga y una fibra preferida para la ropa de invierno. Alpaca se debe posicionar en el alto segmento de las lanas y los consumidores potenciales son personas con un buen poder adquisitivo. Otras personas se conforman más fácilmente con las prendas mezcladas con porcentajes de 5 a 30% de alpaca. Ofrecer buenas mezclas con un precio atractivo puede amplificar el público objetivo.

Entre los consumidores se encuentran diferentes perfiles:

- Padres que quieren comprar el mejor producto para sus bebés. El motivo para comprar prendas de alpaca son las **características** de ser una fibra suave y natural. El mercado de bebés (y niños) puede también ser un mercado difícil por la alta rotación de la ropa debido al crecimiento del bebé.
- Mujeres mayores de edad que inviertan tiempo en su hábito de compra: tienen un buen poder adquisitivo, y aunque a veces no compran mucho, regresan a comprar por la **calidad**.
- Personas conscientes de **marcas, diseño** y materiales **sostenibles**. Consumidores de gama alta también buscan materiales exclusivos para la casa, como para textiles de hogar.

5.2 Análisis de Tendencias

Diseños tradicionales y modernos

La moda tradicional en Dinamarca se caracteriza por su simplicidad y sus colores naturales y neutrales (blanco, negro, marrón, azul). El consumidor danés todavía goza del diseño tradicional, pero los diseñadores de moda de hoy en día experimentan mucho con los colores y estampados. Parece que las nuevas generaciones han hecho espacio para un cambio de estilo con muchos colores y estampados fuertes. Y no se limita con la gente joven, porque diseñadores argumentan que también personas mayores compran estos productos. Ejemplos de diseños con colores y estampados vibrantes se puede ver actualmente con diseñadores como [Baum und Pferdgarten](#) y [Stine Goya](#).

Preferencia por la lana tejida gruesa

La lana siempre ha sido un material común en la moda danesa, y hoy en día nuevamente crece por el interés en materiales naturales. Varias empresas de moda expresaron su preferencia por prendas y textiles de lana de punto grueso; quieren sentir el peso del material. Porque la alpaca es cara, se puede esperar más mezcla de fibras para llegar a un peso superior.

Autenticidad y experiencia del consumidor

La experiencia del consumidor es clave en la comercialización de productos exclusivos. Cada vez hay más consumidores que dan la preferencia a un producto sostenible y responsable. Además toman en serio los criterios de calidad, autenticidad, salud y artesanía. La narración ('storytelling') y la transparencia son buenas formas para promocionar estos criterios e involucrar al consumidor. Hay una tendencia de regresar a la esencia del producto, no solo en la moda pero también en el diseño interior. Alpaca, siendo un producto natural de Perú, encaja bien en el creciente interés en productos y materiales auténticos.

La sostenibilidad se pone en claro con marcas como [Designer Remix](#) que ofrece productos reciclados ("recycled denim") y de segunda mano ("preloved") como parte de su compromiso a la moda circular. Las empresas como Libertine Libertine y Mansted tratan de disminuir los materiales sintéticos, y la narración es algo que se busca específicamente dentro de las

empresas familiares de Huttelihut y Piece of Blue. Pero también a empresas grandes como Kvadrat les llama la atención el reciclaje de materiales y el apoyo a productores pequeños.

Transformación de la venta física y las tiendas independientes

Las tiendas y boutiques independientes son un canal importante para marcas pequeñas y emergentes, así también para productos exclusivos de alpaca. Esas mismas tiendas sufren de mucha presión de las tendencias como la moda rápida, ofreciendo cada 2 o 3 meses una nueva colección, y los almacenes que ofrecen promociones continuas. Además la moda en línea crece y tiene una [cuota de mercado](#) en Dinamarca de USD 1,57 mil millones (2017) con una perspectiva de crecer a USD 2,3 mil millones para el año 2021. A pesar de eso, la venta física mantiene su importancia y contribuye a la experiencia del consumidor y la conexión emocional con la marca. La alpaca aun no es tan conocida como por ejemplo el cachemir, y por lo tanto las tiendas físicas e independientes tienen un papel importante para promover y mostrar el producto al consumidor danés.

5.3 Percepción del Producto Peruano

No todos los consumidores conocen a la fibra de alpaca y también para empresas de moda y textiles es relativamente nueva y no siempre tienen amplia experiencia en el uso. Los que conocen alpaca saben valorarlo por la calidad, pero al mismo tiempo argumentan que es una fibra bastante cara para poder usar a gran escala.

Algunas empresas ya usan alpaca en sus productos como por ejemplo Samsøe & Samsøe, Little Remix, GANNI, Noa Noa, Stine Goya y Kvadrat. Las empresas que tienen experiencia con la producción en Perú son pocas, entre ellas se encuentran por ejemplo Baum und Pferdgarten (una sola compra), Elvang, MyAlpaca y Silkeborg Uldspinderi.

Las empresas que tienen una cadena bien organizada, como por ejemplo la empresa Silkeborg que cuenta con una sucursal aliada en Perú, son las más satisfechas con la calidad y las entregas. Pero en Perú demora organizar una buena estructura de suministro.

Percepción del producto peruano	
	Positivo
Calidad	La calidad de alpaca es superior
Características	Material natural, producto autentico y sostenible
	Negativo
Precio	El precio de alpaca es alto y compradores actualmente se preocupan por el precio del hilo de alpaca que está subiendo mucho. La demanda mundial excede la oferta y sobre todo en China donde se compra mucha fibra de alpaca de Perú. El problema es la venta al consumidor porque el producto final llega a ser cada vez más caro.
Disponibilidad	El suministro de la materia prima muchas veces es problemático, parcialmente por la demanda excesiva pero también porque en Perú hay una dependencia de muy pocas empresas que producen los hilos de alpaca. A veces hay que esperar mucho tiempo para la materia prima y eso puede tener grandes consecuencias para el tiempo de entrega ('lead time'), lo que es importante en la moda. Además hay un sentimiento de que las empresas de hilos dan preferencia a sus clientes más grandes en p.ej. los EEUU y China.
Desconocimiento del mercado	Para empresas danesas es difícil encontrar empresas peruanas que cumpla con el perfil adecuado o las características específicas. A muchas empresas danesas les falta conocimiento de Perú, pero también hace falta un mercado transparente donde se puede buscar fácilmente proveedores. Por ejemplo en tejidos planos es difícil encontrar varios productores.
Nivel de organización	Es mucho trabajo organizar una buena estructura de suministro. Demora varios años para organizar una buena cadena de suministro y un buen nivel de calidad.
Eficiencia	La entrega de los productos toma mucho tiempo (3-6 meses, o más). Esto obliga a las empresas danesas a mantener stock (un búfer) y, como resultado, son menos competitivas. Con una cadena más eficiente se podría ahorrar mucho.
Burocracia	Envíos y aduanas son complicados; burocráticos y lentos. Además los proveedores como persona natural (empresas micras) no pueden conseguir un número de registro para hacer los documentos y envíos.
Costos	Enviar materiales a Perú, como las etiquetas para las prendas, es muy costoso

Fuente: [ICI Business](#) en base de entrevistas y retroalimentación de empresas danesas

6 Requisitos de Acceso al Mercado

6.1 Medidas Arancelarias

Perú y la Unión Europea con todos los estados miembros, incluyendo Dinamarca, tienen un acuerdo comercial. Eso significa que las prendas y textiles son parte de libre comercio.

ACUERDO COMERCIAL entre la Unión Europea y sus Estados miembros, por una parte, y Colombia y Perú, por la otra parte:
Enlace: http://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/PDF/?uri=uriserv:OJ.L_.2012.354.01.0003.01.ENG
REGLAMENTO DE EJECUCIÓN (UE) No 404/2013 DE LA COMISIÓN de 2 de mayo de 2013 relativo a las excepciones a las reglas de origen establecidas en el anexo II del Acuerdo comercial entre la Unión Europea y sus Estados miembros, por una parte, y Colombia y el Perú, por otra, que se aplican dentro de contingentes de determinados productos procedentes del Perú.
Enlace: http://eur-lex.europa.eu/legal-content/ES/TXT/PDF/?uri=CELEX:32013R0404&from=EN

Gracias al acuerdo comercial entre Perú y la Unión Europea, las prendas y los textiles están exonerados de pagar aranceles de importación. Muchos otros países aliados, países Europeos y países en desarrollo también disfrutaban de un comercio libre. Solo China no está incluido en ningún acuerdo y paga generalmente 12% de impuesto de importación.

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

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









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

6.2 Regulaciones

Requisitos legales

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

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

Seguridad de producto	DIRECTIVA 2001/95/CE	Relativa a la seguridad general de los productos
Químicos	REGLAMENTO (UE) No 1907/2006	relativo al registro, la evaluación, la autorización y la restricción de las sustancias y preparados químicos (REACH)
	REGLAMENTO (EU) No 528/2012	Anexo XVII: Las principales sustancias químicas o mezclas no permitidas en productos de textil o cuero
	REGLAMENTO (EC) No 850/2004	Productos biocidas (Annex V)
Etiqueta y composición*	REGLAMENTO (UE) No 1007/2011	Contaminantes orgánicos persistentes (ver Annex I)
		relativo a las denominaciones de las fibras textiles y al etiquetado y marcado de la composición en fibras de los productos textiles, por ejemplo: <ul style="list-style-type: none"> La composición de la fibra La presencia de partes no textiles de origen animal
	 WIPALA PERU 100% baby alpaca HECHO EN PERÚ - MADE IN PERU	 Lavar a mano a 30°C Hand Wash at 30°C
	 No usar lejía No bleach	 No torcer al exprimir Do not twist
	 No secar a máquina Do not tumble dry	 Secar en plano Dry flat
	 Plancha baja temperatura Iron low heat	 Lavado en seco ciclo corto Dry clean short cycle
	Para los productos de alpaca en específico, la composición y el origen del producto son los más importantes.	
El comercio de fauna y flora silvestres (CITES)	REGLAMENTO (CE) No 338/97	relativo a la protección de especies de la fauna y flora silvestres mediante el control de su comercio
Propiedad intelectual	DIRECTIVA 2004/48/CE	relativa al respeto de los derechos de propiedad intelectual, por ejemplo: <ul style="list-style-type: none"> Protección de marca Protección de diseño industrial

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

Fuente: [EU Trade Helpdesk](#)

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

- El país exportador debe estar en una lista de países autorizados a exportar la categoría de productos en cuestión a la UE (Perú está en esa lista).
- Los productos de origen animal pueden importarse en la UE solo si provienen de establecimientos de procesamiento aprobados en el país exportador.
- Todas las importaciones de animales y productos de origen animal deben ir acompañadas de un certificado sanitario firmado por un veterinario oficial de la autoridad competente del país de exportación.
- Envíos de productos animales están sujetos a controles de salud en el puesto de inspección fronterizo (BIP) en el país de llegada de la UE.

6.3 Otras Regulaciones (Etiquetado / Orgánicos / GMO/ / Envases y Embalajes)

Requisitos adicionales

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

Una vez que se utiliza alpaca en las cadenas de suministro más grandes, la transparencia y el cumplimiento con estándares sociales y sostenibles se vuelven más importantes. Se puede pensar por ejemplo en [BSCI](#), GOTS o Fair Trade.

Normas peruanas

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

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

Fuente: [Agrobanco](#)

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

6.4 Certificaciones

Las empresas danesas de moda y textiles se encuentran entre los líderes mundiales en cuanto a la mejora del entorno de trabajo, la introducción de la gestión ambiental, la economía de los recursos naturales y las tecnologías más limpias. También fueron uno de los primeros en usar etiquetas ecológicas en sus productos.

Iniciativa: 2020 Circular Fashion Commitment

En la Copenhagen Fashion Summit 2017 se presentó el [2020 Circular Fashion System Commitment](#), un compromiso hacia la circularidad de la moda, lo que fue firmado por 94 empresas hasta mayo 2018 (12,5% de la moda mundial). Entre las empresas que firmaron se encuentra Mads Nørgaard, Designers Remix, Bestseller, [aiayu](#) (alpaca).

La iniciativa incluye objetivos en la transición de la industria a un sistema circular de moda:

- Implementación de estrategias de diseño para la idoneidad del material para el reciclaje
- Aumentar el volumen de prendas usadas y calzado recolectado
- Aumentar el volumen de prendas usadas y calzado revendido
- Aumentar la participación de prendas de vestir y calzado fabricadas con fibras textiles recicladas.

Aplicación de estándares para productos de alpaca

La exigencia de estándares y etiquetas para productos de alpaca de Perú todavía no está muy estricto porque es un producto nicho y muchas veces un producto de pequeñas tiendas especializadas. A la vez que se producen o mezclan en mayor escala para canales de venta mayores, el cumplimiento con estándares internacionales llega a ser más importante.

Ejemplos de estándares que se usa en la selección de productores son BSCI, ISO9001, Oeko-tex y GOTS. Compradores grandes en la moda muchas veces lo exigen. Muchas empresas valoran que los productos son parte de un comercio justo y que tiene un impacto positivo social sostenido por un nivel de transparencia, pero la cantidad de productos certificados de comercio justo es mínima.

Marcas y etiquetas para prendas y textiles

	<p>La etiqueta peruana 'Alpaca Origin Mark' de la Asociación Internacional de Alpaca (AIA) no es muy común en Dinamarca, pero sería interesante promocionar como etiqueta de calidad como el Woolmark.</p>
	<p>Ecolabel (y Nordic Swan Ecolabel)</p> <p>Una etiqueta de la UE que establece los requisitos medioambientales y sociales para la producción de fibras de prendas de vestir, el procesamiento en telas y la costura de las prendas en los talleres de costura.</p> <p>En los países nórdicos también se usa Nordic Swan Ecolabel. La etiqueta nórdica está especialmente bien posicionada dentro de servicios, imprentas, cosméticos, etc. La etiqueta ecológica de la UE tiene una posición sólida entre los productos de categorías como los textiles, la pintura, los productos de papel, etc.</p> <ul style="list-style-type: none"> • https://www.ecolabel.dk/en/about/ecolabels-in-figures • http://norden.diva-portal.org/smash/get/diva2:715474/FULLTEXT01.pdf <p>Regulaciones:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Decisión de la Comisión 2014/350/EU - se establecen los criterios ecológicos para la concesión de la etiqueta ecológica de la UE a los productos textiles • Regulación (EC) No 66/2010 - relativo a la etiqueta ecológica de la UE
	<p>Global Organic Textile Standard (GOTS)</p> <p>Marca de calidad internacional para la ropa que consiste de materiales producidos orgánicamente con al menos un 70% (<i>Made with organic</i>) o 95% (<i>Organic</i>)</p>
	<p>Organic 100 Content Standard</p> <p>Marca de calidad para textiles que consiste en su totalidad en materiales biológicos. Esto puede ser algodón, cáñamo, lino, lana u otras fibras naturales. No existen requisitos ambientales para el procesamiento de la fibra en la ropa y no existen requisitos para las condiciones de trabajo.</p> <p>Organic Blended Content Standard</p> <p>Marca de calidad para prendas u otros productos no alimenticios que contienen al menos 5% de fibras orgánicas (el porcentaje se indica en la etiqueta). Muchas marcas importantes usan esta marca de calidad.</p>
	<p>Ökotex Standard 100</p> <p>Etiqueta sanitaria para textiles, con requisitos estrictos para los restos de metales pesados, tintes y pesticidas nocivos. Los estándares más estrictos son para textiles para bebés.</p>
	<p>Fairtrade (estándar de producción de textiles)</p> <p>Marca de comercio justo que asegura condiciones de trabajo sanas y seguras, un salario mínimo y el derecho a organizarse en sindicatos desde el procesamiento de la cosecha (no el cultivo) hasta la tienda. Además, se establecen los requisitos ambientales.</p> <p>La ropa debe estar hecha de algodón Fairtrade. En el caso de textiles mixtos, debe contener al menos 50% de algodón (Fairtrade) y las otras fibras deben ser orgánicas certificadas.</p>

Otras iniciativas, estándares y alianzas

	<p>ISO 9001:2015 ISO 9001: 2015 es un estándar de gestión de calidad. Asegura que se brinden productos y servicios consistentes y de calidad. Si cumple con la norma ISO 9001: 2015 puede convertirse en una certificación.</p>
	<p>Ethical Trade Initiative Una alianza de empresas, sindicatos y ONG que promueven el respeto hacia los derechos de los trabajadores en todo el mundo. Todos los miembros corporativos acuerdan adoptar la práctica del Código Base de Trabajo de ETI, que se basa en los estándares de la Organización Internacional del Trabajo (OIT).</p>
	<p>DIEH La Iniciativa danesa para comercio ético (DIEH) es una iniciativa de múltiples partes interesadas, centros de recursos y organizaciones miembros. Entre ellos están por ejemplo By Malene Birger, DK Company, Magasin du Nord, Danish Fashion Institute, Dansk Fashion and Textile</p>
	<p>Amfori ofrece una asociación empresarial global para el comercio abierto y sostenible. The Business Social Compliance Initiative (BSCI): Sistema de gestión de la cadena de suministro que ayuda a las empresas a impulsar el cumplimiento social y las mejoras en las fábricas y granjas en sus cadenas de suministro globales. BSCI proporciona a las empresas una metodología e informe de auditoría social. The Business Environmental Performance Initiative (BEPI): Servicio empresarial que proporciona una metodología específica basada en el “Global Social Compliance Program” (GSCP) para minoristas, importadores y marcas comprometidas con la mejora del rendimiento medioambiental en fábricas y granjas en todo el mundo.</p>
	<p>The Sustainable Apparel Coalition (SAC) Una alianza en la producción sostenible de la industria textil y del calzado, que ha desarrollado el índice de Higg, un conjunto de herramientas estandarizadas de medición de la cadena de suministro para todos los participantes de la industria. Las empresas danesas Bestseller & IC Group son parte de esta iniciativa.</p>
	<p>Zero Discharge of Hazardous Chemicals (ZDHC) La Fundación ZDHC supervisa la implementación del Programa Zero Discharge of Hazardous Chemicals (ZDHC) en la cuestión de los productos químicos peligrosos en la cadena de valor mundial del textil, del cuero y del calzado. El Programa incluye una colaboración de 23 marcas firmadas, 38 afiliados de la cadena de valor y 14 asociados.</p>
	<p>Fur Free Alliance (FFA) Una coalición internacional de 40 organizaciones de protección animal con un programa “Fur Free Retailer”, un esfuerzo internacional para brindar a los consumidores información precisa sobre la política de pieles de un minorista.</p>
	<p>Sedex Una organización de membresía sin fines de lucro para evaluar y administrar su desempeño en torno a los derechos laborales, la salud y la seguridad, el medio ambiente y la ética empresarial. Su auditoría SMETA (Sedex Members Ethical Trade Audit) es uno de los formatos de auditoría ética más utilizados en el mundo.</p>
	<p>SA8000 El estándar SA8000 es un estándar de certificación social para fábricas y organizaciones en todo el mundo. SA8000 mide el desempeño social en ocho áreas importantes para la responsabilidad social en los lugares de trabajo.</p>

Para más información acerca de etiquetas sostenibles o marcas de calidad adicionales, ver: [Standards Map](#)

7 Actividades de Promoción

7.1 Ferias

<p>Copenhagen International Fashion Fair (CIFF) http://www.ciff.dk</p>	<p>La Feria Internacional de la Moda de Copenhague (CIFF) es una feria bianual y es la plataforma de venta de moda. Casi 2000 marcas en más de 60,000 metros cuadrados de espacio de exhibición. La plataforma abarca CIFF, CIFF KIDS, CIFF Showrooms. * Según DM&T la feria no es el evento idóneo para empresas peruanas. CIFF hoy en día para muchas marcas danesas es conveniente por la eficiencia, para mantener las relaciones y ver todos los clientes de una vez. Ya no es tanto una feria para nuevos negocios.</p>
<p>Revolver https://revolver.dk</p>	<p>Revolver es una feria comercial que presenta las marcas de moda de diseño escandinavo contemporáneas más progresistas combinadas con marcas de calidad afín del resto del mundo.</p>
<p>Copenhagen Fashion Week (CFW) http://copenhagenfashionweek.com</p>	<p>La Semana de la Moda en Copenhague (CFW) es la más grande de la región nórdica y tiene lugar dos veces al año en enero y agosto. CFW atrae a miles de visitantes que visitan las otras dos ferias CIFF y Revolver. Junto a una plataforma de servicio y comunicación se presenta un programa abierto repleto de espectáculos, eventos, exposiciones y charlas.</p>

7.2 Exhibiciones (permanentes, degustaciones)

<p>CIFF Showrooms http://www.ciff.dk/shows/ciff-showrooms/</p>	<p>Casi 20,000 m2 de espacio para exposición que alberga a más de 500 marcas de manera permanente</p>
<p>Copenhagen Fashion Summit https://copenhagenfashionsummit.com/</p>	<p>Copenhagen Fashion Summit es un evento empresarial sobre sostenibilidad en la moda y con una agenda sobre los problemas ambientales, sociales y éticos más críticos. El evento cuenta con más de 75 presentadores y 1300 participantes de 50 países</p>

7.3 Publicaciones Especializadas

<p>Dansk Mode & Textil https://www.dmoqt.dk</p>	<p>Publican una revista gremial con 6000 usuarios</p>			
<p>Tøj https://branchebladettoj.dk</p>	<p>Publican una revista gremial con 1000 usuarios</p>			
<p>Bloggers de Moda</p>	<p>Los bloggers de moda forman un canal de comunicación muy influyente. Una selección de bloggers de moda:</p> <table border="0" data-bbox="592 1460 1406 1778"> <tr> <td data-bbox="592 1460 1007 1778"> <ul style="list-style-type: none"> • Marie Jedig • Nemesis babe • The Mo Look (Stine Mo) • Emilie Delance • Rose Maria • rockpaperdresses • Søren Jepsen • Trine Kjær • Fiona Jane • Maria's Kragman • Fredesblog </td> <td data-bbox="1007 1460 1406 1778"> <ul style="list-style-type: none"> • Isabella Thordsen • Look De Pernille • Blame It On Fashion • Anine's World • Mike Afsharian • Isabella Thordsen • Couture Kulden • Tina Maria • Simone Moelle • Natulia • Ilirida Krasniqi </td> </tr> </table>		<ul style="list-style-type: none"> • Marie Jedig • Nemesis babe • The Mo Look (Stine Mo) • Emilie Delance • Rose Maria • rockpaperdresses • Søren Jepsen • Trine Kjær • Fiona Jane • Maria's Kragman • Fredesblog 	<ul style="list-style-type: none"> • Isabella Thordsen • Look De Pernille • Blame It On Fashion • Anine's World • Mike Afsharian • Isabella Thordsen • Couture Kulden • Tina Maria • Simone Moelle • Natulia • Ilirida Krasniqi
<ul style="list-style-type: none"> • Marie Jedig • Nemesis babe • The Mo Look (Stine Mo) • Emilie Delance • Rose Maria • rockpaperdresses • Søren Jepsen • Trine Kjær • Fiona Jane • Maria's Kragman • Fredesblog 	<ul style="list-style-type: none"> • Isabella Thordsen • Look De Pernille • Blame It On Fashion • Anine's World • Mike Afsharian • Isabella Thordsen • Couture Kulden • Tina Maria • Simone Moelle • Natulia • Ilirida Krasniqi 			

8 Contacto de Interés

8.1 Institucionales

Dansk Mode & Textil https://www.dmoqt.dk	Dansk Mode & Textil es la asociación gremial que representa 375 empresas
Global Fashion Agenda http://www.globalfashionagenda.com	Iniciativa y foro líder en la sostenibilidad de la moda

8.2 Comerciales

Design Denmark http://www.designdenmark.dk/	Design Denmark es una alianza de diseñadores, pensadores de diseño y compañías de diseño que trabajan para promover el diseño en los negocios y la sociedad.
---	--

9 Conclusiones y Recomendaciones

Dinamarca es un pequeño mercado en el norte de Europa, pero con una reputación significativa en la moda que puede ofrecer oportunidades para prendas y textiles de alpaca por diferentes motivos. Primero la lana en general siempre ha sido un material popular y el interés en las fibras naturales está creciendo. Segundo, una gran parte de la moda danesa está en las manos de marcas medianas y diseñadores independientes, lo que tiene como ventaja que es un mercado muy variado y con varias empresas con una actitud positiva hacia la alpaca.

La oferta se define por las prendas y textiles mezcladas con alpaca y empresas que tienen alpaca como uno de sus materiales principales. Las empresas especializadas en las prendas de alpaca y enfocadas en la autenticidad del producto, generalmente tienen más negocio directo con el origen en Perú. Desafortunadamente una mayor cantidad de productos, especialmente los productos mezclados con otras fibras, se producen en China u otros países fuera de Perú.

Las dificultades para comercializar productos finales de alpaca (directo) de Perú son la competitividad y la falta de tener una reputación productiva en Dinamarca. Es necesario ofrecer un servicio o producto diferenciado o sino comparable con los costos de países productivos como China. Para poder entrar al mercado danés también es importante encontrar el socio o comprador correcto según el perfil requerido y poder cumplir con los altos estándares de calidad, sostenibilidad y confiabilidad (e.g. tiempos de entrega). A nivel del sector existen desafíos de aumentar la consciencia de la alpaca con el consumidor.

FODA de productos de alpaca de Perú

Fortalezas	Debilidades
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Alta calidad de la fibra de alpaca ▪ Buenas características: natural, suave, hipo alérgico ▪ Acuerdo de libre comercio ▪ Más sostenible que cachemir 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ La fibra de alpaca depende de sólo pocos cooperativos ▪ Falta de transparencia ▪ Largos plazos de entrega ▪ Precios de materia prima están subiendo mucho ▪ Falta de reputación como productos de prendas y textiles ▪ Falta de una (estrategia de) promoción de alpaca ▪ No dar prioridad a los compradores daneses (principalmente enfocado en clientes grandes en los EEUU, China, Italia)
Oportunidades	Amenazas
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Preferencia creciente por las fibras naturales ▪ Espacio para crecer el uso de alpaca en productos de materiales mezclados; llegando a un grupo objetivo más grande ▪ Espacio para crecer creando conciencia por el uso de alpaca ▪ Tendencia de cadenas productivas más transparentes, justas y sostenibles (no solo enfoque en precio) 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Competencia productiva en Asia y Europa ▪ Falta de conocimiento del consumidor danés de la alpaca ▪ Alpaca de Perú (todavía) no es apta para la moda rápida

Estrategia de producto

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

	A=> Marca propia	B=> Marca privada
1=> Mezclas con alpaca	PRECIO MARKETING	PRECIO PRODUCCIÓN
2=> Alpaca pura	CALIDAD MARKETING	CALIDAD PRODUCCIÓN

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

Recomendaciones para el sector:

⇒ Incrementar la producción

La oferta de la fibra es limitada y estorba tener un flujo constante de materia prima. Por lo tanto es necesario incrementar la producción de alpaca y diversificar a las empresas productivas de materia prima de alpaca (fibra e hilos).

⇒ Mejorar la cadena productiva e infraestructura

Además de aumentar la producción, optimizar los servicios públicos (p.ej. aduanas) y capacitar a los productores que tienen poca experiencia al nivel internacional en los temas como planificación, comunicación y gestión de procesos, con el objetivo de tener una cadena de suministro eficiente y de calidad.

⇒ Invertir en promoción

Todavía no existe mucha experiencia con los beneficios de la lana de alpaca. Una inversión en la mercadotecnia y la promoción con el objetivo de aumentar el conocimiento y la consciencia de alpaca con empresas compradores y consumidores podría ser una influencia positiva para la demanda. Lo que también puede apoyar en la demanda es un mejor uso de la marca peruana de alpaca y las etiquetas de calidad.

⇒ Facilitar los contactos comerciales

Las empresas danesas no siempre conocen bien a la oferta de Perú y además tienen dificultad para seleccionar empresas o socios según sus especificaciones. Es importante facilitar el contacto entre proveedores peruanos y empresas demandantes de Dinamarca. La conexión entre empresas debería realizarse en base de un buen conocimiento de los perfiles y necesidades del proveedor y comprador.

⇒ Video-blogueros

Los blogueros y video-blogueros tienen mucha influencia en la moda en Dinamarca y serían un excelente modo para promocionar alpaca como material. En vez de publicar artículos en revistas podría ser más beneficioso y efectivo tener una campaña de comunicación a través de un bloguero con muchos seguidores.

⇒ Cooperación Dansk Mode & Textil

Cooperación con Dansk Mode & Textil es una opción interesante. La asociación está dispuesta a apoyar en proyectos con publicaciones y comunicaciones. Su limitación es que no pueden proveer nombres de compradores individuales. En el pasado han cooperado con iniciativas como en la promoción de Perú Moda 2012.

Recomendaciones para empresas:

⇒ Diferenciarse o ser competitivo

Para poder competir a nivel mundial (p.ej. con productores en China) hay que ser competitivo en costos de producción con alto nivel de profesionalismo, o diferenciarse de alguna manera. Las oportunidades de diferenciación se pueden encontrar en la producción especializada (no industrial) como productos de pura alpaca, orgánicos y tejidos a mano, o por ejemplo en una buena historia social (de pequeños productores) o la tradición cultural de tejidos.

⇒ Ofrecer una gama amplia

Para ser un proveedor atractivo es necesario ofrecer una gama amplia de tejidos, colores, mezclas y productos originales. Las empresas en Dinamarca específicamente buscan materiales y procesos naturales, como por ejemplo tintes naturales sin químicos.

⇒ Familiarizarse con las expectativas de compradores daneses

La mayoría de las empresas danesas todavía no conoce a Perú como productor de prendas y textiles. Si una empresa peruana no puede cumplir con las expectativas o deja una mala impresión, es muy probable que un comprador o diseñador cambie su enfoque del Perú a otros países productivos ya conocidos. Por eso es muy importante tener en cuenta que muchas marcas danesas están acostumbradas de una producción industrial con una buena planificación y comunicación durante todo el proceso. Una comunicación eficiente en Inglés y cumplir con los acuerdos comerciales y tiempos de entrega son características básicas. La cultura de negocios en Dinamarca es honesta y directa, y por lo tanto esperan franqueza acerca de las posibilidades y las limitaciones de la producción.

⇒ Implementar sistemas de calidad y estándares

Sistemas de calidad como ISO y Oeko-tex y estándares para el cumplimiento social (BSCI) ayuda a dar confianza al comprador danés. Algunos piden ciertos estándares como un mínimo para empezar un negocio, y para otros es una gran ventaja porque les garantiza que están comprando un producto responsable y de calidad.

⇒ Mostrar una producción sostenible y responsable

Las empresas en Dinamarca son muy exigentes e involucradas con el cumplimiento de buenas prácticas, las circunstancias del trabajo, el medioambiente y el cuidado de los animales. Las empresas en los canales principales tienen códigos de conducta y estándares implementados, pero también compradores menores se preocupan por los mismos temas y transmiten la historia de su producto. Por lo tanto es clave tener una producción transparente y mostrar que la empresa toma en serio estos temas.

⇒ Definir una estrategia

El mercado de productos de alpaca tiene diferentes niveles y tipos de clientes. Para lograr el mejor éxito es recomendable definir una estrategia de mercado y el perfil del comprador que combine bien con las fortalezas y la oferta como proveedor peruano. Lo que se debe considerar es por ejemplo el nivel de integración en la cadena y el nivel de producción (industrial/artesanal). A veces un canal de venta pequeña y especializada puede rendir mejor que una marca famosa que exige mucho y deja márgenes menores.

10 Perfil de Compradores

Ver adjuntos