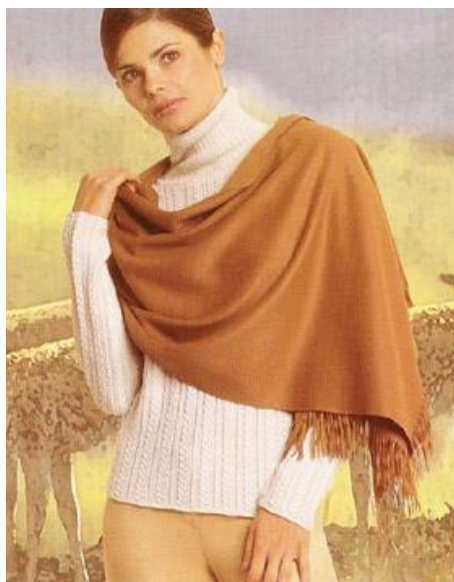


PERFIL DE MERCADO

FIBRA DE VICUÑA



Abril 2010

Índice

Sumario

1. Introducción	1
1.1. Descripción del producto	1
1.2. Partidas arancelarias	1
1.3. Metodología	2
2. Principales destinos de las exportaciones bolivianas	3
3. Principales mercados importadores en el mundo	5
4. Principales Competidores	8
5. Tendencias en el mercado	11
5.1. Tendencias en el consumidor y comportamiento	11
5.2. Tendencias en la industria y el comportamiento	12
5.3. Tendencias en la distribución y la estructura de comercio	14
5.4. Tendencias en los segmentos	17
5.5. Desarrollo de los precios	18
6. Tendencias en el producto	1
6.1. Tendencias en el desarrollo de los productos e innovación	1
6.2. Tendencias en las especificaciones de producto	2
6.3. Tendencias en el procesamiento, acabado de productos, embalado, tamaño, material y etiquetado	2
7. Puntos críticos de acceso a mercados	6
7.1. Antecedentes	6
7.2. Legislación nacional	6
7.3. Requisitos Generales de Exportación	7
7.4. Requisitos específicos de exportación	7
7.5. Aranceles	8
8. Oportunidades	10
9. Ferias y sitios de comercio virtual	12
9.1. Ferias Comerciales	12
9.2. Sitios de comercio virtual	12
10. Cómo podemos ayudarlo	13
Fuentes de información	14
Fuentes fotográficas	14

Sumario

Sabía usted que...

Bolivia es el segundo país (después de Perú) en tener la mayor cantidad de vicuñas en el mundo.

Descubra por qué es tan importante la fibra de vicuña en el mundo

La vicuña es el camélido silvestre más pequeño, fino y escaso. Su fibra natural es apreciada en el mercado mundial por sus magníficas cualidades y porque forma parte del grupo de fibras especiales raras y de escasa producción en el mundo. El aprovechamiento y manejo sostenible de esta fibra consiste en la esquila del animal vivo, evitando de esta manera su extinción. Se puede considerar a esta fibra como un recurso con potencial económico ya que es un bien escaso y altamente demandado por la industria textil de los países que tienen tradición en la elaboración de prendas con fibras finas.

Conozca dónde habita la vicuña

La vicuña (*Vicugna vicugna*) es el miembro más pequeño de la familia de los camélidos (Camelidae) que aún se conserva. Habita entre los 3.000 y los 4.600 metros sobre el nivel del mar, en las altas mesetas andinas del Centro y Sur del Perú, la zona occidental de Bolivia, el Norte de Chile y el Noroeste de Argentina. Allí, su hábitat es la puna, una estepa elevada de hierbas bajas, semidesértica y sin árboles, ubicada por encima de las zonas cultivadas.

Conozca cuáles son los principales mercados de Bolivia

Más de la mitad (52%) de las exportaciones de fibra de vicuña, fueron destinadas a Argentina, seguido por Italia y Alemania (ambos con 24%).

Conozca a quiénes está dirigida la fibra de Vicuña

Los productos derivados de la fibra de vicuña están dirigidos a un segmento de estatus alto, con un gran poder adquisitivo, ya que las prendas confeccionadas a partir de la fibra de vicuña son de alta calidad y en su mayoría procesadas en países como Italia, conocidos por confeccionar prendas caras y de marca.

Cómo podemos ayudarlo

En el IBCE elaboramos distintos informes de mercado como ser perfiles de mercado e informes del mercado potencial para un producto en un determinado país. Si usted desea solicitar información sobre los costos de estos estudios personalizados, favor tomar contacto con:

Persona de contacto: Sr. Miguel Ángel Hernández Q.

Cargo: Gerente de Promoción

E-mail: gpromocion@ibce.org.bo

Teléfono: (591-3) 3362230

Fax: (591-3) 3324241

Dirección: Av. Las Américas N° 7 (Torre Empresarial CAINCO, Piso 13)

1. Introducción

Bolivia al ser un país diverso, rico en flora y fauna, se ha caracterizado por tener uno de los animales más deseados de todo el mundo. Este animal silvestre conocido como la vicuña es de particular interés por su fibra, utilizado como materia prima para la producción de tejidos que son reconocidos por su calidad no solo a nivel nacional, si no (especialmente) a nivel internacional, y por lo que son bastante demandados, llegando a pagar precios mayores a los USD700 por kilogramo de fibra.

La vicuña (al igual que el guanaco) es la única especie de ungulado silvestre que puede ser "cosechada", es decir, que es posible mediante la esquila, obtener la fibra sin necesidad de matar al animal. A su vez sus características de pastoreadora de bajo impacto, de resistencia a condiciones climáticas extremas y pasturas pobres y su cualidad de animal silvestre (y por lo tanto sin costo de manutención en términos sanitarios y alimenticios) la convierte en un excelente recurso para las poblaciones marginales andinas.

1.1. Descripción del producto

La vicuña (*Vicugna vicugna*) -del quechua wik'uña- es el miembro más pequeño de la familia de los camélidos (Camelidae) que aún se conserva. Habita entre los 3.000 y los 4.600 metros sobre el nivel del mar, en las altas mesetas andinas del Centro y Sur del Perú, la zona Occidental de Bolivia, el Norte de Chile y el Noroeste de Argentina. Allí, su hábitat es la puna, una estepa elevada de hierbas bajas, semidesértica y sin árboles, ubicada por encima de las zonas cultivadas.

La vicuña esta bien adaptada a la vida en este árido ambiente. Posee una formidable lana, valorada y trabajada por el hombre desde épocas precolombinas. Esta lana la protege del frío y de los vientos extremos de la puna y le sirve de cojín al descansar directamente sobre el suelo. A diferencia de los camellos, la vicuña tiene patas mas hendidas, que le permiten caminar y correr más hábilmente en las pendientes rocosas y riscos típicos de la puna (Koford, 1957).

La vicuña es el camélido silvestre más pequeño, fino y escaso. Su fibra natural es apreciada en el mercado mundial por sus magníficas cualidades y porque forma parte del grupo de fibras especiales raras y de escasa producción en el mundo. El aprovechamiento y manejo sostenible de esta fibra consiste en la esquila del animal vivo, evitando de esta manera su extinción. Se puede considerar a esta fibra como un recurso con potencial económico ya que es un bien escaso y altamente demandado por la industria textil de los países que tienen tradición en la elaboración de prendas con fibras finas.

La vicuña es uno de los cuatro representantes de la familia del camello que se encuentran en Sudamérica. Los otros tres son: el guanaco (*Lama guanicoe*), la llama (*Lama glama*), y la alpaca (*Vicugna pacos*). La vicuña y el guanaco son especies salvajes, mientras que la llama y la alpaca son domesticables.

1.2. Partidas arancelarias

Las partidas arancelarias utilizadas en el presente estudio se detallan a continuación:

Perfil de Mercado Fibra de vicuña

- **5102.19.90.00:** los demás, pelo fino sin cardar ni peinar (sin tomar en cuenta pelo de alpaca o de llama, de conejo o de liebre), dentro del cual se incluye a la fibra de vicuña
- **5105.39.20.00:** pelo fino cardado o peinado de vicuña
- **6301.20.20.00:** mantas de pelo fino de vicuña (excepto las eléctricas)

1.3. Metodología

La metodología utilizada en el presente estudio está basada en un trabajo de investigación de fuentes secundarias como ser, estadísticas, publicaciones, artículos de sitios Web relacionados con el comercio internacional y de manera más específica con el biocomercio. El estudio consta de dos partes importantes, una parte que corresponde al análisis cuantitativo y la otra al cualitativo.

En el análisis cuantitativo se muestran estadísticas de las exportaciones bolivianas en volumen y valor para el producto en cuestión según el país destino, luego se muestran los principales destinos de las exportaciones e importaciones del producto a nivel mundial en volumen, valor y con el crecimiento relativo para un periodo de cinco años, del 2004 al 2008, en el caso de que existieran datos; con esto se hace referencia a los principales países importadores y a los países competidores directos de Bolivia.

En el análisis cualitativo, se describen las principales tendencias en el mercado, como ser comportamiento del consumidor, de la industria, la distribución, los segmentos, desarrollo de los precios, así como también tendencias en el producto, desarrollo de nuevos productos, especificaciones, procesamiento y una sección destinada a los requerimientos de acceso a mercados.



Perfil de Mercado Fibra de vicuña

2. Principales destinos de las exportaciones bolivianas

La exportación de fibra de vicuña para el año 2009 muestra los principales destinos, en el siguiente cuadro:

Cuadro N° 2.1
Principales mercados de Bolivia para fibra peinada y sin peinar
Año 2009, expresados en dólares y en kilogramos

Países importadores	Valor (USD)	Volumen (kg)	Concentración del País (%)	%	
				Peinado	Sin peinar
Total	298.923	399	100		
Argentina	155.772	294	52	0	100
Alemania	72.342	41	24	100	0
Italia	70.809	64	24	48	52

Fuente: Instituto Nacional de Estadística - INE

Elaboración: Instituto Boliviano de Comercio Exterior – IBCE (abril - 2010)

Como puede apreciarse en el cuadro anterior, más de la mitad (52%) de las exportaciones de fibra de vicuña, fueron destinadas a Argentina, seguido por Italia y Alemania (ambos con 24%). Sin embargo, Italia es el único país al cual se exporta tanto fibra de vicuña peinada (48%) como también sin peinar (52%). Estos datos dan a conocer que, si bien las exportaciones de esta fibra aún no pasan los valores de los cientos de miles de dólares, es un mercado cautivo dada su creciente demanda en mercados europeos, donde están dispuestos a pagar mucho por el mismo.

Durante los años anteriores también se registran exportaciones a otros países. Perú por ejemplo, compró fibras de vicuña sin cardar por el valor de USD56,5 mil el año 2007, India, de la misma manera, registra una compra de USD 5,3 mil en el año 2008.

De acuerdo al informe entregado, "XXVII de la Reunión Ordinaria de la Comisión Administradora del Convenio de la Vicuña", las exportaciones realizadas en los años 2007-2008 (primeras exportaciones de Bolivia) fueron realizadas al consorcio italiano IVC y también a la firma argentina Pelama Chubut con destino a Italia y Argentina respectivamente.

El siguiente cuadro muestra la cantidad de fibra de vicuña exportada a ambos países.

Perfil de Mercado Fibra de vicuña

Cuadro N° 2.2
Certificados de Exportación y Certificados CITES solicitados a la Dirección General de Biodiversidad y Áreas Protegidas, gestión 2007 y 2008

Empresa	Gestión	N° CITES	Exportador	Características				Total (kg)
				Vellón descordado (kg)	Vellón pre-descordado (kg)	Vellón (kg)	Braga (kg)	
ACOFIV	2007	181	IVC Consortium	-	11	858	81	950
	2008	711	Pelama Chubut	-	-	272	21	294
ALTIFIBERS S.A.	2007	314	Nd	30	-	-	-	30
	2008	481	Nd	37	-	-	-	37
TOTAL				67	11	1.130	102	1.311

Nd: No disponible

Fuente: Informe de Gestión a la XXVII Reunión Ordinaria de la Comisión Administradora del Convenio de la Vicuña.

Elaboración: Instituto Boliviano de Comercio Exterior – IBCE (abril - 2010)



3. Principales mercados importadores en el mundo

En los cuadros que se muestran a continuación, se detallan los principales mercados importadores a nivel mundial de fibras de pelo fino cardado o sin cardar, como también mantas de pelo fino; y el detalle de la participación que tienen los mismos en las importaciones mundiales:

Cuadro N° 3.1

Principales Importaciones de fibras de pelo fino sin cardar o peinar del año 2008, expresados en miles de dólares y Teladas

Países Importadores	Valor (Miles de USD)	Volumen (t)	Crecimiento anual del valor % (2004- 2008)	Participación en el Mundo (%)
Total Mundo	127.164	10.426	-4	100
Italia	61.738	1.738	9	49
China	18.889	4.040	-10	15
Reino Unido	6.955	843	-6	6
Republica de Corea	5.890	363	-20	5
Japón	5.605	316	-9	4
Sudáfrica	5.377	685	-6	4
Alemania	5.341	401	-12	4
Estados Unidos de América	2.277	140	1	2

Fuente: Trade Map

Elaboración: Instituto Boliviano de Comercio Exterior - IBCE (abril - 2010)

Los valores de importación a nivel mundial ascendieron a USD127,2 millones, referentes a 10.426 toneladas, sin embargo, la tasa de crecimiento registrada fue negativa en 4% los años 2004-2008. Los tres principales países importadores suman 70% de las importaciones mundiales de pelo fino sin cardar o peinar, siendo éstos; Italia (49%), China (15%) y Reino Unido (6%), con valores de importación de USD61,7 millones, USD18,9 millones y USD 6,9 millones. Es preocupante el crecimiento negativo de los países donde se concentra las importaciones mundiales puesto que, la mayoría, presenta tasas de crecimiento negativas durante el periodo 2004-2008. Solo Italia y Estados Unidos de América, presentan tasas de crecimiento del 9% y 1% respectivamente, mientras que los restantes países presentan tasas negativas, donde la menor registrada fue República de Corea con 20%.

Datos preliminares para el año 2009

De acuerdo a estos datos los principales países que importaron este producto son China, República de Corea y Sudáfrica, con valores de importaciones que llegan a USD37,82 millones, USD6,2 millones y USD5 millones respectivamente, dejando de ser líderes en las importaciones Italia y Reino Unido.

Perfil de Mercado Fibra de vicuña

Cuadro N° 3.2
Principales Importaciones de fibras de pelo fino cardado o peinado del año 2008,
expresados en miles de dólares y Teladas

Países Importadores	Valor (Miles de USD)	Volumen (t)	Crecimiento anual del valor % (2004–2008)	Participación en el Mundo (%)
Total Mundo	118.341	7.506	6	100
Italia	42.826	2.557	17	36
China	30.583	1.987	2	26
Hong Kong	8.911	349	-7	8
Francia	7.207	393	67	6
Japón	5.008	300	-1	4
Republica de Corea	4.182	192	-4	4
Turquía	3.552	344	-12	3
Reino Unido	2.732	267	-2	2

Fuente: Trade Map

Elaboración: Instituto Boliviano de Comercio Exterior – IBCE (abril - 2010)

De la misma manera que el cuadro 3.1, Italia, continúa siendo el principal importador o comprador más grande del mundo, con una concentración del 36% del total de las importaciones de pelo fino cardado o peinado, seguido por China (26%) y Hong Kong (8%). A diferencia del anterior cuadro, este producto presenta un crecimiento mundial de las importaciones de un 6%, lo que da a conocer la sostenibilidad existente de la demanda, a pesar de ser una materia prima que se utiliza para producir bienes de lujo en un contexto de crisis económica. Dentro de los países de mayor crecimiento se caracteriza Francia, con un 67%, seguido por Italia (17%) y China (2%). Mientras que por otro lado los países con crecimientos negativos son Turquía (12%), Hong Kong (7%) y Republica de Corea (4%).

Datos preliminares para el año 2009

De acuerdo a estos datos, los principales países compradores de este producto en particular son China con un valor de importaciones de USD32 millones, Reino Unido con un valor de USD5 millones y la República de Corea con USD4 millones.

Cuadro N° 3.3
Principales Importaciones de mantas de pelo fino (excepto las eléctricas) en el 2008,
expresados en miles de dólares y Teladas

Países Importadores	Valor (Miles de USD)	Volumen (t)	Crecimiento anual del valor % (2004–2008)	Participación en el Mundo (%)
Total Mundo	163.963	16.402	8	100
Estados Unidos de América	24.193	1.062	1	15
Omán	11.823	2.272	21	7
España	9.535	1.159	-8	6
Italia	9.129	518	13	6
Australia	7.792	342	22	5
Francia	7.687	337	14	5
Federación Rusa	6.524	702	33	4
Alemania	5.767	214	10	4

Fuente: Trade Map

Elaboración: Instituto Boliviano de Comercio Exterior – IBCE (abril - 2010)

Perfil de Mercado Fibra de vicuña

Dentro de los productos analizados en este perfil de mercado, la manta de pelo fino es el que ha generado mayores valores elevados de importaciones a nivel mundial, puesto que se ha importado un valor de USD163,9 millones, donde distintos países compraron 16.402 toneladas de este producto y un crecimiento en los años 2004-2008 del 8%.

Los principales ocho países (que se muestran en el cuadro 3.3) importadores de mantas de pelo fino (excepto las eléctricas) concentran la mitad del total de las importaciones mundiales (52%). Sin embargo, los países con mayores crecimientos (2004-2008) son la Federación Rusa (33%), Australia (22%) y Omán (21%) entre otros. Mientras que los países con menores tasas de crecimiento son España (-8%), Estados Unidos de América (1%) y Alemania (10%).

Datos preliminares para el año 2009

De acuerdo a estos datos, en el año 2009, Estados Unidos de América continuará siendo el principal comprador de este producto, junto a Francia y Noruega, con valores de importación de USD19millones, USD6 millones y USD5 millones respectivamente.



4. Principales Competidores

Los cuadros que se muestran a continuación, detallan a los principales exportadores a nivel mundial de fibras de pelo fino cardado o sin cardar, como también de mantas de pelo fino; y el detalle de la participación que tiene cada una de ellas:

Cuadro N° 4.1
Exportaciones de fibras de pelo fino sin cardar o peinar en el año 2008,
expresado en miles de dólares y toneladas.

Países Exportadores	Valor (Miles de USD)	Volumen (t)	Crecimiento promedio anual % (2004- 2008)	Concentración de las exportaciones (%)
Total Mundo	54.706	6.706	-5	100
Mongolia	18.962	3.059	17	35
Sudáfrica	5.684	736	8	10
Alemania	3.352	254	-22	6
Portugal	2.825	47	10	5
Irán	2.620	88	21	5
Estados Unidos de América	2.442	477	-31	5
Perú	2.307	100	10	4
Bélgica	2.223	182	-16	4

Fuente: Trade Map

Elaboración: Instituto Boliviano de Comercio Exterior – IBCE (abril - 2010)

Las exportaciones mundiales de este producto generan un valor de USD54,7 millones, con una cantidad exportada de 6.706 toneladas, pero con un decrecimiento en los años 2004-2008 del 5%. Los tres principales países exportadores cubren más de la mitad del total de las ventas mundiales (51%), siendo estos para el año 2008; Mongolia (USD18,9 millones), Sudáfrica (USD5,7 millones) y Alemania (USD3,4 millones). Sin embargo, los países que presentaron mayores tasas de crecimiento fueron: Irán (21%), Mongolia (17%) y Portugal y Perú (ambos con 10%).

Datos preliminares para el año 2009

De acuerdo a estos datos, para el año 2009, los principales vendedores mundiales son Sudáfrica, Estados Unidos de América y Nueva Zelanda, con valores de exportación de USD3,9 millones, USD2,9 millones y USD 1,9 millones respectivamente.

Perfil de Mercado Fibra de vicuña

Cuadro N° 4.2
Exportaciones de fibras de pelo fino cardado o peinado en el año 2008,
expresado en miles de dólares y toneladas

Países Exportadores	Valor (Miles de USD)	Volumen (t)	Crecimiento promedio anual % (2004-2008)	Concentración de las exportaciones (%)
Total Mundo	359.233	12.698	0	100
China	242.403	5.012	-3	68
Sudáfrica	37.158	2.685	27	10
Perú	28.608	2.255	12	8
Hong Kong	16.475	323	8	5
Reino Unido	6.687	474	-23	2
Mongolia	6.187	118	1	2
Italia	4.784	441	57	1
Francia	4.580	252	-9	1

Fuente: Trade Map

Elaboración: Instituto Boliviano de Comercio Exterior – IBCE (abril - 2010)

Las exportaciones mundiales del pelo fino cardado o peinado registrados en el año 2008 fueron de USD359,2 millones, con una cantidad exportada de 12.698 toneladas, pero lo característico de este producto es que durante los años 2004-2008 no presenta crecimientos ni decrecimientos (0%). Característicamente, China concentra más de las dos terceras partes de las exportaciones mundiales con un 68%, con un valor de exportación de USD242,4 millones, seguido por bastante de Sudáfrica (10%) y Perú (8%). Sin embargo, los países que han registrado mayores tasas de crecimiento fueron Italia (57%), Sudáfrica (27%) y Perú (12%).

Datos preliminares para el año 2009

Datos preliminares para el año 2009, muestran que China seguirá siendo el líder en el mercado de fibras de pelo fino cardado o peinado en el mundo, con valores de exportación de USD 173,8 millones, seguido por Sudáfrica y Reino Unido, con valores cada uno de USD36,1 millones y USD8,1 millones.

Perfil de Mercado Fibra de vicuña

Cuadro N° 4.3
Exportaciones de fibras de mantas de pelo fino en el año 2008,
expresado en miles de dólares y toneladas

Países Exportadores	Valor (Miles de USD)	Volumen (t)	Crecimiento promedio anual % (2004-2008)	Concentración de las exportaciones (%)
Total Mundo	138.829	8.669	4	100
Italia	23.853	1.022	3	17
Lituania	14.442	553	12	10
Alemania	13.153	456	20	10
India	11.731	477	-6	8
China	10.956	446	-4	8
Reino Unido	7.403	202	5	5
Letonia	5.288	372	25	4
Francia	4.529	184	10	3

Fuente: Trade Map

Elaboración: Instituto Boliviano de Comercio Exterior - IBCE (abril - 2010)

El producto "manta de pelo fino", es un producto que se caracteriza por ser un producto confeccionado o con valor agregado, por esta razón, Italia, país donde la elegancia y la moda son características esenciales, lo convierte en el primer exportador de este bien por un valor de USD23,9 millones, con una concentración dentro de las exportaciones mundiales del 17% y con un crecimiento en los años 2004-2008 del 3%. Seguido por Lituania y Alemania, países con similares concentraciones en las exportaciones mundiales (10%) y crecimientos del 12% y 20% respectivamente. Letonia es el país que se caracteriza por tener mayores tasas de crecimiento durante los años analizados (25%), mientras que India presenta la menor tasa de crecimiento con un valor de -6%.

Datos preliminares para el año 2009

De acuerdo a estos datos se muestra que, los principales exportadores mundiales son Lituania, seguido por China y Reino Unido, exportando valores de USD10,7 millones, USD8,5 millones y USD4,5 millones respectivamente.

Dentro de las principales empresas competidoras a nivel mundial, de exportaciones de origen boliviano son:

- Pelama Chubut S.A.: empresa que se encuentra en el mercado argentino desde la década de los 80, que años después logra consolidarse como líder mundial en provisión de fibras especiales abarcando más del 80% de la producción Argentina (<http://www.pelamachubut.com/>).
- Ayllu Group: empresa textil peruana, creada en el año 2005, dedicada a la fabricación artesanal de productos, alfombras, tapetes, pie de cama, cubrecamas, cojines, entre otras. (<http://www.ayllucraftsman.com/>).
- Andretta: empresa italiana que está en el mercado desde el año 1975 (<http://www.andretta.it>).
- Aolike: empresa de procedencia China que se especializa en el proceso, producción y venta de todo tipo de felpas y productos de cachemira. (<http://www.aolaike.com>)

5. Tendencias en el mercado

5.1. Tendencias en el consumidor y comportamiento

Consumidores cada vez más exigentes con una prenda de vestir de calidad

El consumidor actual, sin duda, exige no solo calidad del producto, sino también un producto diversificado, de tal manera que tenga más opciones de elección con la misma calidad. Un ejemplo claro de éxito, es la empresa Ayllu Craftsman que en el corto tiempo que se encuentra en el mercado, ha logrado posicionarse con productos como alfombras, tapetes, pie de cama entre otros, y ahora ante la creciente exigencia del consumidor por nuevos productos, estará implementando una nueva línea de prendas de vestir, fabricación de edredones y otros artículos de decoración.

De acuerdo a la compañía de investigación tecnológica y mercadeo "Cotton Incorporated" que reúne a las empresas de hilazas y telas más importantes de los Estados Unidos de América y que tiene como objetivo fortalecer las relaciones comerciales entre la cadena algodonera Americana y de la Región Andina en busca de oportunidades de negocio, indican que las tendencias de moda primavera-verano 2011, estarán inspirados en conceptos de aventura extrema, la confianza, la libertad de la mente desinhibida y la multiplicidad de la belleza, estas tendencias se encargaran de moldear la moda para el año 2011 que resumen datos importantes que pueden aumentar la preferencia del consumidor a la hora de elegir una prenda de vestir de un material como el pelo fino de vicuña.

El consumidor europeo por otro lado, es muy heterogéneo –se rige con estilos de vida y costumbres distintas pero comparte unos parámetros demográficos comunes que se están trasladando al consumo. El envejecimiento de la población, la creciente inmigración, la entrada masiva de la mujer en el mercado laboral, en particular en países del Sur y la proliferación de hogares unipersonales han influido en los patrones de consumo europeos.

En el aspecto demográfico, el movimiento más importante es el envejecimiento de la población. La disminución de la tasa de natalidad y el aumento de la esperanza de vida ha producido un envejecimiento de la población, compensado sólo por la inmigración. A pesar de ello, se espera que en el 2050, la edad media del consumidor europeo sea de 47,4 años.

El patrón de consumo del cliente cambia cuando envejece. A partir de los 50 años, el consumidor destina la mayor parte de sus ingresos al ahorro, una tendencia que se acentúa con el incremento de la esperanza media de vida. El consumidor "maduro" dedica también más dinero a otras partidas del presupuesto, como la vivienda y equipamiento. Este consumidor muy sensible al precio, lo será más aún en el futuro.

En países con una población más envejecida, como Alemania o Japón, la disminución de los precios se ha hecho visible en un gran número de productos. Recientemente, en un artículo publicado en Business Week "Deflation Nation" se analizaba la fuerte deflación en Japón que alcanzaba todos los grupos de gasto pero era especialmente notable en la comida, el alojamiento, la electrónica de consumo y la ropa. Los modelos que mejor han sabido responder a estas necesidades de precios bajos han sido las tiendas de descuento.

Perfil de Mercado Fibra de vicuña

Consumidores que buscan exclusividad en el producto

Si bien las exportaciones del producto analizado se encuentra en crecimiento (lo que da a conocer que la demanda del mismo está aumentando a nivel mundial), las personas que adquieren un abrigo (por ejemplo) hecho de fibra de pelo fino de vicuña, se caracterizan por pagar precios bastante elevados, lo que relega a muchas personas de distintos estratos, enfocándose en aquellas con altas disponibilidades de pago, por estas razones el nicho de mercado de este producto es aquel consumidor con niveles altos de ingreso. Por esta misma razón el producto mencionado se convierte en un producto exclusivo, hecho que gusta a muchos consumidores.

Consumidores que compran no solo el producto, sino su historia

Los consumidores de hoy en día, en especial los europeos, valoran mucho la manufactura o artesanía, no solo por ver el producto final, sino por la historia que lleva consigo mismo. Por ejemplo, un adorno realizado con fibra de pelo fino de vicuña con la descripción de la procedencia del mismo, es bastante valorado en el mercado europeo, por lo tanto están dispuestos a pagar elevados montos de dinero por ello. Entonces una gran ventaja de este producto en el mercado mencionado, es la valoración al trabajo realizado por artesanos en países donde la artesanía o productos hechos a mano es bastante elevada.

Más personas buscan estos productos

La fibra de vicuña al ser una de las más raras y cotizadas fibras que existen en el mundo, gracias a la alta calidad de prendas confeccionadas y su elevado valor en el mercado, representa un bien de lujo en muchas sociedades y en especial en países europeos. La recuperación que esta teniendo el mundo, después de una recesión económica (2007-2008), donde las exportaciones mundiales para este sector disminuyeron aproximadamente 10%, es lenta, pero va por buen camino. China por ejemplo, para el año 2009 presentó un crecimiento anual de sus exportaciones de un 40%, lo que da a conocer que el comportamiento de aquellos consumidores que visten elegantes y finas confecciones como ser hechas de la fibra de vicuña, se esta recuperando.

5.2. Tendencias en la industria y el comportamiento

La industria vista como materia prima de la fibra de vicuña a diferencia de cualquier producto que tiene como proveedores distintas empresas, la fibra de vicuña tiene un componente de organización social comunitaria, es decir que en Bolivia existen seis asociaciones regionales de comunidades manejadoras de vicuña que realizan el proceso de capturar, esquila y acopiar la fibra, llegando a organizar un comité de comercialización. Este comité esta integrado por asociaciones de la regional del Parque Nacional Sajama y Koricarwa del Sur en Oruro y de Sud Lipez en Potosí, Apolobamba, San Andrés de Machaca y Pacajes en La Paz, los mismos concretaron la primera exportación de este producto, al gestionar la autorización de la venta con la aprobación del Decreto Supremo 28593 del 17 de enero de 2006.

Los gobiernos andinos subscribieron un Convenio para la conservación y manejo de la vicuña, cuyo objetivo principal es el incremento de la población de vicuñas a través de la aplicación de criterios técnicos que pueden ser alcanzados hasta una capacidad de carga sin deprimir o causar daños en la pradera, además de impulsar el aprovechamiento gradual bajo estricto control del Estado. Convenio suscrito debido al incremento de la caza furtiva, que fue un factor determinante para el evitar el problema de la extinción de la especie en tiempos anteriores.

Perfil de Mercado Fibra de vicuña

Los cuatro países andinos (Perú, Bolivia, Chile y Argentina) donde las poblaciones de vicuñas se han recuperado, comenzaron planes de utilización de las mismas. Todos los planes se basan en la obtención de fibra a partir de la esquila de vicuñas vivas (CITES apéndice II), no obstante el furtivismo y el mercado ilegal siguen siendo una problemática que merece considerarse.

En el siguiente cuadro se puede observar a los países que tienen vicuñas y el número de las mismas, quien ejerce la propiedad y uso de las mismas y el tipo de manejo.

Cuadro N° 5.1
Población de vicuñas a nivel mundial
Año 2007

	Argentina	Chile	Bolivia	Perú
Población de vicuñas	76.500 (censo nacional de vicuñas DFSN de 2006)	17.000 (censo 2007)	67.278 (2008)	188.327 (2007)
Propiedad de las vicuñas	Estatal. Federal. Provincias ejercen el dominio sobre su fauna.	Estatal. Nacional.	Estatal. Las comunidades campesinas tienen el usufructo exclusivo del uso de las vicuñas	Privado. Las comunidades campesinas con propiedad y usufructo de las vicuñas.
Tipo de Manejo	Cautiverio	<u>Silvestría</u>	Exclusivamente Silvestría	<u>Cautiverio MUS</u>
	<u>Corrales</u>	Cautiverio		Silvestría
	Silvestría.	Encierros		

Fuente: XXVII Reunión Ordinaria convenio vicuña (Arica, Chile 2008) y dirección fauna (2007)

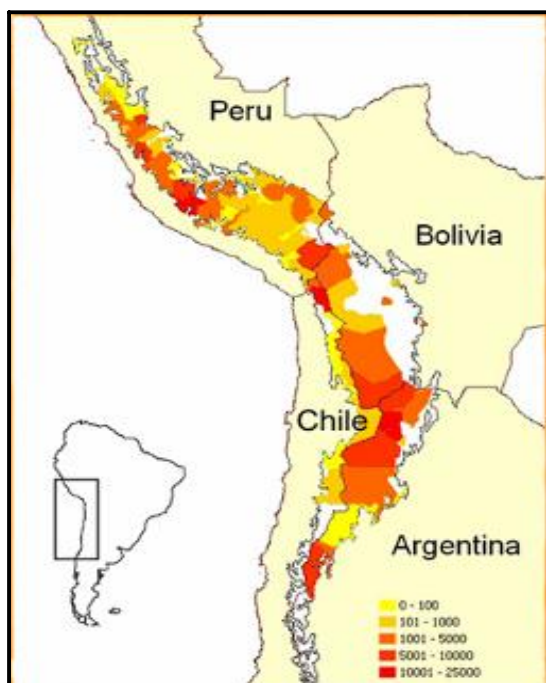
Tabla extraída de Lichteinstein & Vilá, 2003 (con modificaciones)

Datos de la última Convención de las vicuñas

En los países con más de una modalidad de manejo, la principal es la subrayada

Mapa N° 5.1

Mapa de la distribución de la vicuña en la cordillera de los Andes



Dado este incremento del número de vicuñas en los países andinos, gracias a la fuerte protección de la misma, la tendencia de la industria se circunscribe dentro de un marco positivo de desarrollo en los próximos años.

Las áreas marcadas en el mapa son las unidades administrativas de los censos nacionales, cortadas por la curva nivel de 3500 m. Las cifras son vicuñas totales por unidad administrativa. Los censos son de 1997 en Perú, 1996 en Bolivia, 1997 en Chile y entre 1994 y 2005 en Argentina.

Fuente: Muspratt, Vaysse et al. 1996; CONACS 1997; D.G.B. 1997; Canedi and Virgili 2000; CONAF 2003.

Perfil de Mercado Fibra de vicuña

Un tema de vital importancia dentro de las tendencias en la industria, es la incorporación de la conservación del medio ambiente en sus procesos. Un caso de estudio es la empresa argentina Pelama Chubut, con la

inauguración de su planta de lavado en Trelew durante el año 2001, se ha construido una planta de procesamiento de afluentes la cual fue calificada por la entidad controladora de la Prov. De Chubut (CORFO) como planta modelo y ejemplo a ser imitado por otras empresas.

Esta empresa también se interesó por otros aspectos ambientales, viene luchando por la supervivencia de la especie de la vicuña, la cual estaba declarada prácticamente en extinción a fines del los años 1960. Desde el año 1995 la compañía viene financiando proyectos de cría de vicuña en las provincias de Jujuy y Salta y gracias a estos criaderos hoy la población de vicuñas se encuentra prácticamente fuera de peligro y fue movida del apéndice I de CITES (convención sobre el Comercio Internacional de Especies Amenazadas de Fauna y Flora Silvestres) al apéndice II. En la actualidad la planta situada en Trelew, está siendo sometida a rigurosos exámenes y cambios y pronto operará con la certificación ORGÁNICO. Se cree que de esta manera se pueden abrir nuevos mercados y se continuará aportando con el grano de arena para que las futuras generaciones puedan vivir en un mundo mejor y más limpio.

5.3. Tendencias en la distribución y la estructura de comercio

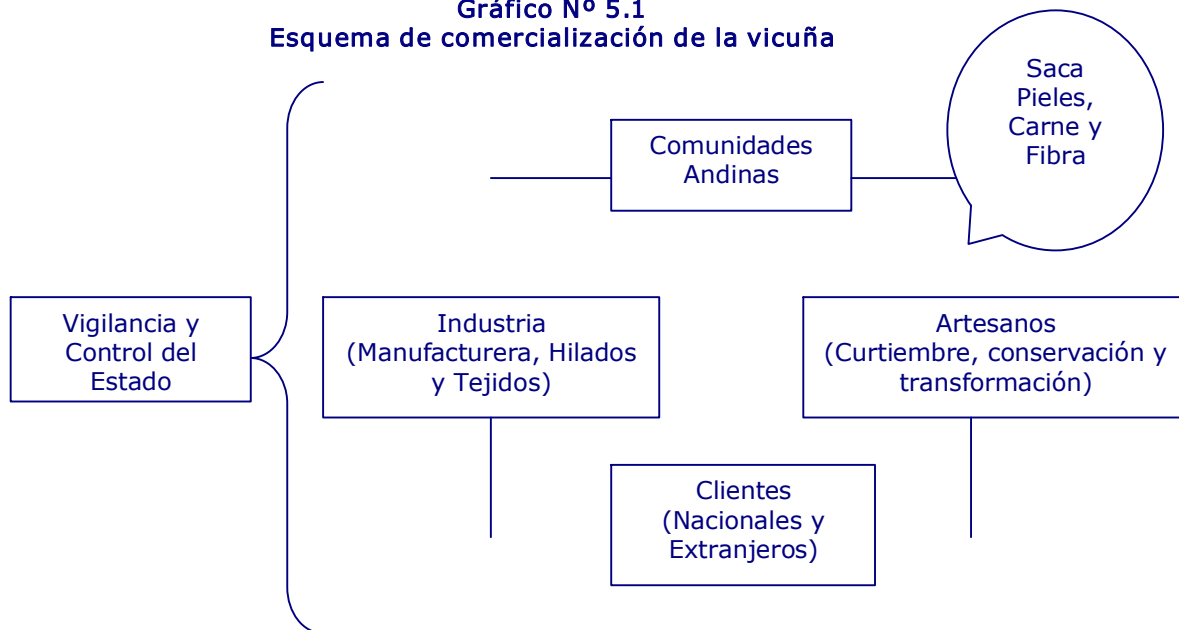
Como se había mencionado en el punto anterior, las vicuñas se encuentran organizadas a través de asociaciones regionales encontradas en el occidente boliviano (Parque Nacional Sajama, Koricarwa del Sur en Oruro y de Sud Lípez en Potosí, Apolobamba, San Andrés de Machaca y Pacajes en La Paz). Y, de acuerdo al "Informe de Gestión a la XXVII Reunión Ordinaria de la Comisión administradora del Convenio de la Vicuña" en la gestión 2008, muestra dos modalidades de comercialización, una referida a que las comunidades independientemente pueden realizar la venta de fibra y la otra que las comunidades realizan la venta en forma agrupada. El Comité de Comercialización de Fibra de Vicuña ejecutó la primera venta de fibra acumulada desde los años 1998 al 2006 por un valor de USD333.421 por la comercialización de kg 950.156 de fibra de vicuña.

A continuación se muestra un esquema con los eslabones que forman parte de la cadena de comercialización de la fibra de vicuña, desde que es obtenida por las comunidades campesinas hasta que llega al cliente final.



Perfil de Mercado Fibra de vicuña

Gráfico N° 5.1
Esquema de comercialización de la vicuña



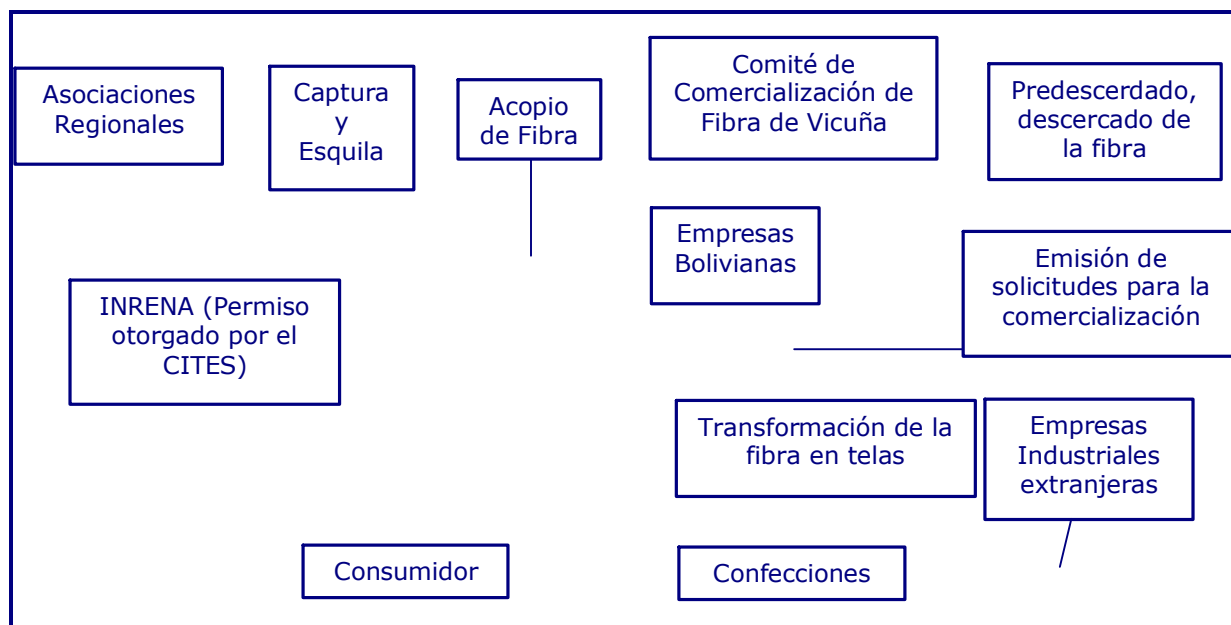
Fuente: Análisis de la cadena productiva de camélidos sudamericanos

Asimismo, se identifica la cadena de comercialización de fibra de vicuña:

Cadena de comercialización de fibra de vicuña

En el siguiente gráfico se puede apreciar la cadena tradicional de comercialización de fibra de vicuña:

Gráfico N° 5.2
Cadena tradicional de comercialización de fibra de vicuña



Fuente: Informe de Gestión a la XXVII Reunión Ordinaria de la Comisión Administradora del Convenio de la Vicuña

Elaboración: Instituto Boliviano de Comercio Exterior – IBCE (abril - 2010)

Perfil de Mercado Fibra de vicuña

La cadena empieza en las comunidades campesinas organizadas por asociaciones regionales, la cuales se encargan de realizar la captura, esquila y acopio de la fibra. Después son comercializados como materia prima mediante la ayuda del Comité de Comercialización de Fibra de Vicuña como también por las empresas privadas nacionales. Después de predescender o no la fibra, se solicita el permiso otorgado por el CITES para la comercialización vendiendo a empresas industriales extranjeras o empresas nacionales que transforman la fibra en telas para su confección y puesta en venta al consumidor final.

Como ejemplo se da a conocer las siguientes regiones y las primeras comercializaciones registradas los años 2007-2008.

Cuadro N° 5.2
Comercialización de la Fibra de Vicuña por regiones en los distintos Departamentos en el año 2008

Departamento	Regionales	Total Fibra (Kg)	USD.	%
Total		950.156	333.421	100,0
La Paz	Apolobamba	488.610	173.801	52,1
	San Andrés de Machaca (Ingavi)	94.982	32.772	9,8
	Pacajes	12.929	4.461	1,3
	Santiago de Machaca	6.270	2.096	0,6
	Sub Total	602.791	213.130	63,9
Oruro	Sajama	211.225	73.560	22,1
	Quri Qarwa - Untavi	30.405	9.282	2,8
	Sub Total	241.630	82.842	24,8
Potosí	Sud Lípez	105.735	37.449	11,2

Fuente: Informe de Gestión a la XXVII Reunión Ordinaria de la Comisión Administradora del Convenio de la Vicuña

Elaboración: Instituto Boliviano de Comercio Exterior – IBCE (abril - 2010)

La captura y esquila de vicuñas es realizada en el último cuatrimestre del año por lo que la fibra acopiada en la gestión 2007, fue comercializada en el año 2008. El Comité de comercialización adjudicó a la empresa Pelama Chubut la cantidad de 293,91 kg de fibra por lo que se percibió un monto de USD207.447. El precio unitario para vellón es de USD740 y braga USD270. Asimismo a través de la empresa Altifibers S.A. se comercializó directamente con las comunidades manejadoras 99,79 kg de fibra de vicuña por un monto de USD32.958. En total en la gestión 2008 se comercializó 393,7 kg por un monto de USD240.405.

Perfil de Mercado Fibra de vicuña

Cuadro N° 5.3
Resumen de la comercialización de la fibra de vicuña por empresa
en los distintos Departamentos en el año 2007-2008

Departamentos	Año de Comercialización	Comité de Comercialización de Fibra de Vicuña		Departamento	Empresa Altifibers S.A.		Total Fibra (Kg)	Total (USD)
		Peso de Fibra (Kg)	Subtotal (USD)		Peso de Fibra (Kg)	Subtotal (USD)		
La Paz	2007	950,16	333.421	Oruro	166,66	62.736	1.116,82	396.157
Oruro								
Potosí								
La Paz	2008	293,91	207.447	Oruro	99,79	32.958	393,70	240.405
Oruro								
Potosí								
Total Nacional		1.244,07	540.868		266,45	95.694	1.510,52	636.562

Fuente: Informe de Gestión a la XXVII Reunión Ordinaria de la Comisión Administradora del Convenio de la Vicuña

Elaboración: Instituto Boliviano de Comercio Exterior – IBCE (abril - 2010)

5.4. Tendencias en los segmentos

Asociaciones involucradas

La producción de fibra de pelo fino de vicuña, como se mencionó anteriormente, presenta un componente social, puesto que involucra a comunidades de las zonas andinas, es decir que, muchas familias o comunarios que tienen como principal fuente de ingreso, la esquila, el cuidado y la preservación de las vicuñas, y por estos motivos el Estado les reconoce como únicos responsables de los mismos. Por estas razones, la tendencia a que mejore sus ingresos y la calidad de vida de las personas del lugar, depende de la mejora en las técnicas de producción que puedan obtener para maximizar su beneficio y por lo tanto tener mejores oportunidades.

Empresas nacionales

Las empresas nacionales involucradas, también se han dado cuenta, de la importancia de la industrialización de este producto, aprovechando los recursos con los que cuenta Bolivia. La empresa boliviana Altifibers, que empezó con la comercialización de llama y alpaca a Europa, tropezó con los altos costos de transporte y procesamiento que redujeron los precios competitivos del producto, por lo tanto se empezó a industrializar el producto en Bolivia tomando ventajas del bajo costo del proceso, para esto sin embargo, tuvo que realizar grandes inversiones en tecnología y maquinaria.

Empresas extranjeras

Los grandes países industrializados, gozan de la ventaja de tener producciones a escala y por lo tanto grandes beneficios del mismo. Estas empresas también están concientes de la creciente demanda del producto a nivel internacional y por esto la

Perfil de Mercado Fibra de vicuña

importancia de tener bajos costos y grandes inversiones en tecnología y desarrollo para ser más eficientes en sus procesos y mantener la competitividad.

5.5. Desarrollo de los precios

El precio internacional de la fibra de vicuña se rige por las operaciones realizadas en el mercado internacional y, principalmente, por las del Perú, que es el mayor productor y oferente mundial. A pesar del crecimiento de la población de vicuñas es difícil pensar que ese crecimiento ponga en riesgo el valor que el mercado internacional otorga a los derivados de la vicuña.

Los precios pagados (USD) por kilogramo de fibra han fluctuado de la siguiente manera en el año 2007:

Cuadro N° 5.4
Precios de la fibra de vicuña

Clasificación	Precio - USD
Fibra sucia	380-430 437 (al 2007)
Fibra corta	70
Fibra predescerdada (merma 12-15%)	475-507 > 500 (al 2007)
Fibra descerdada (merma 18-20%)	625-650

Fuente: Ministerio de Agricultura del Perú

Elaboración: Instituto Boliviano de Comercio Exterior – IBCE (abril - 2010)

Sin embargo, capitalizando el aprendizaje de la primera venta de la fibra de vicuña realizada el año 2007, los miembros de Asociación Accidental Comunitaria para la Comercialización de Fibra de Vicuña – Bolivia (ACOFIV-B) lograron duplicar el precio por kilogramo de fibra de vicuña, de USD380 a USD740, en calidad de vellón, y de USD35 a USD270, en calidad de bragas, provenientes de la esquila de animales vivos; en el marco del manejo sostenible y comunitario de esta especie silvestre. En el siguiente cuadro se observa las ofertas de precios realizadas:

Cuadro N° 5.5
Precios de la fibra de vicuña

Condición de Fibra	Oferta Pelama Chubut	Oferta 2	Oferta 3
	740	501	430
Vellón: 266 kg	196,84	133,266	134,38
	270	41	430
Braga: 21 kg	5,67	861	9,46
Total	202,51	134,127	123,64

Fuente: ACOFIV. 2008

Elaboración: Instituto Boliviano de Comercio Exterior – IBCE (abril - 2010)

6. Tendencias en el producto

6.1. Tendencias en el desarrollo de los productos e innovación

La necesidad de diversificar el producto

Las empresas al darse cuenta del gran potencial que se puede llegar a tener con el pelo fino de vicuña y ante la creciente demanda mundial, han decidido diversificar sus productos en varios campos, por ejemplo:

Alfombras



adult alpaca carpet 218cm x 158cm
geometric model



baby alpaca carpet 180cm x 110cm
animal model

Adornos



lama

baby alpaca / 838cm - 11cm



lion

baby alpaca / 838cm - 11cm



rabbit

baby alpaca / 216cm - 59cm

Abrigos



Almohadas



adult alpaca cushion 258cm x 158cm
natural model

De esta manera los productos derivados de la fibra de vicuña que se comercializan son abrigos, chompas, chalinas, mantas y todo tipo de accesorio que sea utilizado para protegerse de las bajas temperaturas (ya que la fibra de vicuña es un excelente aislante del frío), como también pueden existir derivados que sirvan para adornar el hogar.

6.2. Tendencias en las especificaciones de producto

Dentro de las especificaciones de la fibra de vicuña, se debe diferenciar el tipo de fibra, para ello se detalla a continuación la clasificación de la fibra:

- **Según la longitud**, la fibra de vicuña se puede clasificar en fibra larga, demandado principalmente para uso industrial especialmente para la elaboración de tejidos planos, en tanto la fibra corta es usada principalmente para uso artesanal.
 - **Fibra larga convencional:** Comprende más de 2cm de longitud.
Tipo A: 12 micras de diámetro
Tipo B: 13 micras de diámetro
 - **Fibra corta:** Menos de 2cm de longitud y se obtiene de la fase de pre-descerdado.
- **Según la condición**, la fibra se puede clasificar en sucia, pre-descercada y descercada:
 - **Fibra sucia:** Se obtiene luego de la esquila del animal.
 - **Fibra pre-descercada:** se obtiene de eliminar todo resto de pelo o cerda, vegetales y todo tipo de material inerte.
 - **Fibra descercada:** Se obtiene de eliminar por completo todo resto de pelo o cerda.

6.3. Tendencias en el procesamiento, acabado de productos, embalado, tamaño, material y etiquetado

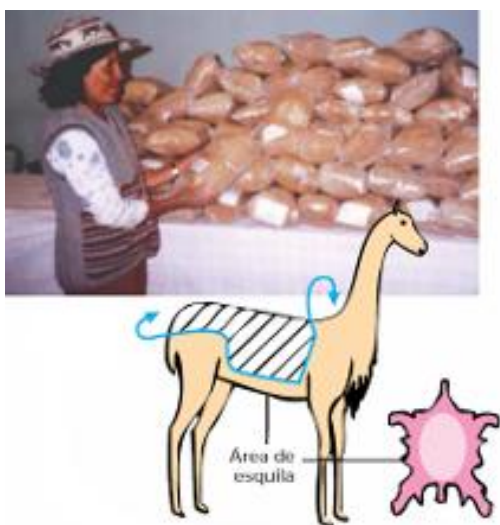
A diferencia de la alpaca, la vicuña es un animal silvestre que presenta actores en su cadena productiva muy diferentes. Por esta razón no se puede hablar de productores o criadores de vicuña.

A fin de proceder a un seguimiento confiable de la dinámica poblacional de la especie y del manejo, debe distinguirse en la población los grupos familiares, las tropillas de machos y los solitarios así como también el sexo y las edades. A continuación se muestran los procesos para la obtención de la fibra de vicuña:

Perfil de Mercado Fibra de vicuña

Sistemas de manejo

De los sistemas de manejo existentes, Bolivia ha implementado el sistema de manejo en silvestria, que consiste en la captura de vicuñas que viven en libertad y por lo tanto son sometidas a mecanismos de selección natural y sexual (Darwin 1859). Se utiliza una técnica llamada chakku de origen ancestral (Guamal Poma 1658) que consiste en generar "barreras" de numerosas personas que se desplazan caminando y sosteniendo una soga con cintas de colores. Estas van "cercando" a las vicuñas que caminan o corren por delante hacia una "manga de captura".



Acopio de fibra

Los animales son esquilados vivos y se debe registrar por Ley:

- La fecha
- Lugar de captura
- El sistema de captura utilizado
- La cantidad de animales capturados y recapturados discriminados por grupos, sexo y edad.
- La cantidad de los esquilados, animales liberados.
- Los volúmenes y pesos brutos de fibra esquilada.
- La tasa de mortalidad por operativos de captura.

Asimismo, se consignará el nombre del responsable de la actividad y el del supervisor.

Se registra la clasificación de la fibra y la población de vicuñas, de donde se origina, de procederse a su descordado se consigna también los volúmenes, pesos netos de fibra, así como el lugar de su almacenamiento.

El arreo y captura de estos animales para cumplir las tareas de esquila, deben realizarse con mucho cuidado, causando el menor ruido y movimiento de personas para no alterar el comportamiento del animal.

Una vez capturados los animales, se realiza un examen físico, observando y registrando el estado sanitario, para recién proceder a la esquila, que puede ser manual o con tijeras esquiladoras para optimizar la obtención de la fibra que recibe el denominativo de "vellón".



Perfil de Mercado Fibra de vicuña

La fibra luego es clasificada de acuerdo a su tamaño: las que miden más de dos centímetros son las comerciables en el mercado internacional y las cortas son las fibras sobrantes. Posteriormente al acopio de la fibra, se procede a la clasificación, lavado, peinado y embalaje, como se detalla a continuación.

Clasificación

Es el primer paso del proceso productivo y determinará la calidad de los productos finales. Fibra tras fibra pasa por las curtidas manos de hombres que hacen de esta tarea un oficio artesanal, dando así nacimiento a los distintos productos a ofrecer. Una vez que la fibra ha sido clasificada y separada en las distintas calidades, las cuales se determinan por zonas del animal como lomo, costillas, colas, ojos, o por largos y finuras, pueden ser consideradas como listas para comenzar los procesos de transformación.

Lavado

El lavado de las fibras consiste en pasar las mismas a lo largo de un tren de lavado para quitar la mayor cantidad de tierra y materia grasa (lanolina) posible. Aquí se produce la primera transformación de la fibra, ya que su aspecto cambia totalmente y además se agregan los primeros agentes químicos del proceso.

Antes de iniciar el lavado propiamente dicho, la lana se pasa a través de una máquina de batido y apertura, esta máquina, como su nombre lo indica, bate y abre la fibra para que esta suelte la mayor cantidad de tierra posible e ingrese a los baños preparada para que el detergente pueda tener una óptima penetración y acción de lavado. La tierra resultante de este proceso es aspirada por unos filtros y luego desechada. Por lo general se tira en terrenos para relleno o para fertilización.

Una vez que la lana pasó por las bateas y el secadero, ya se puede considerar lavada y es trasladada mediante tubos inyectados con aire hasta los boxes de enfriado.

Peinado

El peinado es un proceso en el cual intervienen varias máquinas con diferentes funciones. Todas se encuentran en un mismo recinto y además la fibra debe pasar por cada una de ellas, de lo contrario no se puede considerar peinada. Pero antes de ingresarlas a la peínaduría se les deben agregar diferentes soluciones y aceites, tales como antiestáticos, suavizantes, etc., este proceso se llama "encimado" de la fibra y se hace pasando la misma a través de un pico pulverizador que la rocía con esta solución acuosa.

Embalaje

El embalaje o enfardelaje se hace con una prensa neumática que produce fardos de entre 350 y 500 kg dependiendo del tipo de fibra. Los materiales que se utilizan son alambres y plásticos o arpillera. Una vez hecho el fardo se estiba a la espera de su despacho.

Proceso de descercado para fibras especiales (como guanaco y vicuña)

El proceso de transformación de estas fibras es similar al de los demás pero con las siguientes modificaciones:

Una vez clasificada y lavada la fibra, en vez de proceder al peinado, se efectúa el descercado. El mismo es un proceso por el cual se separan las fibras finas y de valor comercial, de las gruesas y sin valor. Esto lo realiza una máquina descercadora, que es similar a una máquina de cardado.

Una vez descercado, se embala en fardos para su posterior exportación, con lo cual la fibra sale como "Pelo de Guanaco o Vicuña descercada". O también se puede peinar y en este caso sigue el mismo proceso que las demás fibras. El valor comercial de estas fibras puede llegar a ser de 100 veces el valor de una lana de oveja normal.

7. Puntos críticos de acceso a mercados

Es importante considerar que el mercado potencial para la fibra de vicuña boliviana se encuentra en el exterior y por esta razón es indispensable que el proceso productivo se enmarque en los requerimientos y compromisos internacionales. La normativa nacional debe ajustarse a esos compromisos así como a las condiciones y necesidades locales.

7.1. Antecedentes

En 1997 la Convención sobre Comercio Internacional de Especies Amenazadas de Flora y Fauna Silvestres (CITES, por sus siglas en inglés), removió a la vicuña de la lista de "especies en peligro de extinción" y la catalogó como "especie amenazada", con lo que fue posible volver a comercializar productos hechos a base de la lana de este animal.

Sin embargo, no fue sino hasta el año 2002 que el Gobierno estadounidense adecuó su legislación interna a la internacional, hecho por demás auspicioso si se tiene en cuenta que Estados Unidos de América representa el 40% del consumo de fibras a nivel mundial.

Para ser una historia que casi concluye en un trágico final, el presente se muestra promisorio, pero no solo para aumentar cifras en las estadísticas globales de producción nacional, también para ayudar a mejorar las condiciones de vida de las comunidades andinas ubicadas sobre los 4 mil metros de altura, donde no es posible la agricultura o la ganadería convencional y donde la vicuña se convierte en la única alternativa de mantenimiento y desarrollo.

En 1969, Bolivia y Perú firmaron el Tratado de La Paz, que posteriormente se convirtió en el actual Convenio de la Vicuña de vigencia indefinida. Los países signatarios son todos los que poseen poblaciones naturales de vicuña, que unen sus esfuerzos para lograr la conservación de la especie. De esta forma, el Convenio de la Vicuña se constituye en un instrumento internacional fundamental para la conservación de la especie.

En virtud al Convenio y por su carácter multilateral de cooperación, en la XXV Reunión Ordinaria de la Comisión Bolivia, cuenta con el AVAL del Convenio para la modificación de Anotación CITES. La resolución 294/06 es parte de la presente propuesta.

7.2. Legislación nacional

Entre las principales disposiciones legales que rigen la conservación de la vida silvestre podemos citar:

- La Ley del Medio Ambiente (Ley 1333, promulgada en 1992) que establece la obligatoriedad de realizar el uso sostenible de las especies autorizadas, en base a información técnica, científica y económica. Asimismo, establece las normas para control y fiscalización de las autoridades pertinentes.

Dentro de esta normativa se ha aprobado el Mecanismo de Comercialización de Fibra de Vicuña y lineamientos generales del Programa de la Especie, (Decreto Supremo No. 28593 de enero 17 de 2006). Esta norma contiene las siguientes disposiciones generales:

Perfil de Mercado Fibra de vicuña

- Declara que la vicuña es una especie de la vida silvestre y como tal constituye patrimonio natural y de dominio originario del Estado. Su conservación es de interés cultural, social, económico y ecológico. Así ratifica lo que dice la Constitución Política del Estado y la Ley del Medio Ambiente.
- Otorga a las comunidades campesinas la custodia de las vicuñas existentes en sus áreas de jurisdicción comunal, con fines de protección y recuperación. Así reconoce el esfuerzo y la dedicación con que las comunidades han defendido este recurso.
- El aprovechamiento de la fibra de vicuña, mediante la esquila de animales vivos, constituye una alternativa para mejorar los ingresos del poblador andino y una modalidad que asegura la supervivencia de esta especie.
- Las comunidades campesinas que habitan el área de distribución de la vicuña son las principales responsables de la recuperación de las poblaciones de esta especie y por lo tanto, les corresponde como justa retribución ser las beneficiarias de su aprovechamiento.
- Autoriza para la comercialización de la fibra esquilada de vicuñas vivas, en cualquiera de sus diferentes condiciones: fibra bruta, pre-descerdada, descerdada, en hilo y/o tela.
- Con relación a la certificación y emisión de certificado CITES, señala que toda la fibra a ser comercializada deberá contar necesariamente con la Certificación de Origen que señale que la fibra acopiada proviene de la esquila de vicuñas vivas en el marco del Programa y será emitido por la autoridad nacional competente.
- Todos los productos elaborados a partir de la fibra de vicuña tanto para el mercado nacional como internacional deberán contar con marcas y etiquetas establecidas en el marco del Convenio de la Vicuña, la Convención CITES y el Programa Nacional para la Conservación y Aprovechamiento Sostenible de la Vicuña.

7.3. Requisitos Generales de Exportación

Los requisitos generales que se deben cumplir para la exportación de cualquier producto son los siguientes:

- Factura comercial
- Documentos de transporte
- Lista de carga
- Declaración del valor en aduana
- Seguro de transporte
- Documento Único Administrativo (DUA)

Para mayor información sobre los requisitos generales de comercio en la UE buscar en: Export Help Desk para Países en Desarrollo - <http://exporthelp.europa.eu> (Requisitos y gravámenes) y llenar el formulario. Contiene toda la información necesaria sobre las características de los requisitos generales para comercializar la fibra de pelo fino de vicuña en la UE.

7.4. Requisitos específicos de exportación

La Unión Europea, es uno de los principales compradores de fibra de vicuña, de esta manera se detallan los requisitos necesarios de exportación para este conjunto de países:

Perfil de Mercado Fibra de vicuña

- CITES (Protección de especies amenazadas): importaciones de especies amenazadas ya sean animales o plantas son necesarias con las medidas de regulación de la vida salvaje en la Unión Europea (UE).
- Control Sanitario de los productos de origen animal no destinados al consumo humano
- Etiquetado de productos textiles

Mientras que para las mantas de pelo fino (donde incluye a las realizadas por fibra de vicuña) son:

- Etiquetado ecológico para productos textiles
- Etiquetado de productos textiles

7.5. Aranceles

Según datos obtenidos de Export Help Desk para países en desarrollo y la Asociación Latinoamericana de Integración (ALADI), los aranceles con las partidas de mayor importación de fibra de pelo fino de vicuña procedentes de Bolivia son las siguientes:

Cuadro N° 7.1
Aranceles de la Unión Europea (UE) para la fibra de pelo fino cardado o sin cardar, procedentes de Bolivia

NANDINA	Descripción del producto NANDINA	(NC) Nomenclatura UE	Descripción del producto UE	Arancel	Preferencia SGP +
5105.39.20.00	Pelo fino cardado o peinado de vicuña	5105.39.00.00	Los demás, pelo fino cardado o peinado	2%	-
5102.19.90.00	Los demás pelo fino sin cardar o peinar	5102.19.30.00	Los demás pelo fino, sin cardar ni peinar de alpaca, de llama o de vicuña	0	-
6301.20.20.00	Mantas de pelo fino (excepto las eléctricas), de pelo de vicuña	6301.20.90.00	Las demás mantas de pelo fino (excepto las eléctricas)	-	100%

Fuente: Export Help Desk

Elaboración: Instituto Boliviano de Comercio Exterior – IBCE (abril - 2010)

Mediante el cuadro anterior se observa que si bien para “los demás pelos finos sin cardar o peinar de alpaca, llama o vicuña” y “las demás mantas de pelo fino (excepto las eléctricas)” no se debe pagar ningún arancel, se los diferencia porque uno de ellos se encuentra dentro del sistema generalizado de preferencias (SGP) y otro tiene arancel cero (0). Pero el producto denominado “los demás pelo fino cardado o peinado” tiene un arancel del 2%.

Para mayor información sobre requisitos y aranceles dirigirse al sitio Web: Export Helpdesk para Países en Desarrollo - <http://exporthelp.europa.eu>

Perfil de Mercado Fibra de vicuña

Cuadro N° 7.2
Aranceles de Argentina para el pelo fino cardado o sin cardar procedentes de Bolivia

NANDINA	Descripción del producto NANDINA	(NC) Nomenclatura	Descripción del producto	Arancel ad Valorem %	Preferencias Arancelarias (ACE 36)
5105.39.20.00	Pelo fino cardado o peinado de vicuña	5105.30.90.00	Los demás lana y pelo fino u ordinario, cardado o peinado (incluida "lana peinada a granel")	10%	100%
5102.19.90.00	Los demás pelo fino sin cardar o peinar	5102.10.10.00	Pelo fino de vicuña, hilados y tejidos de crein	8%	100%
6301.20.20.00	Mantas de pelo fino (excepto las eléctricas), de pelo de vicuña	6301.20.00.00	Mantas de lana o pelo fino (excepto las eléctricas)	35%	80% (hasta el 2010), 100% (a partir del 2011)

Fuente: Asociación Latinoamericana de Integración (ALADI)
Elaboración: Instituto Boliviano de Comercio Exterior – IBCE (abril - 2010)

Para mayor información sobre requisitos y aranceles dirigirse al sitio Web: Asociación Latinoamericana de Integración (ALADI) <http://www.aladi.org>



8. Oportunidades

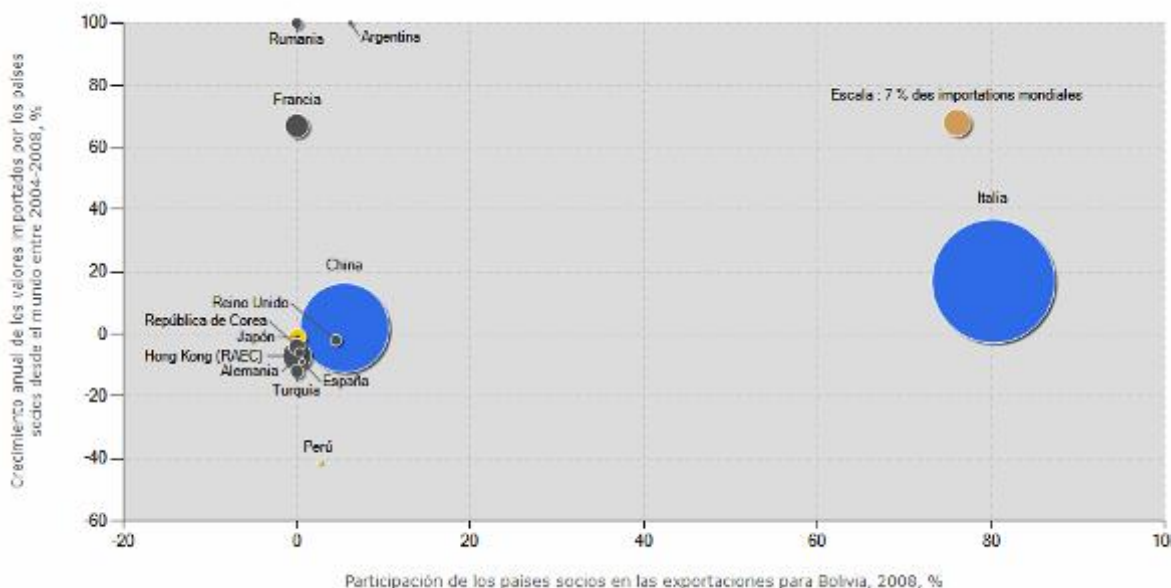
A continuación se dan a conocer mediante gráficos y mapas, las distintas oportunidades que se podrían tener con otros mercados en el mundo:

Pelo fino cardado o peinado

Para analizar las oportunidades que tiene el mercado de la fibra de pelo fino cardado o peinado se hace referencia al siguiente gráfico de burbuja:

Gráfico N° 8.1

Perspectivas para un aumento del mercado para un producto exportado por Bolivia en el año 2008: 5105.39 Pelo fino, cardado o peinado (exc. lana y pelo de cabra de Cachemira)



Fuente: Cálculos del CCI basados en estadísticas de COMTRADE

Elaboración: Instituto Boliviano de Comercio Exterior – IBCE (abril - 2010)

Las perspectivas para un aumento del mercado para este producto en el año 2008 que también muestra las tendencias para los siguientes años, da a conocer que China, Italia y Argentina no solo ocupan más del 90% de las exportaciones de Bolivia, sino que la participación en las importaciones mundiales están en constante crecimiento, en especial de Argentina que registra un crecimiento de las importaciones mundiales de 107%. Otras oportunidades que no pueden dejarse de lado, son los casos de países como Rumania y Francia, con los que no se tiene ninguna relación comercial, pero el crecimiento anual de importaciones de este producto crece a una tasa mayor al 70% cada año.

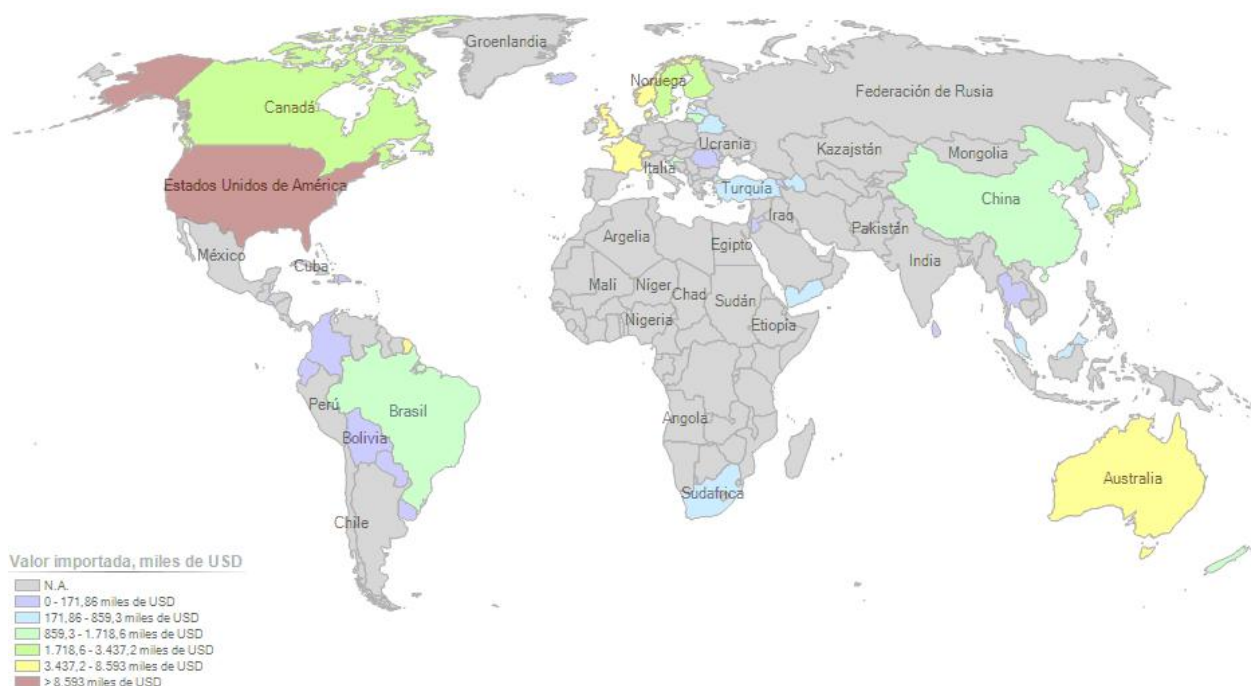
Es importante recordar que Bolivia tiene la segunda mayor población de vicuñas en el mundo, después de Perú; además que es una fibra muy cotizada a nivel internacional por lo poco común y por ende tiene precios altos, situación que motiva a tomarle más atención al comercio de los mismos.

Perfil de Mercado Fibra de vicuña

Pelo fino sin cardar o peinar

Por otro lado, los países que se caracterizan por importar pelo fino, sin cardar o peinar son: Japón, China, Sudáfrica y Estados Unidos de América, mientras que dentro de la región se caracteriza Brasil y Colombia.

Mapa N° 8.2
Lista de los países importadores para mantas de lana o de pelo fino (excepto las eléctricas) en 2009



Fuente: Cálculos del CCI basados en estadísticas de COMTRADE (abril - 2010)
Elaboración: Instituto Boliviano de Comercio Exterior – IBCE (abril - 2010)

La manta de pelo fino, es un producto muy demandado a nivel mundial, el principal país importador de mantas de pelo fino es Estados Unidos de América (con compras mayores a USD8,5 millones), sin embargo, existe una mayor diversificación en Europa, países como Francia, Reino Unido, Noruega, Suecia, Finlandia, se caracterizan por realizar compras entre USD3,4 y 8,5 millones. Australia también se encuentra en esta categoría. Mientras que el principal país vecino de importación del mundo, es Brasil. Debido a la gran variedad de países compradores de este producto, las oportunidades son muchas si sabemos aprovecharlas.

9. Ferias y sitios de comercio virtual

9.1. Ferias Comerciales

- **Feria Artesanal On Line–Artesanos del Norte:** este sitio representa una pequeña feria artesanal en donde artesanos de la región exponen sus obras, únicas y bellas, para más información sobre como vender o comprar visite (<http://www.artesanosdelnorte.com>).
- **XIV Reunión Técnica del Convenio de la Vicuña:** (<http://www.conveniovicuna.org>) "Comercialización de Fibra de Vicuña"; 14 y 15 de Abril, 16 de Abril de 2010 Reunión Extraordinaria; Arica-Chile.
- **EMITEX 2010 Buenos Aires: Feria de proveedores de la industria de la confección 2010:** (<http://www.portalferias.com>) EMITEX 2010 el salón internacional de proveedores de la industria de la confección, celebra este año 2010 en Buenos Aires (Argentina), su décima quinta edición, en las instalaciones del recinto ferial Centro Costa Salguero.
- **Feria SPESA EXPO 2010 Atlanta:** (<http://www.portalferias.com>) Feria Industria Textil - Confección USA mostrará la gama completa de equipos, tecnología, servicios, formación y oportunidades de networking para cada segmento de la moda y productos de la industria de la confección.
- **Shanghai, China Textil y Confecciones de Comercio Justo programadas – 2010:** (<http://www.portalferias.com>).

Para mayor información sobre ferias y eventos dirigirse al sitio Web: www.portalferias.com

9.2. Sitios de comercio virtual

- **FITA** - <http://fita.org/webindex>, Federación de asociaciones de comercio internacional.
- **Trade Key** - <http://es.tradekey.com>, Business to business market place, tiene como objetivo facilitar el comercio global y ubicar a los compradores y vendedores de todo el mundo en una plataforma común.
- **Alibaba** - <http://www.alibaba.com>, el mercado business to business más grande del mundo.
- **Mercado textil** - <http://www.mercadotextil.com/> Es una herramienta instalada sobre Internet que ayuda a todos los actores de este rubro a realizar más o mejores negocios, simplificando la conexión entre empresas y la difusión de las mismas. Aunque el alcance de esta herramienta es ilimitado, se ha puesto gran énfasis en la comunicación entre los países de habla hispana.

10. Cómo podemos ayudarlo

En el IBCE elaboramos distintos informes de mercado como ser perfiles de mercado e informes del mercado potencial para un producto en un determinado país. Si usted desea solicitar información sobre los costos de estos estudios personalizados, favor tomar contacto con:

Persona de contacto: Sr. Miguel Ángel Hernández Q.

Cargo: Gerente de Promoción

E-mail: gpromocion@ibce.org.bo

Teléfono: (591-3) 3362230

Fax: (591-3) 3324241

Dirección: Av. Las Américas N° 7 (Torre Empresarial CAINCO, Piso 13)



Fuentes de información

Nombre	Sitio Web	Contenido
Export Help Desk	http://www.exporthelp.europa.eu	Servicio prestado por la Comisión Europea para facilitar a los países en desarrollo el acceso a los mercados de la UE
Instituto Nacional de Estadística-INE	http://www.ine.gov.bo	Órgano Ejecutivo del Sistema Nacional de Información Estadística de Bolivia
Market Access Map	http://www.macmap.org	Contiene aranceles (derechos de importación) y otras medidas aplicadas por 187 países importadores de productos de 239 países y territorios
Estadísticas de Comercio para el desarrollo de las empresas (Trade Map)	http://www.trademap.org	Herramienta de análisis de mercados que cubre 5300 productos y 220 países
Competitividad, Innovación y Desarrollo (Cidaqp)	http://www.cidaqp.org	Análisis de la cadena productiva de camélidos sudamericanos
Ministerio de Agricultura del Perú (MINAG)	http://www.minag.gob.pe	Ministerio de Agricultura del Perú - Perfil de Mercado y Competitividad Exportadora de Prendas de Vestir de Vicuña
Vicuñas, Camélidos y Medio Ambiente (VICAM)	http://www.vicam.org.or	Organización encargado de realizar investigación de vicuñas, camélidos y medio ambiente, situada en Argentina.
Informe de Gestión de Bolivia	http://www.conveniovicuna.org	Informe de Gestión a la XXVII Reunión Ordinaria de la Comisión Administradora del Convenio de la Vicuña
Ministerio de Medio Ambiente y agua (MMAyA)	http://www.minagua.gov.bo	Boletines informativos de la Vicuña.

Fuentes fotográficas

- <http://www.minagua.gov.bo>
- <http://www.altifibers.com>
- <http://www.fotosaves.com.ar/FotosMamiferos/Vicuna>
- <http://www.mirabolivia.com>
- <http://www.actualidadambiental.pe/fotos>
- <http://www.coquenamolinos.com.ar/photos/vicunas.jpg>