



Gobierno del Perú



PERÚ

Ministerio
de Desarrollo Agrario
y Riego



sierra y selva
exportadora



Siempre
con el pueblo

ANÁLISIS DEL MERCADO DE LANA DE OVINO

UNIDAD DE INTELIGENCIA COMERCIAL

Expositora: Econ. Viviana Mendoza Revilla

2022





CONTENIDO

1. Definición del producto
2. Producción mundial lana
3. Producción peruana
4. Exportaciones peruanas
5. Comercio internacional
6. Tendencias
7. Conclusiones



DEFINICIÓN



FIBRAS NATURALES

Las fibras naturales son sustancias que pueden tornarse muy largas y pueden ser producidas por plantas y animales, estos se pueden hilar para obtener hebras, hilos o cordelería.

Estas fibras se constituyen en un elemento importante del vestir, de la tapicería y de otros textiles de consumo; en conjunto con las fibras sintéticas.





LANA

La lana de oveja es una fibra natural que se extrae del vellón de las ovejas, variando sus características dependiendo de la raza del animal.

La lana es una fibra textil formada en los folículos de la piel del ovino que integra el vellón del animal. Esta fibra es suave y rizada y recubre casi todo el cuerpo de las ovejas. Esta contiene una proteína llamada queratina, en una proporción de 20 a 25%.



RAZA DE OVEJAS



Raza Oveja	Peso Vellón	Rendimiento
Corriedale	4.5 – 6.8 kg	50 – 60%
Rambouillet	4.5 – 6.8 kg	45 – 55%
Suffolk	1.8 – 3.6 kg	50 - 60%

El rendimiento se expresa como **el porcentaje de peso de la lana limpia sobre el de la lana sucia.**

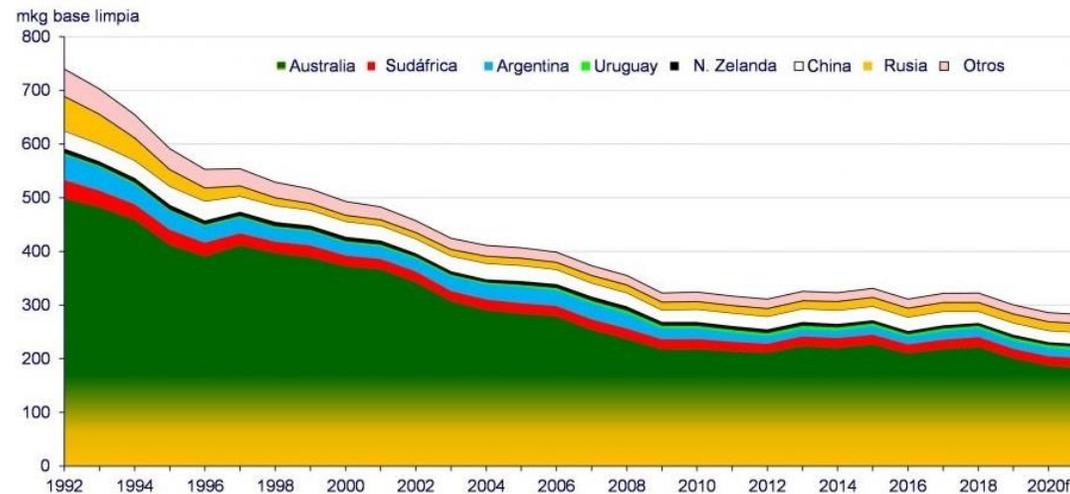
RAZA: MERINO

Su vellón es cerrado y de un diámetro que varía entre los 16 y los 24 micrones.

Su producción de lana varía desde los 3,5 a los 5kg/ animal. Generalmente se utiliza para tejidos finos, como la ropa de bebé.



Producción Mundial de Lana Merino Peso base limpia de los principales países productores



Fuente: International Wool Textile Organisation, Poimena Analysis



RAZA: CORRIEDALE

Originario en Nueva Zelanda.

Aptitud de doble propósito para producción de lana y carne.

Presenta una calidad de lana que varía de 24 a 31 micras de diámetro de fibra, considerada como lana de finura media, longitud de mecha de 8.8 a 15 cm, buen grado de rizamiento, brillo y color.

El vellón varía entre 4 a 6.4 kg. Además posee una buena conformación muscular, fortaleza, rusticidad y pigmentación negra a nivel de los ollares, labios y pezuñas.



RAZA: JUNÍN

Formada en el Departamento de Junín, a partir del año 1955. Aptitud de doble propósito, lana y carne, pero de vellón mas fino que el Corriedale.

Muestra gran adaptación al pastoreo en las praderas nativas altoandinas. Además presenta una buena precocidad, conformación muscular, gran alzada, fortaleza, pecho amplio y profundo que resaltan su habilidad carnicera.



RAZA: JUNÍN

Presenta una cabeza fuerte, cara limpia, extremidades largas y fuertes, pero variado grado de pigmentación en los ollares y pezuñas.

El 80% de los vellones Junín varían en un rango de 23 a 25 micras de diámetro de fibra, y el peso de vellón varia entre 3 a 5.6 kg. A edad adulta los carneros alcanzan un peso vivo de 74 kg y las ovejas de 45 kg, en condiciones de alimentación con pastos naturales.

Nucleo: SAIS Tupac Amaru del Departamento de Junín.

<https://www.midagri.gob.pe/portal/40-sector-agrario/situacion-de-las-actividades-de-crianza-y-produccion/301-ovinos?start=4#:~:text=JUN%C3%8DN, en%20las%20praderas%20nativas%20altoandinas.>



CARACTERÍSTICAS

Algunas de las principales propiedades de la lana son las siguientes:

- a. Tiene la capacidad de absorber la humedad
- b. Tiende a durar mucho tiempo, ser longevo
- c. Es liviana y adaptable para diferentes usos
- d. No se arruga
- e. No se prende fuego, sino que se vuelve ceniza
- f. No se ensucia y es resistente al uso continuo





USO: VESTIMENTA

Se puede utilizar para hacer chompas (sweaters, en inglés), chalecos, vestidos, tapados, abrigos, trajes, chaquetas, pantalones, y también ropa interior, dentro del rubro de prendas de vestir.

También se utilizan para hacer accesorios como guantes, sombreros, escaarpines, etc.

Últimamente, se está utilizando a nivel internacional como ropa interna (pegada a la piel) y para uso de deportistas.

CARACTERÍSTICAS DE LA LANA

En el uso de textiles y decoraciones del hogar también van a hacerse cubrecamas, frazadas, alfombras, colchas, entre otros.

Además, la lana también se utilizará para uso industrial en las mezclas con otras fibras tanto vegetales como animales, principalmente, para diferentes usos, como los previamente señalados.





USO INDUSTRIAL: REVESTIMIENTO DE PAREDES

Es uno de los aislamientos naturales que ofrece mayor durabilidad. Siempre que su colocación haya sido correcta mantiene su densidad y cohesión durante décadas.

Es de fácil colocación pues se adapta fácilmente al soporte pudiéndose sujetar con grapas en el caso de los mantos o por fricción en el caso de la lana a granel. Además los mantos son ligeros, trabajables y se recortan fácilmente con herramientas simples.



USO INDUSTRIAL: REVESTIMIENTO DE PAREDES

Es transpirable sin comprometer la eficiencia térmica

Es un termoregulador natural. Cuando aumenta la temperatura exterior, las fibras se calientan, liberan humedad y se enfrían, refrescando el ambiente. Por el contrario, cuando disminuye la temperatura exterior las fibras se enfrían, absorben humedad y se calientan.

También es aislante acústico.

Fuente: <https://ecoemas.com/aislamientos-naturales-lana-de-oveja/>



PRODUCCIÓN

PRODUCCIÓN MUNDIAL DE LANA SUCIA

Los principales productores de lana son China y Australia, en donde, China representa el 32.27% de la producción mundial y Australia el 13,73%.

Luego le siguen Nueva Zelanda con 7.31%, Turquía con 3.86% y Reino Unido con 3.43%.

PAIS	2016	2017	2018	2019	2020	TCEA	Participación 2020
CHINA	823,284	821,046	713,216	682,240	667,248	-5.12%	32.27%
AUSTRALIA	354,991	376,967	385,945	328,608	283,794	-5.44%	13.73%
NUEVA ZELANDA	153,253	151,155	150,713	151,707	151,192	-0.34%	7.31%
TURQUÍA	62,525	63,315	66,639	70,587	79,754	6.27%	3.86%
REINO UNIDO	68,791	69,151	69,906	70,428	70,967	0.78%	3.43%
MARRUECOS	58,268	58,748	59,073	58,696	58,839	0.24%	2.85%
IRÁN	59,121	58,524	58,033	58,559	58,372	-0.32%	2.82%

PRODUCCIÓN MUNDIAL DE LANA SUCIA

PAÍS	2016	2017	2018	2019	2020	TCEA	Participación 2020
ARGENTINA	42,700	42,400	40,424	42,000	40,677	-1.21%	39.96%
URUGUAY	25,672	25,497	26,634	26,557	24,720	-0.94%	24.29%
BRASIL	9,756	9,362	8,681	8,379	7,978	-4.91%	7.84%
PERÚ	9,352	8,138	8,056	7,750	7,470	-5.46%	7.34%
CHILE	7,464	7,323	7,259	7,349	7,310	-0.52%	7.18%
BOLIVIA	7,000	7,200	7,112	5,883	5,365	-6.43%	5.27%
COLOMBIA	4,155	4,207	4,224	4,195	4,209	0.32%	4.14%
MÉXICO	4,854	4,647	4,530	4,015	4,055	-4.40%	3.98%
TOTAL	110,953	108,774	106,920	106,128	101,784	-2.13%	100%

Fuente: FAOStat

Si se toma en cuenta a Sudamérica y México, los países que más representación tienen son Argentina y Uruguay, donde la primera representa el 40% mientras que Uruguay el 24.3% del total producido. Al igual que para el caso mundial, ha habido un decrecimiento del 2,13% en promedio los últimos cinco años.

PRODUCCIÓN MUNDIAL DE TOPS DE LANA

Esta industria es ancestral pero sus orígenes a nivel industrial se dan en Inglaterra y posteriormente se expande al resto de Europa.

En la década de los noventa, los chinos desarrollaron con fuerza su industria textil, lo que ocasionó que se reestructurarán la distribución de la producción y los ejes del mapa industrial.

Ante esta competencia tan ardua, algunos países productores tuvieron un desmedro en su producción y sus ventajas competitivas.

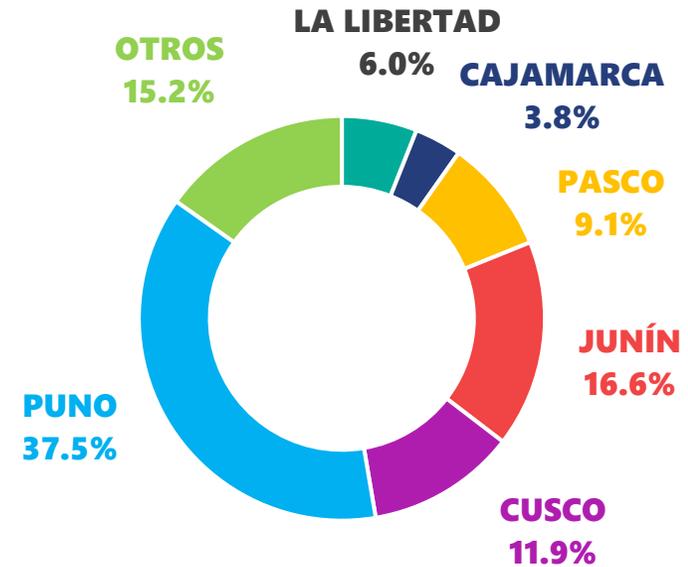
Actualmente, son cuatro los principales centros industriales exportadores Argentina, Uruguay, República Checa y China.



PRODUCCIÓN PERUANA



DISTRIBUCIÓN DE LOS MERCADOS PRODUCTORES DE OVINOS



PRODUCCIÓN PERUANA

Sector / Producto	2016	2017	2018	2019	2020 ^P	2021 ^P
Sector agropecuario	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
Subsector agrícola	60.1	60.1	61.0	60.8	61.9	62.7
Subsector pecuario	39.9	39.9	39.0	39.2	38.1	37.3
Industria avícola ¹	25.1	25.3	25.3	25.6	25.0	24.3
Ave	21.3	21.5	21.4	21.6	20.9	20.4
Pollo	19.8	20.1	20.1	20.3	19.6	19.1
Huevo de Gallina	3.8	3.8	3.9	4.0	4.1	4.0
Ovino	1.3	1.2	1.1	1.1	1.0	1.0
Porcino	2.2	2.2	2.2	2.2	2.1	2.1
Vacuno	5.1	4.8	4.5	4.4	4.2	4.1
Caprino	0.2	0.2	0.1	0.1	4.2	4.1
Alpaca	0.7	0.7	0.6	0.6	0.1	0.1
Llama	0.1	0.1	0.1	0.1	0.6	0.6
Leche Fresca de Vaca	5.0	5.0	4.8	4.7	4.7	4.6
Fibra Alpaca	0.3	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2
Fibra Llama	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
Lana ovino	0.1	0.1	0.1	0.1	0.1	0.1

^P Preliminar

Fuente: Direcciones Regionales de Agricultura

Elaboración: Ministerio de Desarrollo Agrario y Riego - DGESEP - DEIA

CARACTERÍSTICAS DE LA PRODUCCIÓN PERUANA

- Extensivo
- Pastos naturales sobre pastos forrajeros
- Propiedades comunales
- Ovinos multipropósito
- Diferencia entre ovinos de zonas altoandinas y aquellos de la costa y valles interandinos
- Raza
- Poco avance tecnológico (intensivo)
- Poco avance en genética
- Precios con tendencia a la baja
- No existe procesos de elaboración intermedia



Fuente: Antamina

MERCADO INTERNO

- Bajísimo consumo de lana por persona.
- Bajo consumo de carne per cápita respecto a los demás tipos de ganadería pecuaria.
- Poca difusión y conocimiento de la lana de oveja, sus beneficios y su impacto a nivel socioeconómico.
- Falsificación
- Baja demanda (en general)
- Afectado por tendencias de la moda nacional
- Ventas en mercados de artesanía distribuidos a nivel nacional especialmente en los lugares más visitados del Perú como Cusco, Puno, Arequipa, etc.



Fuente: Google imágenes

EXPORTACIONES PERUANAS

NOMENCLATURA ARANCELARIA

El capítulo 51 del Arancel de Aduanas tiene como título "Lana y pelo fino u ordinario, hilados y tejidos de crin" y consta de la partida 51.01 "lana sin cardar ni peinar" en la cual se encontrará la lana esquilada (sucia) y la lana esquilada desgrasada.

CÓDIGO	DESIGNACIÓN DE LA MERCADERÍA	AV
5105.10.00.00	- Lana cardada	0
	- Lana peinada:	
5105.21.00.00	- - «Lana peinada a granel»	0
5105.29	- - Las demás:	
5105.29.10.00	- - - Enrollados en bolas («tops»)	6
5105.29.90.00	- - - Las demás	6

Fuente: Arancel de Aduanas 2017

CÓDIGO	DESIGNACIÓN DE LA MERCADERÍA	AV
5101	Lana cardada sin cardar ni peinar	0
	-Lana sucia, incluida la lavada en vivo:	
5101.11.00.00	- - Lana esquilada	0
5101.19.00.00	- - Las demás	0
	- Desgrasada, sin carbonizar:	
5101.21.00.00	- - Lana esquilada	0
5105.29.00.00	- - Las demás:	0
5101.30.00.00	- Carbonizada	0

Fuente: Arancel de Aduanas 2017

Código	Designación de la Mercancía	A/V
61.01	Abrigos, chaquetones, capas, anoraks, cazadoras y artículos similares, de punto, para hombres o niños, excepto los artículos de la partida 61.03.	
6101.20.00.00	- De algodón	11
6101.30.00.00	- De fibras sintéticas o artificiales	11
6101.90	- De las demás materias textiles:	
6101.90.10.00	- - De lana o pelo fino	11
6101.90.90.00	- - Los demás	11
61.02	Abrigos, chaquetones, capas, anoraks, cazadoras y artículos similares, de punto, para mujeres o niñas, excepto los artículos de la partida 61.04.	
6102.10.00.00	- De lana o pelo fino	11
6102.20.00.00	- De algodón	11
6102.30.00.00	- De fibras sintéticas o artificiales	11
6102.90.00.00	- De las demás materias textiles	11
61.03	Trajes (ambos o ternos), conjuntos, chaquetas (sacos), pantalones largos, pantalones con peto, pantalones cortos (calzones) y shorts (excepto de baño), de punto, para hombres o niños.	
6103.10	- Trajes (ambos o ternos):	
6103.10.10.00	- - De lana o pelo fino	11
6103.10.20.00	- - De fibras sintéticas	11
6103.10.90.00	- - De las demás materias textiles	11
	- Conjuntos:	
6103.22.00.00	- - De algodón	11
6103.23.00.00	- - De fibras sintéticas	11
6103.29	- - De las demás materias textiles:	
6103.29.10.00	- - - De lana o pelo fino	11
6103.29.90.00	- - - Los demás	11
	- Chaquetas (sacos):	
6103.31.00.00	- - De lana o pelo fino	11

Fuente: Arancel de Aduanas 2017

NOMENCLATURA ARANCELARIA

El capítulo 61 del Arancel de Aduanas encontraremos las diferentes prendas de vestir con lana o pelo fino, en tejidos de punto. Por lo que se realiza un análisis multipartida para encontrar aquellos productos hechos a partir de lana de oveja, o en las mezclas tengan lana como insumo.

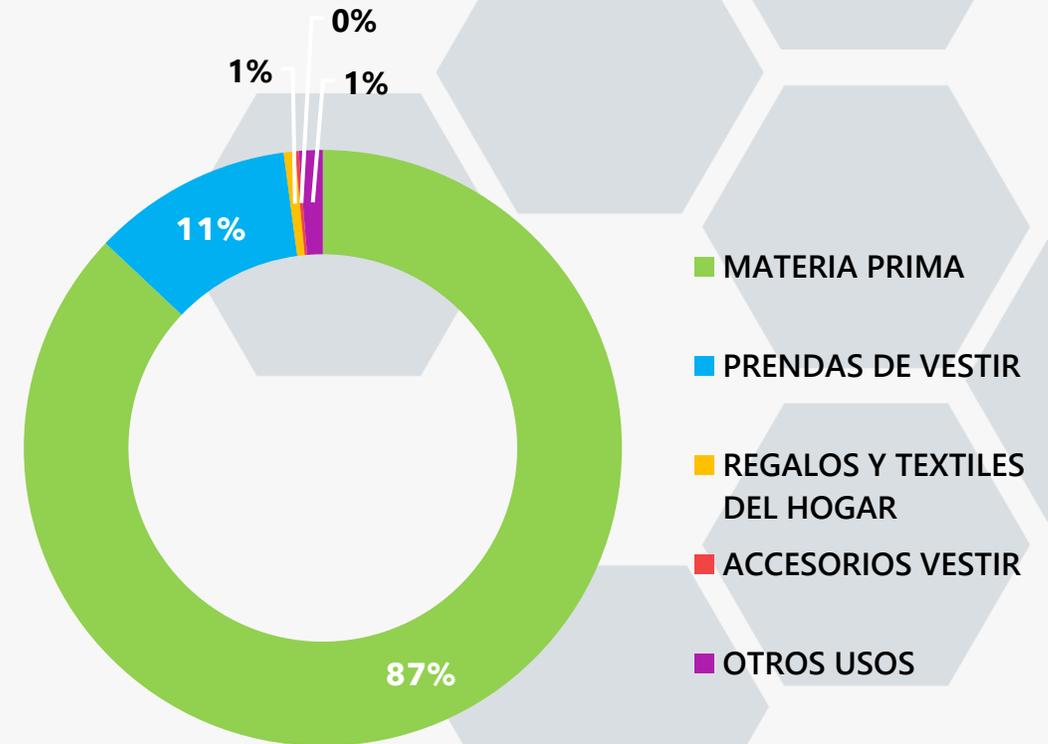
EVOLUCIÓN DE LOS USOS PRINCIPALES DE EXPORTACIONES DE LANA DEL PERÚ

MATERIA PRIMA	GRUPO DE PRODUCTO	2017	2018	2019	2020	2021
FIBRA DE BASE ANIMAL DE OVEJA	Materia Prima y Productos no Confeccionados	33,029,171	39,217,478	35,239,130	28,556,946	41,527,646
	Prendas de Vestir	1,493,838	1,880,037	1,764,900	867,688	5,174,064
	No definido	5,998,039	4,707,698	1,914,174	494,513	563,032
	Accesorios de Regalo y Decoración en Material Textil	16,280	9,444	18,763	14,643	150,344
	Accesorios y Textiles del Hogar	103,272	210,405	148,055	140,486	140,266
	Accesorios de Vestir	90,302	176,181	87,221	23,507	93,995
	Usos Técnicos e Industriales	6,735	3,073	13,911	3,349	47,527
	Accesorios Utilitarios	3,142	1,660	1,254	28,498	3,695
	Material Publicitario	31	-	-	-	-
TOTAL		40,740,809	46,205,976	39,187,408	30,129,629	47,700,569

RUBRO DE LAS EXPORTACIONES DE LANA EN PERÚ

Las exportaciones se encuentran asociadas a la elaboración de prendas de vestir, accesorios de regalo y decoración en material textil, accesorios y textiles del hogar, entre otros.

Se utiliza principalmente como materia prima que posteriormente será mezclada con otras fibras para la elaboración de tops e hilados, según las características solicitadas por el mercado.



PRINCIPALES SUBPARTIDAS: LANA SUCIA (PERÚ)

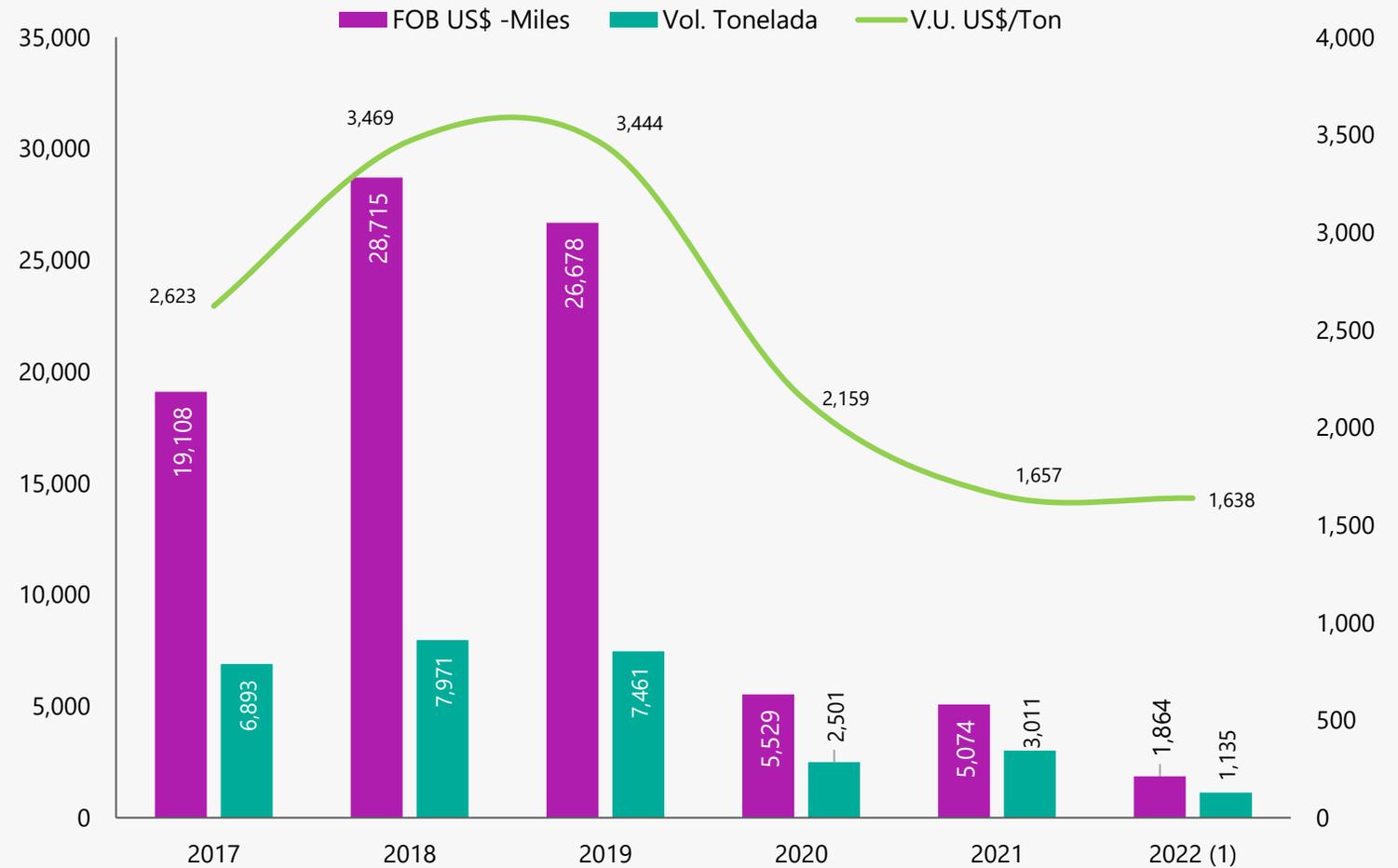
Nº	Partida	Descripción Arancelaria	Valor FOB (Miles US\$)							
			2017	2018	2019	2020	2021	Var.% 2021/2020	Part.% 2021	Crec.% 2021/2017
		TOTAL	23,886	36,131	31,486	5,809	6,614	13.87%	100.0%	-27.46%
1	5101110000	LANA SIN CARDAR NI PEINAR, SUCIA, INCL. LAVADA EN VIVO,ESQUILADA	18,970	28,091	27,049	5,529	5,475	-0.96%	82.78%	-26.7%
2	5101190000	LAS DEMAS LANAS SIN CARCER NI PEINAR, SUCIA, INCL. LA LAVADA EN VIVO	3,579	5,827	4,261	278	1,139	310.15%	17.22%	-24.9%
3	5101210000	LANA SIN CARDAR NI PEINAR , DESGRASADA, SIN CARBONIZAR,ESQUILADA	1,337	2,153	175	2	0	-100.0%	0.0%	-100.0%
4	5101290000	LAS DEMAS LANAS SIN CARDAR NI PEINAR, DESGRASADA, SIN CARBONIZAR	0	60	0	0	0	0.0%	0.0%	0.0%
5	5101300000	LANA SIN CARDAR NI PEINAR, CARBONIZADA	0	0	1	0	0	0.0%	0.0%	0.0%

EVOLUCIÓN: LANA SUCIA (PERÚ)

La lana de oveja sucia ha tenido una caída muy pronunciada desde lo que empezó la pandemia aunque ya desde el 2019 se observaba ese comportamiento.

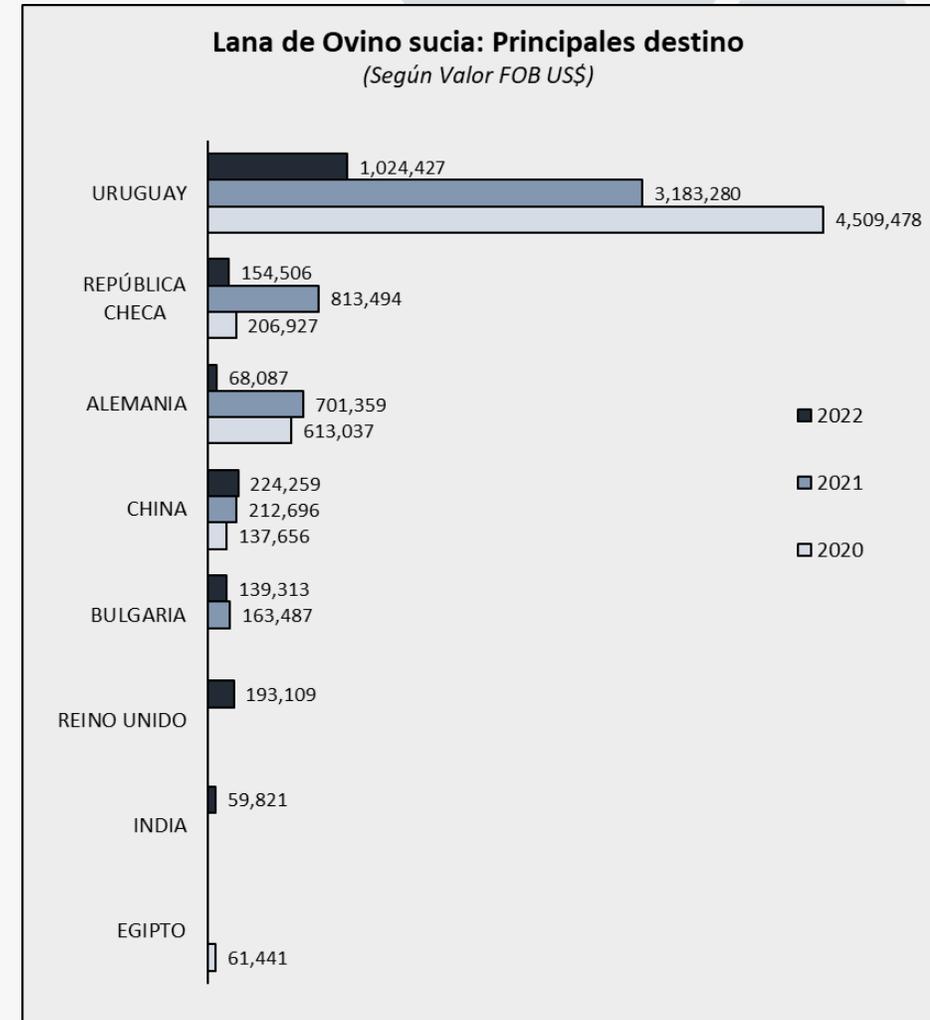
EVOLUCIÓN DE EXPORTACIÓN LANA DE OVINO SUCIA

P.A. 5101110000 - LANA SIN CARDAR NI PEINAR, SUCIA, INCL. LAVADA EN VIVO, ESQUILADA



PRINCIPALES MERCADOS:

La lana de oveja sucia tiene como principal destino Uruguay, República Checa, Alemania y China para el año 2021. Para el año 2021, se exportó a Uruguay USD 3.2 millones, seguido de República Checa con USD 813.5 miles y Alemania con USD 701 miles.

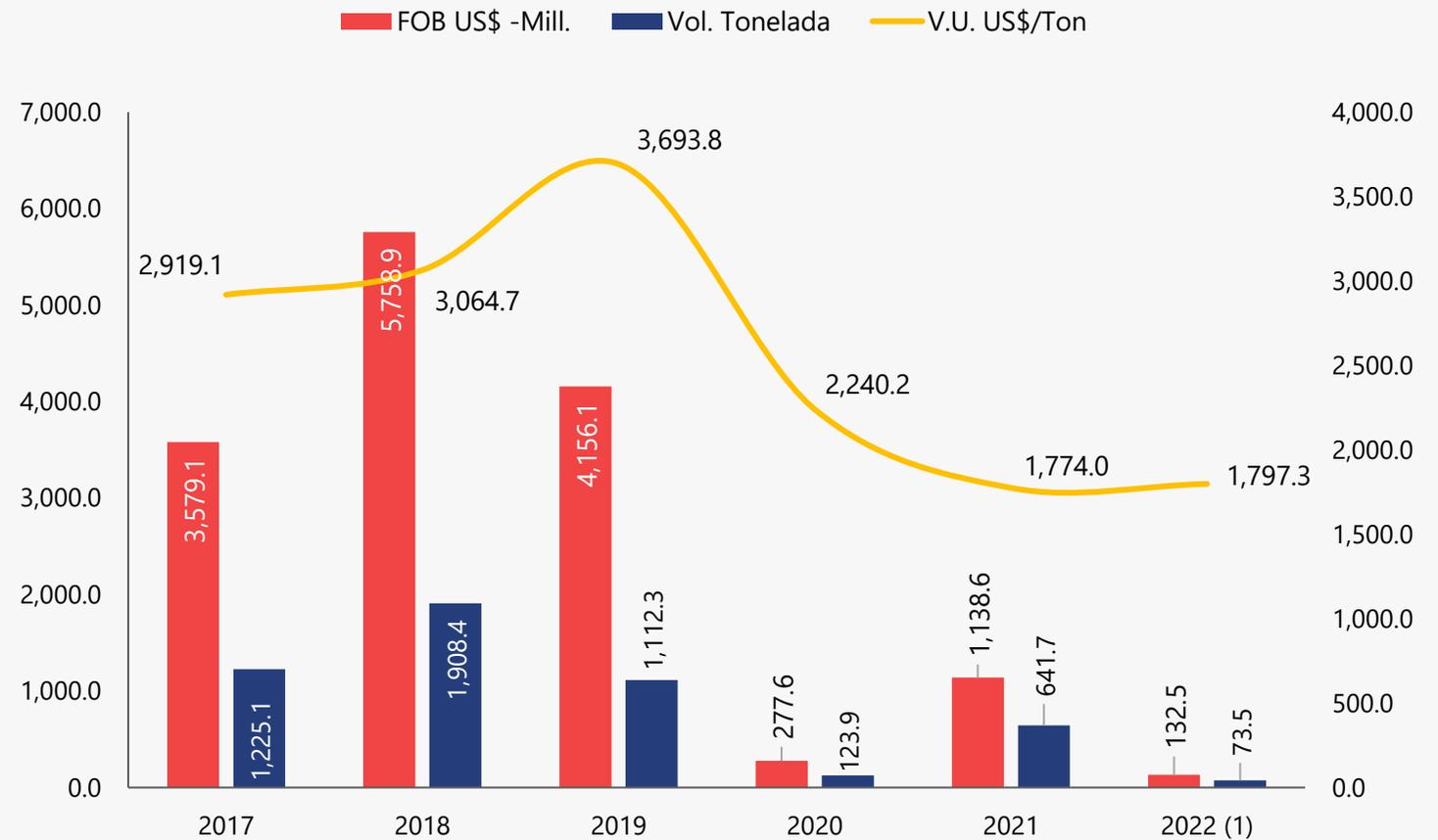


PRINCIPALES MERCADOS: LANA LAVADA (PERÚ)

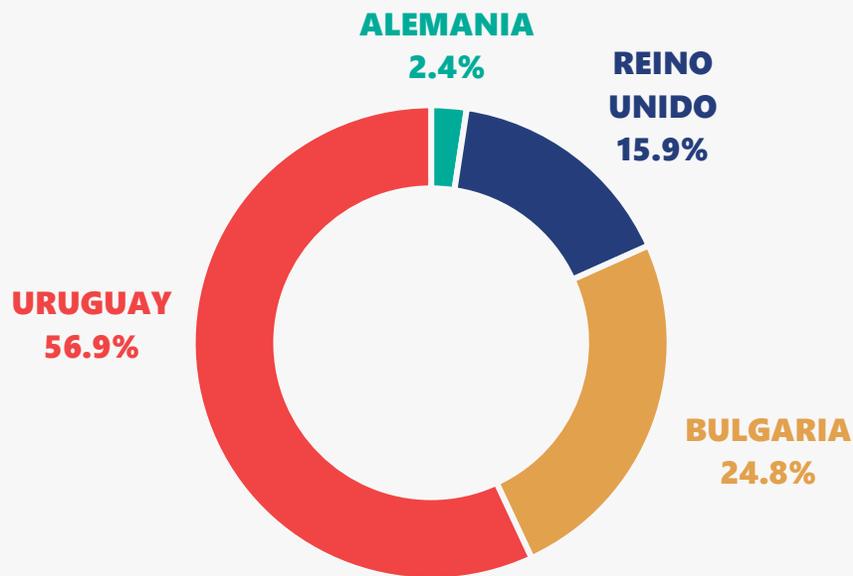
Del 2018 las exportaciones han tenido una gran caída tanto en volumen como en precio. Así se ha pasado de USD 5 758 millones en el 2018 a USD 4 156 para el 2019, una aparatosa caída en el 2020 y una leve recuperación al 2021. En lo que va del 2022, esta cifra parece que no va a mejorar.

EVOLUCIÓN DE EXPORTACIÓN DE LANA LAVADA

P.A. 510119000 - LAS DEMAS LANAS SIN CARCER NI PEINAR, SUCIA, INCL. LA LAVADA EN VIVO

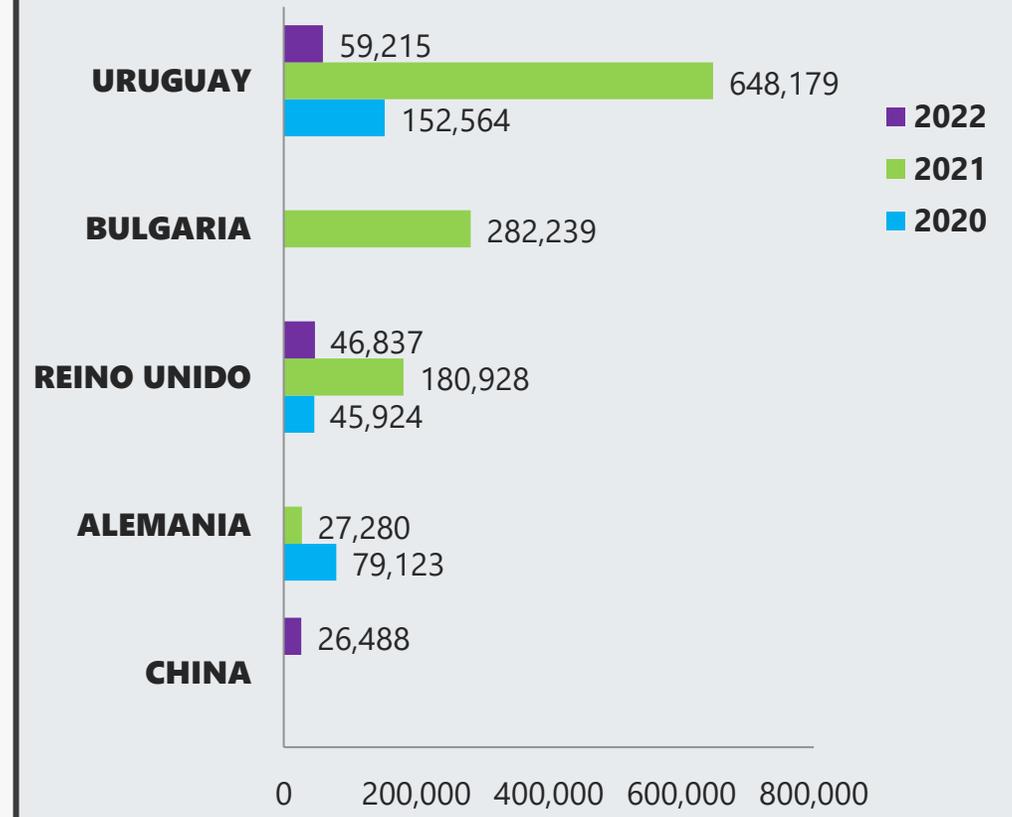


PRINCIPALES MERCADOS: LANA LAVADA (PERÚ)



LANA DE OVINO LAVADA: PRINCIPALES DESTINO

(Según valor FOB)





EXPORTACIONES MUNDIALES

EVOLUCIÓN DE EXPORTACIÓN LANA DE OVINO SUCIA

P.A. 510111 - LANA SIN CARDAR NI PEINAR, SUCIA, INCL. LAVADA EN VIVO, ESQUILADA

Exportadores	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021
	Cantidad exportada, Toneladas							
Mundo	558.897	574.363	545.246	568.721	517.605	447.462	393.728	507.333
Australia <i>i</i>	295.024	315.311	308.466	332.874	289.215	257.076	247.421	333.442
Sudáfrica <i>i</i>	42.759	45.173	46.870	48.775	44.905	39.735	49.205	51.716
Nueva Zelandia <i>i</i>	44.064	44.081	36.320	36.771	42.554	36.355	29.774	30.050
España <i>i</i>	9.668	11.631	10.681	10.597	11.051	9.360	6.117	8.942
Rumania <i>i</i>	16.438	14.049	11.569	16.587	15.019	9.101	6.873	8.700
Argentina <i>i</i>	13.327	13.319	19.572	11.036	9.510	9.962	4.693	8.340
Uruguay <i>i</i>	11.887	10.173	7.236	6.476	7.223	5.289	3.071	6.636
Brasil <i>i</i>	9.151	9.307	6.943	6.351	7.153	7.519	5.120	5.854
Reino Unido <i>i</i>	17.552	12.897	12.765	11.778	7.044	8.926	6.311	5.250
Chile <i>i</i>	3.979	4.069	2.003	3.012	3.183	2.935	1.607	4.739
Francia <i>i</i>	8.485	7.643	5.708	6.939	7.606	7.193	3.260	4.719
Irlanda <i>i</i>	2.927	4.055	4.248	3.509	4.388	4.065	2.980	3.204
Noruega <i>i</i>	3.778	3.861	4.124	4.076	3.810	3.486	2.759	3.019
Perú <i>i</i>	6.930	6.663	6.462	6.920	7.698	7.276	2.347	2.878
Bélgica <i>i</i>	9.739	9.578	5.002	5.561	7.148	3.884	2.038	2.849

Fuente: TradeMap, ITC

EVOLUCIÓN DE EXPORTACIÓN DE LANA LAVADA

P.A. 510529 – lana peinada “open tops”

Exportadores	Valor exportado en 2014	Valor exportado en 2015	Valor exportado en 2016	Valor exportado en 2017	Valor exportado en 2018	Valor exportado en 2019	Valor exportado en 2020	Valor exportado en 2021 ▼
Mundo	1.518.319	1.371.612	1.340.852	1.489.346	1.703.684	1.473.531	901.698	1.133.406
China <i>i</i>	474.091	408.951	385.192	438.652	562.109	480.323	292.923	318.456
Alemania <i>i</i>	137.295	124.018	119.209	130.663	138.647	120.805	107.672	169.126
República Checa <i>i</i>	202.041	204.969	221.548	217.137	258.788	218.296	140.975	167.998
Italia <i>i</i>	143.146	124.339	134.516	146.166	174.362	154.862	92.247	116.770
Argentina <i>i</i> 	111.434	99.151	119.500	135.135	154.771	139.692	63.884	106.660
Uruguay <i>i</i> 	135.271	134.729	112.021	113.696	129.895	106.018	52.012	89.391
Bulgaria <i>i</i>	21.916	23.230	18.283	57.962	76.031	69.417	43.580	54.612
Egipto <i>i</i>	30.029	38.848	35.202	46.011	36.263	42.621	31.585	31.940
Reino Unido <i>i</i>	36.514	24.428	27.353	19.868	27.294	32.707	20.197	25.557
Austria <i>i</i>	7.589	5.101	5.142	15.172	12.297	10.640	7.419	10.113
Taipei Chino <i>i</i>	33.065	27.392	33.583	37.318	37.793	19.873	13.176	9.902
India <i>i</i>	46.933	39.422	25.209	24.030	25.365	23.954	9.023	7.264
Estados Unidos de América <i>i</i>	7.555	4.223	9.099	10.328	10.315	7.073	3.960	5.451
España <i>i</i>	6.145	5.657	3.113	1.814	2.491	2.267	1.744	2.743
Tailandia <i>i</i>	49	37	1	3	11	2.219	2.041	2.416

Fuente: TradeMap, ITC



TENDENCIAS

FAST FASHION: MODA RÁPIDA

El término fast -rápido, en español- se refiere al término en los siguientes puntos (Crumbie, 2021):

- Cambios en la moda
- Tasa de producción
- Decisión de compra del consumidor
- Envío del producto
- Se descartan de la misma manera (por mala calidad, o se dejan de usar)



**Fashion
shouldn't cost
the earth**



- En las prendas se está utilizando más del 60% de fibra sintética, como poliéster, desde el 2000.
- Una prenda de poliéster tiene una huella de carbón de 5.5 kg comparado a 2.1 kg de una prenda de algodón.
- Las emisiones de la producción textil son equivalentes a 1.2 billones de toneladas de CO₂, esto es mucho más que la huella de carbono de los vuelos aéreos y los embarques marítimos juntos.

Trendy today, trash tomorrow...

"...ninguna persona quisiera ser vista o fotografiada más de una vez con la misma indumentaria.."

Kelly Drennan, fundadora de la organización no gubernamental (ONG) Fashion Takes Action, ha argumentado que la cultura pop, apoyada con las redes sociales, ha engendrado una práctica masiva de consumismo.

Es así como ciertas marcas internacionales, entre las cuales podemos destacar a H&M, han basado sus campañas de marketing en profundos estudios de comportamiento y mercado, diseñando publicidad con el objetivo de conquistar al público e introducir los grandes guardarropas como un bien necesario que cualquier persona, sin importar mucho su estado económico, debería tener"



Foto: Greenpeace/Bente Stachowske
<https://siglonuevo.mx/nota/2046.fast-fashion>

LANA EN LA MODA



Para la temporada 2021/2022, según Vogue, el tejido de punto estuvo de moda así volvieron los abrigos de pelo, las casacas de piel y las prendas de puntos como los jerseys (chompas), los vestidos de punto, etc.





*Trace
Look*





IWP 2022 Winners

[LEARN MORE >](#)



PLAYSCAPE



IWP 2022

BLOGGUERS E INFLUENCERS

Solo por mencionar un ejemplo aleatorio, encontramos el blog, Instagram de una bloguera que luego abrió su propia línea de ropa con apuesta a los sustentable en España. Su nombre es Gala y es la fundadora y directora creativa de Amlul. Ella se hizo conocida como la primera fashion Blogger española y es una de las personas más relevantes en la industria.

am·LUL

Gala



BLOGGERS E INFLUENCERS

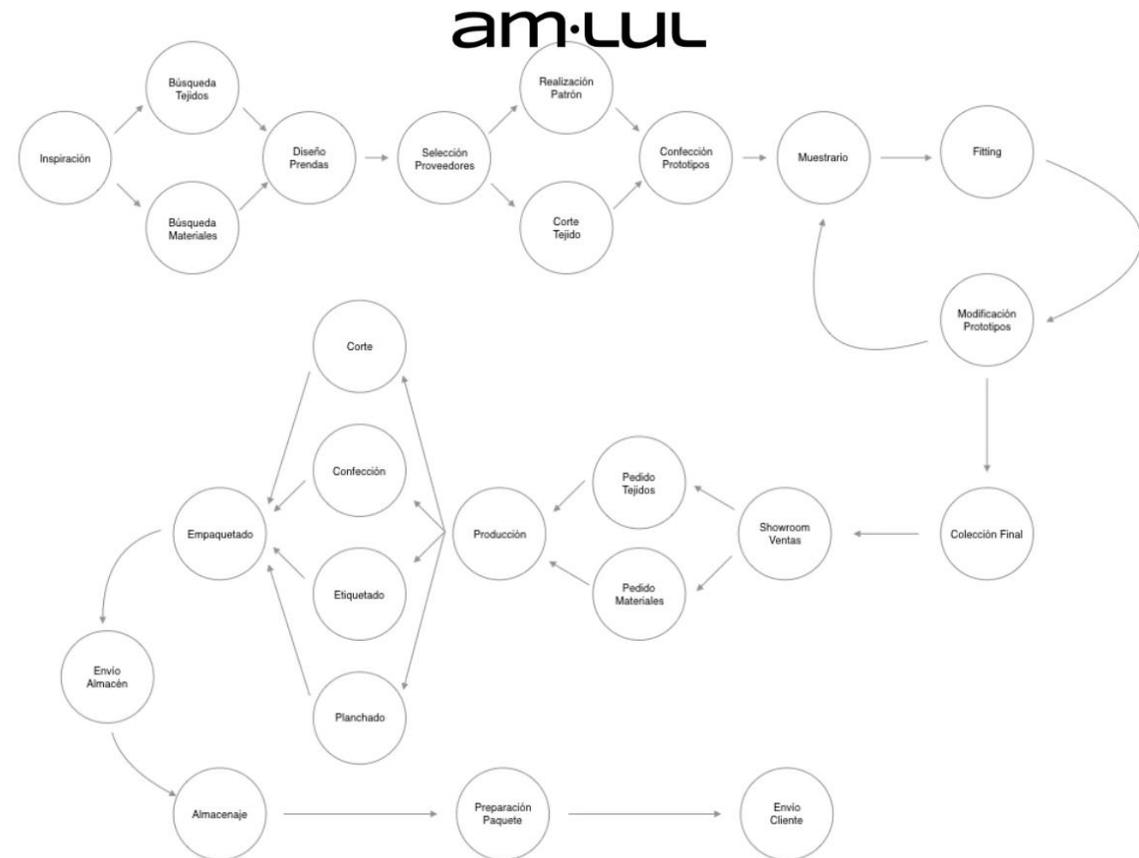
Shopping slow fashion means

less production

trendless and long-lasting designs

better fabrics and overall quality.

am·LUL



MEDIO AMBIENTE

Tendencia al no uso de productos hechos a base de piel o fibra o lana animal

Limitar la producción de materias vírgenes y buscar “textiles circulares”

La creación continua de vestimenta tiene un alto costo ambiental.

Resulta muy poco lo que se fabrica con materiales reciclados

RECUPERACIÓN DEL SECTOR VESTIMENTA



Ya se está dejando el pijama y la ropa cómo da de casa y se está volviendo a la normalidad.



Las redes sociales como el Instagram y Tik Tok, tienen tremenda influencia en la moda y aumentando los tickets de compra.



En los mercados asiáticos, en un marco de crecimiento de ingresos per-cápita y la influencia de la moda hace que busquen lanas finas y fibras.



La estadística evidencia una recuperación del sector con tendencia a seguir incrementando, y cuando llueve....



CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES



CONCLUSIONES

- Mantener y consolidar la articulación pública privada.
- Se necesita que la lana esté en las pasarelas de moda.
- Se debe hacer mejoras tecnológicas para el mejoramiento genético de los animales, tanto para lana como carne.
- El ganado ovino en Perú es de doble propósito en su mayoría, y constituye parte de la seguridad alimentaria de las zonas altoandinas.
- Consumo peruano de lana de ovino es ínfima.
- Existe una demanda como materia prima para el sector construcción (aislante térmico)

RECOMENDACIONES

- Se debe priorizar la investigación en tecnología para el mejoramiento genético de los ovinos, con planes de desarrollo y cruzamiento de animales para tener una buena lana y buen manejo del producto cárnico
- Se tiene una fuerte dependencia del mercado uruguayo, y ellos a su vez, dependen del sector externo para la venta de sus tops.
- Se debe hacer un trabajo coordinado para promover el consumo de la lana como insumo en la moda. Esto impulsaría la demanda en general, beneficiando al sector ovino peruano
- Se podría explorar la posibilidad del uso de lana de oveja residual o de baja calidad para revestimiento térmico en construcciones de casas u oficinas, ya que presenta beneficios por encima de aquellos materiales sintéticos.
- Con tecnología y micraje alto existe la posibilidad de un nuevo mercado como el de ropa interior (crimas fríos) y para deportes (por sus propiedades térmicas y respirables)



Gracias
