

FICHA MERCADO – PRODUCTO

I. DATOS DEL REGISTRO DE LA FICHA			
1.1. Nombre de la OCEX	OFICINA COMERCIAL DEL PERÚ EN BEIJING	1.2. Fecha	12 de mayo de 2023
1.3. Elaborado por:	Nombres y apellidos	Huiyue Jin (Laura)	
	Cargo	Asistente Comercial e Inversión	
II. DATOS DEL MERCADO – PRODUCTO			
2.1 Producto	Vestimenta de alpaca		
2.2 Nomenclatura arancelaria (Ejem.; 0806.10)	Prendas de punto de lana fina variada	HS code: 61101990	
	Accesorios de prenda de punto de otros pelos finos	HS code: 62142090	
2.3 Denominación o nombre comercial en el país de destino	Prendas de vestir de alpaca (羊驼毛衣 Yáng tuó máo yī) HS code 61101990: 其他针织或钩编的套头衫、开襟衫、背心及类似品 HS code 62142090: 其他披巾、领巾、围巾、披纱、面纱及类似品		
2.4 Requisitos de acceso al mercado (aranceles, requisitos sanitarios y fitosanitarios, certificaciones, otros)	<p>(1) Tasa Arancelaria Para el caso de las Prendas de punto de lana fina variada (código aduanero: 61101990), la tasa de arancel es del 0%, mientras que el IVA es el 17%. Con respecto a los Accesorios de prenda de punto de otros pelos finos (código aduanero: 62142090), la tasa de arancel es del 0%, mientras que el IVA es el 17%.</p> <p>(2) Sistema de Acceso al Mercado y Supervisión en la Industria Textil de China Leyes y regulaciones relacionadas “Ley de la República Popular de China sobre la Inspección de Mercancías de Importación y Exportación”. “Ley de la República Popular de China sobre la Calidad de los Productos”. “Ley de la República Popular de China sobre la Protección de los Derechos e Intereses de los Consumidores”. “Ley de Normalización de la República Popular de China”.</p> <p>Gestión y Supervisión de la calidad de los Productos del Campo de Circulación De conformidad con las leyes y reglamentos pertinentes, el departamento administrativo para la industria y el comercio realiza inspecciones aleatorias de la calidad de los muestreos de productos por tiempo determinado o indeterminado. Se determinan la calidad de los productos de acuerdo con las leyes, reglamentos, normas obligatorias y otras estipulaciones relacionadas, junto con las normas de producción descritos en el embalaje, manual de uso de los productos y muestras. Se supervisan e inspeccionan las entidades comerciales que no cumplen con los requerimientos de calidad aprobada.</p> <p>Normas de Aplicación para Todo Tipo de Textiles en China</p>		

	No.	Código	Nombre
	1	GB 18401-2010	Código Técnico Nacional de la Seguridad General para Textiles
	2	GB 5296.4-2012	Instrucción para el uso de Productos de Consumo, Parte 4: Textiles y Prendas
	3	GB/T 2665-2009	Ropa Femenina, Abrigos
	4	GB/T 2666-2009	Pantalones
	5	GB/T 2666-2008	Ropa de Algodón
	6	FZ/T 81010-2009	Ropa para Viento
	7	FZ/T 81007-2012	Ropa Casual
	8	FZ/T 81008-2011	Chaqueta
	9	GB/T 14272-2011	Traje de Pluma
	10	GB/T 2660-2008	Camisa
	11	FZ/T 73010-2008	Prendas de Punto
	12	FZ/T 73005-2012	Ropa Casual de Punto
	13	FZ/T 73005-2012	Prendas de Punto de Baja Mezcla con Lana y Lana de Imitación
	14	FZ/T 73018-2012	Prendas de punto de lana
	15	GB/T 22849-2009	Camiseta de Punto
	16	FZ/T 73029-2009	Pantalones de Punto
	17	FZ/T 81006-2007	Prendas de Jeans
	18	FZ/T 81004-2012	Vestidos y Faldas
2.5 Tendencias del mercado (no incluir estadísticas de comercio exterior)	<p>Desde el punto de vista de la población consumidora de fibras de alpaca, en el mercado doméstico de China existe alrededor de decenas de millones de personas. La mayoría de los consumidores no conocen bien las diferencias específicas entre fibra de alpaca y lana, por lo que no tienen interés en consumir fibras de alpaca. Aun así, las personas que consumen productos de fibras de alpaca, tales como chalinas, abrigos, blazers o chales, están satisfechos con la calidad de las fibras de alpaca y la frecuencia de dicho consumo es relativamente alta. El 30% de los consumidores la adquieren más de 2 veces al año.</p> <p>Los consumidores que compran productos de fibra de alpaca siempre tienen alto poder adquisitivo. Con el aumento del grupo de personas calificadas de ingresos medianos en China, el poder adquisitivo para adquirir productos de fibra de alpaca está aumentando gradualmente. Se observa un crecimiento positivo en el mercado de vestimenta de alpaca en China debido al aumento de la demanda de productos sostenibles y de lujo, así como a una mayor presencia en línea y colaboraciones de moda.</p> <p>La vestimenta de alpaca ha experimentado un crecimiento en popularidad en China en los últimos años por las siguientes razones:</p> <p>Mayor conciencia sobre el medio ambiente: los consumidores chinos se están volviendo más conscientes de la importancia de la sostenibilidad en la producción de ropa. La fibra de alpaca es un recurso renovable y menos perjudicial para el medio ambiente en comparación con otros materiales.</p> <p>Creciente clase media urbana: la clase media china está dispuesta a gastar en productos de lujo, incluida la ropa de alpaca de alta calidad. El auge económico del país y la creciente urbanización han generado una mayor demanda de artículos de moda de alta gama.</p> <p>Expansión de la moda de alpaca en línea: el comercio electrónico y las tiendas de moda en línea han contribuido a facilitar la entrada de la ropa de alpaca en el mercado chino. Esto ha proporcionado una plataforma para vendedores peruanos y otros productores internacionales para vender sus productos en línea.</p> <p>Relaciones comerciales entre China y Perú: Con el aumento de las relaciones comerciales entre China y Perú, hay una mayor disponibilidad y acceso a productos peruanos, incluida la ropa de alpaca. Los acuerdos comerciales y las inversiones chinas en Perú han contribuido a la expansión del mercado de alpaca en China.</p> <p>Estilos innovadores y colaboraciones de moda: los diseñadores de moda y marcas chinas están incorporando la fibra de alpaca en sus colecciones y colores modernos, fusionando estilos tradicionales y modernos en la moda de alpaca. Además, las colaboraciones entre diseñadores de ambos países están en aumento, lo que destaca la diversidad de diseños y estilos que se pueden lograr utilizando esta fibra, desde prendas informales hasta de alta gama.</p>		

	<p>Hábitos de uso: entre los productos de alpaca adquiridos por los consumidores, los de mayor demanda (40%) son los de vestimenta, en segundo lugar, están los artículos para el hogar (20%), en tercer lugar, están los juguetes para niños (25%) y el resto son otros productos (15%).</p>																																																																
<p>2.6 Estacionalidad de la producción local</p>	<p>En mayo del 2002, la Universidad Agrícola de Shanxi en China, introdujo por primera vez 23 alpacas desde Australia por un valor de 1.6 millones de yuanes. Asimismo, estableció una base de crianza de alpacas purasangres, con el fin de realizar la reproducción de razas puras e incrementar su población. En febrero del 2005, en la región de Xinjiang también se introdujeron 200 alpacas desde Australia. Este centro de crianza de alpacas se encuentra en la zona de Zijing, en la plataforma Tuomuer Pena. Actualmente existen granjas de crianza de alpacas a gran escala en Xinjiang, Shanxi, Shandong y Mongolia Interior; en otras zonas sólo se cuenta con algunas alpacas de uso ornamental.</p> <p style="text-align: center;">Principales zonas de crianza de alpaca en China</p>  <p>La cría de alpacas es una industria de cría especial emergente en China, con grandes beneficios económicos y sociales. Aunque el número de empresas de cría en la industria ha ido aumentando año tras año, la mayoría de ellas son de pequeña escala, todavía dominadas por cooperativas profesionales de cría de tamaño medio o pequeños microagricultores. El mercado en su conjunto está disperso, muestra una distribución irregular y un patrón de competencia regional, y la industria aún no ha producido una empresa líder con una influencia significativa que pueda liderar el desarrollo del mercado. Según estadísticas incompletas, el número total de criadores de alpacas en China ha alcanzado unas 10.000 cabezas en esta fase.</p>																																																																
<p>2.7 Principales puntos de ingreso del producto al mercado (puertos y/o aeropuertos)</p>	<table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <thead> <tr> <th colspan="4" style="text-align: center;">CÓDIGO ADUANERO: 61101990</th> </tr> <tr> <th colspan="4" style="text-align: center;">Prendas de punto de lana fina variada</th> </tr> <tr> <th style="text-align: center;">RANKING</th> <th style="text-align: center;">DESTINO DE REGISTRO</th> <th style="text-align: center;">CANTIDAD (KG)</th> <th style="text-align: center;">VOLUMEN DE INGRESO 2022 (USD)</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td style="text-align: center;">1</td> <td style="text-align: center;">SHANGHAI</td> <td style="text-align: center;">24253</td> <td style="text-align: center;">9,996,227</td> </tr> <tr> <td style="text-align: center;">2</td> <td style="text-align: center;">GUANGDONG</td> <td style="text-align: center;">1634</td> <td style="text-align: center;">399,607</td> </tr> <tr> <td style="text-align: center;">3</td> <td style="text-align: center;">BEIJING</td> <td style="text-align: center;">892</td> <td style="text-align: center;">327,936</td> </tr> <tr> <td style="text-align: center;">4</td> <td style="text-align: center;">ZHEJIANG</td> <td style="text-align: center;">1191</td> <td style="text-align: center;">326,519</td> </tr> <tr> <td style="text-align: center;">5</td> <td style="text-align: center;">JIANGSU</td> <td style="text-align: center;">381</td> <td style="text-align: center;">92,084</td> </tr> </tbody> </table> <table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <thead> <tr> <th colspan="4" style="text-align: center;">CÓDIGO ADUANERO: 62142090</th> </tr> <tr> <th colspan="4" style="text-align: center;">Accesorios de prenda de punto de otros pelos finos</th> </tr> <tr> <th style="text-align: center;">RANKING</th> <th style="text-align: center;">DESTINO DE REGISTRO</th> <th style="text-align: center;">CANTIDAD (KG)</th> <th style="text-align: center;">VOLUMEN DE INGRESO 2022 (USD)</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td style="text-align: center;">1</td> <td style="text-align: center;">SHANGHAI</td> <td style="text-align: center;">7447</td> <td style="text-align: center;">2,655,936</td> </tr> <tr> <td style="text-align: center;">2</td> <td style="text-align: center;">GUANGDONG</td> <td style="text-align: center;">506</td> <td style="text-align: center;">132,433</td> </tr> <tr> <td style="text-align: center;">3</td> <td style="text-align: center;">HAINAN</td> <td style="text-align: center;">73</td> <td style="text-align: center;">50,093</td> </tr> <tr> <td style="text-align: center;">4</td> <td style="text-align: center;">SHANDONG</td> <td style="text-align: center;">34</td> <td style="text-align: center;">42,293</td> </tr> <tr> <td style="text-align: center;">5</td> <td style="text-align: center;">BEIJING</td> <td style="text-align: center;">65</td> <td style="text-align: center;">33,998</td> </tr> </tbody> </table> <p>(Nota: debido al cambio de la estadística de la Administración General de Aduanas de la República Popular China, los datos anteriores son datos estadísticos según el destino de registro)</p>	CÓDIGO ADUANERO: 61101990				Prendas de punto de lana fina variada				RANKING	DESTINO DE REGISTRO	CANTIDAD (KG)	VOLUMEN DE INGRESO 2022 (USD)	1	SHANGHAI	24253	9,996,227	2	GUANGDONG	1634	399,607	3	BEIJING	892	327,936	4	ZHEJIANG	1191	326,519	5	JIANGSU	381	92,084	CÓDIGO ADUANERO: 62142090				Accesorios de prenda de punto de otros pelos finos				RANKING	DESTINO DE REGISTRO	CANTIDAD (KG)	VOLUMEN DE INGRESO 2022 (USD)	1	SHANGHAI	7447	2,655,936	2	GUANGDONG	506	132,433	3	HAINAN	73	50,093	4	SHANDONG	34	42,293	5	BEIJING	65	33,998
CÓDIGO ADUANERO: 61101990																																																																	
Prendas de punto de lana fina variada																																																																	
RANKING	DESTINO DE REGISTRO	CANTIDAD (KG)	VOLUMEN DE INGRESO 2022 (USD)																																																														
1	SHANGHAI	24253	9,996,227																																																														
2	GUANGDONG	1634	399,607																																																														
3	BEIJING	892	327,936																																																														
4	ZHEJIANG	1191	326,519																																																														
5	JIANGSU	381	92,084																																																														
CÓDIGO ADUANERO: 62142090																																																																	
Accesorios de prenda de punto de otros pelos finos																																																																	
RANKING	DESTINO DE REGISTRO	CANTIDAD (KG)	VOLUMEN DE INGRESO 2022 (USD)																																																														
1	SHANGHAI	7447	2,655,936																																																														
2	GUANGDONG	506	132,433																																																														
3	HAINAN	73	50,093																																																														
4	SHANDONG	34	42,293																																																														
5	BEIJING	65	33,998																																																														

2.8 Descripción de la cadena de distribución y comercialización del producto en el mercado (identificar los principales actores en cada eslabón de la cadena)

Se pueden apreciar los siguientes canales y niveles en el comercio de prendas de vestir de alpaca.

(1) Canal de cero Nivel (M-C) a menudo se llaman canales de distribución directa.

Canales de distribución directa está formado por productos que fluyen desde el productor al consumidor final sin ninguna venta por parte de un distribuidor. Los canales de distribución directa se utilizan principalmente para la distribución de suministros industriales porque muchos suministros industriales se fabrican según las necesidades especiales de los usuarios y con una tecnología de alto nivel. El fabricante tiene que enviar expertos para guiar la instalación, la operación y el mantenimiento de los equipos; por otro lado, el número de usuarios es limitado, algunas fábricas de la industria tienden a concentrarse en un área determinada, el precio unitario de estos suministros industriales es alto y los usuarios compran grandes cantidades.

(2) Canal de un nivel (M-R-C) contiene un intermediario de marketing como agencia.

En el mercado de los consumidores, este intermediario es normalmente un minorista, en el mercado Industrial, puede ser un representante de ventas o un comerciante con comisión.

(3) Canal de dos niveles (M-W-R-C) contiene a dos intermediarios de marketing.

En el mercado de consumidores, por lo general son mayoristas y minoristas. En el mercado industrial normalmente son agentes de ventas y distribuidores.

(4) Canal de tres niveles (M-W-J-R-C) contiene a tres intermediarios de marketing.

Tipo	Características
Ventas Directas	Reduciendo los procesos intermedios ayuda en ahorrar costos; Se puede garantizar la calidad de los productos, pocos productos falsificados, servicio especializado y humano
Agentes (distribución)	Costo bajo
Ventas por Internet	Los canales cada vez más maduros permiten a los clientes finales consultar la información del producto, y es más eficiente en ampliar la influencia de los productos de la empresa.
Ferias de Exposición	Se pueden comunicar con los clientes y cooperar a costo bajo, los expositores pueden mostrar su propia imagen y su fuerza.

Los canales de venta de empresas de producción de vestimenta de alpaca son ventas directas y distribución. La venta directa pertenece a un canal de nivel cero, mientras que la distribución es de un canal de uno y dos niveles.

A juzgar por los canales, la venta de productos de fibras de alpaca se realiza principalmente por distribución y exportaciones. Se considera que los productos terminados son distribuidos a nivel nacional a través de almacenes, centros de distribución y canales de comercio electrónico. Estos productos de alpaca se ponen a disposición de mayoristas, minoristas y clientes a través de una red de distribución bien organizada. Asimismo, la promoción y publicidad de los productos de alpaca juegan un papel crucial en la cadena de distribución. Las marcas, tanto locales como internacionales, establecen alianzas con influencers, utilizan redes sociales y estrategias de marketing digital para llegar a sus clientes potenciales y fidelizar a los actuales.

Caso Ecommerce: la plataforma de la tienda de Bandera de Perú en JD Internacional, un fruto exitoso de la iniciativa "OBOR": para registrarse en la plataforma, las empresas deben cumplir los siguientes requerimientos: 1. Licencia comercial de empresa registrada en el extranjero 2. Certificado de apertura de cuenta bancaria en el extranjero 3. Perfil de la empresa 4. Comprobante oficial de compra de los productos. Para empresas internacionales, también debe presentar el certificado de registro de la empresa, certificado de registro, formulario de constitución, prueba de datos bancarios, prueba de identidad del director, copia del anverso y reverso del DNI del director, autorización de marca o

	<p>autorización de agente de marca, certificado de registro de marca, informe de inspección de calidad</p> <p>En conclusión, para una empresa internacional que quiere registrarse en la tienda de Bandera de JD Internacional, se debe seguir los siguientes pasos: solicitud de inscripción (registro de la cuenta, información de la compañía, descripción de la tienda), auditoría (comprobación de la cualificación de la compañía), pagos de operación (acuerdos con la logística de JD, pagos online de la cuota de uso de la plataforma y garantía).</p> <p>Por lo tanto, el precio final de productos terminados que aparece en la plataforma de JD internacional es FOB+gasto de envío+coste de plataforma+tasa de arancel+IVA+% margen de beneficio)</p>
<p>2.9 Criterios de los actores claves de los canales de distribución y comercialización para la selección de proveedores (en orden de importancia)</p>	<p>El comprador (usuarios downstreams de alpaca) a través de su capacidad de reducir los precios y aumentar los requisitos de mayor calidad o servicio puede afectar la rentabilidad de las empresas existentes en la industria de la alpaca. En general, los compradores que cumplen las siguientes condiciones pueden tener un fuerte poder de negociación:</p> <ul style="list-style-type: none"> - El número total de los compradores es pequeño, y cada comprador tiene un gran volumen de compras que representa una gran proporción de las ventas del vendedor. - Los compradores compran básicamente un producto estandarizado, y es económicamente factible comprar productos de múltiples proveedores al mismo tiempo. - Los compradores tienen la capacidad de lograr una integración hacia atrás, y los vendedores no pueden integrarse hacia adelante. <p>En la actualidad, la principal aplicación de alpaca es principalmente productos de vestir de alpaca. Sin embargo, con el desarrollo de la tecnología, los tipos y la cantidad de productos de alpaca siguen aumentando. Por lo tanto, los usuarios de la industria de alpaca tienen un débil poder de negociación.</p> <p>Adicionalmente, algunos de los criterios que son necesarios cumplir los estándares de los compradores son:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Calidad de la prenda, debe de cumplir la promesa de ser de alpaca y se debe detallar las características del tipo de fibra usado para cada prenda, respetando las exigencias de los compradores en términos de garantía de la calidad. - Diseños adaptados al mercado de China, dependiendo del nivel de precios y de la subcategoría a la que pertenezcan (damas, caballeros, hogar) se debe adaptar el producto a las preferencias del consumidor chino. Por ejemplo, para productos de un alto nivel de precios y dirigido hacia un mercado ubicado en las ciudades de primer nivel, los diseños occidentales son bien recibidos, mientras que, para productos de un nivel de precios medio y dirigido hacia ciudades de segundo o tercer nivel, predominan diseños más tradicionales. - Capacidad de producción y disponibilidad, la capacidad de producción y disponibilidad del proveedor son cruciales para satisfacer la demanda de los clientes en cuanto a cantidad y variedad de productos. - Sistema de pago a consignación o al crédito. Dentro de esta categoría de productos por lo general se maneja un sistema de pago al crédito o a consignación, siendo el primero el preferido. Con lo cual se debe establecer un mecanismo claro de devolución de la mercadería que no logre ser vendida y uno de liquidación de los ítems vendidos. - Seguridad de un abastecimiento permanente y de calidad, se debe garantizar al cliente un abastecimiento continuo de los productos y una óptima entrega de los productos hacia sus almacenes. - Cumplimiento de normativas y certificaciones, los proveedores deben cumplir con las normativas y certificaciones locales e internacionales para garantizar el cumplimiento de estándares de calidad, medio ambiente y seguridad laboral.

2.10 Presencia de la oferta peruana en el mercado (temporadas, puntos de venta)

No hay tiendas físicas de la marca Alpaca del Perú. Sin embargo, existe ciertas marcas presentes en la tienda virtual tanto en la plataforma JD.com como en Tmall.com. A continuación, algunos ejemplos de productos que se comercializan actualmente.



京东国际 跨境进口 Kurmitay秘鲁原装进口羊驼毛绒俄罗斯女士款帽子时尚高端百搭保暖皮革 灰色

京东价 **¥ 1400.00** 降价通知 累计评价 0

进口税 商品价格已含税 税费信息

促销 **抢购** 购买1-20件时享受单价¥1400, 超出数量以结算价为准

配送至 北京市朝阳区八里庄街道 有货 支持 破损包退换 闪电退款 免运费

京东物流 送货上门 | 自理

由 京东国际 从中国香港直邮综合仓 发货, 国家馆·秘鲁马丘比丘馆 提供售后服务, 16:00前下单, 预计05月03日(周三)送达

选择颜色 灰色 黑色

温馨提示 · 不支持7天无理由退货 更多服务说明



京东国际 跨境进口 秘鲁原装进口NORGATE小羊驼毛绒全掌五指针织手套春秋冬季加厚加厚防寒保暖骑行出游男女款纯灰色棕色

秘鲁国家馆重点支持的产品, 适用BabyAlpaca或羊驼毛绒

超级季 五一大放价 焕新出游超惠买

京东价 **¥ 500.00** 降价通知 累计评价 10

进口税 商品价格已含税 税费信息

促销 **抢购** 购买1-20件时享受单价¥500, 超出数量以结算价为准

配送至 北京市朝阳区八里庄街道 有货, 此商品暂不支持 免运费

由 京东国际 从中国香港直邮综合仓 发货, 国家馆·秘鲁马丘比丘馆 提供售后服务

选择颜色 灰色 棕色

加入购物车 **到货通知**



¥ 830.00

秘鲁原装进口NORGATE小羊驼毛绒

已有5人评价



¥ 500.00

秘鲁原装进口NORGATE羊驼毛绒线帽

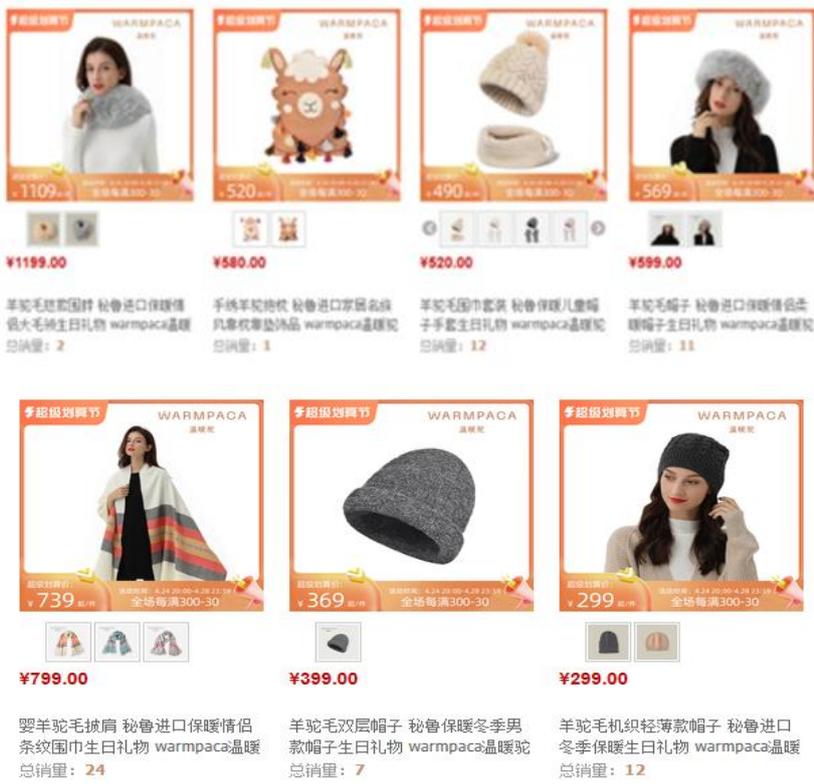
已有13人评价



¥ 500.00

秘鲁原装进口MANOS羊驼毛绒线帽

已有3人评价

	 <p>羊驼毛围巾 秘鲁进口保暖情 侣大毛球生日礼物 warmpaca温暖 总销量: 2</p> <p>手绣羊驼抱枕 秘鲁进口发圈名品 儿童枕靠垫礼品 warmpaca温暖配 总销量: 1</p> <p>羊驼毛围巾套袋 秘鲁保暖儿童帽 子手套生日礼物 warmpaca温暖配 总销量: 12</p> <p>羊驼毛帽子 秘鲁进口保暖情侣夹 腿帽子生日礼物 warmpaca温暖配 总销量: 11</p> <p>婴羊驼毛披肩 秘鲁进口保暖情侣 条纹围巾生日礼物 warmpaca温暖 总销量: 24</p> <p>羊驼毛双层帽子 秘鲁保暖冬季男 款帽子生日礼物 warmpaca温暖配 总销量: 7</p> <p>羊驼毛机织轻薄款帽子 秘鲁进口 冬季保暖生日礼物 warmpaca温暖 总销量: 12</p>
<p>2.11 Actividades de promoción idóneas para promover el producto</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Organizar misiones de empresarios textiles peruanos hacia el mercado de China para que establezcan relaciones comerciales con distribuidores y mayoristas de vestimenta en China y para que conozcan sobre los gustos y preferencias en términos de moda y estilo en este mercado. - Promover la participación de empresas chinas en el evento Perú Moda para que se animen a viajar y conocer de cerca la calidad de la alpaca peruana y la oferta que ofrecen las empresas en la línea de prendas de vestir y artículos de decoración. - Realizar la apertura de tiendas multimarca a través de la asociación de empresas, las cuales a través de sus diferentes marcas puedan tener una oferta integral para el consumidor de China que es cada vez más exigente. - Influencer Marketing, KOL (Wechat, Weibo, Xiaohongshu, Tiktok), Livestream marketing, etc. - Promoción en los bazares: es un nuevo modelo de comercialización que aparece en los últimos años en China, se organizan bazares sobre todo en las ciudades grandes de China, tales como: Beijing, Shanghai, Chongqing, etc., se considera que es un nuevo concepto en promoción de comercialización en postcovid, ya que la gente piensa que es un modelo novedoso y moderno, así es común ver que cada vez se reúne alrededor de 20-30 empresas de diferentes sectores, tales como: la juguetería de alpaca, café, alimentos, accesorios, etc. en el mismo bazar, los lugares suelen ser en la sala de centros comerciales, las plazas o los bloques de arte.

ANEXO

PRECIOS DE REFERENCIA EN LOS DIFERENTES CANALES SEGÚN ORIGEN DEL PRODUCTO

Punto de venta	Unidad (Caja, Kg., otro)	Precio* (US\$ por unidad)	Origen del producto	Fecha de toma de información	Características o forma de presentación	Foto
<p>JD: https://npcitem.jd.hk/10061142696049.html</p>	pieza	1,495.95 USD/ pieza	Italia	12 de mayo de 2023	<p>Descripción del producto: Jersey: 24% lana, 57% de alpaca, 19% poliamida</p>	<p>MYTHERESA</p> 
<p>JD: https://npcitem.jd.hk/10066191694654.html</p>	pieza	499.23 USD/ pieza	Italia	12 de mayo de 2023	<p>Descripción del producto: Jersey Max Mara: 37% mohair, 37% de alpaca, 26% poliamida</p>	
<p>JD: https://item.jd.com/19748337057.html</p>	pieza	290.34 USD/ pieza	China	12 de mayo de 2023	<p>Descripción del producto: Abrigo de mujer: 80% lana, 20% de alpaca</p>	

<p>Tmall: https://detail.tmall.com/item.htm?abucket=0&id=669344943110&ns=1&spm=a21n57.1.0.0.3918523c29sgvO&sku_properties=1627207:28341</p>	<p>pieza</p>	<p>73.42 USD/ pieza</p>	<p>China</p>	<p>12 de mayo de 2023</p>	<p>Descripción del producto: Abrigo de mujer: 100% de alpaca</p>	<p>MAXRIENY</p> 
<p>Tmall: https://detail.tmall.com/item.htm?abucket=0&id=683904216768&ns=1&spm=a21n57.1.0.0.3918523c29sgvO</p>	<p>pieza</p>	<p>93.95 USD/ pieza</p>	<p>China</p>	<p>12 de mayo de 2023</p>	<p>Descripción del producto: Bufanda: 56% lana, 30% de alpaca, 14% poliamida.</p>	<p>ZHI 致知</p> 

Nota*: Tipo de cambio USD/RMB: 6.9187, Bank of China, Rev. 12 de mayo de 2023

* Incluir información en distintos puntos de la cadena (mercados mayoristas, distribuidores y puntos de venta final) y de diferentes países de origen.