

FICHA MERCADO – PRODUCTO

I. DATOS DEL REGISTRO DE LA FICHA															
1.1. Nombre de la OCEX	OLON - London		1.2. Fecha												
			Junio 2022												
1.3. Elaborado por:	Nombres y apellidos	PROMPERU Londres													
	Cargo														
II. DATOS DEL MERCADO – PRODUCTO															
2.1 Producto	Esta ficha de producto/mercado se enfoca en los textiles para el hogar en el Reino Unido. El análisis del presente informe se realizó sobre partidas específicas de los subcapítulos (5701, 6301, 6304) pertenecientes a la línea de textiles del hogar. Entre los productos considerados se incluyen alfombras, mantas, cojines y fundas de cojines. En las tablas 1 y 2 se detallan las partidas arancelarias.														
2.2 Nomenclatura arancelaria	<p>Tabla 1: Códigos arancelarios (HS) de los textiles del hogar en el Perú</p> <table border="1"> <thead> <tr> <th>Código arancelario (Perú) HS</th> <th>Nombre de la partida</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>57.01.10</td> <td>Alfombras de nudo de lana o pelo fino</td> </tr> <tr> <td>63.01.20.10</td> <td>Mantas de lana (excepto las eléctricas)</td> </tr> <tr> <td>63.01.20.90</td> <td>Mantas de las demás materias textiles (excepto las eléctricas)</td> </tr> <tr> <td>63.01.30</td> <td>Mantas de algodón excepto las eléctricas</td> </tr> <tr> <td>63.04.91</td> <td>Los demás artículos de tapicería (cojines/fundas de cojín)</td> </tr> </tbody> </table> <p>Fuente: PromPerú</p>			Código arancelario (Perú) HS	Nombre de la partida	57.01.10	Alfombras de nudo de lana o pelo fino	63.01.20.10	Mantas de lana (excepto las eléctricas)	63.01.20.90	Mantas de las demás materias textiles (excepto las eléctricas)	63.01.30	Mantas de algodón excepto las eléctricas	63.04.91	Los demás artículos de tapicería (cojines/fundas de cojín)
Código arancelario (Perú) HS	Nombre de la partida														
57.01.10	Alfombras de nudo de lana o pelo fino														
63.01.20.10	Mantas de lana (excepto las eléctricas)														
63.01.20.90	Mantas de las demás materias textiles (excepto las eléctricas)														
63.01.30	Mantas de algodón excepto las eléctricas														
63.04.91	Los demás artículos de tapicería (cojines/fundas de cojín)														
2.3 Denominación o nombre comercial en el país de destino	<p>Denominación o nombre comercial en el Reino Unido</p> <p>En la tabla a continuación se encontrará los códigos arancelarios y los nombres comerciales de las partidas y subpartidas de textiles del hogar que Reino Unido importa del Perú.</p> <p>Tabla 2: Códigos arancelarios y nombres comerciales de los textiles del hogar, según descripción en Reino Unido</p> <table border="1"> <thead> <tr> <th>Código arancelario</th> <th>Nombre de la partida</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>57.01.10</td> <td>Carpets and other textile floor coverings, of wool or fine animal hair</td> </tr> <tr> <td>63.01.20.10</td> <td>Blankets and travelling rugs, of wool or of fine animal hair</td> </tr> <tr> <td>63.01.20.90</td> <td>Blankets and travelling rugs, other than electric blankets made of other textile materials</td> </tr> <tr> <td>63.01.30</td> <td>Blankets and travelling rugs of cotton</td> </tr> <tr> <td>63.04.91</td> <td>Articles for interior furnishing knitted or crocheted (pillows/pillowcases)</td> </tr> </tbody> </table> <p>Fuente: HMRC - UK Trade Tariffs</p>			Código arancelario	Nombre de la partida	57.01.10	Carpets and other textile floor coverings, of wool or fine animal hair	63.01.20.10	Blankets and travelling rugs, of wool or of fine animal hair	63.01.20.90	Blankets and travelling rugs, other than electric blankets made of other textile materials	63.01.30	Blankets and travelling rugs of cotton	63.04.91	Articles for interior furnishing knitted or crocheted (pillows/pillowcases)
Código arancelario	Nombre de la partida														
57.01.10	Carpets and other textile floor coverings, of wool or fine animal hair														
63.01.20.10	Blankets and travelling rugs, of wool or of fine animal hair														
63.01.20.90	Blankets and travelling rugs, other than electric blankets made of other textile materials														
63.01.30	Blankets and travelling rugs of cotton														
63.04.91	Articles for interior furnishing knitted or crocheted (pillows/pillowcases)														

<p>2.4 Requisitos de acceso al mercado</p>	<p>Requisitos de acceso al mercado</p> <p>La República del Perú y las República del Ecuador y Colombia suscribieron el Acuerdo Comercial con el Reino Unido de Gran Bretaña e Irlanda del Norte. El acuerdo entró en vigor el 31 de diciembre de 2020 incorporando aspectos del tratado de libre comercio con la Unión Europea, dando continuidad a las preferencias arancelarias, cuotas, reglas de origen y requisitos para la importación, los cuales aplican también para los textiles para el hogar.</p> <p>Aranceles</p> <p>Como resultado del acuerdo anteriormente mencionado, la gran mayoría de las exportaciones peruanas al Reino Unido tienen un arancel de 0%, incluyendo las partidas detalladas en esta ficha. Se puede verificar el impuesto arancelario de cada producto a través del sitio del gobierno del Reino Unido.¹</p> <p>Etiquetado</p> <p>De acuerdo con la normativa del Reino Unido, las etiquetas para productos de consumo como los textiles del hogar deben estar escritas completamente en inglés. La etiqueta de dichos productos debe ser duradera, fácilmente legible, visible y accesible. Además, un producto textil compuesto por dos o más fibras que representen el 85% del producto acabado debe llevar la marca de la fibra seguida de un porcentaje - por ejemplo, "algodón 80%, poliéster 15%, nylon 5%".²</p> <p>Por otra parte, los consumidores deben saber cuándo los productos textiles contienen partes de origen animal, como pieles, cuero, huesos, etc. El uso de partes no textiles de origen animal debe estar claramente etiquetado o marcado con la frase "contiene partes no textiles de origen animal". La etiqueta puede contener más información sobre las partes de origen animal como la piel de visón o de cordero, pero siempre debe utilizarse la frase obligatoria. Esto también significa que cualquier etiquetado erróneo, por ejemplo, etiquetar pieles reales como pieles de imitación es un delito.³</p> <p>A continuación, se presenta un ejemplo de una etiqueta para un producto terminado.</p>
--	--

¹ <https://www.gov.uk/get-rules-tariffs-trade-with-uk>

² <https://www.businesscompanion.info/en/quick-guides/goods/labelling-of-textiles>

³ <https://www.cbi.eu/market-information/home-decoration-home-textiles/homewear/market-entry>



Fuente: carelabels.co.uk

Por otro lado, las etiquetas de lavado no son obligatorias por ley en el Reino Unido ni en la Unión Europea. Aunque la ley no obliga a añadir una etiqueta de lavado a una prenda, en el caso que el consumidor dañe esa prenda al lavarla de forma incorrecta, el exportador podría ser responsable de los costes de reparación o sustitución.

Las etiquetas de lavado son una norma industrial establecida desde hace mucho tiempo y ayudan al consumidor de forma muy importante, por lo que se sugiere añadir una etiqueta de lavado, independientemente de si se está obligado a hacerlo por ley o no.

Por último, a diferencia de los productos alimentarios, las prendas de vestir no tienen que llevar legalmente ninguna etiqueta de "país de origen" en el Reino Unido. Sin embargo, la Asociación de Moda y Textiles en el Reino Unido (UKFT por sus siglas en inglés)⁴ señala que no se puede engañar legalmente al consumidor sobre el país de origen, por lo que hay que tener cuidado en este aspecto, especialmente si se utiliza un nombre de lugar en la marca.

Certificaciones



Los siguientes certificados no son obligatorios para poder exportar productos al Reino Unido. Sin embargo, estos son tomados en cuenta por muchos compradores, quienes, en muchos casos, solo trabajan con empresas que cuenten con ellos.

⁴ <https://www.ukft.org/business-advice/labelling/>

Sedex⁵ – es una organización de comercio ético que intenta mejorar el desempeño ambiental y social, incluyendo las condiciones de trabajo en las cadenas de suministro globales. Cuenta con más de 60.000 organizaciones miembros de más de 180 países.



WRAP⁶ es el mayor programa de certificación independiente del mundo centrado en los sectores de ropa, calzado y productos textiles. Esta certificación es reconocida en el Reino Unido y Alemania.

La certificación B Corp⁷ busca corroborar que una empresa cumpla con altos estándares de calidad verificada, responsabilidad y transparencia en factores que van desde los beneficios de los empleados y donaciones caritativas hasta las prácticas de la cadena de suministro y los materiales de insumo.



STeP by OEKO-TEX^{®8} es un sistema de certificación independiente para marcas, minoristas y fabricantes de la industria textil y del cuero. La certificación es adecuada para las instalaciones de producción en todas las fases de procesamiento que quieran comunicar externamente sus medidas medioambientales de forma creíble y transparente.

Esta certificación incluye la elaboración de informes y documentación de las auditorías.

La Global Organic Textile Standard⁹ abarca todo el proceso de producción basado en el uso de fibras orgánicas, desde el procesamiento y la fabricación de los textiles hasta la concesión de licencias y el etiquetado. Aunque se trata de un proceso riguroso en el que deben cumplirse todos los criterios, el resultado es una certificación ecológica reconocida internacionalmente que demuestra a las partes interesadas, a los socios y a los consumidores su compromiso de ofrecer productos sostenibles, éticos y de alta calidad.



⁵ <https://www.sedex.com/>

⁶ <https://wrapcompliance.org/>

⁷ <https://bcorporation.uk/>

⁸ <https://www.oeko-tex.com/en/>

⁹ <https://global-standard.org/>

<p>2.5 Tendencias del mercado</p>	<p>Tendencias y características de mercado británico para textiles del hogar</p> <p>La importancia de los canales de venta independientes</p> <p>De acuerdo con datos de Euromonitor, el Reino Unido constituye el segundo mercado europeo más importante de textiles del hogar, con un valor de venta minorista de más de £2.5 mil millones, solo detrás Alemania (más de £4 mil millones). Cabe resaltar que el mercado de textiles del hogar en el Reino Unido tiene diferencias importantes con respecto a los otros grandes mercados en Europa como Alemania, Francia y España.</p> <p>Una de las diferencias está relacionada con los canales de venta minorista. Según datos de la misma fuente, en el Reino Unido, el 59.5% del valor de venta al público pertenece a marcas blancas (private label) de minoristas independientes, mientras que estas corresponden al 6% en España, 26.9% en Alemania y 42.6% en Francia. Esto evidencia la importancia del sector de boutiques y tiendas independientes, en comparación con grandes tiendas por departamento y marcas establecidas.</p> <p>A continuación, se detallan las principales marcas en el mercado:</p> <p>Tabla 3: Porcentaje de participación de ventas de textiles del hogar, por marca en 2021</p> <table border="1" data-bbox="528 1108 1444 1691"> <thead> <tr> <th>Marca</th> <th>% participación</th> <th>Marca</th> <th>% participación</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>IKEA</td> <td>6.2</td> <td>Abraham Moon & Sons</td> <td>0.6</td> </tr> <tr> <td>Anthropologie</td> <td>4.1</td> <td>Rapport Home</td> <td>0.5</td> </tr> <tr> <td>Urban Outfitters</td> <td>3.5</td> <td>H&M Home</td> <td>0.4</td> </tr> <tr> <td>Primark</td> <td>1.8</td> <td>Zara Home</td> <td>0.2</td> </tr> <tr> <td>SCS</td> <td>1.5</td> <td>Feather & Black</td> <td>0.1</td> </tr> <tr> <td>Laura Ashley</td> <td>1.1</td> <td>Marca blanca (Private label)</td> <td>59.5</td> </tr> <tr> <td>The White Company</td> <td>0.9</td> <td>Otras marcas</td> <td>19.5</td> </tr> </tbody> </table> <p><i>Fuente - Euromonitor</i></p> <p>Desde 2016, las marcas han guardado una participación similar en el mercado británico. No obstante, IKEA reforzó su posición, incrementando su participación de 5.8% a 6.2% en este periodo. Este crecimiento podría continuar en los años que vienen por las capacidades de IKEA en comercio electrónico, combinado con economías de escala que resultan en precios</p>	Marca	% participación	Marca	% participación	IKEA	6.2	Abraham Moon & Sons	0.6	Anthropologie	4.1	Rapport Home	0.5	Urban Outfitters	3.5	H&M Home	0.4	Primark	1.8	Zara Home	0.2	SCS	1.5	Feather & Black	0.1	Laura Ashley	1.1	Marca blanca (Private label)	59.5	The White Company	0.9	Otras marcas	19.5
Marca	% participación	Marca	% participación																														
IKEA	6.2	Abraham Moon & Sons	0.6																														
Anthropologie	4.1	Rapport Home	0.5																														
Urban Outfitters	3.5	H&M Home	0.4																														
Primark	1.8	Zara Home	0.2																														
SCS	1.5	Feather & Black	0.1																														
Laura Ashley	1.1	Marca blanca (Private label)	59.5																														
The White Company	0.9	Otras marcas	19.5																														

sumamente competitivos. Por otro lado, las marcas blancas también han experimentado un gran auge durante este periodo, aumentando su participación de 55.3% en 2016 a 59.5% en 2021.

La sostenibilidad de los materiales textiles

En los últimos años, se ha visto una tendencia hacia el uso de fibras sostenibles con respecto a toda la industria textil, incluyendo los del hogar. Esto ha sido impulsado tanto por los consumidores como por instituciones del estado. Por ejemplo, en un informe titulado "Fixing Fashion"¹⁰, el gobierno del Reino Unido determinó que el impacto de la producción textil en el cambio climático es mayor que el de la aviación y el transporte marítimo juntos. Para avanzar hacia un medio ambiente más limpio, la industria de los textiles en Reino Unido está dando pasos importantes para disminuir su huella de carbono y alcanzar las emisiones netas cero en 2050.

Actores clave de la industria se han sumado a esta tendencia para presionar hacia un cambio de paradigma en el sector. Por ejemplo, la revista Vogue UK, que tiene mucha influencia en el mercado, indicó en un artículo¹¹ de abril 2022, que *"la reducción de las emisiones de CO2, el tratamiento de la sobreproducción, la reducción de la contaminación y los residuos, el apoyo a la biodiversidad y la garantía de que los trabajadores de la confección reciban un salario justo y tengan unas condiciones de trabajo seguras son aspectos cruciales de la matriz de sostenibilidad"*. Además, subraya la importancia de calidad en los materiales para *"comprar menos, pero comprar mejor"* y evitar el uso de materiales sintéticos que requieren del uso de combustibles fósiles. El uso de materiales naturales como alpaca y algodón Pima, y una correcta comunicación sobre las prácticas de sostenibilidad de estas industrias será central en los próximos años para fortalecer la demanda de dichos productos.

Una mayor apertura hacia el mundo: importaciones británicas luego del Brexit

En los últimos años, se ha registrado una caída en las importaciones británicas de los textiles del hogar de países de la Unión Europea (UE). Esto estaría relacionado con la entrada en vigor del Brexit y las mayores dificultades en las fronteras. Es importante mencionar que el 1 de enero de 2021, marco el día en que los controles aduaneros a consecuencia del Brexit entraron en vigor. El endurecimiento de las normas fronterizas ha impactado el comercio con la UE, como fue evidenciado por un estudio de

¹⁰ <https://publications.parliament.uk/pa/cm201719/cmselect/cmenvaud/1952/report-summary.html>

¹¹ <https://www.vogue.co.uk/fashion/article/sustainable-fashion>

Euratex (la Federación Europea de la Confección y el Textil). En este se constató que entre enero y septiembre de 2021, se registró una pérdida comercial de 3,400 millones de euros, con una caída de 22% de importaciones británicas de la UE.¹²

El sector textil del Reino Unido no ha sido excepción a los impactos del Brexit. En mayo de 2021, la Asociación de la Moda y el Textil del Reino Unido (UKFT)¹³ encuestó a 138 empresas británicas, entre las que se encontraban las principales marcas de moda, fabricantes de textiles, mayoristas, agencias de moda, fabricantes de prendas de vestir y minoristas. En este estudio, la UKFT reportó que el 71% depende actualmente de las importaciones de la UE. Además, los costes y complicaciones debido al Brexit han afectado considerablemente, con el 92% de los encuestados experimentando un aumento de los costes de transporte, y el 83% un aumento de los costes en los trámites aduaneros.

El impacto que ha tenido el Brexit en las exportaciones e importaciones entre la UE y el Reino Unido podría suponer una oportunidad para incrementar la relación bilateral económica con países como Perú, que cuentan con un acuerdo comercial en vigor con el Reino Unido., Por lo tanto, las dificultades generadas por el Brexit a las importaciones provenientes de países europeos podrían mejorar la competitividad del Perú relativa a estos. De esta manera, exportadores peruanos podrían mejorar su cuota de mercado al establecer relaciones sólidas y duraderas con los compradores británicos de manera directa, evitando así a intermediarios europeos.

Tendencias de la cadena comercial

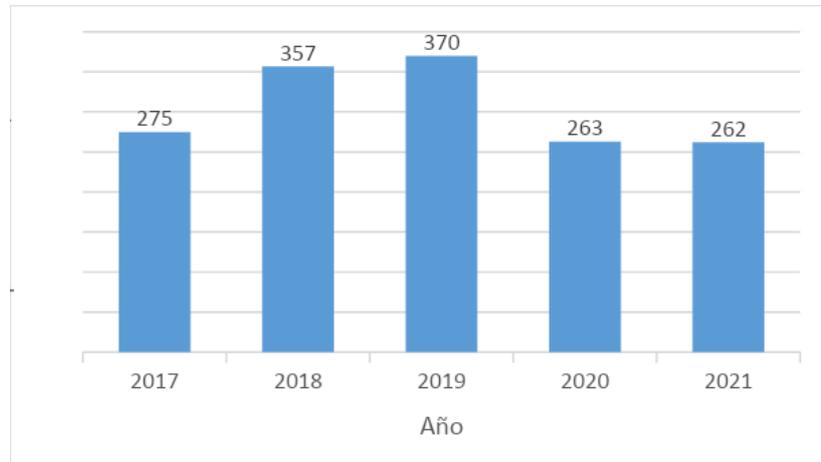
Alfombras de nudo de lana o pelo fino

Perú exportó US\$ 262 mil a nivel mundial de la partida alfombras de nudo de pelo fino (HS 570110) en 2021, y solo US\$11 mil al Reino Unido, aunque fue el único proveedor latinoamericano a dicho país. A pesar de haber tenido una tendencia ascendente en los últimos años, la pandemia impactó las cadenas de distribución de los textiles, lo cual se vio reflejado en una caída de las exportaciones durante 2020 y 2021.

¹² <https://euratex.eu/news/brexit-has-been-a-lose-lose-deal/>

¹³ <https://www.ukft.org/>

Ilustración 1 – Exportaciones del Perú al mundo de alfombras de lana o pelo fino (HTS 570110) 2017-2021 (000 de FOB USD)

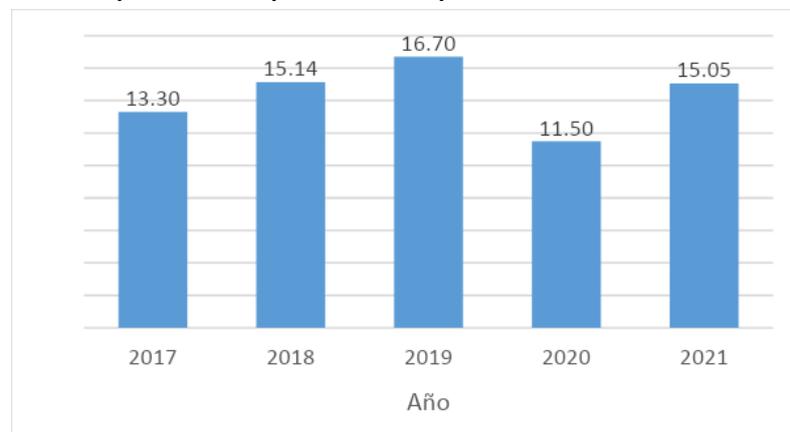


Fuente - PromPerú

Evidentemente, las disrupciones en las cadenas de suministro afectaron no solo a las exportaciones de Perú, sino a toda la importación británica de estas partidas. No obstante, la recuperación de estas últimas ha sido más acelerada que la de las exportaciones del Perú. En general, las importaciones totales crecieron un 26% acumulado entre 2017 y 2019 y luego cayeron 10% entre 2019 y 2021.

Entre enero y abril de 2022, Perú exportó un poco más de \$65 mil al mundo, lo que representa una caída de 6% comparado con el mismo periodo del año anterior. Por otro lado, las exportaciones hacia el Reino Unido han sido esporádicas en los últimos 5 años, a un valor entre \$10-50 mil, excepto en el caso de 2020, cuando el Perú no exportó al Reino Unido.

Ilustración 2 – Importaciones británicas de alfombras de lana o pelo fino (HTS 570110) 2017-2021 (millones GBP)



Fuente: HMRC – UK Trade Info

La mayoría de las importaciones británicas de esta partida provienen de India (22%) y Nepal (19%). De acuerdo con las estadísticas de ITC Trade Map, India representa 33.3% de las exportaciones globales y Pakistán (12.3%) con otros proveedores como Nepal (11.3%), Irán (9.5%) jugando un papel importante en exportaciones globales también.

Perú representó el único país latinoamericano que exportó esta partida al Reino Unido en 2021. El acuerdo comercial facilita y reduce los costes de las importaciones británicas del Perú. Con importaciones globales del Reino Unido aumentando, Perú podría reforzar su posición como proveedor alternativo fiable de los países proveedores anteriormente mencionados.

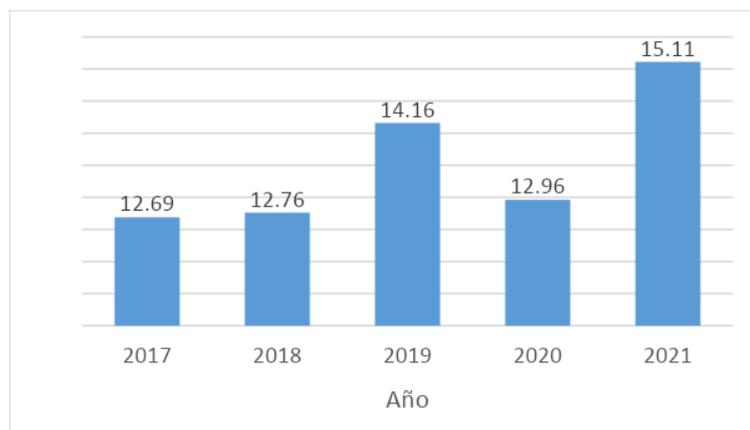
Mantas

Las mantas se encuentran bajo la partida HS 6301. Para este análisis, se utilizan las siguientes tres partidas: Mantas de algodón (HS 63.01.30), Mantas de lana (HS 63.01.20.10), Mantas de los demás materiales, alpaca para el caso del Perú (63.01.20.90).

Mantas de algodón

En 2021, el Reino Unido importó más de £15 millones en mantas de algodón, lo que representa un aumento de 17% comparado con 2020 y 7% comparado con 2019. Es decir, las importaciones no solo han vuelto a los niveles anteriores a la pandemia, sino que los han superado.

Ilustración 3 – Importaciones británicas de mantas de algodón (HS630130) 2017-2021 (en valor millones de GBP)

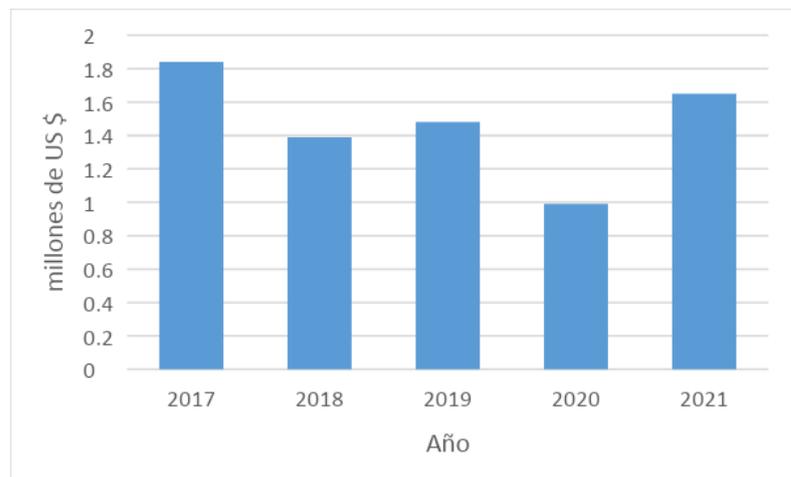


Fuente: HMRC – UK Trade Info

Además, las exportaciones peruanas de este producto también han experimentado un repunte, con 1.6 millones exportados en 2021, lo que

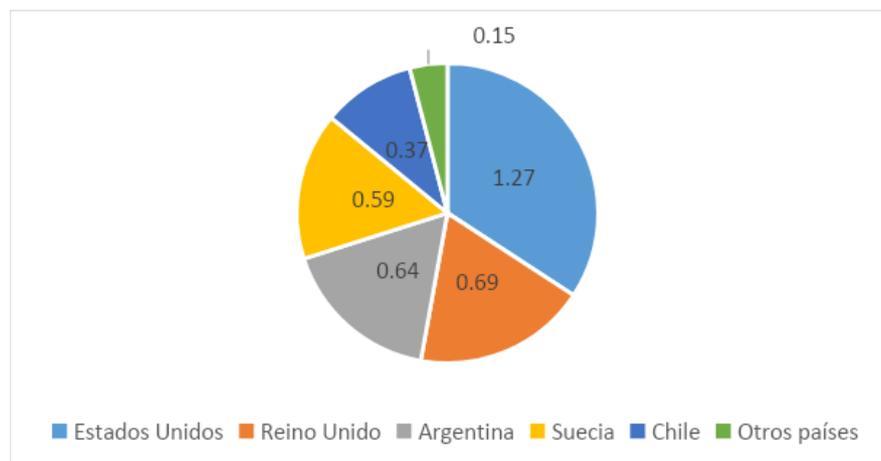
representa un crecimiento de 68.3% comparado con el año anterior y 11% comparado con 2019. Durante este último año, el Reino Unido fue el segundo mercado más importante para el Perú, solo por detrás los Estados Unidos.

Ilustración 4 - Exportaciones peruanas de mantas de algodón al mundo (HS 630130) entre 2017 y 2021 (en valor de millones USD)



Fuente: PromPerú

Ilustración 5 – Principales destinos de mantas de algodón peruanas (HS 630130) en 2021 (en valor de millones USD)



Fuente: PromPerú

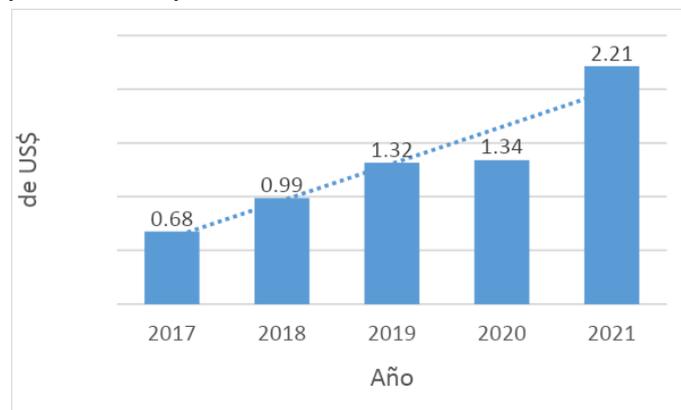
Cabe resaltar que, si bien las exportaciones peruanas al Reino Unido también han aumentado en 2021, pasando de \$67 mil a \$69 mil, estas no lo han hecho a la misma velocidad que la recuperación de las importaciones, lo que implica que la participación porcentual peruana en el mercado británico se ha reducido. Esto refleja que aún existiría un gran potencial para más envíos al país, pero que se deben continuar

fortaleciendo y desarrollando mayores relaciones comerciales con este mercado.

Mantas de lana, alpaca y mezclas

Reino Unido se posicionó como el quinto destino para las exportaciones peruanas en 2021, por detrás de EEUU, Alemania, Estonia y Canadá. En 2021, las exportaciones peruanas al mundo de esta partida llegaron a \$2.2 millones, lo que representa un crecimiento de un 65% en valor, en comparación con 2020. Las exportaciones peruanas vienen creciendo de forma constante y fortaleciendo su presencia en nuevos mercados, como es el caso del Reino Unido. De hecho, las exportaciones globales crecieron un 228% en valor entre 2017-2021.

Ilustración 6 – Exportaciones peruanas de mantas de lana o pelo fino al mundo (HS 63012010) 2017-2021

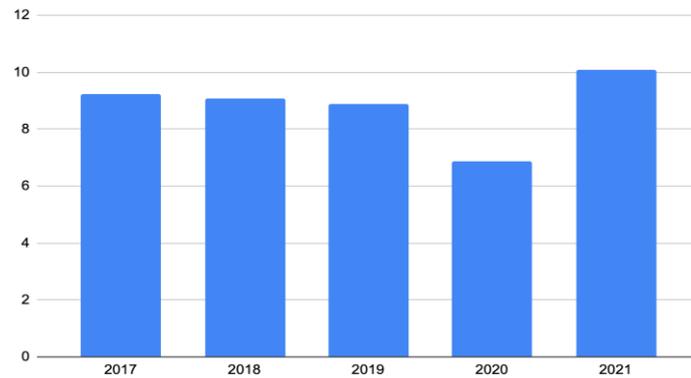


Fuente: PromPerú

Las exportaciones peruanas al Reino Unido también alcanzaron niveles sin precedentes, llegando a \$93,000, lo que representa un gran incremento en comparación con los años anteriores. En 2020, Perú solo exportó \$6.882, y su record anterior de exportación al mercado, logrado en 2017, tan solo alcanzaba los \$31.127. Es importante también mencionar que este crecimiento también reflejó un aumento en el número de exportadores al mercado que aumento de seis empresas en 2017 a once en 2021.

Al mismo tiempo, se ha visto un importante aumento en las importaciones británicas del mundo, posiblemente influenciado por la normalización del trabajo remoto y el incremento en gasto de artículos para el hogar. Aunque las importaciones británicas han crecido más que el crecimiento de las exportaciones peruanas al mercado, se espera que esta categoría de productos presenten oportunidades interesantes para expandir la oferta de productos y llegar a un número mayor de compradores.

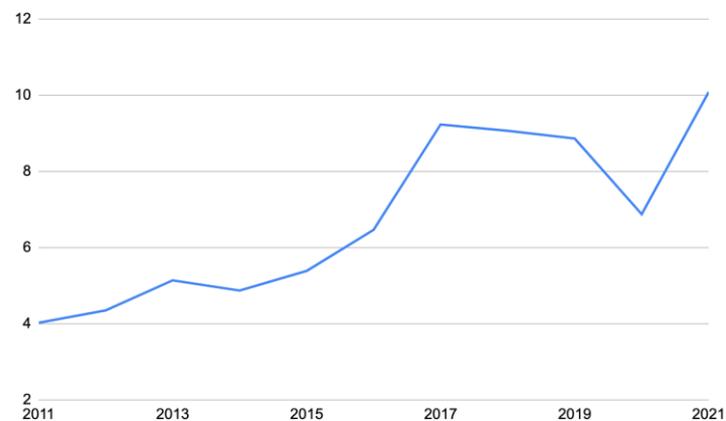
Ilustración 7 - Importaciones globales británicas de mantas de lana o pelo fino HS 63012010 (valor millones GBP)



Fuente: HMRC – UK Trade Info

Como la gráfica abajo demuestra, las importaciones de importaciones totales, mantas de lana o pelo fino del Reino Unido han tenido una trayectoria de crecimiento en los últimos 10 años con un descenso breve en 2020.

Ilustración 8 - Importaciones británicas de (HS 630120) 2011-2021 (valor FOB USD)



Fuente: HMRC – UK Trade Info

Las exportaciones peruanas de esta partida al mundo se duplicaron entre 2020 y 2021, pasando de \$5.7 millones a \$11,8 millones en este periodo. Como se puede ver en la ilustración 9 abajo, las exportaciones peruanas de este producto han crecido gradualmente en los últimos 10 años, con un descenso en 2019 y 2020.

Las exportaciones del Perú al Reino Unido no obtuvieron el mismo aumento entre 2020 y 2021 y cayeron un 61% pasando de \$215,590 a \$84,461. No obstante, las exportaciones en los primeros meses de 2022

pasaron de \$8,472 a \$72,049 por lo que si esta trayectoria se mantiene los envíos de 2022 deberían superar a los de 2021.

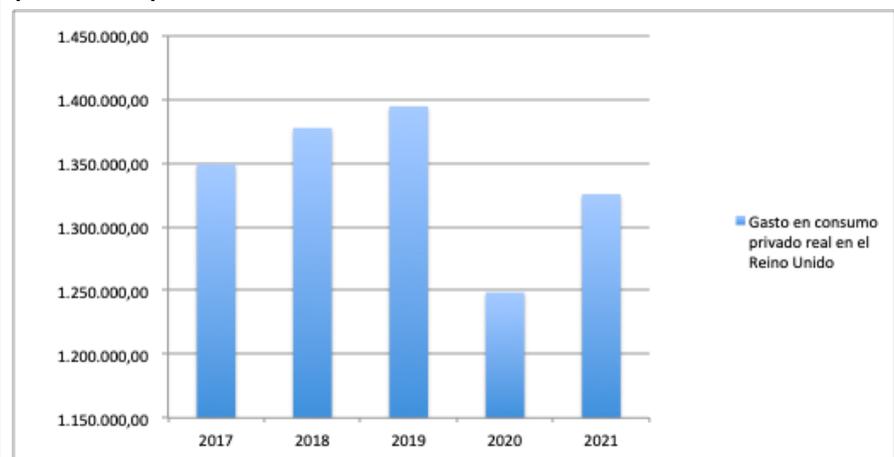
Existe optimismo en que Perú pueda capturar un porcentaje más amplio del mercado británico de mantas de alpaca debido a las complicaciones y costos adicionales que han surgido como consecuencias del Brexit, el aumento en importaciones británicas, el nuevo acuerdo comercial entre los Perú y el Reino Unido, así como la tendencia positiva en exportaciones del Perú,

Cojines/Fundas de cojín

La partida 630491 en el Reino Unido refiere a “*artículos para la decoración de interiores, de punto (excepto mantas y alfombras de viaje, ropa de cama, de mesa, de tocador, de cocina, cortinas, las cortinas, persianas de interior, guardacamás, colchas, mosquiteros, pantallas de lámparas*” La mayoría de los productos dentro de esta categoría son cojines y fundas de cojín.

En los últimos años, las importaciones de esta partida han crecido de manera consistente. Durante el periodo 2017 y 2021, aumentaron un 67% en valor. Cabe notar que el sector de textiles del hogar, que incluye el mercado de cojines y fundas de cojines, es sensible a los ciclos económicos. Según CBI Europe,¹⁴ un indicador importante del crecimiento de la demanda es el gasto en consumo privado real. Como se ve en el gráfico siguiente, el gasto en consumo privado real en el Reino Unido aumentó considerablemente entre 2017 y 2019, luego cayó en 2020 antes de volver a crecer en 2021.

Ilustración 9 – El gasto de consumo privado real en el Reino Unido (2017-2021)

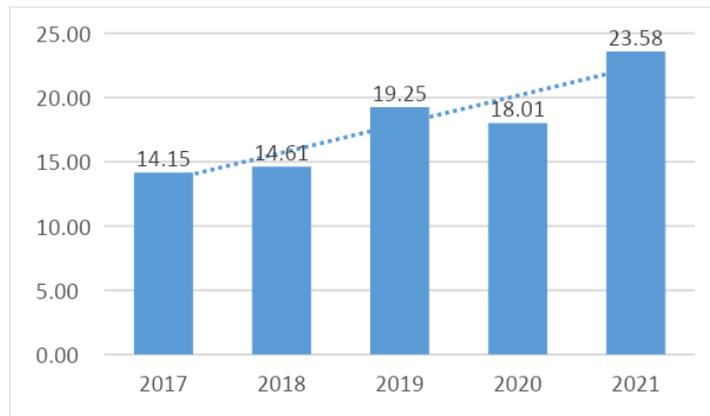


Fuente: ONS UK

¹⁴ <https://www.cbi.eu/market-information/home-decoration-textiles/cushion-covers/market-potential>

De hecho, las importaciones británicas han superado esta tendencia. Además, en los primeros 5 meses de 2022, las importaciones británicas de esta partida llegaron a GBP 8,7 millones, lo que representa un aumento de 5% en comparación con el mismo periodo de 2021.

Ilustración 10 – Importaciones del Reino Unido de cojines/fundas de cojín HS 630491 (2017-2021)

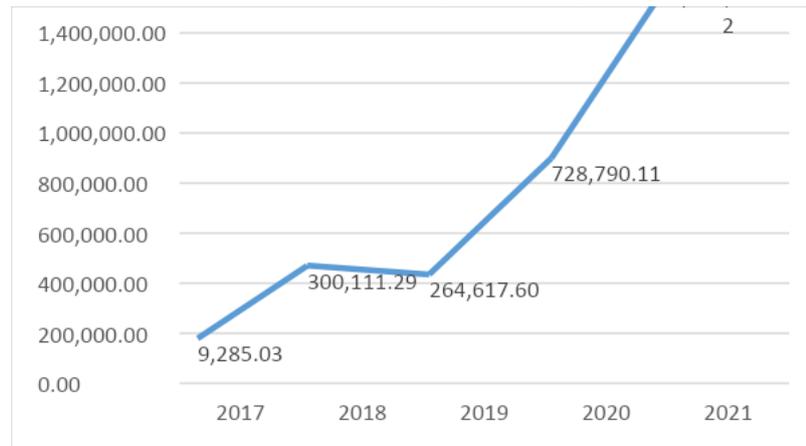


Fuente: HMRC – UK Trade Info

Asimismo, las exportaciones peruanas al mundo de esta partida aumentaron 400% en valor entre 2019 y 2021 y un 82% entre 2020 y 2021. El destino principal fue EEUU, con \$1,3 millones en 2021. Aunque se exportaron cantidades pequeñas al Reino Unido en el pasado, en los últimos años, el único destino en Europa ha sido Alemania, al dónde se exportó un poco más de \$10 mil en 2021.

Por otro lado, las exportaciones globales peruanas han crecido considerablemente en los últimos años, lo que demuestra el posicionamiento significativo que están logrando estos productos en Estados Unidos. El Reino Unido podría representar un mercado adicional para continuar este crecimiento.

Ilustración 11 – Exportaciones peruanas al mundo de cojines/fundas de cojín HS630491 (2017-2021)



Fuente – PromPerú

Por último, según CBI Europe, los segmentos de gama media y alta del mercado europeo de fundas de cojines son los que tienen más potencial.¹⁵ Para dirigirse a estos segmentos, recomiendan añadir valor a los productos mediante el diseño, la artesanía, la sostenibilidad y la narrativa del producto. Además, la fabricación de fundas de cojín como parte de una gama más amplia de productos similares o en combinación con colchas y mantas también ofrece oportunidades.

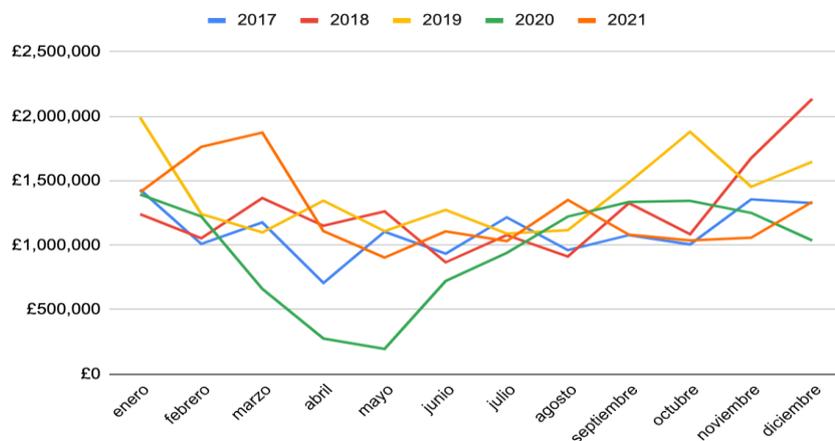
2.6 Estacionalidad de la producción local

Estacionalidad de las importaciones

Alfombras de nudo de lana o pelo fino

Las importaciones de estos productos no demuestran una temporalidad muy definida. No obstante, si obviamos el 2020, parece existir una tendencia hacia el incremento de las importaciones entre octubre y enero.

Ilustración 12 – Estacionalidad las importaciones de Alfombras de nudo de lana o pelo fino HS 570110 2017-2021 (Valor GBP)



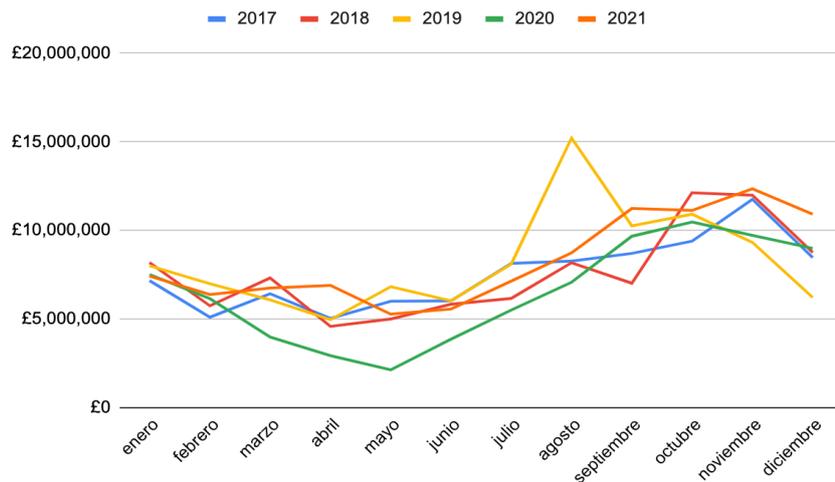
Fuente: HMRC – UK Trade Info

¹⁵ <https://www.cbi.eu/market-information/home-decoration-textiles/cushion-covers/market-potential>

Mantas

Los envíos de mantas no eléctricas (HS6301) suelen realizarse más en los últimos meses del año, especialmente octubre y noviembre, coincidiendo con la entrada del invierno en el hemisferio norte.

Ilustración 13 – Estacionalidad las importaciones de mantas (HS6301) en 2021 (Valor GBP)

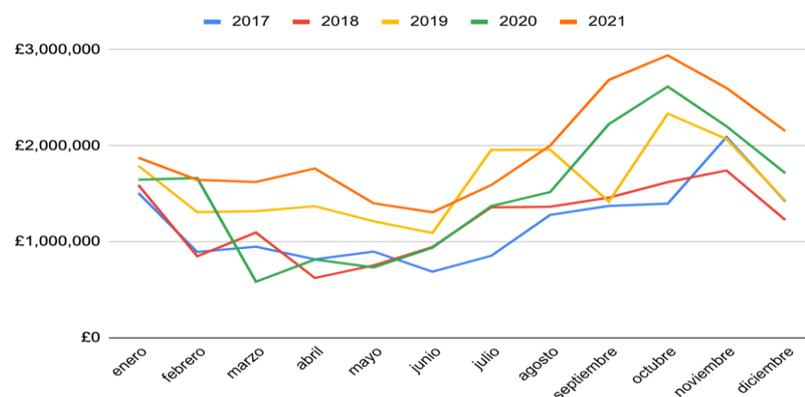


Fuente: HMRC – UK Trade Info

Cojines/fundas de cojín

La mayoría de las importaciones británicas de los cojines y las fundas de cojines tienen lugar en los últimos cinco meses del año, con los valores más altos registrados generalmente en octubre. Aproximadamente el 52% de las importaciones se realizan durante este periodo.

Ilustración 14 – Estacionalidad de las importaciones de los cojines/fundas de cojín (HS630491) al Reino Unido 2021 (valor GBP)



Fuente: HMRC – UK Trade Info

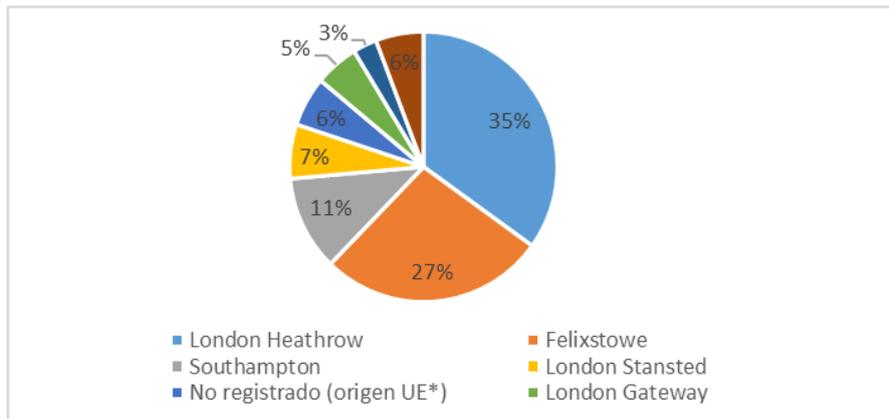
2.7 Principales puntos de ingreso del producto al mercado

Principales puntos de ingreso del mercado al Reino Unido

Alfombras de nudo de lana o pelo fino

La mayoría de las importaciones británicas llegan por vía aérea a London Heathrow 35%, seguido por el puerto marítimo de Felixtowe (27%).

Ilustración 15 - Puntos de entrada de alfombras de nudo de lana o pelo fino al Reino Unido 2021 (valor GBP)¹⁶

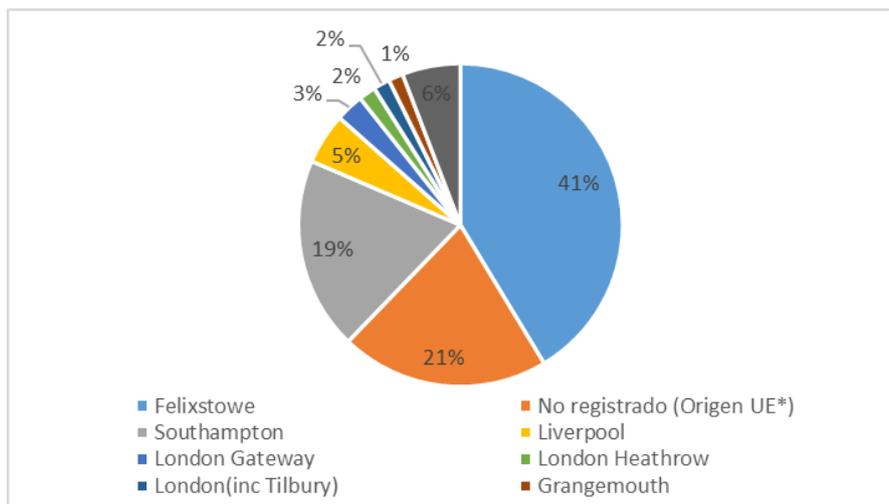


Fuente: HMRC – UK Trade Info

Mantas

Por otro lado, la mayoría de las mantas entran por vía marítima a Felixtowe (41%), con 21% más entrando por países de la UE y 19% a través la puerta de Southampton.

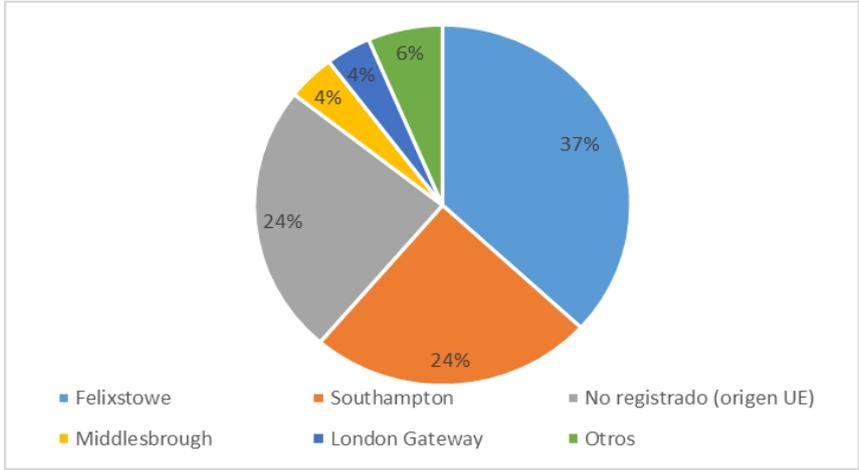
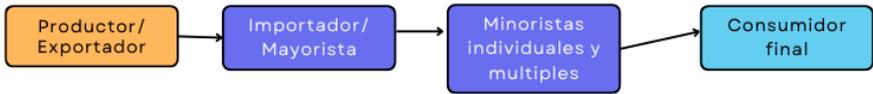
Ilustración 16 - Puntos de entrada de mantas HS6301 al Reino Unido 2021 (valor GBP)



Fuente: HMRC – UK Trade Info

¹⁶ *Las importaciones que se identifican como no registrados son de origen de la UE. Antes del Brexit, y durante 2021 la registración de la punta de entradas de bienes entrando desde la UE no fue obligatoria.

<https://www.uktradeinfo.com/trade-data/help-with-using-our-data/>

	<p><u>Cojines/fundas de cojín</u></p> <p>Los cojines, y fundas de cojines ingresan al mercado británico por vía marítima a Felixtowe (37%), a Southampton (24%).</p> <p>Ilustración 17 - Puntos de entrada de cojines/funda de cojín (HS630491) al Reino Unido 2021 (valor GBP)</p>  <table border="1"> <caption>Data for Ilustración 17</caption> <thead> <tr> <th>Punto de entrada</th> <th>Porcentaje</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Felixstowe</td> <td>37%</td> </tr> <tr> <td>Southampton</td> <td>24%</td> </tr> <tr> <td>No registrado (origen UE)</td> <td>24%</td> </tr> <tr> <td>Middlesbrough</td> <td>4%</td> </tr> <tr> <td>London Gateway</td> <td>4%</td> </tr> <tr> <td>Otros</td> <td>6%</td> </tr> </tbody> </table> <p><i>Fuente: HMRC – UK Trade Info</i></p>	Punto de entrada	Porcentaje	Felixstowe	37%	Southampton	24%	No registrado (origen UE)	24%	Middlesbrough	4%	London Gateway	4%	Otros	6%
Punto de entrada	Porcentaje														
Felixstowe	37%														
Southampton	24%														
No registrado (origen UE)	24%														
Middlesbrough	4%														
London Gateway	4%														
Otros	6%														
<p>2.8 Descripción de la cadena de distribución y comercialización del producto en el mercado</p>	<p>Descripción de la cadena de distribución y comercialización del producto en el mercado</p> <p>Los canales de comercialización de los textiles del hogar en general suelen seguir una estructura tradicional: importación a través de importadores y/o mayoristas que suministran a los minoristas, y grandes cadenas minoristas que importan directamente. El comercio electrónico ha tomado mucha fuerza a raíz de la pandemia, aunque ya se encontraba bastante desarrollado en el Reino Unido previo a la pandemia. Este canal ha permitido llegar más directamente al consumidor, muchas veces sin necesidad de pasar por minoristas físicos. Las estrategias de distribución alternativas de este modo cortan la cadena y permiten ahorrar tiempo y costos. Esta tendencia se aceleró durante la pandemia cuando los minoristas no pudieron abrir sus puertas o tuvieron que limitar el número de personas en la tienda a la vez.</p> <p>Ilustración 19 - a cadena principal de distribución de textiles del hogar en el Reino Unido</p>  <pre> graph LR A[Productor/Exportador] --> B[Importador/Mayorista] B --> C[Minoristas individuales y multiples] C --> D[Consumidor final] </pre> <p><i>Fuente: CBI Europe¹⁷</i></p>														

¹⁷ <https://www.cbi.eu/market-information/home-decoration-home-textiles/market-channels-and-segments-home-decoration-and>

<p>2.9 Criterios de los actores claves de los canales de distribución y comercialización para la selección de proveedores</p>	<p>Criterios de los actores claves de los canales de comercialización para la selección de proveedores</p> <p><u>La sostenibilidad</u></p> <p>Los consumidores y diseñadores están cambiando sus preferencias hacia opciones más sostenibles, especialmente en los segmentos de mercado de gama media-alta y alta. Cada vez hay más preocupación y conciencia sobre los impactos negativos de la producción y el consumo. Esto está impulsando la popularidad de las certificaciones y compromisos de sostenibilidad en la industria.¹⁸</p> <p>En el caso de las fundas de cojines, las mantas y las alfombras, el uso de materiales naturales como materia prima principal encaja bien con esta tendencia. Esto puede incluir materias primas sostenibles como el algodón orgánico, la lana, la alpaca, la vicuña o los materiales reciclados. Los colorantes naturales añaden una característica sostenible adicional a estos productos.</p> <p>Otras formas de ser más sostenibles son la producción responsable desde el punto de vista medioambiental y social, así como un embalaje y transporte más eficientes. Las certificaciones, como el comercio justo o la agricultura ecológica, suelen añadir valor al producto.</p> <p><u>Materiales éticos y orgánicos</u></p> <p>La mayoría de las materias primas para los textiles británicos provienen de países en desarrollo, y el consumidor y comprador británico son más atentos que nunca a las implicaciones éticas, sociales y medioambientales de sus compras. Por estos motivos, las certificaciones anteriormente mencionadas, así como la comunicación institucional de la empresa proveedora en su sitio web y redes sociales, tendría que reflejar estas prioridades.</p> <p><u>Precios</u></p> <p>El aumento de los precios es un tema popular en el mercado actual. Los precios de los textiles del hogar dependen en gran medida de los costes y la disponibilidad de las materias primas, la energía y el transporte. La pandemia de COVID-19 y la guerra en Ucrania han tenido un impacto negativo en todos ellos. Los aumentos ocasionales de los costes no suelen repercutir directamente en el consumidor. En cambio, los aumentos de costes presionan los márgenes de los exportadores, importadores y minoristas.</p> <p>El mercado europeo de la decoración y los textiles para el hogar se divide en 3 segmentos;¹⁹</p> <ul style="list-style-type: none"> ● gama baja - artículos básicos, económicos y funcionales;
---	--

¹⁸ <https://www.cbi.eu/market-information/apparel/sustainable-transition-apparel-and-home-textiles>

¹⁹ <https://www.cbi.eu/market-information/home-decoration-home-textiles/market-channels-and-segments-home-decoration-and>

	<ul style="list-style-type: none"> • gama media: artículos asequibles y de moda; • gama alta: artículos de alta calidad. <p>En los últimos años, el mercado de gama media ha estado bajo presión.²⁰ Los consumidores europeos suelen buscar gangas en la gama baja o ahorrar para las compras de gama alta. Pero el aumento de los precios puede empujar los productos de gama baja hacia la gama media. Además, los gastos de envío han aumentado hasta alcanzar cifras récord desde el inicio de la pandemia. Los márgenes de los productos de gama baja son demasiado bajos para compensar los costes adicionales. Esto puede significar que estos artículos se vuelvan demasiado caros de enviar, especialmente si ocupan mucho espacio en los contenedores. Esto hace que el mercado medio sea más atractivo para exportadores peruanos.</p>										
<p>2.10 Presencia de la oferta peruana en el mercado</p>	<p>Presencia de la oferta en el mercado</p> <p>Los principales puntos de venta del Reino Unido se distinguen principalmente por la calidad y precios de los textiles. En particular, la oferta de Perú se distingue por su capacidad para proporcionar artículos hechos de algodón Pima (en algunos casos incluso 100% algodón Pima), lana de alpaca y vicuña que le permite trabajar con múltiples boutiques y tiendas de alta gama. De esta manera, la oferta del Perú generalmente se puede encontrar en tiendas de media y alta gama, las cuales tienden a abastecerse directamente de exportadores extranjeros. Al igual que los grandes almacenes y supermercados cada vez más son las boutiques que también tienen presencia en línea. Por ejemplo, la boutique de moda y textiles del hogar inglesa, The White Company²¹, y la boutique irlandesa Simple Things²² que se especializa en productos de alpaca.</p>										
<p>2.11 Actividades de promoción idóneas para promover el producto</p>	<p>Actividades de promoción idóneas estos productos</p> <p>Tabla 3: Principales ferias virtuales y presenciales para textiles del hogar en el Reino Unido</p> <table border="1" data-bbox="544 1424 1423 1794"> <thead> <tr> <th>Evento</th> <th>Próxima edición</th> <th>Lugar</th> <th>Participantes</th> <th>Logo</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>The London Textile Fair</td> <td>5-6 septiembre 2022</td> <td>Londres</td> <td>5.000+</td> <td></td> </tr> </tbody> </table>	Evento	Próxima edición	Lugar	Participantes	Logo	The London Textile Fair	5-6 septiembre 2022	Londres	5.000+	
Evento	Próxima edición	Lugar	Participantes	Logo							
The London Textile Fair	5-6 septiembre 2022	Londres	5.000+								

²⁰ <https://www.cbi.eu/news/increasing-prices-affect-home-decoration-home-textiles-market>

²¹ <https://www.thewhitecompany.com/uk/>

²² <https://simplethings.ie/>

	Design London	21-24 de septiembre 2023	London, Reino Unido	12.000+	
	Tex Fusion	19-20 de octubre 2022	Londres, Reino Unido	2.000+	

ANEXO
PRECIOS DE REFERENCIA EN LOS DIFERENTES CANALES SEGÚN ORIGEN DEL PRODUCTO

Punto de venta	Unidad	Precio	Origen del producto	Características o forma de presentación	Foto
Peruvian Connection	1	£97,00	Perú	Manta de alpaca reciclada (41%), lana (30%), algodón (15%), acrílico (7%) y nylon (7%).	
Bobble babies	1	£42,00	Perú	Manta para bebé de (100%) algodón Pima	
Novica	1	£110,99	Perú	Funda de cojín de 100% algodón	
The Rug and Carpet Studio	1	£170	Perú	Alfombra/manta de lana de oveja con colorantes naturales del Perú	