

FICHA MERCADO – PRODUCTO

I. DATOS DEL REGISTRO DE LA FICHA			
1.1. Nombre de la OCEX	OCEX MILAN	1.2. Fecha	28/12/2023
1.3. Elaborado por:	Nombres y apellidos	Melissa Cabrera Santos	
	Cargo	Especialista Comercio	
II. DATOS DEL MERCADO – PRODUCTO			
2.1 Producto	Textiles para el hogar 57 0110: Alfombras de nudo, de lana o pelo fino, incl. confeccionadas 63 0120: Mantas de lana o pelo fino (exc. mantas eléctricas, manteles y colchas, así como artículos de cama y artículos simil. de la partida 9404).		
2.2 Nomenclatura arancelaria (Ejem.: 0806.10)	Partida Arancelaria: 57 y 63 <ul style="list-style-type: none"> Subpartida arancelaria: 57 0110 Subpartida arancelaria: 63 0120 		
2.3 Denominación o nombre comercial en el país de destino	En italiano: Tessili per la casa 57 0110: Tappeti e tappeti annodati, di lana o di peli fini, anche confezionati 63 0120: Coperte e tappeti da viaggio, di lana o di peli fini (escluse le coperte elettriche, le tovaglie, i copriletti e gli articoli simili della voce 9404).		
2.4 Requisitos de acceso al mercado (aranceles, requisitos sanitarios y fitosanitarios, certificaciones, otros)	<p>Aranceles</p> <p>La Unión Europea (UE), de la que Italia es miembro, tiene un acuerdo de libre comercio con Perú: los productos bajo las partidas arancelarias 570110 y 630120 no pagan aranceles al ingresar.</p> <p>Sin embargo, es necesario que los productos cuenten con Certificado de Origen, algunas de las entidades emisoras son: Asociación de Exportadores (ADEX), Sociedad Nacional de Industrias (SNI), Cámara de Comercio de Lima (CCL), Sociedad de Comercio Exterior del Perú (COMEXPERÚ), entre otras.</p> <p>www.gob.pe/uploads/document/file/418660/ENTIDADES_DELEGADAS_DUO-2023_0614.pdf?v=1686777392 (Fuente actualizada a junio 2023)</p> <p>IVA (impuesto a las ventas)</p> <p>El IVA en Italia es del 22%. Los productos con partidas arancelarias 570110 y 630120 están sujetos a este impuesto.</p> <p>Requisitos</p> <p>Cumplimiento de normas técnicas: las prendas de punto en alpaca deben cumplir con las normas técnicas y de calidad exigidas por el mercado italiano, como:</p> <p>Etiquetado: deben estar etiquetadas de acuerdo con las normas de la comunidad europea.</p> <ul style="list-style-type: none"> Etiquetado de productos textiles (REGLAMENTO (UE) No 1007/2011) <p>https://eur-lex.europa.eu/legal-content/ES/TXT/?uri=CELEX:02011R1007-20180215</p> <ul style="list-style-type: none"> El fabricante, distribuidor o importador debe garantizar el suministro de la etiqueta indicando la composición de fibras del producto. La información debe ser precisa, no engañosa y fácilmente comprensible. La etiqueta debe ser duradera, fácilmente legible, visible, accesible y adherida de forma segura. La información debe estar en el idioma(s) oficiales del Estado miembro en el que 		

el producto se ofrece al consumidor, en este caso, en italiano.

- La información proporcionada en las etiquetas no debe contener abreviaturas, excepto los códigos de procesamiento mecanizado, o cuando las abreviaturas se definen en las normas internacionales.
- Solo los productos textiles compuestos exclusivamente por la misma fibra pueden etiquetarse o marcarse como «100%», «puro» o «todos».
- Los textiles de múltiples fibras deben estar etiquetados con el nombre y el porcentaje en peso de todas las fibras constituyentes en orden descendente. Las fibras con menos del 5% del peso total, pueden designarse como "otras fibras".
- Se sugiere una detallada lectura del reglamento ya que existen diversos aspectos de etiquetado que deben de considerarse.

- Cumplimiento de la normativa REACH sobre sustancias prohibidas y límites máximos permisibles en productos químicos textiles

https://europa.eu/youreurope/business/product-requirements/chemicals/registering-chemicals-reach/index_es.htm#inline-nav-1

<https://echa.europa.eu/es/regulations/reach/understanding-reach>

Se sugiere consultar con certificador en Perú para cumplimiento de normativa. Algunas referencias se presentan a continuación:

www.sgs.pe/es-es/consumer-goods-retail/softlines-and-accessories/textile-and-clothing

www.intertek.com.pe/textiles/ensayos/

Ejemplo de etiquetado:



En Europa, donde es obligatorio, el etiquetado prevé el uso de símbolos gráficos internacionales o símbolos Ginetex. La norma voluntaria que establece un sistema de signos gráficos destinados al etiquetado permanente de productos textiles es la UNI EN ISO 3758:2005, aplicación de símbolos Ginetex concedida en uso a organismos internacionales (ISO) y nacionales.

	Recipiente: símbolo gráfico del tratamiento de limpieza en húmedo
	Triángulo: símbolo gráfico para el tratamiento de blanqueo con cloro
	Cuadrado con círculo inscrito: símbolo gráfico para el tratamiento de secado
	Plancha: símbolo gráfico para el tratamiento de planchado
	Círculo: símbolo gráfico para el tratamiento de limpieza en seco

<ul style="list-style-type: none"> • Certificaciones 	
<p>BRCGS Ethical Trade and Responsible Sourcing</p> 	<p>En 2019, BRCGS lanzó el Programa de Comercio Ético y Abastecimiento Responsable (ETRS), que se compone de una Norma Global y una Evaluación de Riesgos ETRS independiente. Los requisitos de la Norma abarcan seis principios, dando a los centros un marco sobre el que pueden construir su propio sistema de gestión de comercio ético y abastecimiento responsable. Esto les permite garantizar el cumplimiento de sus obligaciones legales, que sus instalaciones son seguras, saludables y no perjudican a quienes trabajan en ellas o las visitan, y que se respetan los derechos laborales y humanos de su personal, (temporal o fijo). La evaluación de riesgos de la ETRS está concebida como un "chequeo" diagnóstico de los cinco signos vitales del comercio ético y el abastecimiento responsable, extraídos de la Norma Mundial.</p>
<p>Eu-Ecolabel</p> 	<p>La etiqueta ecológica de la UE es una certificación por terceros de tipo I ISO 14024 destinada a promover productos y servicios que tengan un impacto ambiental reducido, ayudando así a los consumidores europeos a distinguir los productos más respetuosos con el medio ambiente. Reconocida en toda Europa, es una etiqueta de excelencia ambiental que se concede a productos y servicios que cumplen normas ambientales estrictas a lo largo de su ciclo de vida: desde la extracción de las materias primas hasta la producción, distribución y eliminación. Actualmente hay veintisiete categorías de productos diferentes que abarcan un amplio abanico de categorías, desde productos de limpieza hasta servicios de limpieza, desde productos para el hogar y el jardín hasta ropa y productos de papel, y desde cosméticos sin aclarado hasta servicios de alojamiento turístico.</p>
<p>Fairtrade</p> 	<p>Los Criterios de Comercio Justo Fairtrade garantizan condiciones comerciales más justas entre agricultores y compradores, protegen los derechos de los trabajadores y proporcionan el marco para que los productores construyan explotaciones y organizaciones prósperas. Los objetivos clave de los Criterios de Fairtrade son: Garantizar que los productores reciban precios que cubran sus costes medios de producción sostenible. Proporcionar una Prima Fairtrade adicional que pueda invertirse en proyectos que mejoren el desarrollo social, económico y medioambiental. Permitir la prefinanciación a los productores que lo necesiten. Facilitar asociaciones comerciales a largo plazo y permitir un mayor control de los productores sobre el proceso comercial. Establecer criterios básicos y de desarrollo claros para garantizar que las</p>

		<p>condiciones de producción y comercio de todos los productos certificados de Comercio Justo Fairtrade son justas desde el punto de vista social y económico, así como responsables desde el punto de vista medioambiental.</p>	
	<p>Global Organic Textile Standard</p> 	<p>La Norma Textil Ecológica Mundial (GOTS) es una norma internacional de certificación por terceros para productos textiles. Fabricados con fibras naturales procedentes de la agricultura ecológica (animal y vegetal). Establecida en 2005, para su concesión deben cumplirse criterios que abarcan toda la cadena textil, tanto medioambientales como social. Los productos certificables GOTS incluyen:</p> <ul style="list-style-type: none"> - hilos - tejidos - prendas de vestir - accesorios textiles (usados o desgastados) - textiles para el hogar (colchones y ropa de cama) - juguetes textiles - productos de cuidado personal (excluidos los productos de cuero) <p>Dos aspectos principales de la certificación GOTS</p> <p>1) El producto certificable debe estar compuesto de fibras naturales (vegetales o animales) que sean ecológicas, es decir, que hayan sido producidas y certificadas de acuerdo con criterios de agricultura ecológica definidos en conformidad con la legislación de referencia, como el Reglamento 834/2007 (Europa), el Programa Nacional Ecológico - NOP (EE.UU.), el Programa Nacional de Producción Ecológica de APEDA - NPOP (India), y GB/T19630 (China).</p> <p>2) Existen dos posibles etiquetas GOTS: "GOTS - Organic": el producto debe contener al menos un 95% en peso de fibras naturales certificadas como ecológicas. "GOTS - Fabricado con un x% de fibras ecológicas": el producto debe contener al menos un 70% en peso de fibras naturales ecológicas certificadas.</p>	
	<p>Worldwide Responsible Accredited Production – WRAP</p> 	<p>Fundado 2000, WRAP es el programa de certificación laboral y ambiental más grande para la fabricación y procesamiento de productos de consumo altamente procesados. Cuenta con el apoyo de 25 asociaciones comerciales internacionales, incluida la Federación Internacional de Indumentaria (36 asociaciones nacionales y +150,000 empresas). Mayor programa independiente de certificación de instalaciones del mundo, centrado principalmente en los productos de costura y sectores afines, como la confección, el calzado, textiles para el hogar, accesorios de moda, hilaturas, cuero, artículos de viaje, cachemira, seda, impresión y accesorios para el hogar.</p>	

		<p>Los Principios WRAP proporcionan estándares clave relacionados con prácticas laborales, condiciones de fábrica y cumplimiento ambiental y aduanero.</p>
	<p>OEKO-TEX® STeP</p> 	<p>Oeko tex ® STeP (Sustainable Textile Production) es un sistema de certificación para empresas de la cadena de suministro textil destinado a certificar la sostenibilidad del proceso productivo desde un punto de vista ambiental y social. Los aspectos en consideración son: la protección del medio ambiente, la salud y seguridad de los trabajadores, la responsabilidad social empresarial, la seguridad de los productos químicos utilizados, los sistemas de gestión ambiental relacionados.</p>
	<p>RAS</p>  <p>Certified by ICEA ICEA - TX - 319</p>	<p>El Estándar de Alpaca Responsable (RAS) es una norma internacional y voluntaria que aborda el bienestar de los animales en la cadena de suministro de la alpaca y la cadena de custodia del material de fibra de alpaca. Los centros individuales son certificados por organismos de certificación independientes mediante auditorías anuales. El producto se rastrea desde el fundo hasta el producto final mediante certificados de transacción, siguiendo los requisitos de la Norma de Declaración de Contenido (CCS) de Textile Exchange. Para más información o para solicitar la certificación, visite: https://textileexchange.org/Standards/</p>
<p>2.5 Tendencias del mercado</p>	<p><u>El mercado en Europa</u></p> <p>El mercado europeo de textiles para el hogar registró ingresos por US\$ 42,000 millones en 2022, una tasa de crecimiento anual compuesto (TCAC) del 1,8% entre 2017 y 2022.</p> <p>Los países en desarrollo desempeñan un papel clave en el mercado europeo de importación de artículos de Home Design como de Textiles para el Hogar. Si bien la producción en masa de países como China domina el mercado de gama baja, los mercados de gama media y alta ofrecen buenas oportunidades para la oferta exportable peruana.</p> <p>La mayoría de importaciones europeas de textiles para el hogar provienen directamente de países en desarrollo, en ese sentido, se registró un valor total de €19 mil millones en 2021 (€11 mil millones de países en desarrollo). Esto se suma a una cuota de mercado de importación directa europea del 59%.</p> <p><u>El mercado Italiano</u></p> <p>La economía italiana se ha ido recuperando lentamente, en los últimos años, las importaciones italianas de Home design y Textiles para el hogar han registrado alrededor de los €10,000 millones. En 2020 cayeron un -15%, antes de volver a los €10,000 millones en 2021. Esto se tradujo en un modesto crecimiento medio anual del 2,4% para 2017-2021. Dentro de este contexto, cabe resaltar que el 44% de importaciones (€4,400 millones) procedía directamente de países en desarrollo.</p> <p>En 2021, el total de las importaciones italianas del segmento sumó €8,700 millones en productos de decoración del hogar (88%) y €1,200 millones (12%) en textiles para el hogar.</p> <p>La cuota de importación directa de los países en desarrollo para la decoración del hogar fue del 41 % de media frente a un 72% de los textiles para el hogar.</p>	

	<p><u>Características del mercado</u></p> <p>El mercado italiano de textiles del hogar es maduro y competitivo, con un crecimiento sostenido. Como principales tendencias, se rescata el crecimiento de la demanda de productos sostenibles, personalizados y de alta gama. No requieren productos étnicos más si un producto de alta calidad con técnicas ancestrales y diseño italiano. En cuando a oportunidades comerciales, cuentan con mayor ventaja las empresas exportadoras que se diferencian proporcionando los siguientes servicios:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Desarrollo de productos sostenibles ambiental y socialmente: <p>Los consumidores y diseñadores italianos/europeos toman decisiones cada vez más sostenibles, especialmente en la gama media-alta. Cada vez más conscientes y preocupados por los impactos negativos de la producción y el consumo. Esto impulsa la popularidad de etiquetas y compromisos de sostenibilidad en la industria textil.</p> <p>Se recomienda emplear materiales naturales como la lana de alpaca o el algodón orgánico (certificado). Otra opción es utilizar tejidos/fibras recicladas o restos de la producción de otros productos textiles. En el mercado de alta gama existe una variedad aún mayor de fibras naturales producidas de forma sostenible, como el mohair (para niños), la alpaca y el cachemira. El uso de tintes naturales añade una característica extra sostenible a las mantas.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Personalización de productos: <p>Los compradores europeos, sobre todo italianos, buscan distinguirse de sus competidores. Por ello se centran en la imagen y diseño del producto. Buscan productores con los que puedan cooperar para desarrollar sus propios productos ("cocreación"). Esto hace que sea muy importante mostrar el propio know-how y habilidades especiales, técnicas de producción y variedad de materias primas con las que trabaja su empresa.</p> <p>Cada vez más compradores venden conceptos en lugar de productos individuales, especialmente en el segmento de gama media-alta. Lo hacen con fines de marketing y posicionamiento para impulsar las ventas. Para beneficiarse de esta tendencia, se recomienda añadir productos en set a la gama de mantas. Las fundas de cojines son ideales para este propósito. Su diseño podría ser similar al de las mantas, también se pueden considerar diseños y materiales complementarios.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Desarrollo de productos de alta gama (con fibras de alta gama o de elaboración manual): <p>Las mantas suelen estar hechas de lana debido a su calidez y capacidad para absorber la humedad. Otras opciones incluyen algodón, lino, seda, telas recicladas o sobrantes, hilos mezclados con fibras de alta gama. Las mantas de alta gama también se pueden fabricar con materiales como mohair (para niños), merino, alpaca o cachemira. Las fibras alternativas como el bambú, el yute y el cáñamo son menos comunes.</p> <p>La mayoría de las mantas que se puede encontrar en el mercado europeo son tejidos de punto y tejido de punto a mano. Otros métodos de producción incluyen el crochet.</p> <p><u>Tendencias de Diseño</u></p> <p>57 0110: Alfombras de nudo, de lana o pelo fino, incl. confeccionadas</p> <p>Diseño</p> <p>En este mercado, las alfombras se presentan en una amplia variedad de diseños, estilos y patrones, tanto tradicionales como contemporáneos. Pueden variar desde coloridos hasta</p>
--	--

sencillos, para adaptarse a los gustos personales de los consumidores.

Existen diferentes técnicas para hacer alfombras, desde tejidas, anudadas o con efecto de mechones. El acabado es un aspecto clave para reflejar la calidad del diseño. El precio está determinado en gran medida por el tipo y la calidad de los materiales empleados. Los hilados varían desde yute, sisal y algodón, hasta lanas de alta gama como alpaca, seda y mezclas. Cuanto más finos sean los hilados, mayor será la calidad y el precio de venta. Otros elementos que influyen en el costo de una alfombra son los métodos de producción, la naturaleza del patrón y el tamaño de la alfombra. Un ejemplo de alfombra de lana tejida a mano con buen acabado deber quedar plana y recta sobre el suelo con una forma regular. No debe ser demasiado brillante y áspero, los colores no deben descolorarse ni desteñirse.

Se encuentran en tendencia las alfombras contemporáneas con un aspecto vintage, es decir, la tela está lavada a la piedra. Una combinación de estampado y posterior lavado a la piedra crea el acabado vintage. Asimismo, hay demandas de alfombras tradicionales lavadas a la piedra. Sin embargo, se recomienda evitar el uso de ácido para crear el aspecto de lavado a piedra, ya que este proceso no es respetuoso con el medio ambiente.

Los motivos étnicos y la artesanía tradicional también son populares en el mercado italiano/europeo, podría considerarse una tendencia a largo plazo. Las alfombras y tapetes en particular son conocidas por su larga tradición e historia, lo que encaja con el creciente interés de los consumidores por la historia detrás del producto. La base siempre reside en las técnicas y materiales de producción tradicionales que no han cambiado significativamente en la historia de la producción de alfombras. Los diseños étnicos, que han sido producidos por los mismos pueblos durante siglos, se consideran "arte de suelo". Algunos productores siguen esta tendencia experimentando con diseños tradicionales y reelaborándolos de manera contemporánea (juego con colores y patrones).

Formatos y tamaños

Los tamaños típicos incluyen:

- 180 x 270cm
- 200 x 300cm
- 250 x 350cm
- 300 x 300cm
- 300 x 400cm

63 0120: Mantas de lana o pelo fino

Diseño

Las mantas varían de grosor, textura y elasticidad. Vienen en una amplia variedad de colores y patrones. Debido a que las mantas tienen un propósito principalmente decorativo, son más sensibles a las tendencias de la moda. Con colores que van desde neutros hasta vibrantes, diseños que varían desde lisos hasta complejos o bordados, hay una manta disponible que se adapta a cada estilo.

Formatos y tamaños

En el mercado italiano se puede encontrar los siguientes formatos que se adaptan a camas de diferentes tamaños:

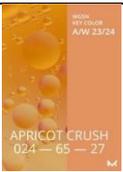
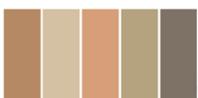
- 150cm x 210cm (cama individual)
- 200 x 200 cm (cama doble)
- 240 cm x 220 cm (cama tamaño king)
- 260 cm x 220 cm (cama super king)

Asimismo, se pueden encontrar también en otros tamaños, siendo los más comunes:

- 90 x 200 cm.
- 130 x 180 cm.
- 140 x 200 cm.

Se recomienda, coordinar con los compradores italiano/ europeos sobre los tamaños específicos requeridos, sobre todo en las primeras etapas de la colaboración.

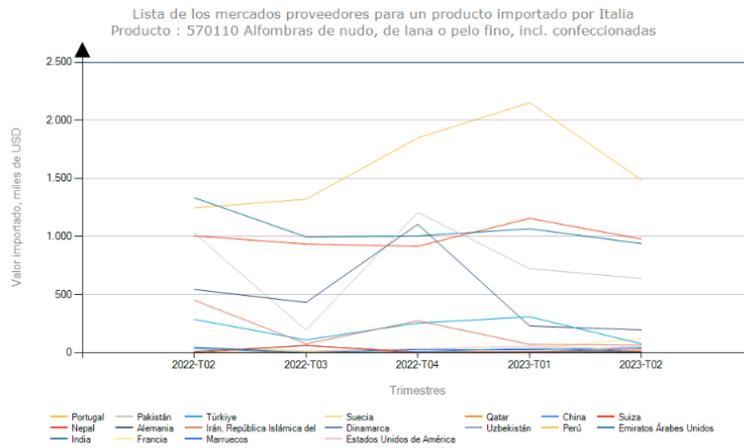
Colores otoño/ invierno 2023/2024

Colores	Uso
 <p>Color del año</p>	<p>La plataforma de tendencias WSGN prevé que, el color clave para el Otoño/Invierno 2023/2024, será el color “Apricot Crush” (Coloro 024-65-27).</p>
 <p>Paleta de color durazno y matices neutros.</p>	<p>El color durazno y sus matices suaves, delicados y cálidos como el sol combinará fácilmente con colores neutros y será perfecto para textiles, tejidos productos de baño y dormitorio.</p>
 <p>Paleta de colores en tonos arena, duraznos y gris tórtola.</p>	<p>Se trata de los tonos más utilizados a la hora de elegir el mobiliario del hogar porque son más fáciles de combinar y están menos sujetos a modas pasajeras y gustos cambiantes. Estas tonalidades de prestan para un estilo de tonos neutros y elegantes. Otro estilo de decoración en el que estas tonalidades pueden utilizarse con gran éxito es el estilo “Boho chic”. Se centra en el uso de colores vivos y estampados atrevidos, por lo que es una opción ideal para el color durazno, que puede utilizarse como color base o como acento llamativo.</p>
 <p>Paleta de colores en tonos azul oscuro, azul claro y grises.</p>	<p>El azul es un color versátil que se adapta a muchos tonos diferentes, como la escala de grises azulados. Para 2023/24, el azul intenso y profundo ocupa el primer plano. Este color transmite una sensación de calma y tranquilidad, ideal para crear un espacio de relax en tu hogar. Puedes utilizar el azul y escalas de grises azulados sea para los complementos de textiles para el hogar y realizar composiciones con los colores de muebles, como sofás o sillones.</p>
 <p>Paleta de colores en tonos grises, duraznos y verdes</p>	<p>El verde es un color que evoca naturaleza y serenidad. Para 2023/24, vemos dos tonos diferentes de verde combinados con colores tenues como los grises claros y duraznos/ beige. El verde brillante aporta un toque de frescura y vitalidad, perfecto para pequeños detalles decorativos o plantas de interior. Por otro lado, el verde musgo ofrece una sensación de calma y conexión con la naturaleza, ideal para paredes o tejidos.</p>
 <p>Paleta de colores de tonalidades magenta a beige y grises.</p>	<p>La paleta de colores Magenta tiene una carga discreta que no pasa desapercibida y se presta a ser elegido bien para crear puntos de color en una habitación/ espacio, empleándolo junto a tonalidades mas tenues.</p>

2.6 Estacionalidad de la La producción de prendas de textiles para el hogar como alfombras anudadas con partida arancelaria **570110** en Italia puede estar sujeta a cierta estacionalidad, según se puede

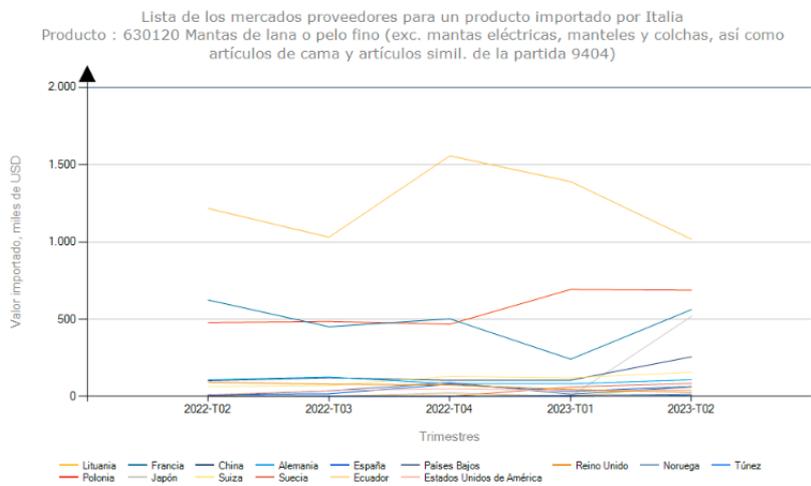
producción local

observar en el gráfico, el primer aumento contenido en el segundo trimestre, puede coincidir al desarrollo de uno de los eventos de renombre en Milán, Italia, el Salone del Mobile, donde los profesionales del diseño de producto, interiorista, compradores de boutique y marcas de lujo, realizan un monitoreo de las tendencias y compras de muestras para el desarrollo de líneas y colecciones. Sin embargo, se observa un aumento significativo en las importaciones en el cuarto trimestre, coincidente con las celebraciones navideñas.



Fuente: Trade Map

Asimismo, las Mantas de lana o pelo fino, partida arancelaria **63 0120**, registran un aumento significativo en las importaciones también en el primer, en el segundo (aumento contenido), como se menciona anteriormente, puede estar relacionado a eventos relevantes como la feria Milano Home (en enero) y el Salone del Mobile (en abril), en el cuarto trimestre, coincide con las celebraciones navideñas.



Fuente: Trade Map

2.7 Principales puntos de ingreso del producto al mercado (puertos y/o aeropuertos)

Los principales puntos de ingresos de prendas de alpaca (abbigliamento), se encuentran dentro la información referida al sector textil y moda:

Puertos: Vado Ligure, Génova, Livorno, Rávena y Venecia en el norte del país y Civitavecchia, Salerno y Gioia Tauro en el sur.

Aeropuertos: Las importaciones de prendas de vestir del mercado latinoamericano ingresan principalmente por los aeropuertos de Malpensa y Linate en Milán. Se cuenta con otros aeropuertos importantes como Bérgamo Oro al Serio, Roma Fiumicino, Venecia y Boloña.

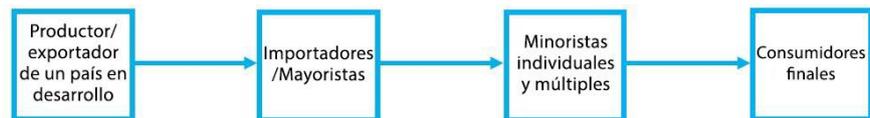
2.8 Descripción de la cadena de

La cadena de distribución en el mercado europeo de Diseño de Interiores y Textiles para el

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

hogar se ha mantenido estable durante mucho tiempo, siendo los importadores mayoristas y las cadenas minoristas auto importadoras (a diferencia de los minoristas individuales que son más pequeños) los principales canales entre los exportadores y los consumidores finales. Sin embargo, dentro de esta estructura básica, están ganando importancia estrategias de distribución alternativas para acortar la cadena y ahorrar tiempo/costos. Los principales cambios implican que los mayoristas se dirigen directamente a los consumidores, los minoristas individuales se dirigen directamente a los fabricantes/exportadores y la influencia del comercio electrónico.

Como fabricante/exportador de un país en desarrollo, debe seleccionar los canales más eficaces para llegar al mercado europeo. Todos los canales disponibles y sus vínculos se denominan "cadena de distribución". En forma simplificada, la cadena se ve así:



Importadores/mayoristas

Los importadores/mayoristas venden productos a minoristas en su propio país o región o los reexportan al continente europeo. Por lo tanto, algunos mercados europeos son abastecidos por mayoristas/importadores de otros países europeos. El suministro a compradores en el mercado de proyectos (como hoteles y spas) puede considerarse un flujo de distribución secundario para los mayoristas importadores europeos.

Minoristas

Los minoristas son los revendedores del producto importado al consumidor final y los hay de muchos tamaños: grandes y parte de una cadena o pequeños e independientes. Especialmente las cadenas minoristas más grandes suelen importar directamente de sus proveedores en países en desarrollo. Muchos incluso tienen sus propias oficinas de compras en países en desarrollo (Ikea). Otros, tiendas independientes más pequeñas, realizan pedidos en Europa a mayoristas. Existe una tendencia a la consolidación en el comercio minorista europeo. Las grandes marcas minoristas están cada vez más extendidas en Europa y cada vez más "centradas en el estilo de vida", ofreciendo decoración y textiles para el hogar, así como accesorios y muebles de moda.

Mercado de proyectos (o contratos)

Esto cubre principalmente el mercado de diseñadores de interiores, decoradores y arquitectos que atienden a mercados corporativos como edificios públicos (el mercado de proyectos) y el mercado hotelero (como hoteles, spas y restaurantes), así como a hogares privados. Los decoradores de interiores necesitan una visión amplia de los diferentes materiales y técnicas como inspiración para el proceso de diseño para este mercado. Acuden a mayoristas especializados o no especializados para encontrar dichas colecciones de productos y materiales, o trabajan para estas empresas de forma fija o por proyectos. Esta parte del mercado sólo es interesante si se puede ofrecer un alto nivel de diseño y servicio, a menudo de forma puntual. Los precios y las cantidades pueden ser favorables, dependiendo del tipo de proyecto. Por ejemplo, la decoración de grandes hoteles exige grandes cantidades de ropa de cama, muebles e iluminación.

Agentes de compra, compra de casas y agentes de venta.

Los agentes de compras representan a los compradores en los países de origen. Actúan como intermediarios, ellos mismos no importan productos. A veces, los agentes tienen una función más limitada, como comprobar la calidad de los productos en su almacén en nombre de un importador o comprobar los códigos de conducta que ha acordado con su comprador. Pueden trabajar individualmente o como parte de empresas de compras. Las

casas de compra se asemejan a los agentes de compra, pero tienen su sede en el mercado destino y suelen tener un espectro más amplio de servicios. Esto puede abarcar desde el abastecimiento de materias primas hasta los servicios de diseño y muestreo.

Comercio electrónico

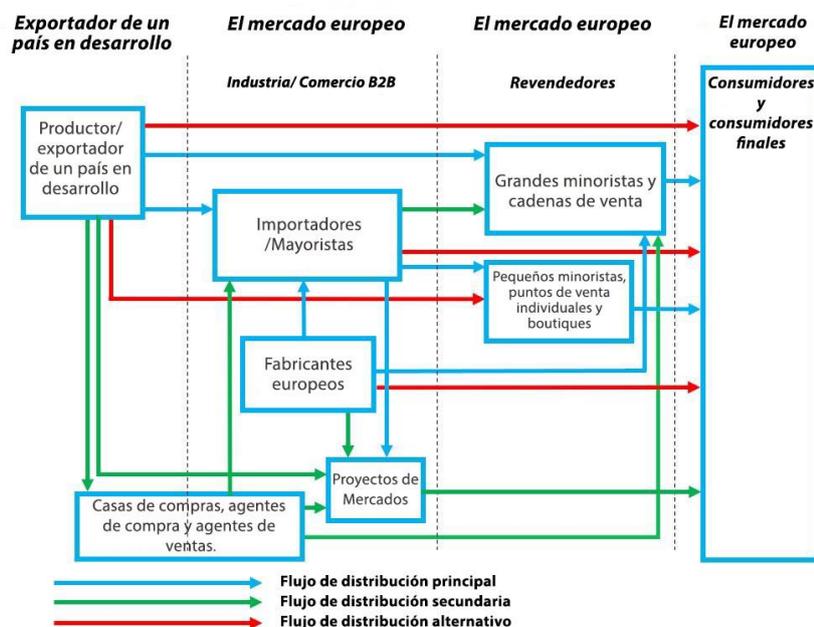
La industria ha estado adoptando plataformas en línea para el comercio entre empresas (B2B), que permiten a los minoristas iniciar sesión en sus sitios web mayoristas para ofertas de precios específicos y realizar pedidos, así como material promocional. De esta manera, la página web apoya a los mayoristas y a sus clientes minoristas en logística y comunicación de marketing. Una consecuencia para los exportadores es que, cada vez más, necesitarán empaquetar y etiquetar los productos para su distribución directa al minorista, sin que el mayorista los desembale y vuelva a empaquetar primero.

A nivel de empresa a consumidor (B2C), el comercio electrónico ha ido aumentando, especialmente desde la pandemia. Aunque puede ayudarle a llegar a una gama más amplia de clientes, el aumento del comercio electrónico tiene bastante poco efecto en la forma en que debe realizar sus negocios como exportador. Debido a que los minoristas suelen vender sus productos tanto en tiendas físicas como en línea, la forma de suministrarles sigue siendo la misma. Incluso los minoristas que operan únicamente en línea necesitan hacer un balance antes de poder vender a los consumidores.

Vender directamente a consumidores europeos a través de su propio sitio web significaría:

- Suministro de pequeños lotes y/o artículos envasados individualmente;
- Preparados para pre abastecer y ofrecer más conceptos justo a tiempo;
- Organizar sistemas eficaces de pago a los consumidores;
- Competir con mayoristas/minoristas experimentados y reconocidos en Europa y en los países productores;
- Tratar con posventa a nivel de empresa a consumidor (B2C), incluidas devoluciones y reemplazos

A continuación, el esquema de distribución más articulado:



Fuente: CBI

Según datos del Observatorio FederlegnoArredo, en 2022 las principales marcas de productos textiles para el hogar en Italia tenían las siguientes cuotas de mercado:

Marca	Cuota de Mercado
Caleffi	20%
Fazzini	15%
Tessilbianco	12%
Maisons du Monde (cadena retail Francesca)	11%
Zucchi	10%
Morbidissimi	8%
Gabel	7%
Dunea	6%

Los datos muestran que el mercado italiano de productos textiles para el hogar se caracteriza por una fuerte concentración: las diez primeras marcas controlan +70% del mercado, sin embargo, los productos del segmento lujo, son manejados por las grandes marcas de lujo y profesionales como marcas de diseño industrial e interioristas.

Asimismo, según el Centro de Investigación del Mercado Textil, la participación porcentual de las principales marcas italianas de alfombras anudadas en Italia en 2022 es:

Marca	Cuota de Mercado
Zeri	40%
Amini	20%
Greco	15%
Rugs & More	10%
Tappeti Moderni	5%

La cuota de mercado restante (10%), se divide entre otras marcas menores de nicho.

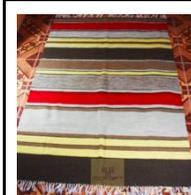
2.9 Criterios de los actores claves de los canales de distribución y comercialización para la selección de proveedores (en orden de importancia)

Los criterios más importantes en el proceso de selección del producto son:

- Calidad del diseño y acabados de la prenda.
- Certificaciones
- El precio
- Calidad de insumos.
- Características de teñido.

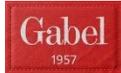
2.10 Presencia de la oferta peruana en el mercado (temporadas, puntos de venta)

	Marca	La Mamita
	Tipología de Producto	Manta
	Precio	260.00 EUR.

	<table border="1"> <tr> <td>Origen</td> <td>Perú</td> </tr> <tr> <td>Material</td> <td>Lana boucle de Alpaca</td> </tr> <tr> <td>Web</td> <td>www.lamamita.it/</td> </tr> </table>	Origen	Perú	Material	Lana boucle de Alpaca	Web	www.lamamita.it/						
Origen	Perú												
Material	Lana boucle de Alpaca												
Web	www.lamamita.it/												
	 <table border="1"> <tr> <td>Marca</td> <td>Shop Alpaca</td> </tr> <tr> <td>Tipología de Producto</td> <td>Manta</td> </tr> <tr> <td>Precio (€)</td> <td>70.00</td> </tr> <tr> <td>Origen</td> <td>Perú</td> </tr> <tr> <td>Material</td> <td>80% Alpaca, 20% Acrílico</td> </tr> <tr> <td>Web</td> <td>https://shopalpaca.it/</td> </tr> </table>	Marca	Shop Alpaca	Tipología de Producto	Manta	Precio (€)	70.00	Origen	Perú	Material	80% Alpaca, 20% Acrílico	Web	https://shopalpaca.it/
Marca	Shop Alpaca												
Tipología de Producto	Manta												
Precio (€)	70.00												
Origen	Perú												
Material	80% Alpaca, 20% Acrílico												
Web	https://shopalpaca.it/												
	 <table border="1"> <tr> <td>Marca</td> <td>Inca Gift - Etsy</td> </tr> <tr> <td>Tipología de Producto</td> <td>Alfombra anudada</td> </tr> <tr> <td>Precio (€)</td> <td>277.17</td> </tr> <tr> <td>Origen</td> <td>Perú</td> </tr> <tr> <td>Material</td> <td>Algodón Pima</td> </tr> <tr> <td>Web</td> <td>www.etsy.com/</td> </tr> </table>	Marca	Inca Gift - Etsy	Tipología de Producto	Alfombra anudada	Precio (€)	277.17	Origen	Perú	Material	Algodón Pima	Web	www.etsy.com/
Marca	Inca Gift - Etsy												
Tipología de Producto	Alfombra anudada												
Precio (€)	277.17												
Origen	Perú												
Material	Algodón Pima												
Web	www.etsy.com/												
<p>2.11 Actividades de promoción idóneas para promover el producto</p>	<p>Se sugiere considerar la participación en algunas de las ferias indicadas a continuación:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Salone del Mobile www.salonemilano.it/it • Fuori Salone www.fuorisalone.it • Milano Home www.milanohome.com • Pop Up para home deco www.zipzoneevents.com <p>Se sugiere además proponer artículos dedicados a especialistas del sector, con la finalidad de promocionar la oferta exportable sobre “textiles para el hogar”, las certificaciones y el compromiso por el ambiente y social:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Filo https://filo.it/magazine/ - Archiproducts www.archiproducts.com/it - Interni Magazine www.internimagazine.it 												

ANEXO 1

Empresas dedicadas a la importación y venta de prendas de punto en alpaca.

Razón Social	GABEL INDUSTRIA TESSILE SPA.	
Ciudad	Rovellasca - Como	
E-mail	info@gabelgroup.com	
Teléfono	0039 02 83591182	
Página web	www.gabelgroup.it	
Perfil	Gabel es una empresa familiar líder en el sector textil, fundada en 1957 por Giuseppe y Sergio Moltrasio en la provincia de Como. Gracias a sus marcas Gabel1957 y a la adquisición de Somma1867, Vallesusa y Pretti pueden ahora diversificarse para satisfacer toda la gama de productos de textiles para el hogar. Gabel, que facturó 52 millones de euros en 2022, cuenta con 350 empleados y más de 40 puntos de venta directa.	
Productos	Edredones, sábanas, fundas, cubre colchones, Mantas, plaid, cojines,	

Razón Social	LANEROSI - L.R. VICENZA S.P.A.	
Ciudad	Vincenza	
E-mail	info@lrvicenza.net	
Teléfono	0039 0444 1720128	
Página web	https://lanerossi.com/	
Perfil	Lanerossi, marca italiana histórica en el sector de los textiles de interior, diseña, produce y comercializa accesorios textiles y tejidos para el hogar. Fundada en 1817 en el Véneto, con raíces en el diseño textil italiano. Hoy forma parte de Marzotto Lab, empresa del Grupo Marzotto.	
Productos	Mantas, Cojines, Cubrecamas, Plaid, Toallas y batas.	

Razón Social	FENDI CASA - FENDI ITALIA SRL	
Ciudad	Roma	
E-mail	milano@fendicasa.com	

Teléfono	0039 06 334501
Página web	www.fendi.com
Perfil	Auténtico, único y exclusivo. La nueva línea Fendi Casa marca el debut oficial de la prestigiosa asociación entre Fendi y Design Holding, el grupo más grande en el sector del diseño de alta gama.
Productos	Alfombras, Mantas, Cojines, Artículos de decoración y mueblería de diseño.

Razón Social	ZARINEH SRL.	
Ciudad	Roma	
E-mail	info@zarineh.it	
Teléfono	0039 06 81 05 359	
Página web	/www.zarineh.it	
Perfil	Empresa con más de 50 años de actividad, se dedica a la importación y distribución de alfombras orientales, de nudo, clásicas y modernas. A lo largo de los años siempre hemos intentado diferenciarnos de nuestra competencia buscando piezas únicas y con materiales de muy alta calidad. Empresa de renombre tanto en el ámbito de las producciones cinematográficas, donde las alfombras suelen ser el protagonista principal de la escena, como entre diseñadores, arquitectos e interioristas que necesitan piezas personalizadas para clientes exigentes.	
Productos	Alfombras	

Razón Social	LORO PIANA CASA -LORO PIANA S.P.A.	
Ciudad	Milán	
E-mail	info@loropiana.com	
Teléfono	0039 02 829 518 18	
Página web	https://it.loropiana.com/	
Perfil	Primera fábrica artesanal mundial de cachemira, vicuña y lanas extrafinas, en diciembre de 2013 fue adquirida (80% del capital social) por la multinacional francesa del lujo LVMH. Cuenta con tres divisiones, la fábrica de lana (que produce tejidos de alta gama a partir de fibras nobles como cachemira, baby cachemira, alpaca, vicuña y lanas extrafinas), la división Luxury Goods, produce y distribuye prendas de vestir y accesorios confeccionados con sus propios tejidos, y la división Interiores y textiles para el hogar, produce tejidos y accesorios de decoración.	
Productos	Mantas, Cojines, Toallas, Batas, Pantuflas, Runners.	

ANEXO 2
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
Mazzoni Casa	N.D	198.36 EUR. 218,72 USD	Italia	21/12/2023	Manta en mezcla de Alpaca (50%) y pura lana virgen (50%), en colores naturales y rematada con borde de tela. Muy cálido, suave, ligero y sedoso. Peso de invierno de 400 gr/m2.	
Fendi	N.D	980.00 EUR. 1080,60 USD	Italia	21/12/2023	Manta rectangular confeccionada en alpaca y lana de pelo largo, con macro motivo FF estampado integralmente en dos tonos diferentes de beige. Acabado con flecos en los lados cortos. Hecho en Italia Composición: 60% alpaca, 25% pura lana, 15% poliamida Medidas: 140 x 180 cm	

<p>Brunello Cucinelli</p>	<p>N.D</p>	<p>1290.00 EUR. 1422,42 USD</p>	<p>Italia</p>	<p>21/12/2023</p>	<p>Realizada en una mezcla de lana y alpaca. Caracterizada por una textura suave con un motivo de lunares blancos y rosas, presenta bordes con flecos de color crema.</p> <p>Material: 42% lana, 58% lana de alpaca</p> <p>Medidas:</p> <p>Altura: 140 cm; Ancho: 180 cm; Longitud 242 cm; Longitud de los flecos: 15 cm.</p> <p>Hecho en Italia</p>	
<p>Benuta Finest</p>	<p>N.D</p>	<p>979.95 EUR. 1080,54 USD</p>	<p>N.D</p>	<p>21/12/2023</p>	<p>Alfombra anudada a mano, por lo que puede haber variaciones en forma y color.</p> <p>Espesor de 6 - 10 mm 100% Lana</p> <p>Medidas 160 x 230 cm</p>	

<p>Laredoute</p>	<p>N.D</p>	<p>549.00 EUR. 605,35 USD</p>	<p>Nueva Zelanda</p>	<p>21/12/2023</p>	<p>De inspiración bereber y etnicidad contemporánea, Ekdal es una alfombra de pelo largo confeccionada en pura lana de Nueva Zelanda. Denso, espeso y cálido, está anudado a mano por artesanos indios.</p> <p>Descripción</p> <ul style="list-style-type: none"> • 100% lana de Nueva Zelanda • Tipo de fabricación: anudada a mano • Peso: de 3000 a 3200 g/m² • Altura de la fibra: 10 mm <p>Medida: 160 x 230 cm</p>	
<p>NSCR Arredamenti</p>	<p>N.D</p>	<p>1960.00 EUR. 2161,19 USD</p>	<p>N.D</p>	<p>21/12/2023</p>	<p>Alfombra anudada a mano de estilo iraní</p> <p>Medidas: 292x201 cm.</p>	
<p><i>(Agregar las filas que sean necesarias)</i></p>						

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