



*Daniel Torres*

Entre el pasado y la innovación.  
La fibra de alpaca en el sur peruano.



Foto de Hugo Carrillo

## 1. La fibra de alpaca como producto

En el presente estudio analizaremos el mercado de la fibra de alpaca, para tratar de comprender las lógicas de los actores que intervienen en el complejo sistema de la comercialización de este producto. En ese sentido, la reflexión parte de los cimientos de la cadena productiva de la fibra, es decir, el productor alpaquero.

Como sabemos, estamos ante un producto emblemático que promueve el Estado a través del Ministerio de Agricultura y los organismos públicos descentralizados (OPD) que participan en el sector, así como las universidades y los municipios locales. Por otro lado, es notoria la participación de los diferentes actores de la sociedad civil, así como de las organizaciones de productores, las organizaciones no gubernamentales (ONG) y la empresa privada especializada en el acopio, transformación y comercialización de la fibra para el mercado nacional e internacional.

De esta manera, el Centro de Estudios y Promoción del Desarrollo - **desco**, a través de su Unidad Operativa Territorial Lampa (UOT Lampa), promueve un conjunto de acciones orientadas a la mejora de la producción y productividad de

los rebaños de alpacas, que se encuentran en manos de las pequeñas y medianas unidades familiares.

Así, las estadísticas proporcionadas por la Dirección Regional Agraria del Gobierno Regional de Puno, muestran que la población de alpacas en esta región para el año 2004,<sup>1</sup> es de 3.156.101 animales aproximadamente. Esto significa que el departamento de Puno, con el 54,25% de la población total de estos animales, es el principal centro alpaquero del país, seguido por el Cusco con 12,70%, Arequipa con 12,17%, Huancavelica con 6,45%, Ayacucho con 5,14%, Apurímac con 3,07% y Moquegua con 1,33%. Todos estos departamentos concentran el 95,04% del total de la población de alpacas.

Estas cifras demuestran que la mayor concentración de la población de alpacas se encuentra en la macrorregión sur del Perú, lugar donde se produce la mayor cantidad de fibra. Por eso, entre 1900 y 1970 la actividad pecuaria alcanzó allí niveles de calificación que fueron reconocidos internacionalmente, principalmente en el departamento de Puno. Fue así que el Perú fue identificado como el mayor y mejor productor de alpacas del mundo (Velarde, 2000).

Sin embargo, con el tiempo la calidad de la fibra decayó y actualmente no es la más recomendable para la elaboración de hilados, confección de telas y prendas de vestir que sean competitivas en el mercado mundial de pelos finos. El engrosamiento de la fibra se debe a una serie de factores que se han agravado en los últimos veinte años, como la dispersión de la producción en pequeñas unidades familiares, la gran variabilidad en la calidad del producto, la inexistencia de un programa nacional de mejoramiento genético de camélidos sudamericanos domésticos (CSD), la estructura de la tenencia

---

<sup>1</sup> DRA PUNO, Resolución Directoral Regional n° 00421-2006, 01 de diciembre de 2006. Fuente: DIA MINAG 2004-INIA.

de la tierra (parcelación en minifundios), el inadecuado sistema de comercialización de intermediación, la práctica de compra-venta por peso y no por calidad, la falta de un programa de asistencia técnica y extensión por parte del Estado, entre otros factores

Pero, lo más importante, sin duda alguna, son los persistentes índices de analfabetismo y pobreza extrema en que viven las más de 120.000 familias dedicadas a la crianza de los camélidos sudamericanos. Esta población está situada en las zonas altoandinas entre los 3.800 y 4.800 metros de altitud y son básicamente pequeñas y medianas propietarias (entre 50 y 100 cabezas de ganado), situación que se agravó después de la parcelación de las empresas asociativas a mediados de la década del ochenta.

## **2. Mercado y espacio: trascendiendo lo local**

El mercado de la comercialización de la fibra de alpaca se desarrolla a nivel macrorregional, más allá de la cadena productiva provincial y regional. En él intervienen la unidad familiar (criador de alpacas), los intermediarios (alcanzador, rescatista, minorista y mayorista), las pequeñas empresas emergentes de la fibra (asentadas en la ciudad de Juliaca), la gran industria transformadora y exportadoras (instaladas en la ciudad de Arequipa), la industria de la moda (extranjero) y el consumidor final (principalmente en el extranjero).

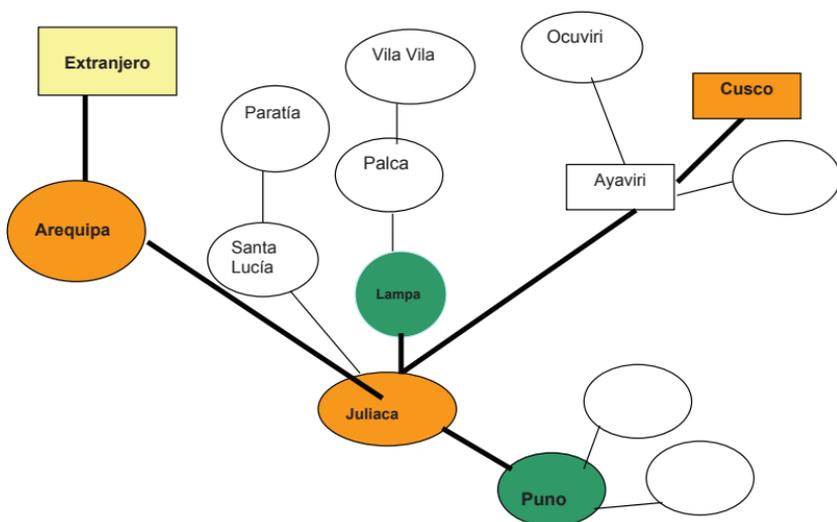
En las últimas tres décadas, la acción de los agentes de la cadena productiva y el complejo circuito de comercialización de la fibra han profundizado la brecha de desigualdad socioeconómica y cultural, llevando la peor parte los criadores de alpacas, considerados entre los sectores más pobres de la población nacional y uno de los más vulnerables dentro del contexto de la economía de libre mercado.

La macrorregión sur (Puno, Cusco, Arequipa), se encuentra integrada por vías de comunicación terrestre, que en un futuro cercano formarán parte de la vía Interoceánica que ofrecerá oportunidades a los productos puneños (quinua, lácteos, trucha, carne de alpaca y artesanía) en el mercado brasileño. Asimismo, la ciudad de Juliaca se constituye como el centro comercial más importante del sur, donde imperan el contrabando y la informalidad. Es allí donde confluye la mayor cantidad de fibra y se realiza la primera clasificación, para luego ser transportada a la gran industria textil arequipeña.

La industria arequipeña está conformada principalmente por el Grupo Michell y el Grupo Inca, que generan valor agregado. A este nivel, se oferta fibra clasificada, semiprocesada (*tops* y *slivers*), hilada y tejida. Estos productos se ubicarán tanto en el mercado interno como en el externo. En el primero, atenderá la demanda de productores artesanos que se dedican a transformar los hilados en tejidos de punto y algunos consumidores de tejidos planos (manufactura). En el mercado externo, se oferta en mayores porcentajes la fibra semiprocesada, como hilados y tejidos.

De esta manera, el principal mercado para la fibra de alpaca es el internacional. Se estima que el 90% de la producción se dirige al extranjero. Así, el comportamiento del mercado de la fibra implica que, para producir, es importante partir de las necesidades de los consumidores y de la industria internacional que demanda el producto.

### *Circuito de la comercialización de la fibra de alpaca*



### **3. Comerciantes ricos, productores muy pobres**

En la cadena productiva de la fibra de alpaca existen dos grupos de actores participantes. De un lado, están los que podemos denominar actores principales, que intervienen directamente en el proceso y son los productores, agentes intermediarios (acopiadores) y empresas textiles. De otro lado, están los actores secundarios, integrados por instituciones públicas, las ONG, proveedores de servicios y agentes financieros que intervienen principalmente en la producción primaria, buscando mejorar la competitividad y rentabilidad de la producción de alpacas.

Con estos grupos en operación, la cadena de la fibra se desarrolla en cuatro etapas: crianza, acopio, clasificación y transformación industrial, y comercialización.

Los productores se circunscriben a la crianza, aplican conocimientos transmitidos por la tradición heredada de sus

antecesoros, los únicos posibles de implementarse para sobrevivir en territorios altoandinos, los espacios más adecuados para la crianza de la alpaca y la llama, debido a la presencia de pasturas naturales.

La siguiente etapa es el acopio y la clasificación de la fibra (categorización y clasificación), actividades que pueden mejorar mediante la participación y la organización. Pero, es muy difícil que procedan a la transformación industrial de la fibra, por el alto costo que representan las instalaciones y la conducción gerencial de una empresa. En ese sentido, cabe rescatar la elaboración de prendas para el mercado artesanal, una oportunidad de ingresos para las familias criadoras de alpacas. Para el caso, existen actualmente en Juliaca y Puno pequeñas empresas exportadoras de artesanía (manufactura), que vienen incorporando a artesanas como proveedoras de prendas, proporcionándoles capacitación en clasificación, hilado, diseño y control de calidad.

Estas precarias condiciones del productor son determinantes para la enorme desigualdad existente en la distribución de la renta alpaquera. Mientras el productor obtiene una rentabilidad negativa, la industria obtiene más del 40%. Es decir, la manera como se articula la cadena de producción y circulación de la fibra de alpaca conduce a una notoria concentración de la riqueza, haciendo que los industriales obtengan importantes utilidades mientras que los productores se hacen paulatinamente más pobres.

Inclusive, se observa que los industriales diversifican su capital, invirtiendo en nuevos negocios rentables y evitando la reinversión en el sector, especialmente en la producción primaria en la que podrían intervenir para mejorar la calidad genética de los rebaños de alpacas y obtener una fibra más fina.

Mientras tanto, los productores tienen que asumir todo el costo y la responsabilidad de las acciones de mejoramiento

genético de sus rebaños (adquisición de reproductores, compra de aretes, análisis de fibra, asistencia técnica especializada) y construcción de infraestructura reproductiva (corrales de manejo de empadre controlado, cobertizos para protección de crías), algo que se limita a pocos criadores que tienen algunas posibilidades, mientras que la gran mayoría de pequeños productores de comunidades campesinas no cuentan con los recursos económicos necesarios para la inversión, haciéndose cada vez más pobres.

Las familias campesinas del sector de los camélidos domésticos, se dedican exclusivamente a la crianza de alpacas y llamas, constituyéndose en su principal actividad económica. Además de la actividad pecuaria, elaboran prendas artesanales para el autoconsumo (con fibra de alpaca y ovino), practican el pequeño comercio en los mercados semanales o *k'atos* de carne, fibra y pieles, en donde también se abastecen de productos de primera necesidad.

Además, los integrantes de estas familias campesinas venden ocasionalmente su fuerza de trabajo, en diferentes obras de infraestructura que ejecutan el municipio local u otras instituciones de apoyo social. De otro lado, los varones jóvenes migran por períodos de dos a seis meses a las minas cercanas (La Rinconada, Mina Arasi, entre otras) y ahorran sus ingresos para adquirir autos para el servicio público. Los adultos migran temporalmente a los valles interandinos de otras provincias, con el fin de abastecerse de productos agrícolas que no producen localmente (papa, maíz, verduras), sobre todo durante los meses de menor trabajo en la crianza de los camélidos sudamericanos (entre junio y octubre). A su vez, las mujeres se quedan a cargo del cuidado y pastoreo de los rebaños y del cuidado de los hijos.

Ahora bien, al enfocar de manera más precisa la principal actividad de los campesinos alpaqueros, veremos que se trata de

una estrategia de sobrevivencia en un medio tan hostil como el altoandino. Así, se opta por la crianza mixta (alpacas, llamas, ovinos, vacunos) en tanto la diversificación disminuye la precariedad y permite soportar de mejor manera los períodos de crisis.

Por ejemplo, si en el hato de alpacas se tuviera problemas de mortalidad y por tanto pérdidas económicas, los ovinos permanecen y mantienen las necesidades básicas hasta la recuperación del rebaño de alpacas en la siguiente campaña. Además, el criador sabe que los ovinos se reproducen más rápido (hasta 2 pariciones por año), mientras las alpacas tienen un proceso reproductivo largo (1 cría por año). Asimismo, el criador altoandino relaciona la crianza combinada de alpacas y llamas con creencias culturales. Al inicio de las actividades ganaderas -que coinciden con fechas festivas como los carnavales- se realiza el pago al ganado y a la tierra, *tinka* o *challa*.

Siguiendo esta lógica, en la provincia de Lampa tenemos que la composición del rebaño o la tenencia de animales es como sigue.

**Cuadro 1**  
**Composición del ganado por especie**  
**en la provincia de Lampa**

<b>Especie</b>	<b>Provincia</b>
Alpacas	70,02%
Ovinos	21,90%
Llamas	6,16%
Vacas	2,18%
Otros	0,12%
<b>TOTAL</b>	<b>100,38%</b>

Fuente: Estudio línea de base proyecto Camelampa. Fondoempleo, 2005.

Esta información confirma que la zona es básicamente alpaquera, pero posee una considerable población de ovinos, que constituye una especie de «caja chica» del criador campesino ya que puede vender la carne y el cuero del animal en cualquier momento, y representan además un medio de retribución y reconocimiento social ante autoridades, compadres y familiares.

En estas condiciones, las familias alpaqueras deben involucrarse en los mercados tradicionales dominados por los intermediarios, que en su mayoría actúan como prestamistas, ofreciendo productos de panllevar o insumos veterinarios a cuenta de la producción de fibra de alpaca. Este sistema de «amarre comercial» le garantiza al comerciante el producto, pero coloca al productor en situación desventajosa porque se siente obligado a entregar la fibra al precio que determine el comerciante, siendo la mayoría de veces menor al precio existente en el mercado.

Estas formas de intercambio comercial se practican en todo el sector alpaquero, estableciéndose los días para la transacción en cada centro poblado, distrito o sector. Así, por ejemplo, en la provincia de Lampa tenemos que la compra-venta de fibra se realiza los jueves en el distrito de Palca, los sábados en los distritos de Vila Vila y Santa Lucía, los domingos en el distrito de Ocuvi y cada quince días (los miércoles) en el sector de Ruelas. En todos estos casos, se pone en funcionamiento el sistema de intermediación utilizado por los agentes de la gran industria (rescatista, alcanzador, minorista, mayorista).

Mediante este sistema de intermediación, se regulan los precios de la fibra de alpaca en el mercado local, que varían de acuerdo al tipo de productor, siendo los más pobres los que reciben el menor precio. De otro lado, los precios se establecen de acuerdo a la calidad, pero en todos los casos son fijados por el comprador, personaje conocido como el compadre, por el

nivel de acercamiento con los criadores, y por la confianza y amistad que tienen.

Como se ha dicho, la venta de la fibra generalmente se realiza en ferias semanales. En el caso de las ferias locales, las transacciones realizadas son alrededor del 93,6% del total regional, mientras que en las ferias provinciales –como son los casos de Lampa o Juliaca– el porcentaje es de solo el 4,8%. En regiones como Arequipa se vende el 0,9% y en los centros de acopio y artesanales que se abastecen directamente de proveedores tienen una participación del 0,4%.

El ingreso promedio mensual percibido por los alpaqueros es de S/. 266 por concepto de venta de fibras, carne, cuero y charqui. Este ingreso financia los gastos de consumo, servicio de transporte, educación y medicamentos para sus animales. En suma, se estima que el 90% de las familias criadoras de camélidos sudamericanos se encuentra en el segmento de pobreza y extrema pobreza, con ingresos por familia de US\$ 800 al año.

**Cuadro 2**  
***Ingreso mensual promedio de criadores  
de la provincia de Lampa***

<b>Ingresos en soles</b>	<b>Porcentaje</b>
1-199	34%
200-399	52%
400-599	11%
600 a más	3%

Fuente: Estudio línea de base proyecto Camelampa. Fondoempleo, 2005.

Si consideramos que los criadores de alpacas en la provincia de Lampa tiene en promedio seis miembros por hogar, cada

uno vive con S/. 44 al mes, y al día con S/. 1,48, siendo por ello una población en extrema pobreza. Como es obvio, este ingreso no permite mejorar la situación actual en la que se encuentran los criadores de alpacas y, lo que es peor, esta situación tiende a empeorarse.

La gran industria textil, instalada en la ciudad de Arequipa por más de un siglo, ha logrado organizar importantes empresas, altamente especializadas en el procesamiento y exportación de productos derivados de la fibra de alpaca. Los cuatro principales grupos empresariales dedicados al procesamiento de la fibra de alpaca y su exportación, son:

*Grupo Michell:* clasificación, lavandería, cardado y peinado, hilandería y tintorería.

*Grupo Inca:* clasificación, lavandería, cardado y peinado, hilatura, tintorería y confecciones.

*Grupo Mejía:* clasificación, lavandería, peinado, hilatura y tintorería.

*Grupo Sarfaty:* clasificación, lavandería, cardado, peinado y confecciones. Su planta de hilados se encuentra en Lima.

De otro lado, existen pequeñas empresas emergentes, instaladas en la ciudad de Juliaca, como Negociaciones Santa Isabel E.R.L. y Fibra Andina, entre otras. La primera, es una empresa dedicada a la confección, producción, venta de alfombras de piel de alpaca bebé y alpaca adulta. Hay que considerar que esta empresa tiene actualmente una posición especial en el mercado interno de la fibra de alpaca, ha participado en todos los remates organizados por los productores, y ha adquirido fibra categorizada con los mayores precios, no solo en la región de Puno, sino también en Arequipa, Huancavelica, Cusco y otras. Además, realiza clasificación de fibra y entrega a pedido cantidad, color y clase de fibra que es requerida por las grandes empresas.

### *Consumidores exigentes de un producto marginal*

*El mercado externo.* Miguel Mejía manifiesta que el Perú contribuye con más del 85% de la producción mundial de fibra de alpaca (140.000 qq)<sup>2</sup> y, por ello, se ha convertido en un producto emblemático del país. Pero este volumen significa menos del 1% de las fibras naturales de origen animal que se producen en el mundo, que incluyen los ovinos, *mohair*, *cashmere*, angora y otros. Esto evidencia que las posibilidades de la fibra de alpaca –con un volumen bastante pequeño en comparación a otras fibras– se reducen aún más por su dispersión en varias calidades y colores, a lo que se suma la pobre difusión y conocimiento que se tiene de la misma a nivel internacional.

Los principales mercados de exportación para los *tops* e hilados (productos de valor agregado intermedio) son China, Italia, Reino Unido y los Estados Unidos. Mientras que los Estados Unidos, Alemania, Reino Unido y Japón son los destinos para las prendas terminadas. Los principales productos de exportación son: *tops* de alpaca y lana, hilado cardado y peinado, telas, confecciones en tejido plano, tejido de punto a máquina o a mano, como suéteres, *cardigan* y productos artesanales.

El 80% de la fibra de alpaca se exporta en productos de bajo valor agregado (*tops*, hilados y telas) y solamente el 20% en prendas terminadas. El sector representa el 1,35% de las exportaciones totales del Perú y el 5% de las exportaciones no tradicionales. Exportó un total de US\$ 75 millones en 2001.

Su contribución al Producto Bruto Interno (PBI) manufacturero ha sido entre el 2 y el 2,5% en los últimos diez años y en las exportaciones de productos textiles y confecciones tiene una participación del 15%. Absorbe el 2% de la Población Económicamente Activa (PEA) ocupada en la industria

---

<sup>2</sup> Mejía (2003).

manufacturera (aproximadamente 22.000 personas). De las empresas del sector, el 96% son micro y pequeñas empresas (MYPE) con menos de 40 empleados, el 3% son medianas (entre 41 y 200 empleados) y el 1% son las denominadas grandes.

### *Cuadro comparativo de la fibra de alpaca con otras fibras medulares*

Fibra	Producción		Finura (mic.)	US.\$ / Kg (Top)	Factor de confort	Aplicación	
	Tons.	%				Punto	Plano
Alp. Baby	515.20	8.00%	22.50	14.00	90.00%	xxxx	xxxx
Alp. Suri	322.00	5.00%	26.00	13.00	70.00%		xxxx
Alp. Superfine	2,576.00	40.00%	26.50	9.00	70.00%	xxxx	xxxx
Alp. Huarizo	1,301.80	20.21%	31.00	4.30	55.00%		
Alp. Adult	1,725.00	26.79%	34.00	2.90	25.00%		xxxx
Total	6,440.00	24.12%					

Cashmere	8,000.00	29.96%	16.00	80.00	98.00%	xxxx	xxxx
----------	----------	--------	-------	-------	--------	------	------

Mohair Kid	3,400.00	20.00%	25.00	27.00	80.00%	xxxx	xxxx
Mohair Young C	10,200.00	60.00%	28 / 31	21.00	65.00%	xxxx	xxxx
Mohair Adult	3,400.00	20.00%	35 / 37	11.5 / 6.00	25.00%		xxxx
Total	17,000.00	63.67%					

Angora y Otras	1,700.00	6.37%					
----------------	----------	-------	--	--	--	--	--

### *Los actores secundarios*

En un enfoque de cadenas productivas, se entiende como actores secundarios a aquellos que están presentes y facilitan el soporte técnico y el apoyo en la solución de los problemas críticos que limitan la competitividad de los actores principales de la cadena.

En la región Puno existe una larga relación de actores secundarios, sobre todo instituciones públicas que tienen un papel normativo, como el Ministerio de Agricultura (Dirección de Promoción Agraria –DPA– y Agencias Agrarias) y el Consejo

Nacional de Camélidos Sudamericanos - CONACS (dirección nacional y direcciones regionales); que proveen de tecnología e investigación como el Instituto Nacional de Investigación Agraria - INIA (centros experimentales), universidades (facultades de veterinaria, zootecnia y centros experimentales) y el CITE Camélidos; que ofrecen asistencia técnica al gobierno regional a través del Programa Especial de Camélidos Sudamericanos Andinos (PECSA); y los programas que ejecutan algunos municipios locales

Junto a ellos están los que ofertan servicios financieros, como Agrobanco, las cajas rurales y algunas PYMES, y también los que brindan servicios técnicos e insumos veterinarios como empresas comerciales agroveterinarias.

De otro lado, están las intervenciones de las organizaciones no gubernamentales como la Asociación Internacional de la Alpaca (AIA) y el Instituto Peruano de la Alpaca (IPAC), ambas conformadas por la industria arequipeña; la Sociedad Peruana de la Alpacas Registradas (SPAR), que representa a un sector de los productores nacionales y direcciones regionales, el Centro de Estudios y Promoción del Desarrollo - **desco**, la Sociedad MALLKU, CEDER, Central de Cooperativas Alpaqueras de Puno (CECOALP), una empresa de la central de cooperativas, entre otras.

Sin embargo, a pesar de los esfuerzos aplicados no hay un avance significativo en la mejora de la calidad de los camélidos sudamericanos. Por el contrario, en los últimos veinte años se ha acentuado el deterioro de la calidad de los rebaños y prueba de ello es el engrosamiento de la fibra. En parte, esta ausencia de resultados positivos se debe a la existencia de protagonismos individuales e intervenciones aisladas sin concertación entre instituciones estatales y privadas, así como la presencia de una gama de organizaciones de productores, débiles y sin representatividad regional. Todo ello ha contribuido al poco desarrollo

del sector, a pesar de los varios millones de dólares gastados,<sup>3</sup> tanto por la cooperación internacional como por el Estado.

Aún así, partir de 2004 se vislumbraron cambios en la actitud de algunas instituciones y asociaciones, esforzándose en concertar y realizar alianzas estratégicas, principalmente en el marco del acopio de fibra. De esta manera, se conformó el Comité regional de acopio y comercialización de fibra categorizada,<sup>4</sup> que actúa de acuerdo a los parámetros de la Norma Técnica Peruana. El comité está dirigido por los productores y las instituciones funcionan como facilitadoras, otorgan apoyo técnico y acompañan en el proceso de comercialización.

#### **4. La historia que se resiste a morir**

El mercado de la fibra de alpaca posee un sistema de comercialización que no ha variado en los últimos cien años. Según Velarde (2000), este mercado se caracteriza por una cadena de comercialización que agrupa a una serie de intermediarios: alcanzadores, rescatistas y agentes de las empresas comercializadoras quienes cumplen la función de concentración del producto.

Este sistema de comercialización ha sido y continúa siendo utilizado por los agentes de la gran industria, a través de rescatistas, quienes financian el acopio con adelantos a los productores. Con estos agentes, las empresas reducen los costos operativos, no asumen relaciones laborales ni costos sociales.

Los rescatistas son los que se hallan en la base de este sistema comercial y establecen relaciones de compadrazgo

---

<sup>3</sup> Se estima que las instituciones gastaron en diez años la cantidad de 10 millones de dólares, sin embargo, el acopio supuso una inversión no mayor de un millón de dólares.

<sup>4</sup> Las actividades del comité son la coordinación, planificación, acompañamiento, seguimiento y evaluación del sistema de comercialización.

con los productores, convirtiéndolos en clientes que, a su vez, son clasificados en «buenos» (aquellos productores que poseen alpacas mejoradas y, por consiguiente, tienen un trato preferencial y un mejor precio por su fibra) y en «pequeños» productores (aquellos que tiene poco ganado y en su mayoría sin mejoramiento, con fibra gruesa).

Pese a la antigüedad del sistema, una práctica que aún persiste por los agentes de la industria es la adquisición de fibra por peso y no por calidad, lo que ha repercutido en el poco interés que tienen los productores para mejorar la finura de la fibra, llegando incluso a adulterarla con materiales extraños (tierra, arena, cal, agua) para incrementar su peso.

Puede afirmarse que esta modalidad en la compra es la principal causa del engrosamiento de la fibra, porque así se ha entorpecido el mejoramiento genético del rebaño. Asimismo, el valor comercial de la fibra de color, la mitad del precio ofrecido por la blanca (la libra de fibra blanca vale S/. 10, la libra de color S/. 5), determina el llamado «blanqueo» del rebaño de alpacas, es decir, se prefiere criar alpacas con fibra blanca y esto conduce a la pérdida progresiva de la variabilidad genética de las alpacas de color, de las razas huacaya y suri.

Los precios de la fibra son impuestos por los intermediarios en cada zona de crianza de alpacas, determinados por la gran industria y éstos, por referencia, se sujetan a los precios internacionales. Sin embargo, los precios por calidad en el mercado internacional no coinciden con los precios pagados a los productores, a pesar de que en éstos últimos recae toda la responsabilidad de la inversión productiva, provocando la migración de jóvenes por falta de recursos y oportunidad de empleo, y el aumento de los niveles de pobreza.

### *Caminos para la innovación. Estrategias de lucha contra la pobreza de los pequeños productores de camélidos*

En la década del noventa, en la región Puno, hubo intentos para desarrollar la comercialización de fibra de alpaca con el objetivo de incrementar los ingresos de los productores, a través del acopio asociativo y evitar el sistema de intermediación. Así, tenemos el caso del Proyecto Alpacas PAL, CECI Alpacas, CECOALP, FIBRANDES, ACFI (promovido por Pampa II), Unidad Operativa de Proyectos Especiales UOPE MINAG, entre otros.

Sin embargo, los resultados no han sido sostenibles en el tiempo, debido a problemas que surgieron en el contexto (crisis económica, inflación, etc.). De otro lado, los productores no han incorporado y priorizado dentro de sus prácticas de comercialización el enfoque empresarial que se promovía, centrandó su acción en aspectos meramente reivindicativos. Conviene recordar que estos proyectos implementados por instituciones del Estado y la cooperación internacional, contaron con los recursos suficientes, quedando vigente en la actualidad sólo la experiencia de la CECOALP que, a pesar de muchas dificultades, es un ejemplo de emprendimiento empresarial de los productores.

Aún así, en 2003 se realizó una experiencia piloto de acopio de fibra en Juliaca, promovida por la industria a través de IPAC, CECOALP y CONACS. A partir de 2004 se intensificarán estas acciones, motivadas por la publicación de la Norma Técnica Peruana, por parte de INDECOPI<sup>5</sup> y promovidas

---

<sup>5</sup> La Norma Técnica Peruana 231.300 establece cuatro categorías de fibra de alpaca de acuerdo al contenido de fibras superiores e inferiores, longitud, color y contenido de fibra *baby* en el vellón.

por instituciones estatales y privadas.<sup>6</sup> De esta manera, las campañas de acopio que se iniciaron con la participación de 12 organizaciones, contarán para la campaña de 2007 (noviembre) con aproximadamente 21 centros de acopio.<sup>7</sup>

Entonces, a partir de los primeros logros obtenidos en el precio de la fibra, se constituyó el Comité Regional de Acopio y Comercialización de Fibra de Alpaca, cuyos objetivos son: mejorar los ingresos de los criadores de alpaca de la región Puno; fortalecer la organización de los comités de acopio a nivel distrital y regional; promover el mejoramiento genético de alpacas a través de la calificación de fibra por calidad y precio diferenciado; desarrollar una cultura de calidad en el proceso de comercialización; y, promover la integración de los productores organizados al mercado, mediante la negociación con la industria en los remates públicos.

A través de esta práctica novedosa de comercialización, se busca que los productores participen activamente en todo el proceso: acopio, pesado, categorizado, ensacado, cuidado, entrega de la fibra al comprador, llenado de planillas de entrega y pesado. Asimismo, los directivos agrupados en el comité regional deben definir el precio base de la fibra por categorías, especie y color. De esta manera, por primera vez los productores tienen la oportunidad de negociar precios de la fibra por volumen y calidad a través de ruedas de negocios, remates públicos y/o trato directo.

Esta experiencia de acopio y comercialización de fibra organizada a nivel regional, es liderada por los productores desde la campaña del 2006. Sin embargo, presenta dificultades en el proceso, como el hecho de que la industria arequipeña se opone

---

<sup>6</sup> Estatales: MINAG, DPA – Agencias Agrarias, CONACS, PRODUCE, PECSA. Entre las privadas: IPAC (apoya hasta el 2005), CITE Camélidos, SPAR regional, CECOALP, **desco**, MALLKU, CEDER.

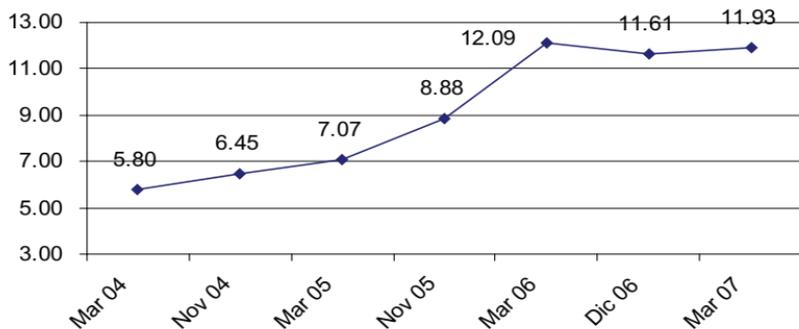
<sup>7</sup> Comités de acopio: Capaso, Mazocruz, Huanacamaya, Condoriri, San Antonio de Esquilache, Laraqueri, Mañazo, Pinaya, Palca, Vila Vila, Lampa, Paratía, Santa Lucía, Macusani, Nuñoa, Ananea, Pizacoma, Quilcapunco, Spar Ajoyani.

a que prospere esta iniciativa, realizando acopios paralelos, facilitando adelantos y evitando participar en los remates públicos. De otro lado, la calidad de la categorización en los centros aún genera disconformidades entre los productores y compradores, porque el pago no es inmediato. Asimismo, la empresa asociativa de producción más grande de Puno -Rural Alianza- no apoya la oferta organizada con los pequeños productores, al tener contratos de fibra en broza y precios preferenciales con la gran industria.

A lo dicho hay que agregar la experiencia negativa que significa la actitud de algunas empresas, como PROSUR, que se retractó de la buena pro obtenida en la licitación pública, o el caso de FIBRANDINA, que no cumplió con la liquidación de la fibra en el plazo fijado en trato directo con los comités de acopio de Pinaya y Paratía. Por último, es preocupante la ausencia de créditos para la comercialización de fibra, por considerarse que los productores no presentan las garantías suficientes.

A pesar de ello, el precio diferenciado por calidades ha permitido que los ingresos de las familias se incrementen en relación a años anteriores. A pesar de estas ventajas, solo el 5% de la producción de fibra en Puno es acopiada mediante estos procedimientos alternativos pero, a pesar del pequeño volumen, es indudable que esta experiencia muestra efectos positivos en el mercado regional y nacional, al actuar como un regulador del precio de la fibra.

### Comportamiento de Precios de Fibra de Alpaca Promedio Ponderado



Fuente: Comité regional de acopio y comercialización de fibra Puno. DPA, mayo 2007.

### *Volumen comercializado por año de fibra alpaca 2004 - 2007-I*

<b>Campaña</b>	<b>Huacayo (en lb)</b>	<b>Suri (en lb)</b>	<b>Total (en lb)</b>	<b>Productores participante</b>
<b>2004</b>	340.752,48	39.574,50	380.326,98	1.956
<b>2005</b>	200.358,00	20.025,50	220.383,50	2.447
<b>2006</b>	190.283,53	21.088,00	211.371,53	1.981
<b>2007</b>	71.701,00	2.603,50	74.304,50	902

Fuente: Comité regional de acopio y comercialización de fibra Puno. DPA, mayo 2007.

### *Las (in)definiciones del Estado*

La revisión de la Estrategia Nacional de los Camélidos Domésticos, elaborada y conducida por CONACS, permite constatar que los objetivos estratégicos no se centran en acciones para mejorar la comercialización de la fibra sino en actividades periféricas a la producción, orientándose el interés hacia los eslabones superiores de la cadena.

Esto indica que se mantiene una visión de supervivencia del productor, sin que existan propuestas de estrategias que reformulen el actual sistema de comercialización, mediante la organización de productores con enfoque de mercado y la intervención directa de los gobiernos locales y regionales.

En ese sentido, para replantear el sistema de comercialización de fibra vigente se requiere que los productores puedan organizar la oferta y garantizar el abastecimiento permanente a la industria, y generar, en esta última, la voluntad de comercializar con ellos. Sin embargo, es evidente que existen cuellos de botella para proceder en ese sentido, como la dispersión de la producción debido a las condiciones geográficas, el escaso volumen de la oferta, la dificultad para organizar a los productores, la ausencia de servicios de crédito y de sistemas de información, la implementación de centros de acopio donde se brinden servicios especializados de esquila y categorización de fibra y, por último, la ausencia de personal entrenado para la gestión y negociación.

En la presente década se ha promulgado una serie de leyes y decretos que favorecen la promoción y comercialización, y se espera beneficiar a los pequeños criadores y productores de alpacas y llamas de las zonas altoandinas del país, así como de las comunidades campesinas y empresas agrarias que se dedican a tal actividad.

En efecto, tenemos la Ley 28041, del 24 de julio de 2003, que promueve la crianza, producción, comercialización y consumo de camélidos sudamericanos domésticos. Su reglamento, en los artículos 23 al 26, dispone que CONACS y otras dependencias del sector público atiendan la comercialización de fibra y carne empleando el esquema de cadenas productivas y facilitando la articulación con la industria. Sin embargo, el problema de la comercialización de la fibra es mucho más complejo y demanda un cambio estructural del sistema de comercialización y de la organización misma de la cadena, algo que la ley está lejos de considerar.<sup>8</sup>

De otro lado, tenemos la Ley 28191, promulgada el 26 de febrero de 2006, que declara al departamento de Puno como capital alpaquera del Perú. Más allá de lo declarativo, lo cierto es que no se ha previsto presupuesto alguno para implementar este mandato legal. Asimismo, el DS 012-2007-AG ha fusionado en la Dirección General de Promoción Agraria y en el INRENA diversas direcciones y unidades que pertenecían al CONACS. De esta manera, el sector alpaquero ha quedado sin una entidad promotora que lidere de manera concertada el acercamiento de los actores productivos con la industria.

## **5. Propuestas para el sector de los camélidos sudamericanos**

### *Propuestas de política regional*

Los servicios especializados y producción de bienes que realizan las instituciones privadas, como las ONG, no se contemplan en la ley. De otro lado, debido a los aportes que reciben éstas para su funcionamiento, no promueven una cultura de pago

---

<sup>8</sup> Avance del estudio de vacíos de política del sector. Exposición del consultor José Miguel Gil. Puno, 2006.

por los servicios que prestan a los productores. Por tanto, estos servicios tendrían mayor efectividad si las instancias públicas, como CONACS o la Dirección General de Promoción Agraria, pudieran promover una ordenanza regional que involucre a las diversas instituciones en la formulación de un plan de trabajo multisectorial y, de esta manera, se tome en consideración los resultados obtenidos al momento de evaluar el plan estratégico de desarrollo regional.

### *La organización de productores*

Teniendo en cuenta el contexto de globalización y la primacía del libre mercado, las organizaciones de productores deben impulsarse con criterios empresariales más que con fines reivindicativos, a fin de mejorar sus posibilidades de acceso a servicios básicos como educación, asistencia técnica, crédito, información, infraestructura productiva. Asimismo, debería implementarse un programa de mejoramiento genético regional para alpacas y llamas.

### *Consolidación de la oferta organizada de la fibra categorizada*

Este objetivo podría alcanzarse mediante la construcción e implementación de infraestructura de acopio, usando recursos de los municipios distritales, del programa Sierra Exportadora y, también, reorientando recursos de los programas sociales, como Juntos, para las familias que oferten la fibra en forma organizada, evitando la intermediación.

Además, debe considerarse la posibilidad de abrir una línea de créditos blandos en Agrobanco y otras entidades de la banca comercial, para dirigirlos a la comercialización de la fibra y la formación de capacidades en los recursos humanos locales. Por último, deberían llevarse a cabo programas de capacitación y

asistencia técnica para las comunidades campesinas, dirigidos a mejorar la calidad de presentación del producto y adiestrar a los dirigentes y líderes productores en técnicas de negociación.

### *El rol de los gobiernos locales*

En los últimos tres años se observan algunos cambios de actitud de algunos municipios locales que apoyan la crianza de camélidos sudamericanos mediante sus aportes en la construcción de micro represas para la cosecha de agua de lluvias,<sup>9</sup> siembra de pastos cultivados como avena y alfalfa, así como en la adquisición de reproductores. Sin embargo, aún están ausentes en la comercialización de la fibra. Consideramos que los municipios locales deben ser los promotores del proceso de desarrollo sostenible de los camélidos sudamericanos, más aún si reciben fondos del canon minero.

Finalmente, los líderes de las comunidades y asociaciones de productores deberían ser capacitados para el debate en torno al presupuesto participativo distrital, lo que les permitiría tener más posibilidades en la obtención de fondos que pueden emplearse en la construcción y el desarrollo de infraestructura productiva como centros de acopio, servicios sanitarios (botiquines veterinarios), infraestructura hídrica, playas de faenado o camal municipal, centros municipales de cría de reproductores y construcción de cobertizos alpaqueros en campo para protección de las crías.

---

<sup>9</sup> Es el caso de **desco** a través del Proyecto Camelampa, en los distritos de Santa Lucía, Paratía, Lampa, Palca, Vila Vila y Ocuvirí, financiado por FONDAM, CRS y FONDOEMPLEO.

## Bibliografía

DIRECCIÓN REGIONAL AGRARIA PUNO

2006 Resolución Directoral Regional n° 00421-2006-DRA PUNO.

LENCINAS, M.

2007 «Experiencia del Comité Regional de Acopio y Comercialización de Fibra de Alpaca». Taller de estrategias de formalización del comité regional y distritales de acopio y comercialización de fibra de alpaca. Puno.

MEJÍA PALACIOS, Miguel

2003 *Estrategia de desarrollo en la cadena productiva de la alpaca*. Presidencia del IPAC.

VELARDE, Rubén

2000 *El mercado de la fibra de alpaca 1987-1999*. Arequipa: **desco**.

ENRÍQUEZ, P.

2006 «La alpaca suri de color: ¿una raza en proceso de extinción? Proyecto piloto demostrativo de conservación de biodiversidad y fortalecimiento institucional, ACRICAN ILLA». Puno.

INDECOPI

2004 Norma Técnica Peruana 231.300.