



Asociación
Internacional
de la Alpaca
International Alpaca Association



EDICIÓN N° 3

BOLETÍN

DICIEMBRE 2022



**Asociación
Internacional
de la Alpaca**
International Alpaca Association

COMITÉ EDITOR

Juan Pepper

Presidente AIA-Gerente Comercial
Michell & Cía.

Mariella Gonzales

Directora AIA-Gerente Kero Design

Raul Rivera

Director AIA-Gerente de Marketing
Michell & Cía.

Ines Vizquerra

CEO Wayra

María del Carmen De La Fuente

Gerente General Allpa

Herbert Murillo

Profesional Especializado AIA

Mateo Macedo

Sub Gerente Comercial CLAMASAC

COLABORADORES

Ester Xicota

Consultora Internacional en
Sostenibilidad Estratégica

DIRECCIÓN Y SOPORTE TÉCNICO

Daniel Aréstegui

Gerente AIA

Erika Flores

Administradora AIA

POR UN MUNDO CON MÁS FIBRAS NATURALES PARA EL 2030

En los últimos años, el debate entre las fibras naturales y las fibras sintéticas cada vez toma mayor relevancia. Las fibras naturales son extraídas de diferentes especies de animales y plantas, y son una opción más sostenible que las sintéticas porque son un recurso renovable. Sin embargo, algunos estudios para evaluar la sostenibilidad de un producto con metodologías cuestionables han puesto en tela de juicio la sostenibilidad de algunas fibras naturales.

En agosto del 2020 la Sustainable Apparel Coalition (SAC) publicó una versión actualizada de su Índice Higg de Sostenibilidad de Materiales, el cual de alguna manera favorecía a las fibras sintéticas. La metodología y las fuentes utilizadas en la determinación del puntaje asignado a cada material del índice Higg fue duramente cuestionado no solo por expertos y líderes de opinión en moda sostenible, sino también por los gremios y representantes de los sectores afectados, por lo que a mediados de este año el SAC tuvo que pausar la visibilidad de sus resultados.

Por otro lado, la Unión Europea continúa trabajando en el desarrollo de Product Environmental Footprint (PEF) que busca evaluar el impacto de los productos sobre el medio ambiente basándose en el Life Cycle Assessment (LCA). Sin embargo, su diseño actual podría tener una mirada sesgada o incompleta, pues solo incluye el enfoque ambiental de la sostenibilidad, dejando de lado las dimensiones social, económica y cultural; todo esto podría impactar negativamente a la puntuación ambiental de las fibras naturales. Además, existe una gran preocupación respecto a que organizaciones como la SAC y otros organismos con evidente sesgo favorable a las fibras sintéticas se encuentren liderando dicha iniciativa.

En ese contexto, las cuatro principales industrias de fibras naturales representadas por la Asociación Internacional de la Alpaca-AIA (alpaca), Mohair South Africa (Mohair), The Schneider Group/Wool Connect (Lana) y The Sustainable Fibre Alliance, SFA (Cashmere) se unieron en un evento virtual sin precedentes para desarrollar la primera edición de Natural Fibre Connect (NFC) en septiembre del 2022; con la finalidad de analizar el actual contexto de las fibras naturales de origen animal y definir retos y desafíos comunes.

Así mismo, y considerado que hoy en día el nuevo consumidor es más consciente y exigente respecto a la sostenibilidad y trazabilidad de las fibras textiles, la AIA se encuentra promoviendo y realizando diversas acciones en cuanto a buenas prácticas y sostenibilidad en la cadena de valor de la alpaca, tales como la Implementación del Estándar Responsable de la Alpaca (RAS) en Perú y la mejora de la calidad de la información que se necesita para el Análisis de Ciclo de Vida (LCA) de fibra de Alpaca.

Finalmente, en nombre de la Asociación Internacional de la Alpaca les deseamos unas felices fiestas navideñas, augurándoles los mejores éxitos personales y empresariales para el próximo año 2023.



Presidente Asociación Internacional de la Alpaca



¿Cómo afecta el Product Environmental Footprint a las ventas de alpaca en el mercado europeo?

Por Ester Xicota

Einstein dijo una vez: “no todo lo que se puede medir importa y no todo lo que importa, se puede medir”. Esta frase puede resumir lo que representa la metodología de la Huella Ambiental de Producto o Product Environmental Footprint (PEF) que está elaborando la Comisión Europea para tener un sistema homogeneizado de evaluación del impacto ambiental de los productos que se venden en el mercado europeo.

En la actualidad existen muchos métodos para medir la huella ambiental de un producto y cada uno de ellos utiliza una metodología y unos supuestos distintos para evaluar el avance de empresas y productos hacia la sostenibilidad. Pero ¿qué ocurre cuando cada empresa puede decidir qué metodología usar? El resultado es que las mediciones no son comparables y se genera confusión en los consumidores, dando espacio a que las empresas hagan greenwashing.

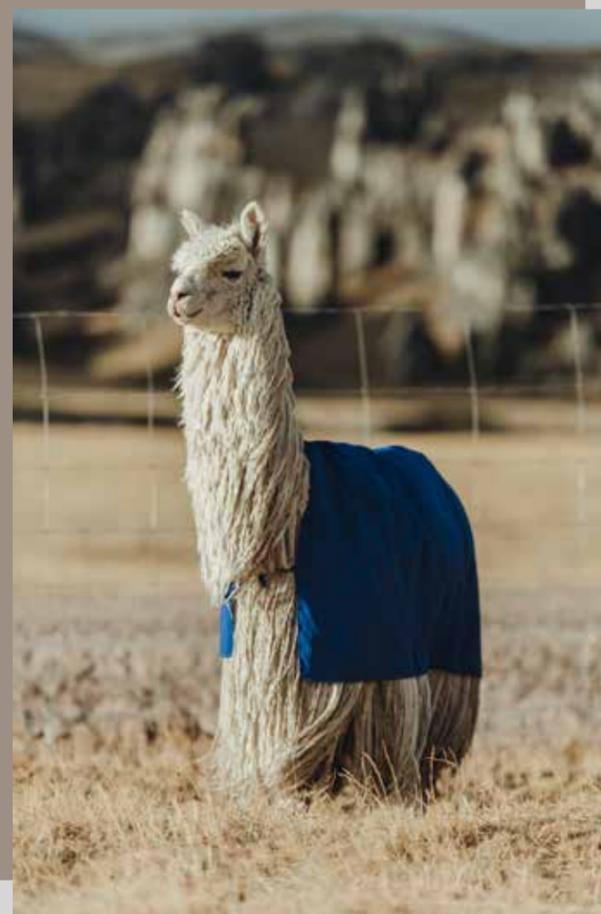
La alpaca no es ajena a esta situación de confusión y alegatos falsos. El Índice Higg de Sostenibilidad de Materiales (MSI, por sus siglas en inglés) calculaba, erróneamente, que la fibra de alpaca era la segunda más contaminante después de la seda utilizando un sistema que favorecía, de una manera inexplicable, a las fibras sintéticas.

Para contrarrestar esta situación, en 2013, la Unión Europea inició el desarrollo de la herramienta del Product Environmental Footprint (PEF) que busca evaluar el impacto ambiental de los productos que se comercializan en el mercado europeo y ofrecer información homogeneizada y fiable a los consumidores. A pesar de que la herramienta tiene un propósito legítimo y lleva trabajándose en ella ya casi 10 años, su diseño actual tiene falencias importantes que pueden impactar negativamente a la puntuación ambiental que las prendas de alpaca recibirán en el mercado europeo.

LA HERRAMIENTA DEL PRODUCT ENVIRONMENTAL FOOTPRINT PARA LA ALPACA

La herramienta Product Environmental Footprint (Huella Ambiental de Producto) busca estandarizar la medición de la huella ambiental para todos los productos, materiales y accesorios que se vendan en el espacio europeo. En última instancia, el objetivo de la Unión Europea es que tanto empresas como consumidores puedan comparar fácilmente el comportamiento ambiental de dos productos similares.

La metodología del PEF está basada en la metodología del Análisis de Ciclo de Vida (ACV) y evalúa 16 impactos ambientales, pero, a diferencia de un ACV que evaluaría a todos los productos bajo un mismo grupo de parámetros, el PEF ha creado las Product Environmental Footprint Category Rules (PEF-CR).





La lógica es que no se pueden utilizar los mismos criterios al evaluar, por ejemplo, la producción de leche y la fabricación de una chompa de alpaca. Es por ello que las reglas de categoría son un conjunto de reglas creadas para medir cada grupo de productos de una manera concreta y así garantizar la comparabilidad entre productos similares.

Una vez que se definan reglas para calcular el impacto ambiental del grupo de productos de moda, éstas se utilizan como base para crear un PEF de un producto en particular dentro del grupo. De esta manera, cuando los productos de alpaca ingresen al mercado, deberán evaluarse según esta metodología estandarizada y etiquetar sus prendas o accesorios de acuerdo con los lineamientos. Eso permitirá al consumidor comparar entre dos zapatillas o dos chaquetas similares y tomar decisiones informadas en lo que se refiere al medio ambiente.

Además de la comparabilidad entre los productos, una ventaja evidente de este sistema es que permitirá a las empresas realizar ACVs de sus productos de una manera más rápida y eficiente.

Si nos quedamos con estas reflexiones, la herramienta europea nos puede parecer un avance en la lucha contra el greenwashing y la confusión en el mercado. Pero la herramienta tiene falencias importantes en 2 ámbitos: la calidad de la información de base y la omisión de aspectos verdaderamente importantes de evaluar si se quiere mostrar el valor de la fibra de alpaca de manera integral a los consumidores europeos.





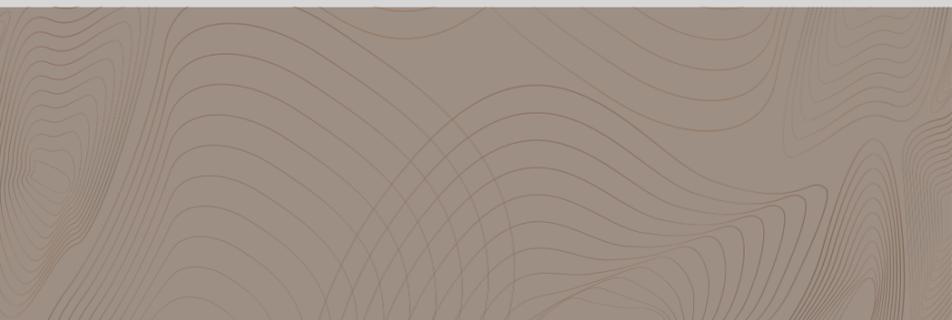
¿Qué hace que la información de base que utiliza el PEF sea inadecuada?

Cuando se mide el impacto de un producto a través de las reglas de categoría del PEF, todas las empresas deben utilizar los mismos conjuntos de datos de base. Si las empresas abordaran sus cálculos con diferentes conjuntos de datos, entonces, incluso si aplican la misma metodología PEF-CR, obtendrían resultados diferentes, porque los conjuntos de datos son diferentes. Para evitar el uso de diferentes conjuntos de datos, la Comisión Europea solicitó a varias organizaciones que crearan conjuntos de datos para la base de datos del PEF.

Cuando un productor de alpaca realice un PEF de su producto de acuerdo con las reglas de categoría de su grupo de productos deberá utilizar datos para que dos productos similares sean comparables.

Hasta ahora, sabemos que la información de base que se utilizará para medir el PEF de la alpaca no provendrá de información procedente del Perú. Teniendo en cuenta que el Perú produce alrededor del 80% de la fibra de alpaca comercializada en el mundo, es crítico que los datos utilizados para calcular el PEF de los productos de alpaca provengan de nuestro país. Pero, lamentablemente, no contamos con estos datos y, por ello, se utilizarán como fuente de información los datos disponibles en estudios de otras regiones geográficas, generalizaciones globales o se realizarán equivalencias y extrapolaciones a partir de otras fibras naturales como la lana.

Desde el sector se tiene la preocupación que estos datos sean los mismos que se han utilizado para medir el impacto de la alpaca en el Índice Higg de Sostenibilidad de Materiales.





¿Qué impactos no contempla el PEF y que afectan negativamente a la puntuación de las fibras naturales?

A pesar de que el PEF visibiliza el impacto ambiental de los productos en 16 categorías de impacto, no tiene en consideración ciertos aspectos en los que las fibras naturales resultan tener ventaja frente a las fibras sintéticas.

Algunos de estos impactos son:

✓ CONTAMINACIÓN POR MICROPLÁSTICOS

La contaminación por microplásticos que ocasionan materiales sintéticos no está incluida y, por lo tanto, no tiene ninguna puntuación negativa a pesar de la creciente evidencia científica del impacto nocivo para la salud humana y planetaria.

✓ IMPACTO TOTAL DE LOS COMBUSTIBLES FÓSILES

No se contemplan los impactos de la formación del petróleo crudo y únicamente se contabiliza a partir de la extracción en la boca del pozo. Por el contrario, todos los impactos relacionados con el cultivo o producción de fibras naturales se tienen en cuenta (emisiones, consumo de agua, ocupación del territorio, etc.). Dado que las fibras textiles a menudo muestran los mayores impactos en el ciclo de vida durante la etapa de creación de la fibra, esta limitación del PEF aumenta la desigualdad entre los productos fabricados con fibras naturales y las basadas en combustibles fósiles.

✓ RENOVABILIDAD, REÚSO, RECICLABILIDAD Y BIODEGRADABILIDAD

La metodología del PEF no contempla de manera detallada el hecho de que la materia prima sea de origen renovable, su alto potencial de reusabilidad y el potencial de reciclabilidad y biodegradabilidad al final de la vida útil de las fibras naturales.

✓ DURABILIDAD

El PEF no evalúa el hecho que un producto sea durable por lo que las fibras como la alpaca o la lana no pueden fortalecer su puntuación frente a otras fibras sintéticas que son desechadas rápidamente.

✓ IMPACTOS SOCIALES

El PEF deja de lado la consideración de los aspectos sociales y ello esconde el valor que tienen las fibras naturales para muchas familias que dependen de ellas. Para muchas regiones en el mundo, la producción de la fibra es la clave de su prosperidad. La alpaca es un ejemplo claro de ello. Más de 150,000 familias en el Perú dependen de la producción de la alpaca, prácticamente como su única forma de vida. El no valorar la importancia social de estas fibras, se amenaza con que desaparezcan, no solo puestos de trabajo sino también culturas, formas de vida originarias y diversidad de cosmovisiones ancestrales de gran valor cultural, religioso y espiritual.



¿Cuáles son los pasos a seguir?

01. CREAR INFORMACIÓN PRIMARIA, RELEVANTE Y DE ALTA CALIDAD

La Unión Europea va a aprobar qué bases de datos se van a utilizar para realizar las mediciones del PEF. Si no contamos con la información concreta de la alpaca, la herramienta deberá funcionar con información de fibras similares (por ejemplo, la lana) o bien hacer extrapolaciones que pueden ser muy perjudiciales.

Ya tenemos identificados los vacíos clave de información y ahora es necesario que el sector se implique en ello. Podemos esperar que el gobierno apoye, pero el liderazgo y también el apoyo monetario principal debe venir de la industria que es la principal interesada. No podemos perder tiempo porque el proceso ya está avanzado y la toma de decisiones sobre el mismo no está balanceado. No todas las partes interesadas están incluidas ni tampoco la información disponible juega a favor de las fibras naturales y de la alpaca. Es hora de actuar.



02. MANTERNOS INFORMADOS

El proceso ya está avanzado y necesitamos tener toda la información posible para podernos preparar y adaptar. Es esencial que tengamos conocimiento al minuto sobre el proceso de definición técnica y, posteriormente, sobre la definición de políticas que afectarán al comercio con el mercado europeo. Esto significa contar con personas en Europa que estén capacitadas en esta materia y tengan un mandato de compartir la información con la industria peruana.

Tener información de primera mano nos permitirá que pasemos de la reacción a la planificación y visión estratégica. Muchos de estos cambios toman tiempo al implementarse y tener la información a último minuto puede costarnos muy caro.





NATURAL FIBRE CONNECT-RESULTADOS



NATURAL FIBRE
CONNECT

THINK NATURAL

A WORLD WITH MORE
NATURAL FIBRES BY 2030

CONFERENCE | 7-9 SEPTEMBER 2022

La primera edición de Natural Fibre Connect (NFC) se llevó a cabo con éxito y permitió conectar a todos los actores involucrados de las industrias de la alpaca, cashmere, mohair y lana; intercambiar conocimientos, puntos de vista y sumar esfuerzos para alcanzar los Objetivos de Desarrollo Sostenible de la ONU.

NFC se realizó del 7 al 9 de setiembre del 2022 en formato virtual con el objetivo de generar consenso en las cuatro industrias, identificar soluciones a desafíos comunes y resaltar la perspectiva de los productores; y fue organizado en alianza por las principales organizaciones mundiales de fibras naturales: la Asociación Internacional de la Alpaca-AIA (alpaca), Mohair South Africa (Mohair), The Schneider Group/Wool Connect (Lana) y The Sustainable Fibre Alliance, SFA (Cashmere).

Durante 3 días de sesiones en vivo con un total de 18 horas de presentaciones y discusiones, y con la participación de 80 oradores y la presencia remota de aproximadamente mil invitados de 43 países entre ellos productores, procesadores, corredores, fabricantes, marcas, ONG y organizaciones gubernamentales involucradas en las industrias de la alpaca, cashmere, mohair y lana, se realizaron más de 40 charlas en línea, 5 paneles de discusión e incluyó una sala de exhibición virtual. Video Resumen NFC ([ver aquí](#))

NFC dio a conocer las tendencias globales actuales e innovaciones dentro de las cuatro industrias, así como limitaciones y obstáculos a superar frente a las nuevas demandas de los consumidores conscientes y exigentes al comprar un producto de fibra natural. Por ejemplo, una importante conclusión ha sido que la sostenibilidad tiene diferentes dimensiones, entre ellas la ambiental, económica, social y cultural, y que no hay sostenibilidad sin trazabilidad.

Para implementar la trazabilidad es imprescindible lograr que los datos se conviertan en una historia accesible a todos, conectando de manera transparente con los actores de la cadena de suministro de la industria de las fibras naturales, a través de la tecnología y el desarrollo de apps informativas.





Las industrias de las fibras naturales han tenido que hacer frente a problemas macroeconómicos y al greenwashing erróneo o blanqueo ecológico de la competencia, mientras enfocan su objetivo común en lograr un mundo para el 2030 con más fibras naturales. Y es que no se trata de las prendas en sí, sino que manos hacen o fabrican esas prendas, y todo el componente social-humano que respalda las fibras naturales: los criadores, pastores y productores.

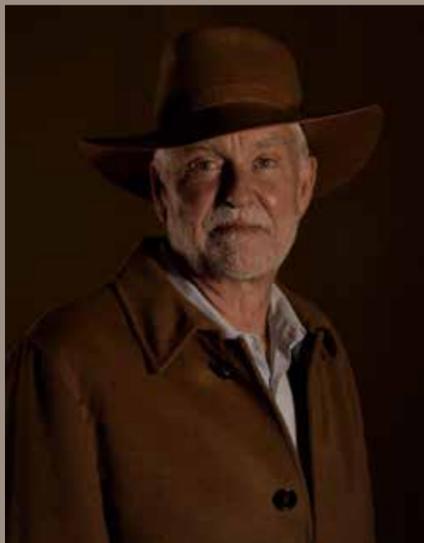
Es vital comprender la perspectiva de los criadores, pastores y productores, como es su cosmovisión, sus tradiciones, la cultura de criar animales que nos brindan fibras naturales que alimentan y visten al mundo, finalmente entender como ellos son el presente y futuro de esta industria no extractiva, y cómo viven en armonía y comunión con la naturaleza que los rodea.

Por ello, a medida que los efectos del cambio climático y las fluctuaciones del mercado continúan creciendo, es una prioridad evaluar el impacto en los productores y pastores al comienzo de nuestras cadenas de suministro: su prosperidad es vital para salvaguardar el futuro de esta industria que cuida el medio ambiente y lograr un progreso real hacia nuestros objetivos de sostenibilidad.

Y justamente con la mirada puesta en los ODS, hemos concluido en el evento, que debemos tener más indicadores y herramientas para evaluar el bienestar social, la sostenibilidad de un producto; mejores marcos regulatorios para estandarizar la cadena de suministro, nuevos sellos verdes o certificaciones que vayan más allá del análisis de ciclo de vida tradicional (Debe incluir además de los criterios ambientales, criterios sociales, económicos y culturales); mejores prácticas ganaderas con un mayor presupuesto y utilización de los fondos de manera más eficiente.

Agradecemos a todo el equipo organizador que permitió esta alianza pionera en su rubro, a nuestros patrocinadores involucrados y comprometidos con el futuro de las fibras naturales y esperamos volvernos a encontrar en la segunda edición del NFC con los líderes mundiales de la producción, el procesamiento y comercio de fibras naturales.





ENTREVISTA- MIKE SAFLEY Por Herbert Murillo

Mike Safley nació y creció en Oregón. Asistió a la Universidad de Oregón y sirvió en Navy Seabees de los EE. UU., haciendo dos períodos de servicio en Vietnam. Mike fue elegido presidente de la incipiente Asociación de Propietarios y Criadores de Alpacas (AOBA) de Estados Unidos en 1990. Ese mismo año, fue invitado a visitar la Asociación Internacional de la Alpaca con sede en Arequipa. Mike ha regresado a Perú todos los años desde esa primera visita.

En 1996, Mike fundó Quechua Benefit, una organización benéfica que trabaja en la sierra peruana con criadores indígenas de alpacas. Puedes contactar a Mike en mike@alpacas.com o por teléfono 503-703-6020. Conoce más sobre Quechua Benefit (aquí).

Mike, es muy interesante el enfoque de tus publicaciones recientes, sobre el impacto que los camélidos sudamericanos tienen en la conservación del medio ambiente y el calentamiento global. ¿En qué se basan tus afirmaciones, desde el punto de vista de la fisiología, evolución y naturaleza de estos animales, así como en su hábitat en el que evolucionaron durante miles de años?

Actualmente estoy escribiendo un libro titulado, *Cultura Alpaca: Pastores, Fibra Natural, Conservación del Agua y Calentamiento Global*, sobre exactamente estos temas. Mi investigación de artículos de revistas académicas (a menudo escritos por autores peruanos), libros sobre conservación del agua, críticas de revistas de moda, fast fashion, expertos ambientales en pastizales, secuestro de carbono, fotosíntesis, pastoreo holístico y agricultura regenerativa, apuntan a la conclusión de que la alpaca y la vicuña, y la fibra natural, comenzando con los productores indígenas, tienen la menor huella de carbono. Particularmente cuando se toman en consideración las emisiones de Alcance 1,2,3 de las Naciones Unidas. Esto es especialmente cierto cuando la alpaca se compara con otros productos textiles como el poliéster, el algodón y la lana.

Siendo animales que fueron parte fundamental de la supervivencia de las culturas prehispánicas que se desarrollaron en esta parte de América del Sur, ¿cómo influyen las prácticas de manejo de los rebaños que aún existen hoy en el enfoque de conservación ambiental, con especial énfasis en la esquila?

Los pastores de alpacas han manejado a la perfección los pastizales del altiplano peruano. Sus pastizales no son sobre pastoreados o "descertificados" y de hecho ellos secuestran carbono por hectárea al mismo ritmo que los bosques del mundo, pero sin riesgo de incendios y tala clara liberando su carbono almacenado en el aire. Los consumidores pueden decidir quién está haciendo un mejor trabajo protegiendo sus respectivos hábitats y luchando contra el calentamiento global conservando el agua y fomentando la fotosíntesis para eliminar el carbono de la atmósfera. Es difícil argumentar que no son los pastores de alpacas del Perú.

La cuestión sobre la esquila es una falacia. Hay pocas personas en el mundo que no entiendan que las ovejas, las cabras de cashmere y mohair y la alpaca requieren ser esquiladas o morirán de estrés por calor, sufrirán enfermedades de la piel y, en general, tendrán más dificultades para dar a luz.

He visto las cintas de PETA criticando las prácticas de esquila de los pastores de alpaca. Pocos animales, si es que hay alguno, mueren por ser esquilados. Esta misma acusación se ha hecho sobre ovejas y cabras. Pero más que cualquier otra cosa, los pastores indígenas aman a su alpaca y nunca les harían daño. PETA simplemente utiliza la histeria sensacionalista, hipérbole, de esquila de animales para recaudar donaciones para una organización benéfica que solo será feliz cuando el mundo entero elija ser vegano. Luchar con PETA solo sirve a su propósito y crea más campañas de recaudación de fondos.



Un aspecto a veces no considerado en el análisis de los efectos sobre el planeta es el impacto social. Dado que la cría de alpacas y vicuñas está directamente vinculada a las comunidades o habitantes altoandinos ¿cuál crees que debería ser el foco de atención que debería tener este aspecto crítico?

Las empresas textiles peruanas y las marcas de moda harían bien en "humanizar" las alpacas, mostrar al mundo su historia en términos humanos, ecológicos y de calentamiento global. Creo que toda la cadena de suministro de Alpaca necesita unirse y crear una marca de alpaca basada en la narración de historias. Creo que es un error para la industria centrarse en la marca como el logotipo de una empresa individual y no en toda la cadena de suministro de alpaca que crea una propuesta de valor para el mundo.

Una buena narración de historias creará un deseo en las personas de comprar productos de alpaca porque luchan contra el calentamiento global, apoyan a las comunidades indígenas y tratan el medio ambiente con respeto. El consumidor de hoy, en un porcentaje significativo, quiere ser parte de esta historia.

Una vez que la marca internacional de alpaca se enfoque, creará una mayor demanda para lo que es una de las fibras naturales más escasas del mundo. La oferta y la demanda tomarán el control, el precio de la alpaca aumentará y los productores indígenas cosecharán los beneficios de precios más altos para sus vellones. Como dijo JFK sobre la prosperidad económica "Una marea creciente levanta todos los barcos".

Espero que una vez que mi libro esté terminado, pueda convertirlo en un documental titulado, Cultura Alpaca y la lucha contra el calentamiento global. El mundo necesita conocer esta historia.

Es conocido el impacto que tienen los textiles industriales y en particular el Fast Fashion en el medio ambiente, especialmente la eliminación de enormes cantidades de residuos. ¿Cuál es el impacto que tienen los procesos de transformación industrial y el uso y eliminación de prendas de fibra de alpaca y vicuña, en comparación con otros tipos de fibras naturales, artificiales o sintéticas?

Creo que el Fast Fashion es una de las amenazas más inmediatas para la industria de la alpaca. Hay un mercado creciente de prendas desechables baratas y nuevos estilos que están afectando significativamente a nuestro medio ambiente. Es más, el 85% de todos los textiles van al vertedero cada año y lavar muchos tipos de ropa envía miles de microplásticos al océano. El impacto ambiental del Fast Fashion acelera el agotamiento de las fuentes no renovables, la emisión de gases de efecto invernadero y utiliza cantidades masivas de agua.

Hay tantos aspectos negativos sobre Fast Fashion que libros enteros están dedicados al tema. Solo podemos esperar que las Naciones Unidas, la COP27, la Unión Europea y los gobiernos de las naciones desarrolladas continúen regulando las prácticas del Fast Fashion hasta doblégarlas. Pero ahí radica una oportunidad para que la alpaca se marque como un producto de "Slow Fashion" con diseño clásico, fibra natural, procesamiento no contaminante y largo ciclo del producto.



Finalmente, sabemos que el éxito de cualquier proyecto, especialmente los relacionados con la conservación, está directamente relacionado con su sostenibilidad. Como AIA estamos comprometidos en difundir las propiedades de la alpaca, pero ¿cuál crees que debería ser el enfoque comercial y a través de qué canales lograr el objetivo de posicionar estas magníficas fibras en el mercado mundial?

Sostenible es una palabra que significa algo diferente para casi todos. Esta palabra crea la oportunidad de que algo se llame simultáneamente sostenible o insostenible. En el mundo de la moda y los textiles, "sostenibilidad" es un término que se usa a menudo para combinar los problemas del calentamiento global, el cambio climático y el impacto ambiental.

El uso moderno del término sostenible se ha convertido en una oportunidad para las marcas de "green wash or green wish" sus productos al público. La ironía de los esquemas de greenwashing y sus co-conspiradores voluntarios es que algunas de las compañías más ricas del mundo promueven, en nombre de la "sostenibilidad", la sustitución de los materiales más baratos de la tierra para mejorar sus resultados.

Los consumidores del mundo, el 66%, según sus encuestas anuales de consumo, quieren hacer compras que combatan el calentamiento global, promuevan la biodiversidad, apoyen a los pueblos indígenas y preserven su cultura. Se están dando cuenta de las falsas afirmaciones de moda de greenwashing y están listos para apoyar una marca auténtica.

La historia de la alpaca debe contarse en las redes sociales, en sitios web, a través de personas influyentes en las redes sociales y con libros y documentales que humanicen a la alpaca y sus pastores ante el mundo.





NOTICIAS

VICUÑA SALVATION

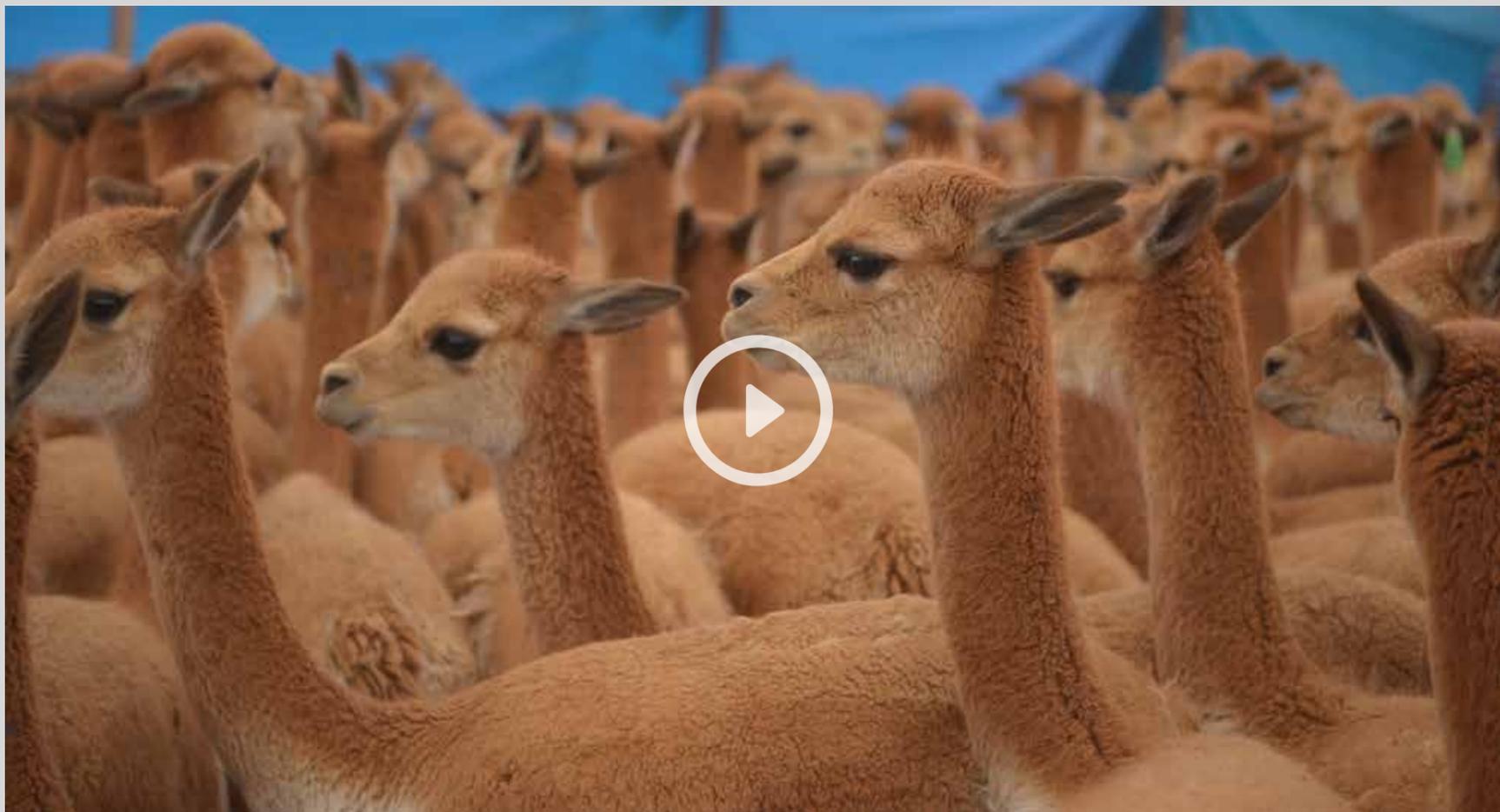
La alpaca es una especie domesticada que deriva de la vicuña, y si bien la alpaca es el camélido más importante a nivel económico para el poblador andino, la vicuña es el camélido silvestre que produce la fibra más fina del mundo.

La vicuña (*Vicugna vicugna*) habita en los pisos altoandinos de Perú, Argentina, Bolivia, Chile y Ecuador, pero es Perú, el país que posee la mayor población con aproximadamente 208,000 vicuñas. Sin embargo, la caza furtiva de estos animales las puso en peligro de extinción en la década de los 60, por lo que fue necesario promulgar leyes y aplicar diversas medidas para su recuperación y conservación. Actualmente, el proceso de obtención de su fibra se realiza mediante la técnica ancestral denominada chaccu e incluye rigurosos requisitos de conservación.

Vicuña Salvation, es un documental que cuenta la increíble historia de conservación de la vicuña y el empoderamiento de comunidades indígenas que viven a 4,500 metros sobre el nivel del mar en las montañas peruanas. Una producción de Trailer Films, escrita y dirigida por Luis Ara y promovida principalmente por Quechua Benefit, miembro asociado de AIA.

Daniel Arestegui, Gerente de la Asociación Internacional de la Alpaca, participó de dicho documental, resaltando la relación existente entre la alpaca y la vicuña y su aprovechamiento sostenible. Además, participaron diversos representantes de instituciones y empresas textiles vinculadas al sector camélidos de Perú, tales como PROMPERÚ, Michell & Cía., entre otros.

El documental llegará pronto a las principales plataformas de transmisión. Para obtener más información, por favor siga las redes sociales de Vicuña Salvation.



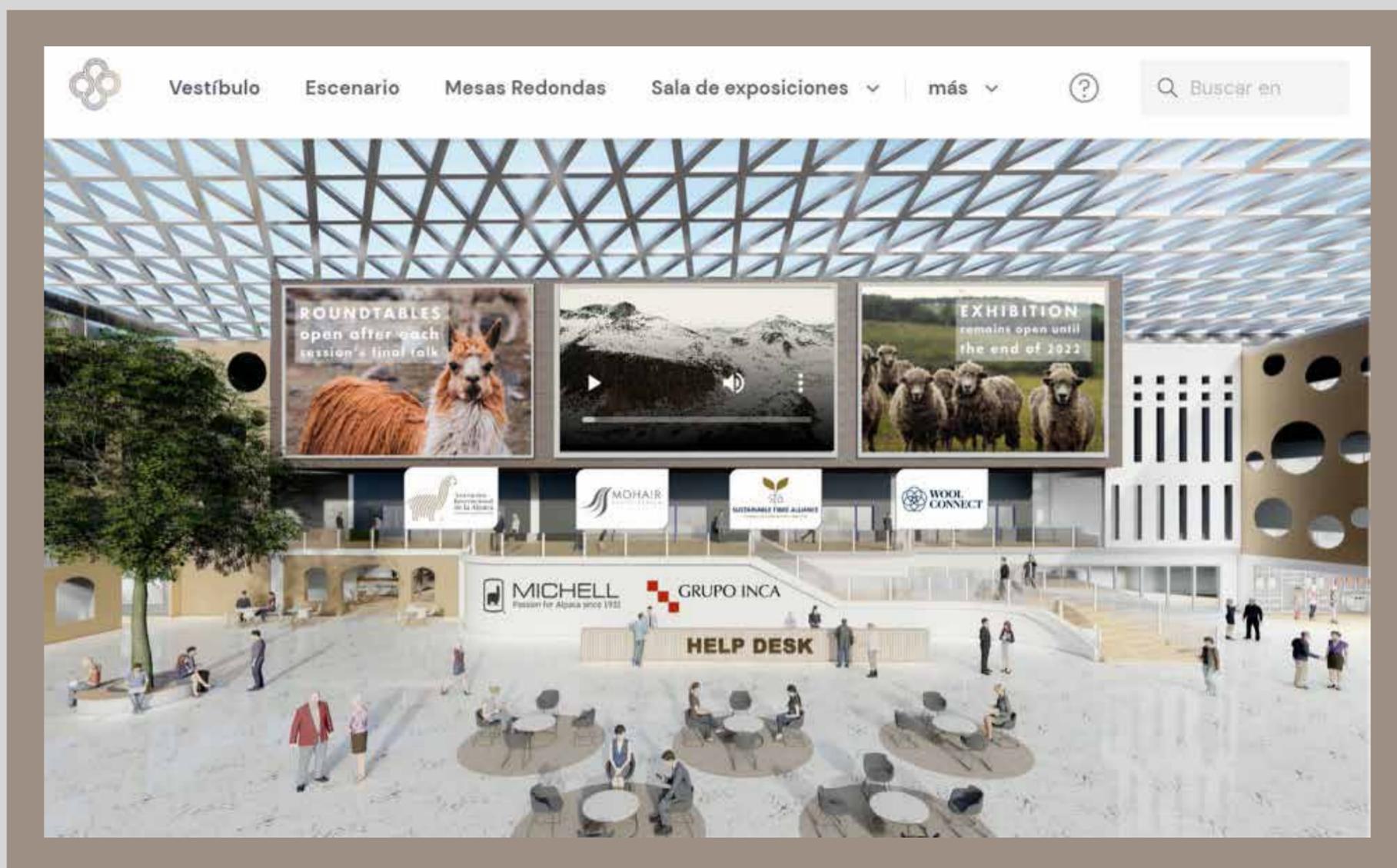
Video Tráiler ([ver aquí](#))



PLATAFORMA VIRTUAL NFC

La plataforma virtual de Natural Fibre Connect-NFC permanecerá abierta hasta fin de año, así que los invitamos a revisar la sala de exhibición virtual y todas las charlas grabadas del evento, las cuales están disponibles en inglés, español, chino y mongol. El acceso a la plataforma es a través de su email y contraseña de registro, y nuestros Miembros Asociados aún pueden registrarse aplicando sus códigos de descuento.

Cabe indicar que los temas abordados en las charlas y paneles de discusión de NFC fueron: Las realidades del bienestar animal, el bienestar social en la agenda y las fibras naturales como motor de las economías rurales, los desafíos y la perspectiva de los productores y pastores, el greenwashing (lavado verde) y el análisis del ciclo de vida de las fibras naturales, la ganadería regenerativa para las regiones áridas, la trazabilidad en la industria, las finanzas verdes como apoyo a los productores, los tiempos de cambio que están dando forma a la industria y las oportunidades de la web 3.0 para la industria textil.



Plataforma NFC ([ver aquí](#))

LinkedIn NFC ([ver aquí](#))



aia@aia.org.pe +51 54 666078
Calle Los Gladiolos 207 Dpto. 601, Yanahuara, Arequipa, Perú
www.aia.org.pe

Encuétranos en nuestras redes

