

**INFORME N° -2024-PROMPERU/DO-OPAR**

**A** : MARIANA MARIELA CISNEROS MENDEZ  
 Director de las Oficinas Comerciales del Perú en el Exterior

**c** :

**Asunto** : Informe de mercado: Ficha de producto t-shirt y camisetas de punto en algodón.

**FICHA MERCADO - PRODUCTO**

<b>I. DATOS DEL REGISTRO DE LA FICHA</b>			
1.1. Nombre de la OCEX	OCEX PARIS	1.2. Fecha	28/11/2024
1.3. Elaborado por:	Nombres y apellidos	Rosario Pajuelo	
	Cargo	Directora	

**II. DATOS DEL MERCADO - PRODUCTO**

2.1 Producto	<b>Tee-shirt y camisetas de punto en algodón</b>		
2.2 Nomenclatura arancelaria (Ejem.; 080240)	<b>Capitulo</b>	61	Prendas de vestir y accesorios de vestimenta, de punto
	<b>Partida</b>	6109	T-shirt y camisetas interiores, en género de punto
	<b>Subpartida</b>	61091000	De algodón
	<i>Fuente : Portail européen des douanes <a href="https://www.tarifdouanier.eu/">https://www.tarifdouanier.eu/</a></i>		
2.3 Denominación o nombre comercial en el país de destino	<b>Capitulo</b>	61	Vêtement et accessoires du vêtement, en bonneterie
	<b>Partida</b>	6109	T-shirts et maillots de corps, en bonneterie
	<b>Subpartida</b>	61091000	En coton
	<b><u>I. Aranceles, tributos aduaneros e impuestos</u></b>		
2.4 Requisitos de acceso al mercado (aranceles, requisitos sanitarios y fitosanitarios, certificaciones, otros)	Los productos de países no pertenecientes a La Comunidad Europea están regulados con una tarifa arancelaria del 12%. Existen tarifas reducidas para países menos desarrollados, que les permite exportar sus productos a la Unión Europea con tarifas arancelarias más bajas.		
	El sistema generalizado de Preferencias de la Unión Europea es un sistema de preferencias arancelarias concedidas unilateralmente a los productos originarios de los países que más lo necesitan. En ese sentido, más del 90% de las exportaciones peruanas a la Unión Europea ingresan con aranceles "0" porque gozan de preferencia arancelarias SGP General, gracias al Acuerdo Comercial entre la Unión Europea y Perú firmado en 2012 (Diario Oficial Unión Europea 21.12.2012).		
<b>Detalle de las tasas de IVA en vigor en Francia:</b>			

La tasa normal de IVA se fija en el 20 % (art. 278 del código general de impuestos), para la mayoría de las ventas de bienes y servicios: se aplica a todos los productos o servicios para los cuales no se prevé expresamente otra tasa.

## **II. Requisitos de entrada de los productos en el mercado**

### **Etiqueta:**

Al poner un producto textil en el mercado, el fabricante, distribuidor o importador debe asegurarse de proporcionar la etiqueta o el marcado que indique la composición fibrosa del producto. La información debe ser exacta, no engañosa y fácilmente comprensible.

La etiqueta o el marcado deben ser:

- ecológicos responsables
- fácilmente legibles, visibles, accesibles y fijados de forma segura
- en el idioma oficial del Estado miembro en el que se ofrece el producto al consumidor
- no deben contener abreviaturas, (excepto los códigos de tratamiento mecanizado, o cuando las abreviaturas estén definidas en normas internacionales).

### **Requisitos específicos de la etiqueta:**

- Solo los productos textiles compuestos exclusivamente de la misma fibra pueden ser etiquetados o marcados como "100 %", "puro" o "total".
- Los productos textiles multifibra deben etiquetarse o marcarse con el nombre y el porcentaje en peso de todas las fibras componentes en orden descendente. Las fibras que aún no están incluidas en el Anexo I del reglamento o aquellas que representan menos del 5 % del peso total pueden ser designadas como "Otras fibras", seguidas o precedidas inmediatamente por su porcentaje total en peso.
- Los elementos como las piezas no textiles, botones, accesorios, decoraciones, etc., no se toman en cuenta para determinar la composición en fibras.

### **Reglamento REACH (Registro, Evaluación, Autorización y Restricción de Productos Químicos)**

Es un reglamento de la Unión Europea destinado a garantizar un alto nivel de protección de la salud humana y el medio ambiente frente a los riesgos relacionados con las sustancias químicas. Para el sector textil, y especialmente para las camisetas de algodón, REACH exige que todas las sustancias químicas utilizadas en la fabricación, incluidas las tinturas y otros productos químicos, sean registradas ante la Agencia Europea de Productos Químicos (ECHA).

Las empresas también deben proporcionar información detallada sobre los peligros potenciales de estas sustancias y sobre cómo gestionarlas de forma segura. REACH también impone restricciones sobre el uso de algunas sustancias especialmente peligrosas, como los metales pesados y los agentes cancerígenos, y fomenta el reemplazo de estos productos por alternativas más seguras.

Los fabricantes de ropa deben asegurarse de que sus productos no contengan sustancias prohibidas o restringidas por esta regulación, lo que tiene un impacto directo en el proceso de producción de camisetas de algodón. Cumplir con la normativa REACH es crucial para garantizar el acceso a los mercados europeos y asegurar el cumplimiento de las normativas medioambientales y sanitarias de la UE.

Fuente: <https://trade.ec.europa.eu/access-to-markets/fr/home>

## **III. Certificaciones**



La certificación **GOTS (Global Organic Textile Standard)** es una norma internacional reconocida que garantiza la producción de textiles orgánicos respetando el medio ambiente y altos estándares sociales. Certifica que las fibras provienen de una agricultura orgánica y que los procesos de fabricación están libres de sustancias tóxicas o nocivas para la salud, como los metales pesados o los disolventes. Además, GOTS establece criterios estrictos en términos de responsabilidad social, como condiciones laborales justas, salarios dignos y la prohibición del trabajo forzado. Al trazar cada etapa, desde la recolección de las materias primas hasta la distribución, esta certificación es un sello de transparencia y calidad, respondiendo a las expectativas de los consumidores preocupados por la sostenibilidad y la ética.



La certificación **OEKO-TEX® Standard 100** es una norma internacional que garantiza la ausencia de sustancias nocivas en los textiles. Certifica que cada componente de un producto (fibras, hilos, tintes, accesorios) ha sido probado para cumplir con estrictos límites de seguridad química. Aplicable a todas las etapas de la producción, esta certificación protege la salud de los consumidores y asegura que los textiles sean seguros para el uso diario. Reconocida a nivel mundial, es especialmente valorada por las marcas y los consumidores preocupados por la calidad y la seguridad.



La certificación **Fairtrade (Comercio Justo)** garantiza que las camisetas de algodón se fabrican en condiciones que respetan los derechos de los trabajadores y los principios de un comercio justo. Asegura precios mínimos estables para los productores de algodón, una prima Fairtrade para apoyar proyectos comunitarios y condiciones de trabajo dignas a lo largo de toda la cadena de producción. Al promover prácticas sostenibles y equitativas, esta certificación contribuye a reducir las desigualdades y a proteger el medio ambiente, respondiendo así a las expectativas de los consumidores preocupados por la ética y la responsabilidad social.



La certificación **UE Ecolabel** es un sello ambiental europeo que garantiza que los productos, como las camisetas de algodón, cumplen con estrictos criterios ecológicos a lo largo de su ciclo de vida. Certifica que los textiles se fabrican con procesos respetuosos con el medio ambiente, reduciendo el impacto sobre la naturaleza, limitando el uso de productos químicos nocivos y optimizando la gestión de recursos como el agua y la energía. El UE Ecolabel también asegura condiciones de producción responsables. Este sello es especialmente apreciado por los consumidores preocupados por la sostenibilidad y el impacto ecológico de sus compras.



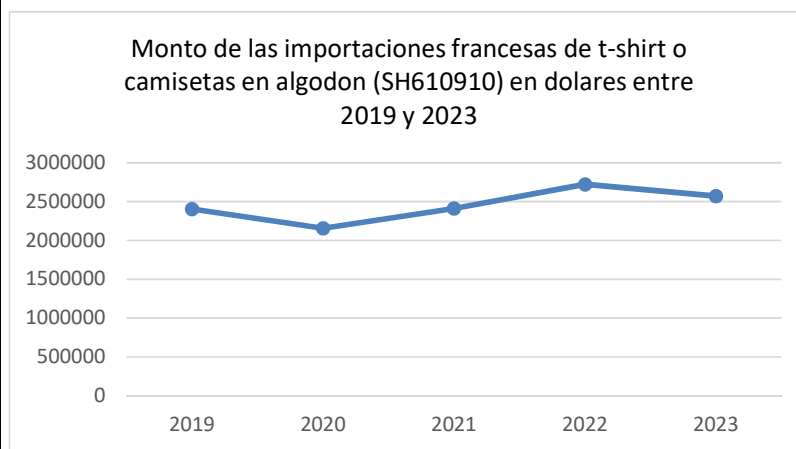
El sello **Global Recycled Standard (GRS)** es una certificación internacional que garantiza el uso de materiales reciclados así como el cumplimiento de estrictos criterios ambientales y sociales. Creado para aumentar el uso de materiales reciclados en los productos, el GRS también busca reducir o eliminar los daños causados por la producción de estos materiales. Al elegir productos certificados GRS, los consumidores pueden estar seguros de que sus compras contribuyen a una producción más sostenible y ética.



La certificación **Ecocert** es un sello internacionalmente reconocido que garantiza que los productos se fabrican respetando el medio ambiente y siguiendo prácticas sostenibles. Certifica el uso de ingredientes naturales o orgánicos, la gestión responsable de los recursos y la ausencia de sustancias químicas nocivas. Ecocert también vela por el cumplimiento de las normas sociales y la trazabilidad de los productos a lo largo de toda la cadena de producción. Este sello es especialmente valorado por los consumidores preocupados por el impacto ecológico y social de sus compras.

2.5 Tendencias del mercado (no incluir estadísticas de comercio exterior) y certificaciones apreciadas en el mercado francés para este producto

Francia ocupa el tercer lugar entre los principales importadores de T-shirts y camisetas de algodón (SH610910), precedida por Estados Unidos y Alemania, con un valor de importación de 2.572.389 USD en 2023. Es, además, el segundo mayor importador europeo de este producto, representando el 5,4 % del mercado global. Estos datos reflejan la sólida demanda de productos de algodón en el país. Entre 2019 y 2023, las ventas de camisetas y polos de algodón en Francia experimentaron un crecimiento del 4 %, aunque se registró una leve contracción del 6 % en el período 2022-2023. Este comportamiento pone de manifiesto cierta volatilidad en el mercado, posiblemente influida por factores externos o cambios en el consumo interno.



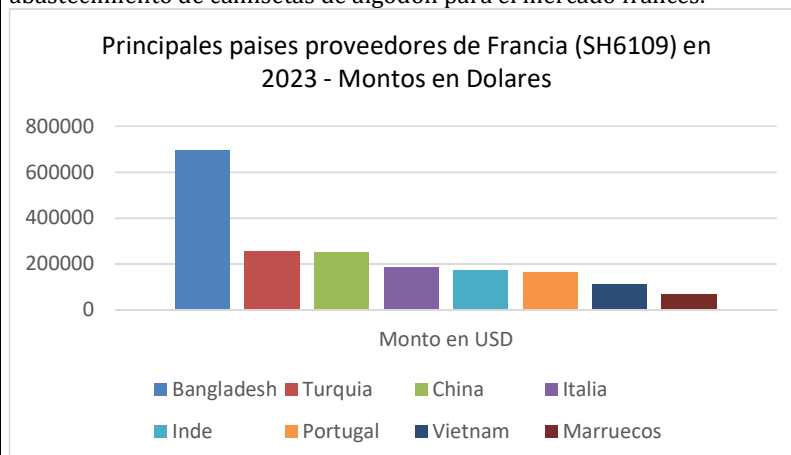
Fuente: elaboración OCEX ; Datos: Trademap



Fuente: elaboración OCEX ; Datos: Trademap

En los últimos cinco años, las principales importaciones francesas de camisetas de algodón han provenido de países asiáticos y europeos. Bangladés, Turquía, China e

India se destacan como los principales exportadores de este producto hacia Francia, consolidando su posición en el mercado. A estos les siguen Italia, Portugal y otros proveedores europeos, que también desempeñan un papel significativo en el abastecimiento de camisetas de algodón para el mercado francés.



Fuente: elaboración OCEX ; Datos: Trademap

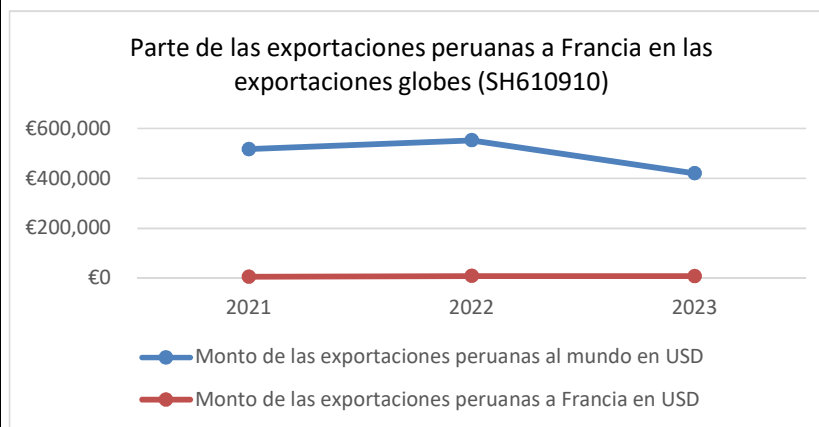
**Bangladés se mantiene como líder destacado en el mercado gracias a sus costos de producción altamente competitivos y su sólida experiencia en la fabricación de ropa de algodón.** Turquía, por su parte, aprovecha su proximidad geográfica a Europa y los acuerdos comerciales favorables que facilitan el acceso al mercado europeo.

China sigue siendo un actor clave, respaldada por su masiva industria textil, aunque sus exportaciones hacia Francia han mostrado una ligera disminución en los últimos años. Por otro lado, India refuerza su posición gracias a su tradición en la producción de algodón y su capacidad para manejar pedidos de gran volumen.

En Europa, socios como Portugal desempeñan un papel relevante, especialmente en productos de mayor calidad. La proximidad geográfica y la reputación del "Made in Europe" aportan una ventaja competitiva clave en este segmento.

El creciente interés por alternativas locales y éticas está llevando a algunas marcas francesas a redirigir su producción hacia países vecinos o incluso a revitalizar las capacidades de fabricación en Francia. No obstante, estas iniciativas todavía enfrentan limitaciones debido a los altos costos y la fuerte competencia global.





En cuanto a las exportaciones peruanas hacia Francia, aunque su participación en el mercado sigue siendo baja, se ha registrado un crecimiento significativo en los últimos años.



	<p><i>Fuente: elaboración OCEX ; Datos: Trademap</i></p> <p>En 2022, el 56 % de las mujeres y el 42 % de los hombres declararon haber comprado menos ropa de lo habitual, principalmente debido a restricciones presupuestarias. Al mismo tiempo, el mercado francés de la moda experimentó una caída, aunque las ventas aumentaron un 5,5 % en octubre de 2024. Sin embargo, las ventas siguen siendo un 7,9 % inferiores a las de 2019, y las previsiones para 2025 varían de entre -2 % y +2 %.</p> <p><b><u>Las expectativas en cuanto a la sostenibilidad y las tendencias del mercado de camisetas y polos de algodón</u></b></p> <p><b>- Sostenibilidad y materiales respetuosos con el medio ambiente</b> Según Textile Exchange, los consumidores franceses muestran un creciente interés por los productos con bajo impacto ambiental. Esta demanda es especialmente visible en el sector textil, donde el algodón orgánico se ha consolidado como un material preferido.</p> <p>En 2022, la producción mundial de algodón orgánico alcanzó aproximadamente 271 000 toneladas, una cifra que sigue creciendo gracias al aumento de la demanda de ropa sostenible.</p> <p>En 2023, el 63 % de las grandes marcas de moda utilizaron algodón orgánico en al menos una parte de sus productos.</p> <p><b>- Preferencia por la moda lenta y ropa atemporal</b> La moda lenta impulsa a los consumidores a priorizar ropa de alta calidad, que no se desgaste rápidamente, incluso después de varios lavados, y con una estética sobria y funcional, favoreciendo modelos simples, pero bien diseñados.</p> <p>Según un estudio realizado en 2023, el 78 % de los consumidores europeos consideran la sostenibilidad como un factor clave en sus decisiones de compra. Las marcas adoptan herramientas digitales para fortalecer esta transparencia: códigos QR en las etiquetas, aplicaciones de trazabilidad o blockchain para seguir cada etapa, desde el cultivo hasta la venta.</p> <p><b>- Crecimiento de la segunda mano y el upcycling</b> El mercado de segunda mano sigue siendo una alternativa complementaria a la compra de ropa nueva. Las plataformas como Vinted y Vestiaire Collective han registrado un crecimiento anual del 15 al 20 % desde 2020. Además, el upcycling también atrae a nuevos públicos, con marcas que utilizan restos de algodón orgánico o textiles reciclados para crear piezas únicas.</p> <p><b>- Crecimiento del comercio en línea</b> Según Statista, las ventas en línea de ropa en Europa han crecido un 20 % de media cada año desde 2019, con una mayor demanda de productos eco-responsables.</p> <p>Las marcas están aprovechando la personalización y el storytelling detrás del algodón, atrayendo a los compradores con valores como la ética, la sostenibilidad y el respeto por los productores.</p> <p><b><u>Tendencias en cuanto al estilo:</u></b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Ropa oversize (cortes amplios) para un estilo cómodo y relajado.</li> <li>• Diseños minimalistas, atemporales y versátiles.</li> <li>• Colores sólidos.</li> <li>• Diseños unisex y neutros en cuanto al género, muy demandados, promoviendo una moda inclusiva adaptada a la diversidad de los consumidores.</li> </ul>
--	---

<p>2.6 Estacionalidad de la producción local</p>	<p>Francia no produce algodón de forma significativa, ya que el clima no es adecuado para su cultivo. La mayoría del algodón utilizado en su industria textil es importada principalmente de países con climas tropicales y subtropicales.</p> <p>La producción local de algodón en Francia aún está en sus primeras etapas, los primeros campos de algodón se encuentran principalmente en el Gers, una región en el suroeste, donde los agricultores comenzaron a cultivar algodón desde 2017. La cosecha generalmente comienza a finales del verano, entre agosto y septiembre, después de un período de crecimiento que empieza en primavera, alrededor de abril o mayo. En términos de sostenibilidad, esta producción local destaca por la implementación de prácticas agroecológicas como el riego por goteo, la rotación de cultivos y el manejo integrado de plagas.</p> <p>Las fibras recolectadas se procesan en hilanderías locales para crear prendas completamente francesas.</p>
<p>2.7 Principales puntos de ingreso del producto al mercado (puertos y/o aeropuertos)</p>	<p>La vía marítima representa el 85% al 90% de los productos textiles, se importan por barco desde los puertos marítimos de Le Havre, Marsella y Dunkerque. Desde los países como Bangladesh o China, el tiempo de transporte es de 4 a 6 semanas mientras que, desde Turquía o Portugal, se reduce a 2 o 3 semanas.</p> <p>La proporción de importaciones de ropa por avión sigue siendo relativamente baja en comparación con la de los barcos, representa entre el 10% y el 15% de las importaciones totales de textiles. Los envíos aéreos se utilizan a menudo para volúmenes más pequeños, productos urgentes o de nicho.</p>
<p>2.8 Descripción de la cadena de distribución y comercialización del producto en el mercado (identificar los principales actores en cada eslabón de la cadena)</p>	<p>Las ventas de t-shirts de algodón en Francia se realizan principalmente a través de tiendas multimarca, cadenas de ropa y plataformas en línea, debido a la conveniencia y variedad de precios que estos canales ofrecen a los consumidores. Además, supermercados que cuentan con secciones dedicadas a la ropa, también comercializan este tipo de prendas, especialmente aquellas que apuntan a un público que prioriza la accesibilidad económica. En estos casos, los exportadores suelen ingresar al mercado a través de grandes importadores o mayoristas, quienes distribuyen los productos a diversas cadenas, tiendas independientes o minoristas en todo el país.</p> <p>No obstante, a diferencia de los t-shirts fabricados con fibras convencionales, aquellos hechos de algodón orgánico, reciclado o de alta calidad suelen comercializarse en tiendas especializadas, boutiques independientes o grandes marcas que valoran la sostenibilidad y la exclusividad. Estos minoristas suelen acceder a los productos a través de importadores y mayoristas especializados, o establecen relaciones directas con los fabricantes, dependiendo del volumen y las condiciones específicas de suministro. En este segmento, factores como la calidad del producto, la certificación de origen (por ejemplo, GOTS o Fairtrade) y la capacidad del proveedor para cumplir con estándares éticos y ambientales juegan un papel crucial. Las boutiques y tiendas especializadas están dispuestas a pagar un precio premium por productos que cumplan con estos criterios, ya que buscan diferenciarse en un mercado cada vez más orientado hacia el consumo responsable y sostenible.</p> <div data-bbox="488 1522 1344 1885" data-label="Diagram"> <pre> graph LR     Exportador[Exportador] --&gt; Mayorista[Mayorista Distribuidor]     Exportador --&gt; Grandes[Grandes grupos Marcas propias Franquias]     Exportador --&gt; Tiendas[Tiendas por departamento Tiendas minoristas]     Mayorista --&gt; Ecommerce[E-commerce]     Mayorista --&gt; Consumidor[Consumidor final]     Grandes --&gt; Ecommerce     Grandes --&gt; Consumidor     Tiendas --&gt; Ecommerce     Tiendas --&gt; Consumidor     Ecommerce --&gt; Consumidor     </pre> </div> <p>La composición de los canales de distribución se organiza de la siguiente manera:</p>

	<b>Canal de distribución</b>	<b>Representación en el mercado</b>
	Grandes supermercados e Hipermercados	35 – 40 %
	Marca propia y franquicias	30 – 35 %
	Venta en línea	20 – 25 %
	Boutiques independientes	5 – 10 %
2.9 Criterios de los actores claves de los canales de distribución y comercialización para la selección de proveedores (en orden de importancia)	<p>Los criterios de los actores clave en los canales de distribución y comercialización pueden variar según las prioridades estratégicas de cada empresa, pero generalmente se basan en la calidad, la durabilidad, el precio y el aspecto ético.</p> <p><b>- Calidad del producto y acabados</b> La calidad es el factor principal en la selección de los proveedores de algodón, especialmente en lo que respecta a la suavidad, durabilidad y resistencia de los tejidos. El algodón Pima, siendo una fibra de muy alta calidad, requiere que el proveedor garantice productos conformes a los estándares internacionales, como las certificaciones GOTS (Global Organic Textile Standard) o OEKO-TEX, para demostrar que cumple con los criterios ecológicos y sociales.</p> <p><b>- Trazabilidad y origen ético</b> Para responder a la creciente demanda de los consumidores por moda sostenible y ética, la rastreabilidad de los productos es un criterio importante. Muchas empresas priorizan proveedores que ofrecen información detallada sobre el origen del algodón, su cultivo y las condiciones laborales de los productores.</p> <p><b>- Precio competitivo y costes de aprovisionamiento</b> El precio competitivo es un factor clave, especialmente para las empresas que buscan conciliar calidad y rentabilidad. Los proveedores deben ser capaces de ofrecer precios competitivos manteniendo un nivel de calidad constante.</p> <p><b>- Capacidad de producción y plazos de entrega</b> Los plazos de entrega y la capacidad de producción son criterios importantes, especialmente para las empresas que manejan grandes volúmenes o que necesitan reaccionar rápidamente a las tendencias de la moda.</p> <p><b>- Compromiso con la eco-responsabilidad</b> El compromiso ecológico es cada vez más valorado en la selección de proveedores. Esto incluye prácticas como la reducción de la huella de carbono, el uso de procesos de fabricación respetuosos con el medio ambiente y el uso de materiales reciclados o biológicos. Para el algodón, el énfasis suele estar en el cultivo orgánico o justo, y muchos actores del mercado prefieren productores respetuosos con el medio ambiente.</p> <p><b>- Innovación y diferenciación de productos</b> En un mercado competitivo, la capacidad de los proveedores para innovar y ofrecer productos diferenciados puede ser un criterio de selección importante. Esto puede incluir tejidos con características especiales o productos que responden a tendencias de moda específicas.</p> <p><b>-Reputación y relaciones comerciales</b> La reputación del proveedor, así como la solidez de la relación comercial, son elementos muy importantes. Una buena comunicación, una asociación a largo plazo y antecedentes de fiabilidad son criterios importantes para distribuidores y minoristas.</p>	





<p>2.10 Presencia de la oferta peruana en el mercado (temporadas, puntos de venta)</p>	<div style="display: flex; flex-direction: column; align-items: flex-start;"> <div style="display: flex; align-items: center; margin-bottom: 10px;">  <table border="1" style="margin-left: 10px;"> <tr><td><b>Marca</b></td><td>Eden Park</td></tr> <tr><td><b>Tipo de prenda</b></td><td>T-shirt</td></tr> <tr><td><b>Precio</b></td><td>60 €</td></tr> <tr><td><b>Origen</b></td><td>Peru</td></tr> <tr><td><b>Material</b></td><td>Algodón pima</td></tr> </table> </div> <div style="display: flex; align-items: center; margin-bottom: 10px;">  <table border="1" style="margin-left: 10px;"> <tr><td><b>Marca</b></td><td>Anonym Apparel</td></tr> <tr><td><b>Tipo de prenda</b></td><td>T-shirt con mangas largas</td></tr> <tr><td><b>Precio</b></td><td>78 €</td></tr> <tr><td><b>Origen</b></td><td>Perú</td></tr> <tr><td><b>Material</b></td><td>Algodón pima</td></tr> </table> </div> <div style="display: flex; align-items: center; margin-bottom: 10px;">  <table border="1" style="margin-left: 10px;"> <tr><td><b>Marca</b></td><td>Lacoste</td></tr> <tr><td><b>Tipologia</b></td><td>T-shirt</td></tr> <tr><td><b>Precio</b></td><td>65 €</td></tr> <tr><td><b>Origen</b></td><td>Perú</td></tr> <tr><td><b>Material</b></td><td>Algodón pima</td></tr> </table> </div> <div style="display: flex; align-items: center;">  <table border="1" style="margin-left: 10px;"> <tr><td><b>Marca</b></td><td>Damart</td></tr> <tr><td><b>Tipo de prenda</b></td><td>T-shirt</td></tr> <tr><td><b>Precio</b></td><td>58 €</td></tr> <tr><td><b>Origen</b></td><td>Perú</td></tr> <tr><td><b>Material</b></td><td>Algodón pima</td></tr> </table> </div> </div>	<b>Marca</b>	Eden Park	<b>Tipo de prenda</b>	T-shirt	<b>Precio</b>	60 €	<b>Origen</b>	Peru	<b>Material</b>	Algodón pima	<b>Marca</b>	Anonym Apparel	<b>Tipo de prenda</b>	T-shirt con mangas largas	<b>Precio</b>	78 €	<b>Origen</b>	Perú	<b>Material</b>	Algodón pima	<b>Marca</b>	Lacoste	<b>Tipologia</b>	T-shirt	<b>Precio</b>	65 €	<b>Origen</b>	Perú	<b>Material</b>	Algodón pima	<b>Marca</b>	Damart	<b>Tipo de prenda</b>	T-shirt	<b>Precio</b>	58 €	<b>Origen</b>	Perú	<b>Material</b>	Algodón pima
<b>Marca</b>	Eden Park																																								
<b>Tipo de prenda</b>	T-shirt																																								
<b>Precio</b>	60 €																																								
<b>Origen</b>	Peru																																								
<b>Material</b>	Algodón pima																																								
<b>Marca</b>	Anonym Apparel																																								
<b>Tipo de prenda</b>	T-shirt con mangas largas																																								
<b>Precio</b>	78 €																																								
<b>Origen</b>	Perú																																								
<b>Material</b>	Algodón pima																																								
<b>Marca</b>	Lacoste																																								
<b>Tipologia</b>	T-shirt																																								
<b>Precio</b>	65 €																																								
<b>Origen</b>	Perú																																								
<b>Material</b>	Algodón pima																																								
<b>Marca</b>	Damart																																								
<b>Tipo de prenda</b>	T-shirt																																								
<b>Precio</b>	58 €																																								
<b>Origen</b>	Perú																																								
<b>Material</b>	Algodón pima																																								
<p>2.11 Actividades de promoción idóneas para promover el producto</p>	<p>Francia es un mercado estratégico para la promoción de los t-shirt y camisetas de algodón, ya que agrupa una gran parte de los eventos más importantes dedicados al textil, la moda y las tendencias éticas y sostenibles. París, en particular, es una capital mundial de la moda y un punto de encuentro para ferias profesionales y actores clave de la industria textil.</p> <p>Se sugiere analizar las siguientes ferias para sourcing:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- <b>Première Vision Paris</b> (<a href="https://www.premierevision.com/fr/">https://www.premierevision.com/fr/</a>): Un salón importante que se celebra dos veces al año (en febrero y septiembre) y está centrado en los tejidos, las materias primas y las tendencias de la moda. Tiene lugar en el Parc des Expositions de París y atrae a visitantes profesionales de todo el mundo.</li> <li>- <b>Texworld Paris</b> (<a href="https://texworld-paris.fr.messefrankfurt.com/paris/fr.html">https://texworld-paris.fr.messefrankfurt.com/paris/fr.html</a>): Este salón, organizado en el Parc des Expositions de París, es también un evento clave para</li> </ul>																																								

	<p>los actores de la moda. Presenta una amplia gama de tejidos y reúne a fabricantes, creadores y diseñadores. Se celebra dos veces al año, generalmente en febrero y julio.</p> <p>Se sugiere esas ferias para las marcas propias:</p> <ul style="list-style-type: none"><li>- <b>Tranoi</b> (<a href="https://www.tranoi.com">https://www.tranoi.com</a>): Salón de moda organizado en París, que conecta a creadores de moda innovadores con compradores internacionales. Se lleva a cabo 4 veces al año (enero y junio para hombres, así como marzo y septiembre para mujeres). Se enfoca en la creatividad y las tendencias de alta gama, es una plataforma clave para marcas emergentes y consolidadas promoviendo iniciativas sostenibles y éticas en la industria de la moda.</li><li>- <b>Who's Next</b> (<a href="https://whosnext.com/">https://whosnext.com/</a>): Feria internacional de moda que se celebra en París. Reúne a creadores, marcas emergentes y compradores profesionales de todo el mundo, ofreciendo una plataforma para descubrir las últimas tendencias en prêt-à-porter, accesorios y calzado.</li><li>- <b>Première Classe</b> (<a href="https://whosnext.com/events/premiere-classe">https://whosnext.com/events/premiere-classe</a>): Salón de moda paralelo a Who's Next, especializado en accesorios, cuero y marroquinería de alta gama. Organizado en París, atrae a diseñadores, marcas de lujo y compradores internacionales.</li></ul>
--	--







### ANEXO

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

Punto de venta	Unidad (Caja, Kg., otro)	Precio (US\$ por unidad)	Origen del producto	Fecha de toma de información	Características o forma de presentación	Foto
Cocorico	-	19€	Francia	Noviembre 2024	100% algodón	
Maison Kitsuné		100€	Portugal	Noviembre 2024	Camiseta de algodón lisa, Corte cómodo, Escote redondo con acabado en ribete, Mangas cortas, Costuras reforzadas en mangas y cintura, Parche Speedy Fox bordado en el pecho	
Lululemon		48€	ND	Noviembre 2024	Parte principal: 94 % algodón pima, 6 % elastano Lycra®	
Pierre Clarence		29€	Francia	Noviembre 2024	Punto jersey 100% algodón Pima. Escote redondo. Mangas cortas. Acabados de dobladillo.	



<b>Des petits hauts</b>		65€	Portugal	Noviembre 2024	100% algodón	
<b>Marine Serre</b>		160€	Turquía	Noviembre 2024	100% algodón	
<b>Majestic Filatures</b>		110€	ND	Noviembre 2024	100% algodón orgánico	
<b>Comptoir des cotonniers</b>		30€	China	Noviembre 2024	100% algodón	
<b>Jaquemus</b>		150€	Francia	Noviembre 2024	100% algodón orgánico	



Ministerio  
de Comercio Exterior  
y Turismo

Comisión de Promoción del  
Perú para la Exportación y  
el Turismo—PROMPERÚ

Dirección de las Oficinas  
Comerciales en el Exterior

*(Agregar las filas que sean necesarias)*

Es todo cuanto se informa para su conocimiento y fines que se sirva determinar.

Atentamente,

Firmado digitalmente

MARIA DEL ROSARIO PAJUELO ESCOBAR

Consejero Económico Comercial

Comisión de Promoción del Perú para la Exportación y el Turismo - PROMPERU

(MPE)

Adj. :