

**PERÚ**

Ministerio de Comercio Exterior y Turismo

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

Oficina Comercial del Perú en Japón

“DECENIO DE LA IGUALDAD DE OPORTUNIDADES PARA MUJERES Y HOMBRES”

Año del Bicentenario, de la consolidación de nuestra Independencia y de la conmemoración de las heroicas batallas de Junín y Ayacucho

FICHA MERCADO – PRODUCTO**I. DATOS DEL REGISTRO DE LA FICHA**

1.1. Nombre de la OCEX	TOKYO	1.2. Fecha	18/12/2024
1.3. Elaborado por:	Nombres y apellidos	William Valderrama Bazán	
	Cargo	Especialista en Comercio	

II. DATOS DEL MERCADO – PRODUCTO

2.1 Producto	Los demás t-shirts de algodón, para hombres o mujeres Los demás suéteres «pullovers», cardiganes, chalecos y artículos similares														
2.2 Nomenclatura arancelaria (Ejem.; 0806.10)	CÓDIGO HS						DESCRIPCIÓN								
	JAPÓN			PERÚ											
	6109	10	010	6109	10	00 39		Los demás t-shirts de algodón							
	6110	20	000	6110	20	90 90	Los demás suéteres «pullovers», cardiganes								
2.3 Denominación o nombre comercial en el país de destino	Nombre comercial en inglés		Nombre científico		Nombre en japonés										
	Other cotton T-shirts Other sweaters		-		その他のコットン T シャツ その他のセーター										
2.4 Requisitos de acceso al mercado (aranceles, requisitos sanitarios y fitosanitarios, certificaciones, otros)	a) Aranceles														
	<table border="1"> <thead> <tr> <th>Partida</th> <th>Descripción del producto</th> <th>Arancel</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>6109100039</td> <td>Los demás t-shirts de algodón, para hombres o mujeres</td> <td>Free</td> </tr> <tr> <td>6110209090</td> <td>Los demás suéteres «pullovers», cardiganes,</td> <td>Free</td> </tr> </tbody> </table>							Partida	Descripción del producto	Arancel	6109100039	Los demás t-shirts de algodón, para hombres o mujeres	Free	6110209090	Los demás suéteres «pullovers», cardiganes,
Partida	Descripción del producto	Arancel													
6109100039	Los demás t-shirts de algodón, para hombres o mujeres	Free													
6110209090	Los demás suéteres «pullovers», cardiganes,	Free													
b) Requisitos generales:															
<p>La importación de prendas de vestir de algodón está regulada principalmente por la Ley de Aduanas. Para aceptar la entrada en el Japón de cargamentos procedentes de un país extranjero, debe hacerse una declaración de importación en la oficina de aduanas competente de la zona de depósito aduanero donde se almacena el cargamento.</p> <p>La documentación requerida incluye:</p> <ul style="list-style-type: none"> – Factura – Conocimiento de embarque o Guía Aérea – Certificado de origen (para beneficio arancelario) – Listado de contenido, donde se especifique la cantidad exacta de los artículos contenidos en cada una de las cajas, bultos, envases, o dentro del tipo de embalaje utilizado; los números, marcas y/o símbolos que identifiquen a las mercancías; cuentas de flete y certificados de seguro, donde sea aplicable. – Licencias, certificaciones, etc. requeridas por leyes y reglamentos distintos de la Ley de Aduanas. <p>Aranceles de importación: Japón aplica aranceles específicos para prendas de vestir de algodón, los cuales varían según el tipo de prenda y el capítulo del Sistema Armonizado (HS).</p> <p>Etiquetado obligatorio: La normativa japonesa de etiquetado exige que las</p>															



“DECENIO DE LA IGUALDAD DE OPORTUNIDADES PARA MUJERES Y HOMBRES”

Año del Bicentenario, de la consolidación de nuestra Independencia y de la conmemoración de las heroicas batallas de Junín y Ayacucho

	<p>prendas incluyan información clara en japonés, los requisitos incluyen:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Composición del material: Ejemplo: "100 % algodón". - Instrucciones de cuidado: Lavado, secado, planchado, etc. - País de origen: Declaración de dónde se fabricó el producto. - Nombre y dirección del importador/distribuidor en Japón. <p>Otros requisitos y consideraciones:</p> <p>Normativa sobre propiedad intelectual: Las prendas deben cumplir con las leyes de propiedad intelectual para evitar conflictos relacionados con marcas registradas, diseños o patrones.</p> <p><u>Autoridades competentes</u></p> <p>Ley de Aduanas Customs and Tariff bureau, Ministry of Finance Japan TEL: +81-3-3581-4111 https://www.customs.go.jp/english/index.htm</p>
<p>2.5 Tendencias del mercado</p>	<p>Japón es uno de los principales mercados de moda en el mundo y destaca como el tercer mayor importador global de ropa después de la UE y EE. UU. Aunque el consumo total de prendas ha disminuido ligeramente en años recientes, los consumidores japoneses continúan valorando productos de alta calidad y durabilidad, especialmente cuando están a precios competitivos (EU-Japan Centre for Industrial Cooperation, 2024).</p> <p>1. Tendencias de Consumo</p> <p>Sostenibilidad y Ética: Los consumidores japoneses muestran un creciente interés en productos sostenibles y éticos, especialmente en moda casual como camisetas, suéteres y cardiganes. Este enfoque incluye materiales orgánicos y procesos de producción respetuosos con el medio ambiente (Japan Consuming, 2023).</p> <p>Estilo y Funcionalidad: La mezcla entre moda deportiva y casual, conocida como "Sports Mix", ha ganado popularidad, especialmente en ropa de algodón como suéteres y camisetas. Los diseños suelen incorporar líneas limpias y siluetas amplias para mayor comodidad.</p> <p>Colores y Texturas: Las paletas de colores suaves y neutros, junto con tejidos como algodón combinado con otras fibras, están de moda. Esto incluye camisetas y suéteres con diseños minimalistas o detalles distintivos como mangas abullonadas en prendas femeninas.</p> <p>2. Demanda en el Mercado Japonés</p> <p>Como se mencionó anteriormente, Japón es uno de los mercados más sofisticados y exigentes en términos de moda, caracterizado por un fuerte énfasis en la calidad, funcionalidad y diseño innovador. Aunque el mercado general de la ropa en Japón enfrenta desafíos relacionados con la contracción demográfica y el envejecimiento de la población, las prendas de vestir de</p>



PERÚ

Ministerio de Comercio Exterior y Turismo

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

Oficina Comercial del Perú en Japón

“DECENIO DE LA IGUALDAD DE OPORTUNIDADES PARA MUJERES Y HOMBRES”

Año del Bicentenario, de la consolidación de nuestra Independencia y de la conmemoración de las heroicas batallas de Junín y Ayacucho

algodón mantienen una alta demanda debido a su comodidad, versatilidad y aceptación cultural.

Perfil del consumidor: Los consumidores japoneses buscan productos de alta calidad con acabados impecables. Valorán los tejidos naturales, como el algodón, especialmente en prendas cotidianas.

Temporalidad: Las estaciones influyen significativamente en la demanda de prendas. Por ejemplo, camisetas de algodón ligeras son populares en verano, mientras que cardiganes y sudaderas de algodón más grueso son esenciales en otoño e invierno.

3. Oferta del Mercado Japonés

Producción doméstica: Aunque Japón produce una cantidad limitada de prendas de algodón, la mayor parte es importada de países como China, Vietnam y Bangladesh, donde los costos de producción son más bajos.

Competencia extranjera: Grandes marcas internacionales como Uniqlo, Zara, GAP, H&S y Gu dominan el mercado de prendas casuales y accesibles, mientras que marcas de lujo como Takashimaya, Comme des Garçons y Yohji Yamamoto se centran en segmentos de alta gama.

Innovación tecnológica: Se observa una tendencia hacia el uso de tecnologías avanzadas en la producción de textiles, como tratamientos antibacterianos o termorreguladores, que añaden valor a las prendas de algodón.

4. Segmentación del Mercado por Tipos de Prendas

a) Camisetas (T-shirts)

Demanda: Representan un producto esencial en el mercado de ropa casual y son particularmente populares en estilos minimalistas. Los consumidores prefieren camisetas de algodón suave y duradero con diseños simples o gráficos de inspiración cultural.

Segmentos clave:

Casual diario: Prendas básicas para todas las edades.

Premium: Diseños exclusivos y materiales como algodón orgánico.

b) Suéteres (sudaderas)

Demanda: Los suéteres, especialmente con capucha, tienen una alta demanda en el segmento juvenil y como parte de la tendencia "athleisure".

Segmentos clave:

Funcionales: Sudaderas térmicas para invierno.

Estilizadas: Diseños con estampados o bordados únicos para el público joven.



“DECENIO DE LA IGUALDAD DE OPORTUNIDADES PARA MUJERES Y HOMBRES”


Año del Bicentenario, de la consolidación de nuestra Independencia y de la conmemoración de las heroicas batallas de Junín y Ayacucho

	<p>c) Cardiganes</p> <p>Demanda: Los cardiganes de algodón son muy valorados en el segmento femenino y como prendas de oficina.</p> <p>Segmentos clave:</p> <p><u>Clásicos:</u> Diseños tradicionales para adultos mayores. <u>Modernos:</u> Cardiganes de corte oversize dirigidos a jóvenes y jóvenes adultos.</p> <p>5. Segmentación del Mercado por Consumidor</p> <p>Por edad</p> <p><u>Jóvenes (18-30):</u> Priorizan la moda asequible y sostenible. <u>Adultos (31-50):</u> Buscan funcionalidad y estilo casual-elegante. <u>Mayores de 50 años:</u> Prefieren prendas clásicas y duraderas.</p> <p>Por género</p> <p><u>Femenino:</u> Fuerte demanda de cardiganes y suéteres con diseño refinado. <u>Masculino:</u> Preferencia por camisetas básicas y suéteres funcionales.</p> <p>Por canal de compra</p> <p><u>Tiendas físicas:</u> Especialmente en grandes almacenes y boutiques. <u>Comercio electrónico:</u> Crecimiento sostenido con plataformas como JALUX STYLE INC, Rakuten y Amazon Japón.</p> <p>6. Perspectivas del Mercado</p> <p>Se espera que el mercado japonés de prendas de algodón crezca moderadamente, impulsado por la expansión del comercio electrónico y el aumento de la preferencia por productos sostenibles. Las marcas extranjeras que puedan adaptarse a las demandas locales, ofreciendo calidad, funcionalidad y sostenibilidad, estarán mejor posicionadas para competir.</p> <p>El mercado japonés sigue ofreciendo oportunidades significativas para marcas importadas, la creciente preferencia por prendas éticas, junto con la expansión de ventas en línea, crea un entorno favorable para exportadores e inversores peruanos.</p>
<p>2.6 Estacionalidad de la producción local</p>	<p>En el mercado japonés de prendas de vestir de algodón, existe una clara estacionalidad que influye tanto en la demanda como en las preferencias de los consumidores. Si bien Japón experimenta cuatro estaciones, las estaciones de verano e invierno marcan las tendencias en el uso de prendas, que varían significativamente según las condiciones climáticas y culturales de cada estación.</p> <p>1. Estacionalidad por Mes y Estación</p>



“DECENIO DE LA IGUALDAD DE OPORTUNIDADES PARA MUJERES Y HOMBRES”

Año del Bicentenario, de la consolidación de nuestra Independencia y de la conmemoración de las heroicas batallas de Junín y Ayacucho

	<p><u>Verano (Abril - Setiembre):</u> Caracterizado por altas temperaturas y humedad elevada, con la temporada de lluvias (tsuyu) en junio.</p> <p>- Prendas populares:</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Camisetas: Principalmente de manga corta, hechas de algodón ligero y transpirable. ➤ Blusas sin mangas: Para mujeres, en diseños frescos y colores claros. ➤ Ropa casual: Como pantalones cortos de algodón y camisetas deportivas. ➤ Prendas funcionales: Algunas incluyen protección UV o propiedades anti-humedad. <p><u>Invierno (Octubre - Marzo):</u> La característica climática es frío intenso en la mayor parte del país, especialmente en regiones como Hokkaido.</p> <p>- Prendas populares:</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Suéteres gruesos: Con o sin capucha, ideales como capa base o media. ➤ Cardiganes y suéteres: En materiales más gruesos, a menudo en combinaciones de algodón con lana o poliéster. ➤ Camisetas térmicas: De manga larga, que funcionan como ropa interior. ➤ Ropa de abrigo: Aunque no es algodón, se combina con capas internas de este material por su comodidad. <p>2. Factores que Influyen en la Estacionalidad</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Clima: El clima altamente variable de Japón requiere prendas adaptadas a cambios estacionales. ➤ Eventos culturales: Festividades como el Hanami (primavera) o el Bon Odori (verano) fomentan el uso de ropa ligera y funcional. ➤ Modas y tendencias: Cada año, el diseño y los colores dominantes varían según la temporada, influenciados por marcas nacionales e internacionales.
<p>2.7 Principales puntos de ingreso del producto al mercado (puertos y/o aeropuertos)</p>	<p>Japón tiene gran cantidad de puntos de acceso de mercancías en su territorio. Los principales puertos son el aeropuerto de Narita (con una participación de 12,5% del valor), le sigue el puerto de Tokio (12,3%), Nagoya (6,5%), Osaka (6,0%) y Chiba (5,9%); cada uno se especializa en determinados productos.</p>  <p>Los principales puntos de ingreso para productos textiles en general en Japón son principalmente los grandes puertos marítimos y aeropuertos, ya que estos</p>



	<p>productos se importan en su mayoría desde el extranjero. Algunos de los puertos y aeropuertos más importantes utilizados para la importación incluyen:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Puerto de Tokio: Uno de los principales puertos de entrada a Japón. Está ubicado en la capital y es un centro clave para la distribución nacional de mercancías. 2. Puerto de Yokohama: Este puerto, situado cerca de Tokio, es otro punto crucial para las importaciones debido a su capacidad logística y proximidad a grandes mercados consumidores. 3. Puerto de Kobe: Este puerto en la región de Kansai maneja una gran cantidad de importaciones y tiene infraestructuras avanzadas para el manejo y almacenamiento de productos. 4. Puerto de Osaka: Junto con Kobe, Osaka es otro puerto importante en la región oeste de Japón, que maneja una gran cantidad de productos y tiene conexiones directas con redes de distribución internas. 5. Aeropuerto Internacional de Narita (Tokio) y Aeropuerto Internacional de Kansai (Osaka): Si bien la mayor parte de los productos se transportan por mar, también se utilizan aeropuertos como Narita y Kansai para la importación de productos de menor volumen, asegurando una distribución rápida.
<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>La cadena de distribución y comercialización de T-shirts (prendas de algodón) en el mercado japonés es un proceso complejo que abarca múltiples eslabones y actores. Cada etapa está diseñada para garantizar calidad, eficiencia y adaptabilidad a las demandas del mercado. A continuación, se describe en detalle cada eslabón y sus actores principales:</p> <p>1. Producción de Materias Primas</p> <p>Este eslabón se centra en la obtención del algodón necesario para fabricar las prendas.</p> <p><u>Actores principales:</u></p> <p>Productores de algodón: Proveedores internacionales, ya que Japón no produce algodón a gran escala. Los principales países exportadores de algodón hacia Japón incluyen Estados Unidos, India y Australia.</p> <p>Exportadores: Empresas internacionales que manejan el transporte del algodón a Japón.</p> <p>2. Fabricación de T-shirts</p> <p><u>Actores principales:</u></p> <p>Fabricantes locales: Empresas como Uniclo a través de su matriz Fast Retailing trabajan con fábricas en Asia.</p> <p>Fabricantes extranjeros: Empresas en China, Vietnam, Bangladesh y otros países asiáticos con costos de producción más bajos, Perú tiene una cuota del mercado japonés, pero a pequeña escala.</p> <p>3. Importación y Logística Internacional</p>



Las T-shirts confeccionadas son transportadas desde los países de fabricación hasta Japón.

Actores principales:

Empresas de logística internacional: Empresas como Nippon Express, DHL, y Maersk que gestionan el transporte marítimo o aéreo.

Aduanas japonesas: Encargadas de regular la entrada de bienes importados.

4. Distribución Mayorista

Una vez en Japón, las T-shirts se distribuyen a mayoristas o directamente a los minoristas.

Actores principales:

Distribuidores mayoristas: Empresas que compran grandes cantidades y las distribuyen a minoristas, como Mitsui & Co e Itochu Corporation.

Centros de distribución: Almacenes gestionados por cadenas de moda o distribuidores independientes.

5. Comercialización Minorista

Las T-shirts llegan a los consumidores a través de diversos canales.

Actores principales:

Tiendas minoristas: Grandes cadenas como Uniclo, GU, Shimamura, y MUJI. también incluyen tiendas departamentales como Isetan y Takashimaya.

Plataformas de comercio electrónico: Rakuten, Amazon Japón, Jalux Style Inc, Japan Rabbit, Zenmarket y ZOZOTOWN juegan un papel importante en la venta en línea.

Tiendas especializadas: Boutiques y marcas independientes que ofrecen diseños únicos.

6. Promoción y Marketing

Este eslabón es fundamental para atraer a los consumidores en el competitivo mercado japonés.

Actores principales:

Empresas de marketing: Dentsu y Hakuhodo son líderes en la creación de campañas publicitarias.

Influencers y celebridades: En Japón, los influencers y personalidades de la cultura pop tienen un impacto significativo en las decisiones de compra.

Ferias y eventos de moda: Espacios como la Tokyo Fashion World y Tokyo Fashion Week son plataformas clave para introducir nuevas marcas.



PERÚ

Ministerio de Comercio Exterior y Turismo

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

Oficina Comercial del Perú en Japón

“DECENIO DE LA IGUALDAD DE OPORTUNIDADES PARA MUJERES Y HOMBRES”

Año del Bicentenario, de la consolidación de nuestra Independencia y de la conmemoración de las heroicas batallas de Junín y Ayacucho

	<p>7. Consumo y Postventa</p> <p>El consumidor final adquiere la prenda, y el enfoque en la sostenibilidad también incluye la gestión post-consumo.</p> <p><u>Actores principales:</u></p> <p>Consumidores japoneses: Con una alta valoración por la calidad, la estética minimalista y la sostenibilidad.</p> <p>Sistemas de reciclaje: Empresas como Second Street y Recycle Plaza que gestionan ropa usada.</p>
<p>2.9 Criterios de los actores claves de los canales de distribución y comercialización para la selección de proveedores (en orden de importancia)</p>	<p>Los importadores y consumidores japoneses fijan altos estándares respecto a la calidad. Las preferencias del consumidor japonés siempre están vinculadas a la calidad, durabilidad, y diseño, así como el compromiso con la sostenibilidad. Los avances tecnológicos en el uso de tecnologías avanzadas en confección y distribución también son bien apreciados por los consumidores japoneses.</p> <p>Los criterios más importantes a tener en cuenta en el mercado japonés al momento de iniciar una negociación comercial son:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Es un mercado con proveedores claramente establecidos. La diferenciación es necesaria para captar el interés de los importadores. 2. Los clientes prefieren la honestidad, si la calidad no cumple las normas exigidas es muy conveniente indicarlo, hay que evitar el envío de productos de calidad inferior o que simplemente no cumplen con las especificaciones dadas por el importador japonés. <p>Factores de éxito para consolidar el mercado japonés:</p> <ol style="list-style-type: none"> 3. Como se ha mencionado anteriormente la calidad del producto es fundamental, es altamente exigible un suministro constante y fiable. 4. Compromiso con el mercado, es importante establecer relaciones para convertirse en un socio de confianza. 5. Capacidad de ofrecer nuevas presentaciones al acceder al mercado (asumir costos de promoción comercial del producto).
<p>2.10 Presencia de la oferta peruana en el mercado (temporadas, puntos de venta)</p>	<p>La presencia de las T-shirts y prendas de algodón peruanas en Japón ha mostrado crecimiento en los últimos años, la calidad del algodón peruano es una ventaja competitiva que, acompañada de estrategias adecuadas de promoción y diversificación de canales de venta, puede fortalecer la posición de estos productos en el exigente mercado japonés.</p> <p>Valor de Exportaciones: En 2023, las exportaciones peruanas de polos de algodón hacia Japón alcanzaron los US\$ 1.53 millones, representando un incremento del 15.4% respecto al año anterior.</p> <p>Categorías de Productos:</p> <p>Polos de algodón para adultos: Constituyeron el 95.4% del valor exportado. Polos de algodón para niños: Representaron el 4.6%. Ropa interior de algodón: Aportaron el 0.1%.</p>



PERÚ

Ministerio de Comercio Exterior y Turismo

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

Oficina Comercial del Perú en Japón

“DECENIO DE LA IGUALDAD DE OPORTUNIDADES PARA MUJERES Y HOMBRES”

Año del Bicentenario, de la consolidación de nuestra Independencia y de la conmemoración de las heroicas batallas de Junín y Ayacucho

	<p>Las principales empresas exportadoras son Precotex SAC quien Lideró las exportaciones seguido de Textil del Valle S.A. y Textile Sourcing Company S.A.C.</p> <p>La demanda de prendas de algodón en Japón es constante a lo largo del año, con picos durante las temporadas de primavera y verano (abril a septiembre), cuando los consumidores buscan ropa ligera y cómoda. Las T-shirts de algodón peruano, reconocidas por su calidad, encuentran una aceptación favorable en estas estaciones.</p> <p>Puntos de Venta y Canales de Comercialización</p> <p>Tiendas Minoristas: Las prendas de algodón peruanas se comercializan en tiendas especializadas y boutiques que valoran la calidad del algodón peruano. Sin embargo, su presencia en grandes cadenas minoristas japonesas aún es limitada.</p> <p>Ferias y Exposiciones: La participación en eventos como la Fashion World Tokyo ha permitido a las empresas peruanas exhibir sus productos y establecer contactos comerciales, incrementando la visibilidad de las prendas de algodón peruanas en Japón.</p> <p>Comercio Electrónico: Aunque en crecimiento, la venta de prendas de algodón peruanas a través de plataformas en línea en Japón aún es incipiente. El fortalecimiento de este canal representa una oportunidad para ampliar la presencia en el mercado japonés.</p> <p>Consideraciones Arancelarias</p> <p>Gracias al Acuerdo de Asociación Económica entre Perú y Japón, las prendas de algodón peruanas ingresan al mercado japonés con arancel cero, lo que mejora su competitividad frente a productos de otros países.</p> <p>Oportunidades y Desafíos</p> <p>La calidad del algodón peruano, especialmente el Pima, que es reconocido por su suavidad y durabilidad, características apreciadas en el mercado japonés y el creciente interés por productos orgánicos y sostenibles en Japón puede favorecer la demanda de prendas de algodón orgánico peruano.</p> <p>Países como China, Vietnam y Bangladesh dominan el mercado japonés de prendas de algodón, ofreciendo productos a precios más bajos. Las marcas peruanas aún tienen un bajo reconocimiento en Japón, lo que requiere estrategias de marketing y promoción más intensas.</p>
<p>Actividades de promoción idóneas para promover el producto</p>	<p>Principales eventos para llevar a cabo la promoción de prendas de vestir:</p> <p>Participar en ferias con el apoyo de un agente o una empresa distribuidora puede ser una estrategia muy conveniente, ya que permite un mayor conocimiento del mercado local y ayudaría a una mejor adaptación cultural y lingüística.</p>



PERÚ

Ministerio de Comercio Exterior y Turismo

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

Oficina Comercial del Perú en Japón

“DECENIO DE LA IGUALDAD DE OPORTUNIDADES PARA MUJERES Y HOMBRES”

Año del Bicentenario, de la consolidación de nuestra Independencia y de la conmemoración de las heroicas batallas de Junín y Ayacucho

Fashion World Tokyo

Ubicación: Tokyo Big Sight, Tokio.

Mes: Marzo y octubre.

Descripción: Es la feria de moda internacional más grande de Japón, que sirve como puerta de entrada al mercado japonés y como un centro asiático para la industria de la moda.



Fashion Goods & Accessories Expo Tokyo

Ubicación: Tokyo Big Sight, Tokio.

Mes: Enero y Julio.

Descripción: La feria comercial líder en Japón de artículos de moda y accesorios.



Fashion Sourcing Tokyo

Ubicación: Tokyo Big Sight, Tokio.

Mes: Marzo y octubre.

Descripción: Salón internacional OEM / Sourcing para la industria de la moda.



**PERÚ**





Ministerio de Comercio Exterior y Turismo

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

Oficina Comercial del Perú en Japón

“DECENIO DE LA IGUALDAD DE OPORTUNIDADES PARA MUJERES Y HOMBRES”
 Año del Bicentenario, de la consolidación de nuestra Independencia y de la conmemoración de las heroicas batallas de Junín y Ayacucho

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
AMAZON	1	15.8	Perú	Diciembre	Polo unitario	
AMAZON	2	24.32	India	Diciembre	Polo unitario	
AMAZON	5	27.67	Bangladesh	Diciembre	Polo unitario	
UNIQLO	1	9.9	Vietnam	Diciembre	Polo unitario	



PERÚ

Ministerio de Comercio Exterior y Turismo

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

Oficina Comercial del Perú en Japón

“DECENIO DE LA IGUALDAD DE OPORTUNIDADES PARA MUJERES Y HOMBRES”
Año del Bicentenario, de la consolidación de nuestra Independencia y de la conmemoración de las heroicas batallas de Junín y Ayacucho

RAKUTEN	4	24.05	Vietnam	Diciembre	Polo unitario	
MUJI	1	13.15	India	Diciembre	Polo unitario	
ZENMARKET	1	6.78	China	Diciembre	Polo unitario	
JAPAN RABBIT	1	19.69	Japan	Diciembre	Polo unitario	




PERÚ

Ministerio de Comercio Exterior y Turismo

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

Oficina Comercial del Perú en Japón

“DECENIO DE LA IGUALDAD DE OPORTUNIDADES PARA MUJERES Y HOMBRES”
Año del Bicentenario, de la consolidación de nuestra Independencia y de la conmemoración de las heroicas batallas de Junín y Ayacucho

ZOZOTOWN	1	20.48	Japan	Diciembre	Polo unitario	
JALMOLL	1	18.17	Japan	Diciembre	Polo unitario	