

**PERÚ**Ministerio de Comercio
Exterior y TurismoComisión 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	TOKIO	1.2. Fecha	06/01/2026
1.3. Elaborado por:	Nombres y apellidos	Manami Ohata	
	Cargo	Analista en Comercio	

II. DATOS DEL MERCADO – PRODUCTO

2.1 Producto	Prendas de algodón		
2.2 Nomenclatura arancelaria (Ejem.; 0806.10)	CÓDIGO HS		DESCRIPCIÓN
	JAPÓN	PERÚ	
	6103	32 000	Chaquetas y blazers de algodón para hombres o niños
	6103	42 000	Pantalones de algodón para hombres o niños
	6104	62 000	Pantalones de algodón para mujeres o niñas
	6107	21 000	Camisas de noche y pijamas de algodón para hombres o unisex
	6108	31 000	Camisones y pijamas de algodón para mujeres
	6111	20	Ropa y accesorios de algodón para bebés
	6109	10	Camisetas, singletes u otras prendas interiores similares
	6110	20 000	Jerséis (suéteres), pullovers, cárdigans, chalecos u otros productos similares de algodón
※ Los códigos HS anteriores corresponden a la Partida 61: prendas y accesorios de vestir de punto o crochet. La Partida 62 corresponde a prendas de vestir y accesorios que no son de punto o crochet, por lo que es importante prestar atención al tipo de tejido. Los códigos y descripciones se basan en la tarifa arancelaria vigente al 1 de enero de 2026. Para más información: Customs and Tariff bureau, Ministry of Finance Japan TEL: +81 03-3581-4111 Domicilio: 3-1-1 Kasumigaseki, Chiyoda-ku, Tokio 100-8940, Japón Web: https://www.customs.go.jp/english/index.htm			
2.3 Denominación o nombre comercial en el país de destino	Nombre comercial en inglés		Nombre en japonés
	Articles of cotton apparel and clothing accessories		綿製衣類及び衣類附属品
2.4 Requisitos de acceso al mercado (aranceles, requisitos sanitarios y fitosanitarios, certificaciones, otros)	Para la importación de prendas y artículos de algodón no existen restricciones específicas. Para la exportación desde Perú, el arancel aplicable es del 0%. <u>Ley de Aduanas</u> 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		



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

	competente de la zona de depósito aduanero donde se almacena el cargamento. La documentación requerida incluye: – 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; 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.
2.5 Tendencias del mercado (no incluir estadísticas de comercio exterior)	En el mercado japonés de prendas de algodón, el consumo se segmenta en tres grandes categorías según la edad del consumidor: ① En el segmento de 50 años o más, existe una fuerte demanda de productos de algodón de alta calidad, especialmente suelen preferirse camisetas interiores y ropa de para bebés (como regalos para los nietos). En este segmento, se da mayor importancia a la fiabilidad del material, la suavidad y la tranquilidad de poder utilizarlos durante largo tiempo, más que al diseño. Canales de compra representativa: grandes almacenes (Mitsukoshi-Isetan, Tkashimaya), grandes tiendas especializadas (Ito-Yokado, AEON) y EC.  ② En el segmento de 30 a 40 años, existe de manera relativamente estable una preferencia por prendas de diseño clásico confeccionadas con algodón de alta calidad, así como por ropa interior y pijamas, en las que se valoran especialmente la funcionalidad y la comodidad. Además, este grupo muestra un mayor interés por la sostenibilidad, el origen de los materiales y la historia detrás del producto, manteniendo también una demanda constante de productos para bebés. Canales de compra representativa: grandes almacenes y tiendas selectivas (Tomorrowland, United Arrows).

“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



- ③ En el segmento de 20 años, el factor más importante es el diseño. Cuando una marca ya cuenta con cierto reconocimiento, existe demanda de prendas casuales de algodón de alta calidad, como camisetas o polos. Sin embargo, en términos generales, este grupo tiende a priorizar precios accesibles. Canales de compra representativa: marcas de consumo masivo y lifestyle (Uniqlo, Muji)



Últimas tendencias

- En el futuro, se observa una tendencia creciente hacia productos que combinan algodón con un trasfondo sostenible (algodón certificado, algodón reciclado, etc.) junto con acabados funcionales (antiarrugas, estabilidad de forma, elasticidad, entre otros).
- Las palabras clave de las tendencias de materiales para 2025–2026 son: “ligereza”, “textura con relieve”, “sostenibilidad” y “elegancia”.

Por ello, en primavera y verano seguirán siendo populares los materiales que aportan transparencia y ligereza, como los tejidos *sheer*, mezclas con lino, organza y tul. Se espera un aumento de propuestas centradas en capas ligeras, así como en prendas que prioricen el frescor al contacto con la piel y la transpirabilidad durante el verano.

En otoño e invierno, mediante la ligereza y nuevas formas de presentación, aumentarán las propuestas que combinan superficies con relieve y el uso de fibras sintéticas para lograr a la vez una buena caída y una sensación de lujo. Se mantiene la tendencia a conservar el carácter natural del algodón, al tiempo que se busca mayor durabilidad y facilidad de cuidado.

**PERÚ**Ministerio de Comercio
Exterior y TurismoComisión 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

	La ligereza y transpirabilidad de algodón encajan bien con las tendencias actuales japonesas. Al conservar su aspecto natural y añadirles acabados con textura y funcionalidades, existe un alto potencial para que evolucionen como materiales que equilibran el respeto por el medio ambiente con una estética elegante.
2.6 Estacionalidad de compra de prendas de vestir	En Japón se distinguen cuatro estaciones, igual que en los países occidentales: invierno (de diciembre a febrero), primavera (de marzo a mayo), verano (de junio a agosto) y otoño (de septiembre a noviembre). Dentro de un año, hay dos temporadas adecuadas para ingresar al mercado japonés: 1. prendas para el verano: enero a febrero. 2. prendas para el invierno: julio a agosto. El calendario MD (ciclo de venta) tradicional, lo cual que usan empresas minoristas japonesas. Según el calendario, la temporada de invierno es de noviembre a enero, primavera es de febrero a abril, verano es de mayo a julio, y otoño es de agosto a octubre. También explica tres fases de venta en el mercado japonés. Fase según el calendario MD tradicional 1) Periodo Ideal para presentar colección temprano: Finales de agosto – septiembre 2) Temporada fuerte y de mayor venta: Octubre – diciembre 3) Temporada de ventas traídas: Enero – febrero Sin embargo, debido a los efectos del cambio climático, cada vez más empresas japonesas están revisando y modificando este calendario MD tradicional, dado que el periodo de verano en Japón se ha ido prolongando año tras año. Al considerar la situación, es posible establecer las siguientes tres fases de venta, desplazando el inicio de la comercialización aproximadamente un mes más tarde. 1) Period Ideal para presentar colección temprano ► Fin de septiembre ~ Octubre (Inicio de otoño ~ Otoño 1) • Aunque hace calor, el sector moda en Japón lanza la temporada otoño-invierno temprano. • Los productos de precio medio-alto como la alpaca funciona bien en presentación anticipada. • Momento ideal para la fase de propuesta. 2) Temporada fuerte y de mayor ventas ► Noviembre ~ Enero (Otoño 2 ~ Invierno 1 y 2) • Es cuando más se venden: prendas de alpaca (suéteres, abrigos) bufandas, guantes, chales • En Japón, el pico real es finales de octubre a noviembre. • deben colocarse los productos principales



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

	3) Temporada de ventas tardías (principalmente accesorios) ► Febrero ~ Abril (Pre-Primavera ~ Primavera 1) • Ropa gruesa se mueve menos, pero: bufandas, guantes, chales siguen vendiéndose en invierno tardío. • Es un periodo para liquidación o rotación de accesorios. En el caso de prendas y accesorios de algodón para invierno, las ventas podrían comenzar con un lanzamiento temprano entre finales de septiembre y principios de octubre. El período con mayor potencial de ventas es principalmente entre noviembre y enero, correspondiente a la temporada otoño-invierno. Además, hasta la primera mitad de febrero aún se comercializan artículos de invierno, especialmente accesorios. En resumen, considerar estos cambios ambientales, resulta fundamental no solo avanzar en la ampliación del reconocimiento y de los canales de comercialización de los productos de algodón en el mercado japonés, sino también promover e introducir gradualmente las prendas de algodón con nuevas funcionalidades innovadoras. Adicionalmente, las empresas exportadoras deben analizar de manera continua el mercado japonés y las estrategias de las marcas locales, con el fin de desarrollar prendas que respondan tanto a las tendencias actuales como a las necesidades reales de los consumidores japoneses. El desarrollo de propuestas que se adapten a la variabilidad estacional puede complementar el ciclo de compra de productos de las empresas mayoristas y minoristas, además de contribuir a mejorar la adecuación al mercado.
2.7 Principales puntos de ingreso del producto al mercado (puertos y/o aeropuertos)	Japón tiene gran cantidad de puntos de acceso de mercancías en su territorio. Los principales puertos son los de Tokio, Kawasaki, Yokohama, Nagoya, Osaka y Kobe, y en el caso de las prendas de vestir, la importación se concentra de manera abrumadora en los puertos de Tokio y Yokohama. Principales aeropuertos: Kansai (KIX), Narita (NRT), Haneda (HND), Chubu (NGO) y Fukuoka (FUK).
2.8 Descripción de la cadena de distribución y comercialización del producto en el mercado (identificar los principales actores)	La importación de prendas de vestir en Japón se realiza mayoritariamente a través de empresas intermediarias, como casas comerciales, mayoristas y agentes, ya que estos actores centralizan funciones clave como la coordinación con fábricas extranjeras, el control de calidad y los procedimientos aduaneros.



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

en cada eslabón de la cadena)	Por otro lado, algunas grandes marcas y minoristas orientados al alto valor añadido optan por un modelo de importación directa, en el cual la propia empresa diseña, contrata y gestiona la producción en el extranjero. Según JTIA, a partir de 2024, la proporción de productos importados dentro del suministro total de prendas de vestir en Japón alcanza aproximadamente el 98,6%, lo que indica que casi toda la ropa consumida en el país es de origen extranjero. Asimismo, existe una percepción ampliamente compartida en el sector de que entre el 60% y el 70% de las prendas importadas corresponden a importaciones indirectas. Sobre esta base, la cadena de distribución y comercialización del producto en el mercado japonés, en el marco del comercio indirecto, se estructura de la siguiente manera: 1. Casas comerciales textiles y mayoristas especializados (Importadores y distribuidores mayoristas) Las casas comerciales y mayoristas textiles en Japón ocupan una posición central dentro de la distribución intermedia, ya que adquieren grandes volúmenes directamente de los productores, mantienen inventarios y suministran productos a una amplia variedad de clientes minoristas, como grandes almacenes, cadenas de retail masivo y tiendas especializadas. Muchas de estas empresas cuentan internamente con departamentos de producción (fabricación), de mayorista primario (ventas a gran escala), de mayorista general (ventas a pequeños y medianos minoristas) y de atención a grandes almacenes, operando así un modelo de negocio integrado que conecta de manera continua los eslabones desde la producción hasta la venta minorista. 2. a) Tiendas minoristas (Tiendas físicas) Los minoristas con tiendas físicas incluidos grandes almacenes, cadenas de retail y tiendas especializadas actúan como el principal punto de contacto con el consumidor final, apoyándose en su red de establecimientos y en el servicio de atención personalizada. adquieren los productos principalmente a través de casas comerciales, mayoristas o agentes importadores establecidos en Japón, quienes concentran las labores de importación, control de calidad y gestión logística. b) Comercio electrónico (Marketplaces y tiendas online propias) Los marketplaces de comercio electrónico (como plataformas de tipo Rakuten o Amazon) y los portales especializados en moda cumplen la función de
-------------------------------	---

**PERÚ**Ministerio de Comercio
Exterior y TurismoComisión 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

	agregar múltiples marcas y minoristas, ofreciendo servicios como exhibición de productos, sistemas de pago y apoyo logístico. Por su parte, las tiendas online propias de las marcas se posicionan como un canal estratégico que permite gestionar directamente la identidad de marca y los datos de los clientes. En este contexto, cobra especial relevancia la implementación de estrategias omnicanal, que integran el comercio electrónico con las tiendas físicas.  3. Consumidor final El producto llega finalmente al consumidor a través de los distintos canales minoristas, tanto físicos como digitales. Estructura de la importación directa: En la estructura de importación directa, es frecuente que una empresa japonesa actúe como agente importador de una marca o fabricante extranjero, asumiendo la titularidad como importador y llevando a cabo directamente las operaciones necesarias para la introducción del producto en el mercado japonés, tales como la gestión contractual, los procedimientos aduaneros y el control de calidad. Asimismo, las empresas SPA (Specialty store retailer of private label apparel) (por ejemplo, Uniqlo) y las marcas con tiendas propias se caracterizan por diseñar y gestionar internamente sus productos, comercializándolos directamente a través de sus propias tiendas físicas y plataformas de comercio electrónico. Este modelo permite reducir los márgenes intermedios e integrar de manera unificada la previsión de la demanda, la producción y la gestión de inventarios, constituyendo una de sus principales ventajas competitivas.
2.9 Criterios de los actores claves de los canales de distribución y comercialización para la selección de proveedores (en orden de importancia)	- Garantizar responsabilidad y puntualidad en el tiempo de la entrega del producto - Tener buena reputación - Tener experiencia en el mercado - Garantizar una calidad uniforme
2.10 Actividades de promoción idóneas para promover el producto	Se recomienda realizar la prospección y considerar la participación en las siguientes ferias relacionadas con la industria de prendas y artículos de algodón en Japón para conseguir nuevos contactos y promover los productos peruanos dentro del rubro en el mercado japonés: - Fashion World Tokyo (Feria internacional de moda y confección): https://www.fashion-tokyo.jp/hub/en-gb.html



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

	- International Gift Show (Feria internacional de regalos y bienes de consumo): https://www.giftshow.co.jp/english/tigs/ Asociaciones relacionadas a la industria de prendas de algodón: - Japan Cotton Promotion Institute: https://www.cotton.or.jp/ - Japan Textile Importers Association: https://jteia.org/jtea-general-information-eng/ - Japan Apparel Fashion Industry Council: https://www.jafic.org/ - Japan Textile Federation: https://jtf-net.com/english/
--	---

**PERÚ**Ministerio de Comercio
Exterior y TurismoComisión 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
TOMOROWLAND	1	USD274.30	Japón	31/12/2025	Cárdigan de punto Fisherman con escote en V	
TOMOROWLAND	1	USD168.80	Japón	31/12/2025	Pantalones de mezclilla índigo de corte recto	
TOMOROWLAND	1	USD147.70	Japón	31/12/2025	Camisa de algodón tipo fine broad con cuello clásico	



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

ITO -YOKADO	1	USD11.18	Asia (fuera de Japón)	31/12/2025	Camiseta de manga larga de algodón 100 % con cuello redondo “Body Heater”	
ITO -YOKADO	1	USD44.31	Asia (fuera de Japón)	31/12/2025	Pijama Wing – algodón 100 % de tacto suave	
AEON	1	USD27.99	Camboya	31/12/2025	Pijama con felpa cálida para mujer	



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

AEON	1	USD6.88	Camboya	08/01/2026	Camiseta de manga larga de algodón afelpado, cuello redondo	
UNITED ARROWS	1	USD189.90	Asia (fuera de Japón)	31/12/2025	Sudadera térmica con capucha	
UNITED ARROWS	1	USD44.31	Asia (fuera de Japón)	31/12/2025	Camisa de algodón tipo flannel con cuello abotonado – fácil cuidado	



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

MUJI	1	USD19.12	Tailandia	31/12/2025	Cárdigan de algodón retorcido de secado rápido con cuello redondo y protección UV	
MITSUKOSHI ISETAN	1	USD35.08	Vietnam	08/01/2026	body de manga larga para bebé	

※ Todos los productos son 100 % algodón y los precios incluyen impuestos.

Referencia:

- <https://www.customs.go.jp/roo/origin/epa.pdf>
- <https://www.fashionsnap.com/article/2024-10-23/textile-2025/>
- https://www.mlit.go.jp/report/press/joho05_hh_000880.html
- https://www.toshiseibi.metro.tokyo.lg.jp/documents/d/toshiseibi/pdf_kiban_pdf_vision_2-2-5
- https://store.tomorrowland.co.jp/item/galerie-vie/23025402014.html?color_id=11
- https://store.tomorrowland.co.jp/item/macphee/12045404201.html?color_id=69
- https://store.tomorrowland.co.jp/item/macphee/12014401101.html?color_id=66
- <https://iyeo.itoyokado.co.jp/shop/g/g4903735550221/>
- <https://aeonretail.com/product/0/P-2315753221007/P-231575322100701/>
- https://store.united-arrows.co.jp/brand/by/item/1200025F1184?clr_id=102
- https://store.united-arrows.co.jp/brand/olt/item/6200025F0096?clr_id=103
- <https://www.mistore.jp/shopping/product/900000000000000003300769.html>
- <https://aeonretail.com/product/0/P-2327916173009/P-232791617300917/>
- <https://www.wwdjapan.com/articles/2135772>