

MERCADO JAPONÉS



DE **E-COMMERCE** PARA EL SECTOR VESTIMENTA



MERCADO TOTAL
US\$ 89 mil millones
en ventas equivalente a US\$ 708 per cápita



US\$11,872 millones

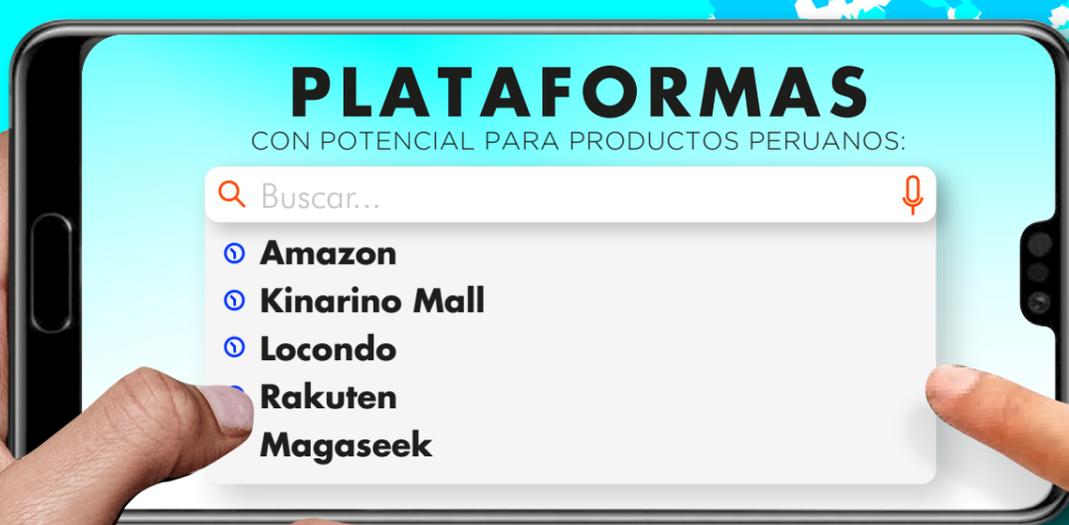
en ventas de vestimenta representando 13.4% del e-commerce total de Japón.

TIENE UNA TASA DE CRECIMIENTO ANUAL COMPUESTO DE **8.5%**

con una penetración del 49% de los usuarios de Internet y 42% de la población.

TOKIO

JAPÓN



PLATAFORMAS

CON POTENCIAL PARA PRODUCTOS PERUANOS:

Buscar...

- Amazon
- Kinarino Mall
- Locondo
- Rakuten
- Magaseek



DESCUBRE MÁS DANDO CLICK EN LAS IMÁGENES Y BOTONES.



Para más información escanea el código QR.



TEMPORADA ALTA EN VENTAS

NAVIDAD

AÑO NUEVO

VACACIONES
abr/may

DÍA DE LA MADRE
may

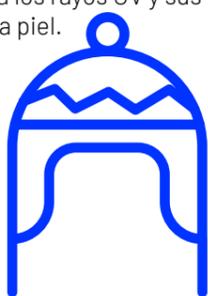
DÍA DEL PADRE
jun

VACACIONES
ago

TENDENCIAS

CON POTENCIAL PARA PRODUCTOS PERUANOS

Los **sombreros y gorros** son populares entre las mujeres que se preocupan por la exposición a los rayos UV y sus efectos en la piel.



Informal en la oficina:

la campaña del Gobierno "Cool Biz" anima a los trabajadores de oficina a ir sin corbatas ni chaquetas, entre mayo y septiembre, para reducir el uso de aire acondicionado en verano.



El 19% compra en línea por tener información y evaluaciones de productos disponibles.

18% compra por encontrar productos o marcas no disponibles en el mercado local y el 17% por tener un mejor precio.

PRODUCTOS PERUANOS con alta valoración

Gorra tejida
100% pelo de alpaca



Vestido
camisero de mujer de algodón peruano



Suéter
tejido peruano

Chaleco
tejido de lana peruana 100%



Ropa de bebé
100% algodón (set de cinco piezas)



TIPS en e-commerce:

La geografía realmente no importa. Lo que importa es tener una marca, un enfoque en esa marca y manejar su negocio de manera legítima.

Identificar las características de los productos más exitosos en la plataforma para poder desarrollar productos competitivos y con propuestas de valor únicas.

Minimizar costos evitando devoluciones.

Familiarizarse con el algoritmo de la plataforma es esencial para lograr ventas.

Invertir en mercadotecnia, redes sociales y servicio al cliente es primordial.

Considerar minimizar costos **tercerizando operaciones.**

Lo que funciona en un mercado, no necesariamente funciona en todos.

Cumplir con regulación general para evitar retrasos y pérdidas.



PERÚ

Ministerio de Comercio Exterior y Turismo



BICENTENARIO PERÚ 2021