



Embajada de la
República Argentina
Japón

PERFIL DE MERCADO JAPONÉS

Vestidos de Alta Costura

Tokio, junio de 2018

Elaborado por:
Sección Económica y Comercial
Embajada de la República Argentina en Japón
Mail: comercial_ejapo@mrecic.gov.ar
TEL: +81-3-3473-7171/2
FAX: +81-3-3473-717

A) Tratamiento arancelario de importación

Fig. 1: Tratamiento arancelario de posiciones seleccionadas – 6104.43¹

Posición Arancelaria	Descripción	Tratamiento
6104.43	Vestidos de fibras artificiales	Hasta 10,9%

Fuente: Japan Customs.

B) Requisitos de ingreso

De acuerdo con información de la Japan External Trade Organization (2011)² la venta de prendas de vestir y sus materiales pueden estar sujetos a las regulaciones que establecen: la Ley Contra Primas Injustificables y Representaciones Engañosas (*Act Against Unjustifiable Premiums and Misleading Representations*), la Ley sobre la conservación de especies amenazadas de fauna y flora silvestres (*Species Conservation Act*), Ley de Etiquetado de la Calidad de los Productos Domésticos (*Households Good Quality Labeling Act*), Ley para el Control de los Productos Domésticos que Contienen Sustancias Nocivas (*Act for the Control of Household Products Containing Harmful Substances*) y la ley sobre transacciones comerciales Específicas (*Act on Specified Commercial Transactions*).

Los contenedores y los materiales de envasado también pueden estar sujetos a las disposiciones de etiquetado de la Ley de promoción de la utilización efectiva de Recursos (*Act on the Promotion of Effective Utilization of Resources*) y la Ley para la Promoción de la Recolección Ordenada y el Reciclaje de Envases (*Law for Promotion of Sorted Collection and Recycling of Containers and Packaging*). Importa señalar que el titular de los derechos de uso de una marca puede presentar una demanda contra actos impropios como el uso de falsificaciones y nombres que se presten a confusión, el uso no autorizado de personajes para publicidad de acuerdo con la Ley de Marcas (*Trademark Act*), la Ley de Diseño (*Design Act*) y la Ley de Prevención de la Competencia Desleal (*Unfair Competition Prevention Act*).

La Ley Contra Primas Injustificables y Representaciones Engañosas prohíbe una forma de etiquetado incorrecto que exagere o falsifique su contenido y engañe en consecuencia a los consumidores acerca de la naturaleza o calidad del producto. En caso de ser solicitado, los importadores o revendedores deben presentar motivos razonables para demostrar que el etiquetado no sea "incorrecto". Si no pueden hacerlo, se considerará que el etiquetado de la prenda es incorrecto.

Asimismo, el etiquetado de contenido vago o confuso que dificulte el correcto discernimiento del país de origen también está prohibido y está catalogado como una forma de etiquetado incorrecto. Bajo la normativa local, el país de origen se define como aquel en el que un tratamiento o proceso produjo un cambio sustancial en el bien fabricado. El país de origen, en tal sentido, se refiere a la nación donde se realizó el tejido de la prenda de vestir. Lo más importante es que el etiquetado sea fácilmente comprensible para los consumidores. Así, por ejemplo, si el proceso de fabricación abarca múltiples naciones, entonces la etiqueta debe indicarlo.

¹ **Nota:** La última modificación a la nomenclatura arancelaria se produjo en abril de 2018, motivo por el cual hay más de dos posiciones descritas en las estadísticas de importación de los últimos tres años.

² Japan External Trade Organization (JETRO) Guidebook for Export to Japan, Apparel Products and Materials 2011. Disponible en:

https://www.jetro.go.jp/ext_images/mexico/mercadeo/6Eapparel.pdf

La Ley de Etiquetado de la Calidad de los Productos Domésticos estipula el formato y el contenido del etiquetado de calidad para los productos diseñados para el uso doméstico cotidiano. Su propósito es proteger los beneficios del consumidor al proporcionar información que los ayude a elegir el producto deseado y en tal sentido se debe informar acerca de cómo usar los productos correctamente. La mayoría de los productos de esta categoría, como artículos de indumentaria, bolsos y calzado deben mostrar en su etiqueta elementos específicos de información estipulados por Ley. No obstante, la normativa no es aplicable a todos los productos de indumentaria. Los importadores o revendedores deben confirmar si los artículos a ser importados están incluidos en el listado de productos regulados.

Para obtener más información, se recomienda consultar con la *Product Safety Division, Commerce and Information* del Ministerio de Economía, Comercio e Industria de Japón (METI): <http://www.meti.go.jp/english/>

La Ley para el Control de los Productos Domésticos que Contienen Sustancias Nocivas prohíbe el uso de sustancias nocivas (por ejemplo, formalina, dieldrina) en niveles más altos que los límites superiores en prendas de vestir. Así, ciertos productos textiles designados con un contenido de formaldehído de 75 ppm (partes por millón) o mayor no puede venderse en Japón. En el caso de bebés menores a dos años el formaldehído no debe ser detectado en concentración mensurable alguna.

La Ley sobre transacciones comerciales Específicas establece las condiciones de venta de "productos, derechos o servicios especificados" a consumidores en general a través de "transacciones comerciales específicas", tales como ventas por correo o ventas puerta a puerta. Las transacciones comerciales específicas aplicables son: 1) ventas puerta a puerta; 2) ventas por correo; 3) ventas por telemarketing, 4) transacciones de marketing multinivel [marketing en red de boca en boca/referencia]; 5) servicio continuado de oferta de servicios; y 6) transacciones de ventas relacionadas con oportunidades comerciales. Las ventas de pedidos por correo incluyen Internet, ventas y publicidad a través del correo electrónico.

Para proporcionar a los consumidores información precisa, en las ventas por correo los operadores deben incluir la siguiente información en sus anuncios: (1) precio de venta, (2) período y método de pago, (3) fecha de entrega, (4) cláusulas relacionadas con el sistema de devolución, (5) nombre, dirección y número de teléfono del operador. La Ley también prohíbe la publicidad que contenga declaraciones falsas o exageradas.

C) Organismos Intervinientes

Related regulations and control	Competent agencies	Contact/Website
Customs Tariff Act / Customs Act	Compensation and Operation Division, Customs and Tariff Bureau, Ministry of Finance	TEL: +81-3-3581-4111 http://www.mof.co.jp
Foreign Exchange and Foreign Trade Act	Trade Licensing Division, Trade Control Department, Trade and Economic Cooperation Bureau, Ministry of Economy, Trade and Industry	TEL: +81-3-3501-1511 http://www.meti.go.jp
Wildlife Protection and Proper Hunting Act	Nature Conservation Bureau, Ministry of the Environment	TEL: +81-3-3581-3351 http://www.env.go.jp
Act on Domestic Animal Infectious Diseases Control	Animal Health Division, Food Safety and Consumer Affairs Bureau, Ministry of Agriculture, Forestry and Fisheries	TEL: +81-3-3502-8111 http://www.maff.go.jp
Act against Unjustifiable Premiums and Misleading Representations	Representation Division, Consumer Affairs Agency	TEL: +81-3-3507-8800 http://www.caa.go.jp
Act on Conservation of Endangered Species of Wild Fauna and Flora	Wildlife Division, Nature Conservation Bureau, Ministry of the Environment	TEL: +81-3-3581-3351 http://www.env.go.jp
Household Goods Quality Labeling Act	Office responsible for household goods quality labeling, Consumer Related Trade Division, Trade Practices Department, Fair Trade Commission of Japan	TEL: +81-3-3507-8800 http://www.caa.go.jp
Act for the Control of Household Products Containing Harmful Substances	Chemical Hazards Control Office, Evaluation and Licensing Division, Pharmaceutical and Food Safety Bureau, Ministry of Health, Labour and Welfare	TEL: +81-3-5253-1111 http://www.mhlw.go.jp
Act on Specified Commercial Transactions	Consumer Economic Policy Division, Commerce and Information Policy Bureau, Ministry of Economy, Trade and Industry	TEL: +81-3-3501-1511 http://www.meti.go.jp
Act on the Promotion of Effective Utilization of Resources /Law for Promotion of Sorted Collection and Recycling of Containers and Packaging	Recycling Promotion Division, Industrial Science and Technology Policy and Environment Bureau, Ministry of Economy, Trade and Industry	TEL: +81-3-3501-1511 http://www.meti.go.jp
	Office of Recycling Promotion, Policy Planning Division, Waste Management and Recycling Department, Ministry of the Environment	TEL: +81-3-3581-3351 http://www.env.go.jp

Fuente: JETRO 2011

D) Estadísticas de importación de los últimos 3 años.

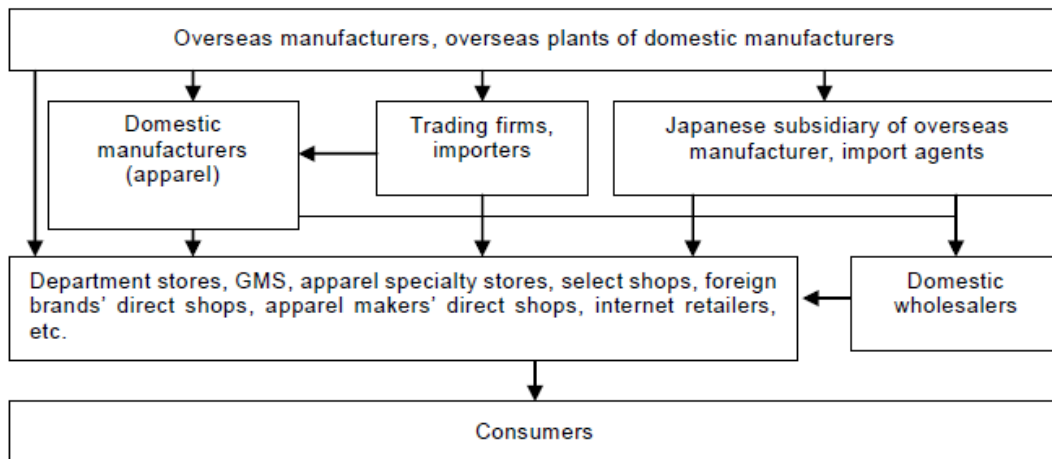
Gran parte de las importaciones corresponde a marcas japonesas que han establecido sus fábricas en países de bajo costo de mano de obra en China y otros países del sudeste asiático.

Actualmente el nivel de indumentaria japonesa producida en el exterior supera largamente el volumen de producción en el país.

Ver información estadística en *Anexo I*.

E) Canales usuales de comercialización

Las importaciones pueden agruparse en dos categorías: a) productos fabricados para marcas japonesas e importados directamente para o por el fabricante, y b) las importaciones propiamente dichas. A grandes rasgos, el canal de distribución sigue el siguiente esquema:



Fuente: JETRO 2011

Desde hace unos años y a fin de mantener la competitividad en el mercado, las grandes tiendas y algunos select shops paulatinamente están importando directamente desde el proveedor del exterior, evitando así el uso de intermediarios.

Los “select shop” se caracterizan por estar enfocados a la venta de una imagen particular. Los productos ofrecidos son seleccionados de una variedad amplia de proveedores que se ajustan a la imagen de la empresa y son vendidos a una audiencia objetivo particular. Este tipo de negocios han ganado un lugar muy importante en el mercado japonés, satisfaciendo y diversificando los gustos de los consumidores. Estrategias de ventas bien coordinadas y un estricto control de inventario han favorecido a esta modalidad de negocios. Algunos ejemplos de este tipo de empresas son el caso de *United Arrows*, *Beams* y *Ships*.

Cada canal de distribución presenta características propias; por ejemplo, los grandes almacenes o tiendas departamentales (tales como Isetan, Mitsukoshi, Takashimaya) ofrecen líneas de productos de alto nivel. Los consumidores japoneses identifican la oferta en estos lugares como las últimas tendencias de moda. Los hipermercados generalmente comercializan marcas blancas de indumentaria producidas en Asia y la venta por catálogo se caracteriza por el bajo precio y es el canal que está experimentando un mayor crecimiento durante los últimos años.

Respecto a internet, el volumen de ventas on line ha crecido fuertemente en la última década en Japón, y se espera que continúe desarrollándose. Todas las grandes tiendas y la mayoría de los select shop ya tienen bien establecido su canal para compras on line, ya sea en sus propias páginas o mediante el uso de alguna de las grandes plataformas de venta, como Amazon o *Rakuten*. Las compras on line tienen la ventaja adicional de poder brindar información sobre el producto, calidad, historia detrás del mismo, un aspecto valorado y buscado por el consumidor japonés.

F) Perfil del consumidor japonés

El sector de la indumentaria en Japón es un mercado polarizado: en un extremo se encuentran los consumidores fieles a las prendas y artículos de marcas internacionalmente reconocidas y en el otro extremo, las prendas casuales, de consumo masivo pero con diseño limitado donde el consumidor tiene varias opciones locales e internacionales. Los adultos mayores son

conservadores, mientras que la franja de población más joven está abierta a todas las sugerencias y tendencias más vanguardistas de la moda.

El mercado japonés de moda es un mercado maduro y muy competitivo. Por segmentos, cabe destacar la enorme influencia que tiene el sector de la confección femenina y la moda para jóvenes menores de 35 años. Un nicho en crecimiento son las mujeres trabajadoras, solteras, de entre 20 y 30 años. Este grupo está aumentando su participación en el mercado laboral, y como muchas todavía viven con sus padres, pueden disponer de sus sueldos para gastos en artículos de lujo.

Sin embargo, la tendencia en alza son los consumidores conscientes que buscan una buena relación precio/calidad y que comparan y estudian el producto antes de adquirirlo. Es decir, el consumidor japonés es muy selectivo y extremadamente sensible a la calidad de los productos. Los japoneses aprecian más al producto cuando éste tiene una historia por detrás, ya sea sobre el material o diseño, método de fabricación, país de origen, etc. Es por eso que los “select shop” que se encuentran entre la franja media y alta del mercado han tomado mayor importancia ya que ofrecen productos con valor agregado, diseño, originalidad y diversas alternativas de estilos de moda que los propios vendedores se encargan de contar y revelar en detalle a sus clientes, a precios accesibles para la clase media.

En general, las prendas preferidas por los japoneses tienen como factor común la funcionalidad: prendas que no se arruguen demasiado, lavables en casa y fáciles de planchar, aunque conservando siempre el estilo elegante. Es esencial que la prenda sea resistente al lavado a máquina, delgada y fina pero resistente y que no cause daños a la piel del usuario.

G) Listados de importadores/distribuidores

Tiendas multimarcas

UNITED ARROWS LTD
Nihonseimei Akasaka Bldg.,
8-1-19 Akasaka, Minato-ku, Tokyo 107-0052
Tel.: 81-3-5785-6306 Fax: 81-3-5785-6311
<http://www.united-arrows.co.jp/en/corporate/index.html>

VIA BUS STOP
5-7-4 Jingumae, Shibuya-ku, Tokyo 150-0001
Tel.: 81-3-5778-2391 / 81-3-4512-6900
Fax: 81-3-5778-5095
<http://www.viabusstop.com/>

BARNEYS JAPAN
South Gate Shinjuku 6F, Sendagaya Shibuya-ku, Tokyo
Tel.: 81-3-6880-1318 Fax: 81-3-6880-1353
<http://www.barneys.co.jp/>

BEAMS Co., Ltd.
Jingumae Tower Building, 1-5-8 Jingumae, Shibuya-ku, Tokyo 150-0001
Tel.: 81-3-3470-9391 / 81-3-3470-2265 / 81-3-3470-2184
E-mail: reception@beams.jp
<http://www.beams.co.jp/>

TOMORROW LAND Co., Ltd.
1-32-18, Ebisu-Nishi, Shibuya-ku, Tokyo 150-8448
Tel.: 81-3-5456-1055
<http://www.tomorrowland.co.jp.e.mf.hp.transer.com/>

SHIPS LTD.
1-20-15 Ginza, Chuo-ku, Tokyo 104-0061
Tel.: 81-3-5524-2255 / Fax : 81-3-5524-2277
https://www.shipsltd.co.jp/en_home/

OPENING CEREMOMNY (Onward Holding Co., Ltd.)
Onward Park Bldg., 3-10-5 Nihonbashi, Chuo-ku, Tokyo 103-8239
Tel.: 81-3-5476-5136 / 81-3-4512-1020 Fax: 81-3-5476-5297
<http://www.onward.co.jp/>

H.P. FRANCE S.A.
B1F CH Bldg., 5-1-15 Jingumae, Shibuya-ku, Tokyo 150-0001
Tel.: 81-3-5778-2177 Fax: 81-3-5778-2170
<http://www.hpfrance.com/En/>

JUN Co., Ltd.
2-2-3 Minamiaoyama, Minato-ku, Tokyo 107-8384
Tel.: +81 3-6890-8888

<http://www.jun.co.jp/eng/>

URBAN RESEARCH CO., LTD.

URBAN RESEARCH BLD. 10F, 1-6-4 KYOMACHIBORI, NISHI-KU, OSAKA CITY, OSAKA, 550-0003

Tel.: 81-6-6445-7000 Fax: 81-6-6445-7077

<http://www.urban-research.co.jp/>

BAYCREW'S GROUP

Shibuya Cast 3-10F, 1-23-21 Shibuya, Shibuya-ku, Tokyo 150-0002

Tel.: 81-3-5457-0800

<http://www.baycrews.co.jp/>

PAL Co.,Ltd.

Akita Bldg. 4F, 6-12-22 Jingumae, Shibuya-ku, Tokyo

Tel.: 81-3-5468-8295 Fax: 81-3-5468-1298

<http://www.palgroup.co.jp/>

Tinedas departamentales

Takashimaya Co., Ltd.

5-1-5 Namba, Chuou-ku, Oasaka-shi, Osaka-fu 542-8512

Tel.: 81-6-6631-1736 Fax: 81-3-6631-1736

<http://www.takashimaya.co.jp/corp/english/>

Sogo & Seibu Co., Ltd.

Nibamcho Center Build, 2-5-25 Chiyoda-ku, Tokyo 102-0084

Tel.: 81-45-465-5356 Fax: 81-45-465-5285

<http://www.sogo-seibu.co.jp/index.html>

Isetan Mitsukoshi Holdings Ltd.

5-16-10 Shinjuku, Shinjuku-ku, Tokyo 160-0022

Tel.: 81-3-3352-1111

<http://www.imhds.co.jp/english/>

Hankyu Hanshin Department Stores, Inc.

8-7 Kakudacho, Kita-ku, Osaka 530-8350

<https://www.hankyu-hanshin-dept.co.jp/>

Daimaru Matsuzakaya Department Stores Co. Ltd.

2-18-11 Kiba, Kiba, Koto-ku, Tokyo

<http://www.daimaru-matsuzakaya.com/>

Matsuya Co., Ltd.

3-6-1, Ginza, Chuo-ku, Tokyo

<http://www.matsuya.com/>

Tradings

Marubeni Fashion Link, Ltd.
Yoyogi 1-chome Building 4th floor
22-1, Yoyogi 1-chome, Shibuya-ku, Tokyo, 151-0053
Tel.: 81-3-6859-8119 Fax: 81-3-3370-9130
<http://www.mfl.co.jp/english/>

Mitsui Bussan I-Fashion Ltd.
Hulic Aoyama Building, 6-12, Kita-Aoyama 3-chome, Minato-ku, Tokyo, 107-0061 Tel.: 03-5467-6064 Fax: 81-3-5467-6055
<http://mif-ltd.co.jp/en/>

ITOCHU CORP. (Textile Company)
5-1, Kita-Aoyama 2-chome, Minato-ku, Tokyo 107-8077
Tel.: 81-3-3497-2121 Fax: 81-3349-76940
<http://www.itochu.co.jp/en/business/textile/>

Yagi Tsusho Limited
Yagi Tsusho Kitahama Bldg., 1-9, Kitahama Sanchome, Chuo-ku, Osaka
Tel.: 81-6-6227-6830 / 81-3-6809-2735 / 81-3-3224-1818
<http://www.yagitsu.co.jp/en/>

Anexo I: Estadísticas de importación de los últimos tres años

País	2015				2016				2017			
	No.	Kgs	Valor USD mil	%	No.	Kgs	Valor USD mil	%	No.	Kgs	Valor USD mil	%
(6104.43-010)TOTAL. C/ Boradado o encaje, o figurado	24.553.563	8.028.189	197.140	100,00%	20.380.030	6.929.086	167.779	100,00%	15.408.833	5.113.359	126.429	100,00%
105 CHINA	21.366.697	7.011.928	166.186	84,30%	17.734.805	6.018.448	140.963	84,02%	13.403.871	4.447.325	103.592	81,94%
110 VIETNAM	534.827	186.188	6.190	3,14%	555.493	217.360	6.596	3,93%	563.308	217.310	7.186	5,68%
210 FRANCE	125.522	33.568	3.821	1,94%	125.912	34.369	3.793	2,26%	114.352	31.417	3.496	2,77%
103 R KOREA	598.653	186.584	2.650	1,34%	392.301	113.365	2.134	1,27%	204.939	60.378	1.642	1,30%
220 ITALY	24.420	8.144	1.866	0,95%	21.256	8.284	1.816	1,08%	15.533	6.293	1.495	1,18%
120 CAMBOD	554.426	171.158	3.488	1,77%	393.390	128.333	2.360	1,41%	242.607	64.339	1.296	1,03%
122 MYANMAR	87.132	31.884	532	0,27%	326.646	103.358	1.736	1,03%	237.413	68.753	1.200	0,95%
234 TURKEY	94.047	31.330	1.183	0,60%	40.266	14.520	564	0,34%	70.014	27.309	1.019	0,81%
127 BANGLA	258.050	103.664	1.679	0,85%	302.232	131.537	1.918	1,14%	208.474	79.270	1.017	0,80%
501 MOROCCO	37.086	10.607	361	0,18%	82.866	27.249	817	0,49%	92.998	30.334	943	0,75%
118 INDNSIA	623.774	175.271	4.702	2,39%	231.942	78.683	1.737	1,03%	102.698	35.537	829	0,66%
217 PORTUGL	49.222	14.817	596	0,30%	69.689	20.725	803	0,48%	54.911	15.843	677	0,54%
117 PHILPIN	74.096	27.578	1.342	0,68%	37.716	13.462	873	0,52%	26.915	11.001	590	0,47%
304 USA	30.739	9.085	657	0,33%	15.262	4.966	383	0,23%	9.401	3.689	338	0,27%
231 ROMANIA	6.371	2.585	357	0,18%	4.800	1.773	334	0,20%	3.001	1.167	209	0,17%
111 THAILND	51.387	12.084	335	0,17%	20.781	4.818	144	0,09%	25.940	5.313	199	0,16%

123 INDIA	6.627	1.869	104	0,05%	9.140	2.263	130	0,08%	20.023	4.155	143	0,11%
504 TUNISIA	2.701	957	193	0,10%	2.237	915	163	0,10%	1.635	578	83	0,07%
205 U KING	2.164	909	95	0,05%	3.237	1.088	124	0,07%	1.215	527	58	0,05%
232 BULGAR	942	349	42	0,02%	730	271	56	0,03%	2.627	533	48	0,04%
108 HG KONG	1.297	428	143	0,07%	1.585	581	73	0,04%	405	137	44	0,04%
227 HUNGARY	126	50	15	0,01%	93	34	9	0,01%	126	74	42	0,03%
213 GERMANY	32	15	13	0,01%	7	10	10	0,01%	23	30	35	0,03%
218 SPAIN	1.226	400	40	0,02%	2.538	1.228	87	0,05%	661	205	35	0,03%
413 ARGENT	631	218	59	0,03%	245	115	16	0,01%	269	83	27	0,02%
302 CANADA			0	0,00%	72	27	8	0,01%	213	80	25	0,02%
305 MEXICO	1.056	280	8	0,00%	1.343	303	25	0,02%	1.223	299	21	0,02%
223 POLAND	342	143	44	0,02%	139	59	15	0,01%	164	76	17	0,01%
125 SRILANK	981	282	16	0,01%	1.615	385	27	0,02%	581	216	17	0,01%
306 GUATMAL	6.922	1.349	42	0,02%			0	0,00%	302	95	16	0,01%
106 TAIWAN	1.082	395	20	0,01%			0	0,00%	577	291	13	0,01%
113 MALYSIA	3.071	1.129	91	0,05%			0	0,00%	378	85	12	0,01%
240 MOLDOVA	339	158	18	0,01%			0	0,00%	133	47	9	0,01%
228 SERBIA	517	166	8	0,00%	485	181	9	0,01%	438	157	9	0,01%
229 ALBANIA	19	9	3	0,00%			0	0,00%	160	55	8	0,01%
241 CROATIA	96	23	8	0,00%	24	9	5	0,00%	274	110	7	0,01%
410 BRAZIL	998	230	41	0,02%	228	36	5	0,00%	294	44	6	0,00%
143 ISRAEL	3	7	15	0,01%			0	0,00%	30	14	4	0,00%
225 AUSTRIA			0	0,00%			0	0,00%	31	10	3	0,00%

407 PERU	2.231	1.142	69	0,03%			0	0,00%	60	15	3	0,00%
208 BELGIUM			0	0,00%			0	0,00%	6	4	3	0,00%
121 LAOS			0	0,00%			0	0,00%	420	93	3	0,00%
147 U ARB E			0	0,00%			0	0,00%	64	30	3	0,00%
601 AUSTRAL			0	0,00%	94	23	2	0,00%	56	14	3	0,00%
242 SLOVENI	67	27	7	0,00%	39	23	6	0,00%	30	16	2	0,00%
401 COLMBIA			0	0,00%			0	0,00%	40	8	2	0,00%
144 JORDAN	473	61	14	0,01%			0	0,00%			0	0,00%
156 TURKMEN	163	36	5	0,00%			0	0,00%			0	0,00%
204 DENMARK	138	67	8	0,00%	19	4	2	0,00%			0	0,00%
207 NETHLDS			0	0,00%	10	10	5	0,00%			0	0,00%
230 GREECE			0	0,00%	359	133	13	0,01%			0	0,00%
244 MACEDON	846	386	58	0,03%			0	0,00%			0	0,00%
245 CZECH			0	0,00%	46	23	10	0,01%			0	0,00%
309 SALVADR	80	44	2	0,00%			0	0,00%			0	0,00%
322 HAITI	919	95	2	0,00%			0	0,00%			0	0,00%
506 EGYPT	14	28	2	0,00%			0	0,00%			0	0,00%
541 KENYA			0	0,00%	80	38	2	0,00%			0	0,00%
547 MAURTUS	1.011	462	11	0,01%	308	77	3	0,00%			0	0,00%
(6104.43-020)TOTAL. S/ bordado o encaje, o figurado	17.979.253	4.882.706	116.901	100,00%	16.028.325	4.773.443	108.349	100,00%	11.638.706	3.552.109	80.868	100,00%
105 CHINA	15.881.466	4.317.965	102.447	87,64%	13.480.373	3.963.901	89.467	82,57%	9.666.507	2.871.280	64.037	79,19%

110 VIETNAM	475.179	135.775	3.443	2,95%	909.223	289.849	7.230	6,67%	1.040.540	398.092	9.269	11,46%
120 CAMBOD	244.338	60.997	1.138	0,97%	332.183	94.858	2.003	1,85%	222.014	73.308	2.048	2,53%
118 INDNSIA	789.218	193.404	4.506	3,85%	192.432	49.628	1.115	1,03%	150.754	51.489	930	1,15%
117 PHILPIN	127.749	37.112	1.323	1,13%	113.553	30.809	1.088	1,00%	73.805	22.496	781	0,97%
122 MYANMAR	58.405	18.124	409	0,35%	202.268	69.218	1.362	1,26%	146.016	36.164	707	0,87%
127 BANGLA	148.590	41.897	739	0,63%	439.220	157.557	2.228	2,06%	135.570	40.091	631	0,78%
210 FRANCE	8.171	2.410	262	0,22%	9.822	2.872	319	0,29%	19.000	5.763	559	0,69%
103 R KOREA	152.990	49.878	950	0,81%	246.558	87.520	1.780	1,64%	103.498	30.642	490	0,61%
304 USA	36.008	9.456	618	0,53%	33.982	9.254	558	0,52%	27.829	7.703	458	0,57%
220 ITALY	4.539	1.798	321	0,27%	5.966	2.326	487	0,45%	3.517	1.206	337	0,42%
504 TUNISIA	2.242	713	133	0,11%	1.792	573	100	0,09%	2.625	838	158	0,20%
234 TURKEY	7.834	2.205	110	0,09%	12.820	3.393	103	0,10%	13.994	4.294	114	0,14%
123 INDIA	16.922	4.077	91	0,08%	33.564	7.169	150	0,14%	18.286	4.639	78	0,10%
501 MOROCCO	128	47	8	0,01%	1.953	583	37	0,03%	2.983	784	44	0,05%
111 THAILND	12.564	2.967	90	0,08%	2.639	671	26	0,02%	4.817	923	36	0,04%
218 SPAIN	830	393	39	0,03%	2.697	772	91	0,08%	1.308	487	33	0,04%
217 PORTUGL	244	144	14	0,01%	1.592	537	82	0,08%	760	259	28	0,03%
144 JORDAN	2.000	577	59	0,05%	700	232	15	0,01%	1.110	299	18	0,02%
407 PERU	800	316	19	0,02%			0	0,00%	536	225	17	0,02%
106 TAIWAN	1.356	364	8	0,01%	1.018	315	12	0,01%	1.055	262	17	0,02%
235 ESTONIA			0	0,00%			0	0,00%	191	76	12	0,01%
205 U KING	242	125	56	0,05%	251	107	7	0,01%	414	152	10	0,01%
229 ALBANIA			0	0,00%			0	0,00%	400	60	10	0,01%
108 HG KONG	232	99	20	0,02%	831	287	19	0,02%	250	94	8	0,01%

143 ISRAEL			0	0,00%			0	0,00%	251	60	6	0,01%
223 POLAND			0	0,00%			0	0,00%	120	35	6	0,01%
232 BULGAR	3.928	904	23	0,02%	968	295	10	0,01%	150	74	6	0,01%
231 ROMANIA	266	96	15	0,01%	140	35	6	0,01%	112	37	4	0,00%
302 CANADA			0	0,00%			0	0,00%	34	10	4	0,00%
113 MALYSIA			0	0,00%			0	0,00%	120	41	3	0,00%
242 SLOVENI			0	0,00%	23	6	2	0,00%	36	19	3	0,00%
601 AUSTRAL	93	27	5	0,00%			0	0,00%	16	7	3	0,00%
410 BRAZIL			0	0,00%	387	60	10	0,01%	88	200	2	0,00%
125 SRILANK	1.623	499	23	0,02%	916	457	15	0,01%			0	0,00%
202 NORWAY			0	0,00%	144	65	2	0,00%			0	0,00%
204 DENMARK			0	0,00%	20	4	3	0,00%			0	0,00%
213 GERMANY			0	0,00%	7	9	10	0,01%			0	0,00%
225 AUSTRIA			0	0,00%	17	5	2	0,00%			0	0,00%
227 HUNGARY			0	0,00%	24	12	2	0,00%			0	0,00%
228 SERBIA	19	12	2	0,00%			0	0,00%			0	0,00%
305 MEXICO	802	185	13	0,01%			0	0,00%			0	0,00%
309 SALVADR	132	45	7	0,01%			0	0,00%			0	0,00%
323 DOMNICA	343	95	9	0,01%	242	64	4	0,00%			0	0,00%

Fuente: Elaboración propia a partir de Japan Customs.