



El Mercado de la Moda en México 2016 / Oficina Comercial en México



EL MERCADO DE PROVEEDORES PARA LA MODA



- México tiene una gran tradición textil. La frontera norte y también en el centro del país son los principales puntos de desarrollo sectorial. En la frontera norte debido a la instalación de grandes maquilas y cercanía con los Estados Unidos de América.
- En 1988, el Palacio de Hierro trae a México la forma de comprar de grandes capitales, aunado con la apertura comercial y adhesión al GATT en 1989, México comenzó a impulsar la importación de productos de la moda. Sin embargo, no fue sino hasta 2014 que grandes empresas se instalaron (H&M, AE, VS, OLD NAVY, GAP, entre otras).
- Con la finalidad de proteger la producción nacional, se han endurecido los controles de ropa importada, principalmente sobre el conjunto del 92% de mercancía subvaluada proveniente de China, aumentando en un 6% la producción nacional.
- El consumidor mexicano, cada vez más busca la exclusividad en las prendas que adquiera vs. fast fashion. Debido a esto, se han desarrollado plataformas para poder potenciar el trabajo de los diseñadores mexicanos, impulsado por eventos como lo son : Compra Moda Mexicana, Mercedes Benz Fashion Week México, Nook México.

PRINCIPALES PAÍSES PROVEEDORES

- Los principales países proveedores de Prendas y Complementos de vestir (Capítulo 62), en el 2015, fueron : China (39,9%), EUA (9,8%) y Vietnam (6,9%). Chile representó el 0,2% de la participación de las importaciones de México.
- Con respecto al sector de Calzado, las importaciones mexicanas representan 0,78% de las importaciones mundiales para dichos productos y su posición relativa en las importaciones mundiales es 22. Los principales países proveedores son China (42,1%), Vietnam (28,6) e Indonesia (8,4%). Es importante mencionar que Italia y España ocupan el cuarto y quinto lugar respectivamente, con un crecimiento del 6% y 2%.
- La Bisutería alcanzó una importación global en 2015, importación global de U\$122 millones. Nuevamente, es China el principal proveedor (62,7%). Otros principales países proveedores fueron EUA (8,1%) y Tailandia (7,7%). La participación de Chile es prácticamente nula.
- Por otra parte, cabe señalar en el caso de Chile se han realizado acciones en conjunto con la AGCI y FEDECAL para el desarrollo dl comercio y la industria del calzado entre Chile y México.

PARTICIPACIÓN DE CHILE EN EL MERCADO POR PRODUCTO

| CÓDIGO DEL PRODUCTO | DESCRIPCIÓN | % CRECIMIENTO 2011-2015 | Mexico importa de Chile | | México Importa del Mundo | |
|---------------------|---------------------|-------------------------|-------------------------|------|--------------------------|---------|
| | | | 2013 | 2015 | 2013 | 2015 |
| 6212 | Sostenes, Corsés | 7% | 219 | 255 | 70,625 | 71,879 |
| 6203 | Trajes | 39% | 11 | 32 | 268,849 | 310,976 |
| 6204 | Trajes Sastres | 22% | 27 | 12 | 300,137 | 326,493 |
| 6406 | Partes de Calzado | 14% | 142 | 47 | 49,889 | 51,939 |
| 6403 | Calzado | - | 69 | 0 | 291,535 | 262,028 |
| 7113 | Artículos Bisutería | - | 0 | 27 | 492,339 | 644,740 |

Miles de USD

Fuente: TRADEMAP, 2016



El Mercado de la Moda en México 2016 / Oficina Comercial en México



EXPORTACIONES CHILENAS :

Las exportaciones chilenas a México de Cuero y Calzado fueron de US\$1.162 en 2014 y de US\$1.570 para 2015, teniendo una variación del 35%.

Con respecto al sector Textil y Confección, el monto exportado a México en 2014 fue de US\$5.910 que tuvo un retroceso del 39% en 2015 con US\$3.606.

Fuente: Inteligencia Comercial de ProChile, con cifras del Banco Central de Chile

PRINCIPALES PAÍSES PROVEEDORES CAPITULO 62 PRENDAS

| | TOTAL US\$ 2015 | CRECIMIENTO 2013 / 2015 |
|---------------|--------------------|----------------------------|
| MUNDO | 1,597,404 | 14% |
| CHINA | 637,407 | 34% |
| EUA | 156,739 | -4% |
| VIETNAM | 109,543 | 17% |
| BANGLADESH | 108,912 | 19% |
| INDIA | 99,130 | 6% |
| TURQUÍA | 52,799 | 3% |
| CHILE (No.57) | 236 | -31% |

Fuente: TRADEMAP, 2016

Miles de USD

PRINCIPALES PAÍSES PROVEEDORES CAPITULO 64 CALZADO

| | TOTAL US\$ 2015 | CRECIMIENTO 2013/ 2015 |
|---------------|--------------------|---------------------------|
| MUNDO | 1,026,908 | 11% |
| CHINA | 432,097 | 25% |
| VIETNAM | 293,29 | 7% |
| INDONESIA | 85,889 | -30% |
| ITALIA | 61,279 | 11% |
| ESPAÑA | 43,602 | -6% |
| EUA | 33,905 | -15% |
| CHILE (NO.43) | 48 | -577% |

Fuente: TRADE MAP, 2016

Miles de USD

SITUACIÓN ARANCELARIA APLICABLE A CHILE

Conforme a lo dispuesto en el TLC entre la República de Chile y los Estados Unidos Mexicanos, las mercancías originarias de Chile comprendidas entre el Capítulo 62,64 y 71, están exentas del pago de arancel. Se deberá hacer el pago del 16% de IVA (Impuesto al Valor Agregado) al momento de internación al territorio mexicano.

Fuente: SIAVI, 2016

LA DISTRIBUCIÓN Y EL CONSUMO EN MÉXICO

PRINCIPALES CANALES DE DISTRIBUCIÓN POR CONSUMO

| CANALES DE DISTRIBUCIÓN | 2012 | 2013 | 2014 |
|-------------------------|--------|--------|--------|
| TIENDAS DEPARTAMENTALES | 31.40% | 33.60% | 32.60% |
| OUTLETS | 10.40% | 10.10% | 8.30% |
| BOUTIQUES | 29.40% | 29.10% | 30.70% |
| FERIAS/MERCADOS | 20.60% | 18.50% | 17.90% |
| CATÁLOGOS | 1.70% | 1.70% | 2.10% |
| OTROS | 6.50% | 7% | 8.40% |

PRINCIPALES TIENDAS DE RETAIL EN MÉXICO

- › LIVERPOOL
- › PALACIO DE HIERRO
- › SEARS
- › SAKS 5TH AV.
- › FÁBRICAS DE FRANCIA



El Mercado de la Moda en México 2016 / Oficina Comercial en México



PRINCIPALES ACTORES EN LA DISTRIBUCIÓN

Existen tres principales maneras de exportar a México:

1. Importador Directo: Se refiere a cuando la empresa mexicana realiza directamente el proceso de importación.
2. Distribuidor local o regional: La forma más recomendada de comenzar a exportar sus productos es a través de un socio mexicano que pueda gestionar la distribución local o regional.
3. Instalación de empresa proveedora en México

PRINCIPALES ACTORES EN EL MERCADO

| ORGANIZACIÓN | TIPO | Web |
|---|---------|--|
| CANAIVE (Cámara Nacional de la Industria del Vestido) | Gremio | www.canaive.mx |
| Compra Moda Nacional | Empresa | www.compramodanacional.com |
| CANAICAL (Cámara de la Industria del Calzado) | Gremio | www.ciceg.org |
| CITEX (Cámara de la Industria Textil) | Gremio | www.cictexmexico.com |
| CANAINTEX (Cámara Nacional de la Industria Textil) | Gremio | www.canaintex.org.mx |

El SIAVI (Sistema de Información Comercial Vía Internet) permite consultar información adicional sobre requisitos No Arancelarios de los productos que se tengan con interés de ingresar al mercado mexicano.

www.economia-snci.gob.mx

Principales actividades y ferias especializadas para Moda

FERIAS RELEVANTES

La **CANAIVE**, **CANAICAL** y **CANAINTEX** publican en sus páginas las principales ferias estatales, gremiales como congresos que se realizan alrededor de México. A continuación, se especifican las principales ferias relevantes y actividades del sector así como los meses de ejecución.

II Encuentro Nacional de las Industrias Textil y del Vestido, realizado en Abril 2016. II Evento conjunto CANAINTEX-CANAIVE. <http://canaive.mx/index.php/sala-de-prensa/industria-en-la-prensa/boletin/item/36-ii-encuentro-nacional-de-las-industrias-textil-y-del-vestido>
<http://www.canaintex.org.mx/evento/subida-a-desarrollo/>

EXINTEX, Feria Textil Internacional, Próxima edición Octubre 2018, en la ciudad de Puebla, <http://www.exintex.com/>

SAPICA, Exposición de Calzados y Artículos de Piel. León, Guanajuato. SAPICA, Próxima edición Marzo 2018. <http://www.sapica.com/>

Expo Deco & Stylo, Accesorios, Enero 2018, en WTC, Ciudad de México. <https://www.decoestylo.com.mx/>

Mercedes Benz Fashion Week, <https://www.fashionweek.mx/Ciudad> Ciudad de México. Octubre 2018

NOOKMX, realizada en Taxco, Estado de Guerrero, Mayo 2016.

ACTIVIDADES PROCHILE EN 2016

- › **Misión Comercial, USOS ALTERNOS DEL COBRE**, Septiembre 2016
- › **World Latin Trends México**, Noviembre 2016



El Mercado de la Moda en México 2016 / Oficina Comercial en México



■ Normativas aplicables y requisitos importación

Para importar productos de este sector es necesario que las empresas interesadas en proveer a México, tengan presente diversas barreras comerciales que repercutirán directamente en sus operaciones.

Siendo las NOMS (Normas Oficiales Mexicanas) las que dictan las regulaciones de ciertos productos, servicios y actividades en general de las empresas, desde las que proporcionan información comercial para el etiquetado en productos textiles, prendas de vestir y accesorios. Las NOMs son publicadas en Diario Oficial de la Federación (www.dof.gob.mx) a través de la Secretaría de Economía o en el siguiente enlace: <http://www.economia-noms.gob.mx/noms/inicio.do>

Es fundamental que el importador se encuentre inscrito en el Padrón de Importación del sector “Textil y Confección” y “Calzado” para poder realizar alguna actividad económica internacional: http://www.sat.gob.mx/aduanas/tramites_autorizaciones/guia_padrones/Paginas/default.aspx

■ Conclusiones y recomendaciones

Los proveedores del sector Cuero y Calzado, así como Textil y Confección, enfrentan una gran competencia de los países asiáticos que son los principales proveedores de México, debido a la diversidad de productos ofrecidos (*fast fashion*) y precios bajos.

Sin embargo, el perfil del comprador mexicano de moda tiene una mayor apreciación a la exclusividad (*slow fashion*), es decir, Calidad vs. Cantidad. También se ha impulsado la búsqueda de materiales ecológicos (ropa orgánica para la confección). Es importante señalar, que el consumidor mexicano, en general, es muy aspiracional, por lo que siempre va a buscar un consumo que le permita destacar y diferenciarse.

México es el tercer mercado de lujo más importante dentro de las economías emergentes para las principales marcas globales y el principal en América Latina. Un 5% de la población en México cuenta con acceso a bienes de lujo, el que tuvo un aumento al 13% en el 2013.

Se recomienda que las estrategias y campañas de penetración se realicen de la mano con un socio mexicano, distribuidor o con la instalación de una subsidiaria en México. Además de tener contacto con influenciadores, fashion bloggers en redes sociales, que son un factor clave de decisión al momento de compra.

Con respecto a la promoción de servicios y productos existen revistas especializadas en el sector, en las que los fabricantes/o distribuidores se anuncian. De esta manera, se atrae al target deseado porque es quien compra la revista, i.e., Vogue, Vanity Fair, Quién, Revista del Palacio de Hierro, Liverpool, etc.

Las principales ferias en México son importantes para darse a conocer en forma comercial presencialmente y poder presentar la venta de productos y marcas de manera más directa. No obstante, sirven más como estrategia de posicionamiento de marca que de venta. Para formalizar un acuerdo comercial se recomienda una visita directa a las boutiques o compradores directos.

Para más información sobre la categoría de Moda en México o para participar en alguna de estas actividades por favor comuníquese con **Martha Márquez Oropeza** al e mail marquez@prochile.gob.cl