

Joyería y bisutería en México

A. CIFRAS CLAVE

Con una población de más de 130 millones de habitantes, México es un mercado con potencial para las empresas de la industria joyera. Las ventas de joyería y bisutería aumentaron un 14 % en 2022 con respecto a 2021, alcanzando los 36,9 miles de millones de pesos mexicanos. La bisutería es la categoría que experimentó mayor crecimiento: en 2022 superó en un 14 % las ventas del año anterior. Se espera un crecimiento anual del 9 % hasta 2027¹.

A pesar de ser un país productor y exportador de joyas, las importaciones de esta categoría de productos han aumentado en los últimos años hasta alcanzar casi los 860 millones de dólares. Esto, junto con la amplia presencia de empresas españolas, constata el potencial del mercado mexicano para las empresas españolas del sector.

MÉXICO EN CIFRAS

	2018	2019	2020	2021	2022	2023 (e)
Población (millones de habitantes)	125,33	126,58	127,79	128,97	130,12	131,23
Crecimiento del PIB (%)	2,2	-0,2	-8,06	4,7	3,1	1,8
PIB per cápita (USD)	9.753,67	10.025,54	8.528,11	10.061,53	10.870,81	12.670,63
Inflación (%)	4,83	2,83	3,15	7,36	7,82	6,25

Fuente: Elaboración propia a partir de datos de FMI y BANXICO.

¹ [Euromonitor, 2022. Analysis Passport. Jewelry in Mexico](#)

B. CARACTERÍSTICAS DEL MERCADO

B.1. Definición precisa del sector estudiado

Las actividades de **joyería y bisutería** se enmarcan en el sector de las industrias manufactureras, incluyendo diversos subsectores que tienen como factor común el uso de piedras preciosas y/o materiales similares. Siguiendo la clasificación arancelaria del Sistema Armonizado (HS), los productos de joyería y bisutería están comprendidos en el **Capítulo 71**, que incluye las siguientes partidas arancelarias:

- **71** - Perlas finas o cultivadas, piedras preciosas y semipreciosas o similares, metales preciosos, chapados de metales preciosos, y manufacturas de estas materias; bisutería; monedas.
 - **7113** - Artículos de joyería y sus partes, de metal precioso o de chapado de metal precioso (plaqué).
 - **7114** - Artículos de orfebrería y sus partes, de metal precioso o de chapado de metal precioso (plaqué).
 - **7115** - Las demás manufacturas de metal precioso o de chapado de metal precioso (plaqué).
 - **7116** - Manufacturas de perlas finas (naturales) o cultivadas, de piedras preciosas o semipreciosas (naturales, sintéticas o reconstituidas).
 - **7117** - Bisutería.

B.2. Tamaño del mercado

México tiene más de **130 millones de habitantes**, la mayoría concentrados en áreas urbanas. Se trata de una **población joven**, con una edad media de 28,3 años. Por otra parte, aunque el poder adquisitivo de los mexicanos ha aumentado en los últimos años, hay que tener en cuenta que México es un país de grandes contrastes y complejidad. Existen **disparidades** a nivel regional, sectorial y social, y **desigualdades** notorias en la distribución de la riqueza que afectan a los patrones de consumo de bienes como la joyería y la bisutería.

México es un **país tradicionalmente joyero**. Es el tercer productor de joyas de plata desde tiempos prehispánicos, y uno de los mayores productores de plata y oro del mundo. Los principales centros de producción están ubicados en Guadalajara y Ciudad de México. El 70 % de la producción tiene lugar en **Jalisco**².

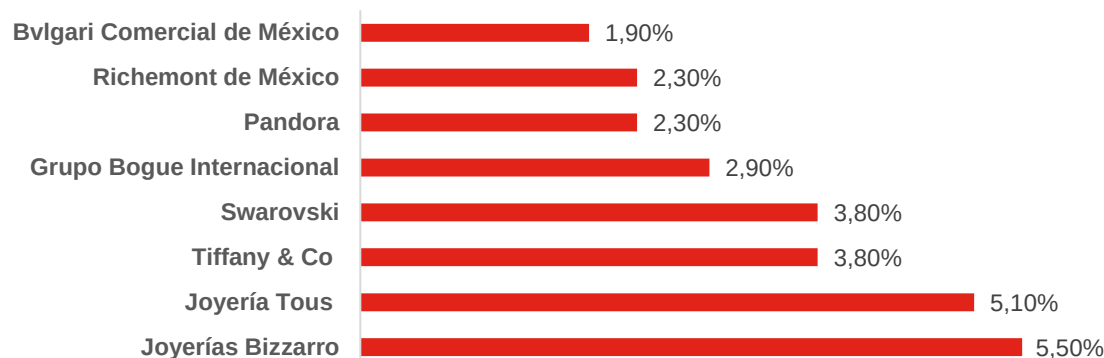
En general, la joyería mexicana es una **joyería artesana y tradicional**, consumida tanto por mujeres como por hombres. Los patrones de consumo varían en función de la edad y el estatus económico. La clase social con mayor poder adquisitivo opta por diseños más sofisticados e innovadores, mientras que el resto consume joyería en oro y plata más tradicional. La joyería a menudo forma parte de los momentos más memorables de los mexicanos; es un gesto simbólico para **ocasiones especiales** como bautizos, primeras comuniones o, simplemente, como un gesto de amor.

En lo que respecta a las empresas y la competencia, se trata de un **mercado disperso y heterogéneo**, en el que coexisten grandes empresas de prestigio internacional con negocios familiares. Joyerías Bizarro S.A. de C.V. es el líder a nivel de ventas con su marca BZR. Tiene más de 120 tiendas por todo el país y su propio *e-commerce*. Le sigue la española Tous con un 5,10 % de cuota de mercado³. La mayoría de las ventas se realizan a través de **joyerías independientes**, a pesar de la presencia de marcas como Tiffany & Co y Cartier.

² [Informador.mx, 2023. Guadalajara, referente de la joyería](#)

³ [Euromonitor, 2022. Analysis Passport. Jewelry in Mexico](#)

PRINCIPALES EMPRESAS DE JOYERÍA EN MÉXICO Y SUS CUOTAS DE MERCADO, 2022



Fuente: Elaboración propia a partir de datos de Euromonitor.

México es uno de los grandes referentes en joyería a nivel mundial. Actualmente, México exporta joyería y bisutería a más de 30 países. Las **exportaciones de joyería** han aumentado progresivamente en los últimos años. Sin embargo, en 2022 parecen haberse estancado, ya que los **451 MUSD** registrados no superan las cifras de 2021. Las de bisutería, sin embargo, a pesar de haberse recuperado de la pandemia, muestran peores cifras que en el periodo 2017-2019.

El **principal destino de las exportaciones es Estados Unidos** para ambas categorías. En el caso de la joyería (grupo en el que incluimos las partidas arancelarias 7113, 7114, 7115 y 7116), otros países a los que México exporta los productos de estas categorías son Canadá, Reino Unido, Colombia y Francia. **España es el octavo destino** de las exportaciones mexicanas de joyas. En lo que respecta a la bisutería, más del 90 % de las exportaciones se dirigen a EE. UU., mientras que el resto se dirigen a países centroamericanos⁴.

IMPORTACIONES, EXPORTACIONES, BALANZA COMERCIAL Y VALOR DE PRODUCCIÓN DE JOYERÍA Y BISUTERÍA EN MÉXICO

En millones de USD

	2017	2018	2019	2020	2021	2022
Importaciones						
Joyería	448,35	516,58	515,29	317,47	619,98	858,97
Bisutería	108,59	101,42	91,59	46,36	62,28	85,04
Exportaciones						
Joyería	307,35	357,82	315,29	266,22	459,84	451,18
Bisutería	26,16	29,85	23,06	17,83	21,77	21,81
Balanza comercial						
Joyería	-141,00	-158,76	-200,00	-51,26	-160,14	-407,9
Bisutería	-82,42	-71,57	-68,53	-28,53	-40,51	-63,23
Valor de producción						
Joyería*	133,53	138,01	152,11	121,71	191,76	222,27

* Joyería engloba las partidas arancelarias 7113, 7114, 7115 y 7116.

Fuente: Elaboración propia a partir de datos de TRADE MAP e INEGI, utilizando el tipo de cambio de peso a euro FIX de BANXICO de 16 de abril de 2023 (1 USD = 18,15 MXN).

⁴ [TRADE MAP, 2023](#)

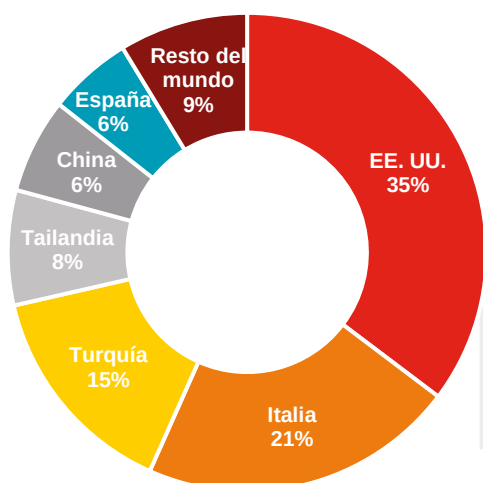
En el caso de las **importaciones**, después de un periodo de estancamiento y descenso en 2019-2020, han experimentado un crecimiento notable hasta rozar los **859 MUSD** en 2022. Las importaciones de bisutería, al igual que las de joyería, se han visto mermadas considerablemente desde 2017. En lo que respecta a la procedencia de las importaciones, los principales países de origen son Estados Unidos, Italia y Turquía, en el caso de la joyería. **España ocupa el sexto puesto** y destaca como el principal exportador de la partida arancelaria 7114 a México. En lo que respecta a la bisutería, la mayor parte de las importaciones proceden de China, seguida de Estados Unidos, Italia y Tailandia⁵.

Como resultado, México presenta una **balanza comercial negativa** en el comercio internacional de joyería y bisutería y, a pesar de ser un país productor, es también un importador neto de esta categoría de productos.

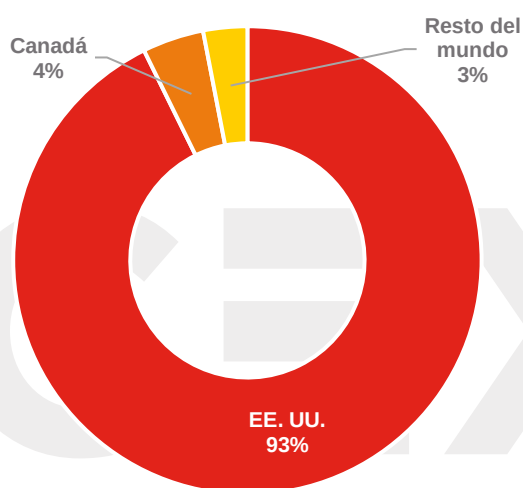
EXPORTACIONES E IMPORTACIONES DE JOYERÍA DE MÉXICO, 2022

Partidas arancelarias 7113, 7114, 7115, 7116

Origen de las importaciones



Destino de las exportaciones



Fuente: Elaboración propia a partir de datos de TRADE MAP.

B.3. Principales actores

- **Cámara de Joyería de Jalisco:** es la institución que representa, fortalece y difunde los intereses del sector joyero mexicano dentro y fuera del país. Está afiliada a la Confederación Mundial de Joyería y forma parte del Consejo de Moda de Jalisco. Además, organiza Expo Joya, una de las exposiciones de joyería más importantes de América Latina.

C. LA OFERTA ESPAÑOLA

En general, las marcas españolas gozan de una **percepción positiva** en el mercado mexicano. Esto se da también en el sector de la joyería, en el que los consumidores valoran el *made in* de los artículos. De este modo, existen numerosas marcas españolas presentes en México, la mayoría posicionadas en un **segmento medio-alto**.

México es el segundo mercado para la marca española **Tous**, que está presente en casi todos los estados. Cuenta con más de 130 tiendas en el país actualmente. Además, la marca planea trasladar parte de su producción a México para aprovechar la infraestructura en el manejo de metales como la plata⁶. El éxito de Tous radica en gran parte en

⁵ TRADE MAP, 2023

⁶ El Heraldo de México, 2022. "La marca de joyas Tous planea producir en México"

su cercanía y adaptación al contexto mexicano, en el que cuentan con colecciones especiales para el propio mercado y fechas significativas, además de con escuelas de joyería y programas de formación.

Otras marcas españolas presentes en el mercado de México son **Apodemia, Aristocrazy, Viceroy, Unode50, Facet Barcelona, PdePaola y Suárez**. Estas marcas suelen vender sus productos en **córneres o islas en los principales centros comerciales o tiendas departamentales del país**, como **Palacio de Hierro o Liverpool**. La excepción a esta tendencia es Tous que, además de estar presente en Palacio de Hierro, cuenta con tiendas propias en las principales ciudades del país.

D. OPORTUNIDADES DEL MERCADO

Según datos de Euromonitor (2022), la **bisutería** ha sido la categoría más dinámica en términos de ventas en 2022. Debido a la inestabilidad económica del país, las preferencias de los consumidores se están desviando de la joyería hacia la bisutería. Los fabricantes y minoristas están ayudando a impulsar la creciente demanda mediante el uso de diseños innovadores y la introducción de opciones más asequibles. Además, el comercio electrónico está ayudando a impulsar la demanda, ya que los consumidores tienden a ser más flexibles en el caso de la bisutería que en el de joyería, debido principalmente a su menor coste⁷.

En el caso de la joyería, según Euromonitor, el 87 % de las compras se realizan en persona, ya que la **experiencia de compra** es una parte fundamental de la compra de bienes de lujo. Conscientes de ello, las marcas están reestructurando la experiencia del consumidor para estimular la demanda y generar interés a través de, por ejemplo, *pop-ups* y tiendas temporales. En un mercado tan saturado como el mexicano, es fundamental **innovar en el punto de venta** y ofrecer servicios que, no sólo potencien la experiencia de compra, sino que también ayuden a las marcas a diferenciarse. Por ello, es importante también innovar a través de la **rotación** frecuente del producto, generando en el consumidor cierta sensación de urgencia a la hora de la compra.

Sin embargo, a pesar de la prevalencia del canal físico, el **canal online** está ganando cada vez más importancia gracias a la penetración creciente de Internet y la oferta de promociones y descuentos exclusivos *online*.

El consumidor mexicano normalmente adquiere joyería por razones sentimentales asociadas a momentos memorables y significativos. Estas compras suelen ser regalos para ocasiones especiales: bautizos, bodas, día de la madre, San Valentín, quinceañera, confirmaciones... Con la reactivación de este tipo de eventos después de la pandemia, las ventas de joyas se recuperaron en 2022. Una de las áreas que más ha contribuido a la recuperación de las ventas del sector han sido las bodas y las celebraciones de compromiso (se suele regalar anillo).

E. CLAVES DE ACCESO AL MERCADO

E.1. Distribución

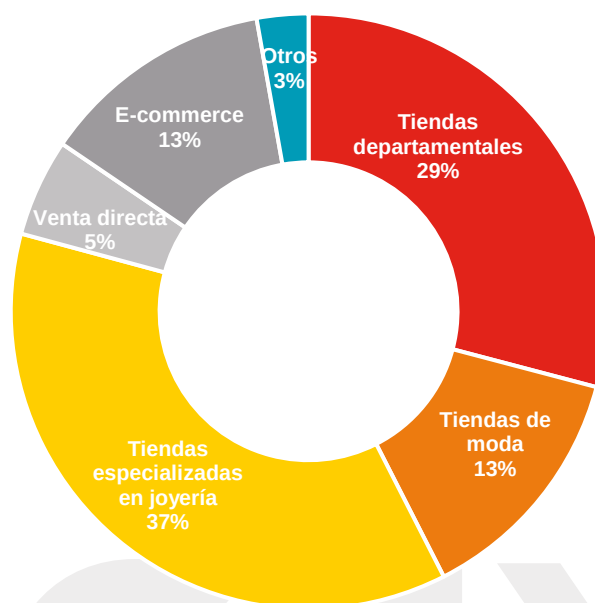
La joyería y la bisutería constituyen en México un sector muy **fragmentado**, con multitud de participantes, aunque depende de las características concretas del producto. Los principales actores en la cadena de distribución son los siguientes:

- **Centros joyeros:** distribuyen principalmente joyería de gama media o comercial. Se ubican en las zonas con mayor tradición joyera, como Guadalajara, Taxco o Ciudad de México.
- **Mayoristas:** se encuentran principalmente en los centros joyeros. Muchos de ellos, además de vender al por mayor, poseen sus propias tiendas en el canal detallista.
- **Cadenas de tiendas:** situadas generalmente en los centros comerciales.

⁷ Euromonitor, 2022. *Analysis Passport. Jewelry in Mexico*

- **Tiendas de joyería de gama alta:** situadas principalmente en Polanco y en los centros comerciales de las zonas más exclusivas de Ciudad de México. Junto a las principales firmas mexicanas se encuentran las tiendas de las grandes marcas internacionales como Cartier, Bulgari o Berget.
- **Aboneros:** se trata de vendedores a domicilio que suponen más del 10 % de las ventas del sector. Venden a plazos y su clientela se reduce principalmente a su círculo de conocidos. Suelen vender productos de calidad y precios bajos.
- **Tiendas departamentales:** muchas de las principales marcas de joyas presentes en el país cuentan con espacios en tiendas departamentales como Liverpool o Palacio de Hierro.
- **E-commerce:** el canal *online* ha adquirido un mayor peso en el sector en los últimos años y supone actualmente un 12 % de las ventas de joyería y bisutería⁸.

CANALES DE DISTRIBUCIÓN DE JOYERÍA Y BISUTERÍA, 2022



Fuente: Elaboración propia a partir de datos de Euromonitor.

E.2. Regulación aplicable y otros requisitos

- **Documentación necesaria** (además de la propia de una exportación):
 - Certificado de Origen: EUR-1 o mediante Número de Exportador Autorizado.
 - Conocimiento de Embarque.
 - Certificado de Libre Venta.
 - CFDI (Comprobante Fiscal Digital por Internet).
 - Complemento Carta Porte. Desde el 01/01/2022 es obligatorio añadirlo al CFDI.
- **Padrón de importadores y padrón sectorial.** Toda persona física o jurídica que desee importar está obligada a inscribirse en el Padrón Nacional de Importadores de la Secretaría de Hacienda y Crédito Público (SHCP), así como en el padrón sectorial propio del giro al cual pertenezca el producto.
- Contratar los servicios de una **comercializadora o agente aduanal** (si el monto es superior a 1.000 USD).
- **Normas Oficiales Mexicanas (NOM):**
 - [NOM-033-SCFI-1994](#), define las directrices en materia de etiquetado y composición de los productos de joyería.
 - [NOM-008-SCFI-2002](#), sobre el sistema general de unidades de medida.
 - [NOM-050-SCFI-2004](#), define las directrices en materia de etiquetado general de los productos.

Hay que señalar que no existe equivalencia con respecto a la legislación comunitaria, por lo que es importante verificar el cumplimiento de la normativa mexicana, incluyendo la evaluación de conformidad que sea exigible.

⁸ Euromonitor, 2022. *Analysis Passport. Jewelry in Mexico*



Gracias al Tratado de Libre Comercio entre México y la Unión Europea, las partidas arancelarias de este estudio están **exentas de aranceles a la importación**, siempre que se demuestre que los productos han sido elaborados en la UE. Sí están sujetas al pago del **16 % de IVA**.

El **registro de la marca** a nivel internacional es vital para obtener la protección de la propiedad intelectual. En México, el registro de marca se realiza en el Instituto Mexicano de la Propiedad Industrial (IMPI).

E.3. Ayudas

- **ICEX Next:** Programa que combina el asesoramiento especializado para desarrollar el Plan de Negocio Internacional de cualquier pyme española que tenga un producto o servicio propio y/o marca propia, con una facturación superior a los 300.000 euros, salvo para *startups* de base tecnológica, con apoyo económico para promocionar la promoción exterior y su presencia en mercados seleccionados.

Más información en [Extracto de la Resolución de 25 de enero de 2022 de ICEX España Exportación e Inversiones, E.P.E. por la que se convoca para 2022 la concesión de subvenciones del «Programa ICEX Next de Iniciación y Consolidación de la Exportación» de ICEX España Exportación e Inversiones, E.P.E.](#)

E.4. Ferias

- **Expojoya:** www.expojoya.com.mx
- **Decoestilo** www.decoestilo.com.mx

F. INFORMACIÓN ADICIONAL

- **Asociación de Normalización y Certificación, A.C. (ANCE)**
Lázaro Cárdenas 869, Nueva Industrial Vallejo, C.P. 07700, Ciudad de México
Tel: +52 44 5747 4550
Web: www.ance.org.mx
- **Cámara de Joyería de Jalisco**
Av. Faro 2350, Fracc. Verde Valle, C.P. 44540, Guadalajara, Jalisco
Tel: +52 33 3121 9238
Web: [Cámara de Joyería \(camaradejoyeria.com.mx\)](http://camaradejoyeria.com.mx)
- **Entidad Mexicana de Acreditación (EMA)**
Mariano Escobedo No 564, Col. Anzures, C.P. 11590, Ciudad de México
Tel: +52 55 9148 4300
Web: www.ema.org.mx
- **Instituto Mexicano de la Propiedad Industrial (IMPI)**
Periférico Sur 3106, Col. Jardines del Pedregal, Ciudad de México
Tel: +52 55 5624 0401
Web: <https://www.gob.mx/impj>

G. CONTACTO

La **Oficina Económica y Comercial de España en Ciudad de México** está especializada en ayudar a la internacionalización de la economía española y la asistencia a empresas y emprendedores en **México**.

Entre otros, ofrece una serie de **Servicios Personalizados** de consultoría internacional con los que facilitar a dichas empresas: el acceso al mercado de España, la búsqueda de posibles socios comerciales (clientes, importadores/distribuidores, proveedores), la organización de agendas de negocios en destino, y estudios de mercado ajustados a las necesidades de la empresa. Para cualquier información adicional sobre este sector contacte con:

Avda. Presidente Masaryk 473,
Polanco, 11530
Ciudad de México – México
Teléfono: (+52) 55 9138 6040
Email: mexico@comercio.mineco.es
<http://Mexico.oficinascomerciales.es>

Si desea conocer todos los servicios que ofrece ICEX España Exportación e Inversiones para impulsar la internacionalización de su empresa contacte con:

Ventana Global

913 497 100 (L-J 9 a 17 h; V 9 a 15 h) informacion@icex.es

Para buscar más información sobre mercados exteriores [siga el enlace](#)

INFORMACIÓN LEGAL: Este documento tiene carácter exclusivamente informativo y su contenido no podrá ser invocado en apoyo de ninguna reclamación o recurso.

ICEX España Exportación e Inversiones no asume la responsabilidad de la información, opinión o acción basada en dicho contenido, con independencia de que haya realizado todos los esfuerzos posibles para asegurar la exactitud de la información que contienen sus páginas.

AUTORA
Ángela Guerrero López

Oficina Económica y Comercial
de España en Ciudad de México
mexico@comercio.mineco.es
Fecha: 31/05/2023

NIPO: 114-23-013-7

www.icex.es



FICHAS SECTOR MÉXICO



ICEX España
Exportación
e Inversiones