

# Confección infantil en México

## A. CIFRAS CLAVE

El mercado mexicano de confección infantil es un sector maduro, donde destaca la concentración del volumen de ventas entre pocas compañías, especialmente en el segmento medio y medio-alto.

La ropa para bebés y niños fue la categoría con mayor crecimiento en **2023**, con un **aumento de ventas de valor minorista del 8 %**. En el caso de los productos españoles, destaca la venta de prendas de punto y vestidos de niña, frente a ropa de niño y prendas básicas características de las ventas por parte de las empresas mexicanas y estadounidenses de moda infantil presentes en el país.

PRINCIPALES INDICADORES	2021	2022	2023
Tasa de variación real del PIB (%) <sup>1</sup>	5 %	3,1 %	3,2 %
Var. PIB Industria manufacturera*	+3,0 %	+6,1 %	-1,0 %
Inflación media anual (%)	5,93 %	7,89 %	5,55 %
Participación del PIB industria textil en el PIB de la Industria manufacturera <sup>2</sup>	2,1 %	2,1 %	1,9 %
Ventas totales ropa infantil (millones de USD)	3.214	3.658	3.957
Cambio porcentual ventas ropa infantil (%)	11,1 %	13,8 %	8,2 %
Precio promedio unitario ropa infantil (USD)	2,8 USD	2,87 USD	2,91 USD

\* Variación anual a precios de 2018.

Fuente: Elaboración propia con datos de INEGI y Euromonitor

<sup>1</sup> <https://www.icex.es/content/dam/es/icex/oficinas/077/documentos/2024/11/anexos/informe-pais-mexico-agosto-2024.pdf>

<sup>2</sup> [https://www.inegi.org.mx/contenidos/productos/prod\\_serv/contenidos/espanol/bvinegi/productos/nueva\\_estruc/889463918141.pdf](https://www.inegi.org.mx/contenidos/productos/prod_serv/contenidos/espanol/bvinegi/productos/nueva_estruc/889463918141.pdf)

## B. CARACTERÍSTICAS DEL MERCADO

### B.1. Definición precisa del sector estudiado

Este estudio se centrará en analizar el sector de confección textil de prendas infantiles en México. En el país, la diferenciación de partidas arancelarias textiles entre ropa infantil y de adulto se define en el NICO, que hace referencia a los dos últimos dígitos de la partida arancelaria.

En este contexto, en las partidas con **10 dígitos la terminación en 01 es para bebés, 02 para niños y 03 para niñas**. Por tanto, en este estudio se hará referencia a las partidas pertenecientes a los **capítulos arancelarios 61 (Prendas de vestir de punto) y 62 (Prendas de vestir, excepto de punto)** y en cada una de ellas la terminación delimitará la prenda textil infantil.

Gracias al Tratado de Libre Comercio entre la Unión Europea y México (TLCUEM), las partidas arancelarias de los productos fabricados en la UE que pertenecen a los capítulos mencionados están exentas de arancel de importación.

### B.2. Tamaño del mercado

México, con una población de **131 millones de habitantes en 2023**, presenta grandes desigualdades que se han de tener en cuenta al segmentar el mercado objetivo. En cuanto al poder adquisitivo del mercado, en 2023 el **PIB per cápita se situó en 13.803 USD**, mientras que la estimación para 2024 asciende a 15.071 dólares.<sup>3</sup>

Según los datos de Statista, las **ventas totales de prendas de confección infantil** en México ascendieron a 3.957 millones de USD en 2023 y se prevé que aumenten **hasta 4.096 MUSD en 2024**. Los productos que han experimentado un mayor crecimiento han sido las prendas para bebés, los accesorios, las camisetas, los vestidos y las faldas.<sup>4</sup> No obstante, el aumento del valor no se ha visto reflejado en el crecimiento del **volumen de piezas vendidas**, que ha experimentado una **reducción del 6,4 % en 2023** respecto al año anterior, y se prevé que **disminuya hasta un 1,9 % en 2024**.<sup>5</sup>

El mercado objetivo para las empresas españolas de confección infantil en México se suele dirigir a un segmento medio-alto y alto que abarca en torno al 10 % de la población. En 2022 y 2023 las ventas a este segmento aumentaron; sin embargo, en 2024 se aprecia una ralentización, causada principalmente por la **emigración de este grupo hacia España y Estados Unidos**, la **dispersión de la oferta entre una gran cantidad de competidores**, el posicionamiento del **precio como factor crítico** en la toma de decisión, la **concentración de las ventas en tiendas departamentales** y la **desaceleración en la apertura de boutiques multimarca**.

#### VOLUMEN DE PRENDAS INFANTILES VENDIDAS, PRECIO MEDIO Y VENTAS EN MÉXICO 2023

Tipo de prendas	Volumen en millones de piezas	Precio medio por unidad en USD	Ventas en MUSD
Ropa bebés	83,8	2,57	215,2
Blazers	3,4	13,61	46,7
Accesorios y otras prendas	376	1,34	503,6
Abrigos y chaquetas	15,9	10,15	160,9
Vestidos y faldas	17,7	5,81	102,9
Jerséis, sudaderas y suéteres	134,4	3,4	456,5
Ropa de noche e interior	59,5	1,69	100,8

<sup>3</sup> <https://www.imf.org/en/Publications/WEO/weo-database/2023/October/select-subjects?c=273>.

<sup>4</sup> [Children's Apparel - Mexico | Statista Market Forecast](#)

<sup>5</sup> [Children's Apparel - Mexico | Statista Market Forecast](#)

Camisas y blusas	94,8	3,54	335,3
Calcetines	80,4	0,75	60,63
Ropa deportiva y de baño	41,4	8,25	341,3
Trajes y conjuntos	1	20,54	19,76
Medias y <i>Leggins</i>	38,9	0,54	21,16
Pantalones	196,1	4,29	842
Camisetas	215,2	3,49	750
<b>Total</b>	<b>1.358</b>	<b>2,91</b>	<b>3.957</b>

Fuente: Elaboración propia con datos de Statista<sup>6</sup>.

### B.2.1. Comercio exterior

#### IMPORTACIONES Y EXPORTACIONES DE LOS CAPS. 60 Y 61

Valor en millones de USD

	2019	2020	2021	2022	2023
<b>Importaciones</b>					
(61) Prendas y complementos, de vestir, de punto	2.125,94	1.755,53	2.599,22	3.470,40	3.636,84
(62) Prendas y complementos, de vestir, excepto de punto	1.821,05	1.281,73	1.632,59	2.330,34	2.614,79
<b>Exportaciones</b>					
(61) Prendas y complementos, de vestir, de punto	1.747,51	1.472,99	2.188,01	2.638,88	2.906,74
(62) Prendas y complementos, de vestir, excepto de punto	2.280,69	1.842,77	2.222,11	2.621,71	2.588,82

Fuente: Elaboración propia a partir de datos de Trademap.

#### ORIGEN DE LAS IMPORTACIONES MEXICANAS DE LAS SUBPARTIDAS DE NIÑOS, NIÑAS Y BEBÉS DENTRO DE LOS CAP. 61 Y 62 (2023)

Valor en millones de USD

	1 <sup>er</sup> lugar	2. <sup>o</sup> lugar	3 <sup>er</sup> lugar	España
(Subpartidas de niños, niñas y bebés dentro de 61) Prendas y complementos, de vestir, de punto	China (1.406,42)	Vietnam (303,11)	Bangladesh (300,77)	27. <sup>o</sup> (10,34)
(Subpartidas de niños, niñas y bebés dentro de 62) Prendas y complementos, de vestir, excepto de punto	China (973,77)	Bangladesh (287,54)	Vietnam (245,71)	18. <sup>o</sup> (19,12)

Fuente: Elaboración propia a partir de datos de Trademap.

<sup>6</sup> <https://www.statista.com/outlook/cmo/apparel/children-s-apparel/mexico?currency=USD#revenue>

### B.3. Principales actores

- **Cámara Nacional de la Industria del Vestido (CANAIVE):** <http://canaive.mx/> +52 (55) 55 88 78 22
- **Cámara Nacional de la Industria Textil (CANAINTEX):** [www.canaintex.org.mx](http://www.canaintex.org.mx) +52 (55) 5280 8637
- **Asociación Mexicana de Productores del Vestido (AMPV):** <https://ampv.mx/> + 52 (55) 1303 6655
- **Asociación Nacional de tiendas de autoservicio y departamentales (ANTAD):** <https://antad.net/> +52 (55) 5580 9900
- **Consejo Empresarial Mexicano de Comercio Exterior, Inversión y Tecnología (COMCE):** <https://www.comce.org.mx/>
- **Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI):** <https://www.inegi.org.mx/>
- **Aduana de México (ANAM):** <https://anam.gob.mx/> + 52 (55) 9990 6101

## C. LA OFERTA ESPAÑOLA

La percepción del producto español en México es altamente positiva, asociándose directamente con la calidad superior y el diseño distintivo. En este contexto, la oferta de prendas de confección infantil de origen español es amplia y abarca todas las categorías de producto.

Sin embargo, los especialistas del sector destacan que, en el mercado mexicano, las marcas españolas sobresalen especialmente en las categorías de prendas de ceremonia y productos exclusivos para regalo. Estas categorías son las que registran mayores volúmenes de venta y presentan una ventaja competitiva significativa.

Este comportamiento del mercado responde a que el consumidor mexicano, en general, prefiere adquirir prendas básicas de algodón u otros materiales a través de marcas nacionales como Baby Creysi o extranjeras como Carter's, que ofrecen opciones más accesibles. Por otro lado, los consumidores de alto poder adquisitivo tienden a comprar este tipo de prendas básicas durante sus viajes a Estados Unidos o Europa, donde también tienen acceso a una mayor variedad de opciones.

En este contexto, las marcas españolas de confección infantil con mayor presencia en el mercado mexicano son **Zara, Massimo Dutti, Mayoral y Bóboli**. Adicionalmente, algunas de las marcas que tienen venta en México en la categoría de ropa para bebé, niño y niña son **Al agua patos, Quickas, Tutto Piccolo, Losan, Newborn, Babidu, Pan con chocolate, Cóndor, Foque y Fina Ejerique**. En el segmento de prendas de ceremonia están presentes marcas como **Hortensia Maeso** y en puericultura **Bimbidreams** y, por último, en la categoría de calzado destacan **Camper, Biomechanics, Agatha Ruiz de la Prada, Calzados Victoria, IGOR y Pretty ballerinas**.

### PRINCIPALES EMPRESAS DE CONFECCIÓN INFANTIL EN MÉXICO EN 2023

Por cuota de mercado

Marcas	Cuota de mercado	Marcas	Cuota de mercado
Baby Creysi	6,6 %	Doguito	1,7 %
Milano	5,1 %	C&A	1,6 %
Carter's	2,4 %	Adidas Kids	1,3 %
Yale de México	2,0 %	H&M	1,3 %
Zara Kids	2,0 %	Oshkosh B'Gosh (Carter's)	1,3 %
Massimo Dutti	1,7 %	Shein	1,2 %

Fuente: Elaboración propia con datos de Euromonitor.

## D. OPORTUNIDADES DEL MERCADO<sup>7</sup>

Con respecto a la categoría de productos, destaca la venta de **vestidos para ocasiones especiales, ropa de ceremonia, productos para bebé y prendas de punto**. El **segmento de niña ocupa un 70 %** del volumen de mercado frente al de niño, resaltando la categoría de entre 12 y 16 años, donde se percibe una laguna de oferta entre las marcas presentes en el país. Hasta el momento, este segmento de población lo están cubriendo las grandes cadenas como **Zara** y **H&M**.

Cabe destacar la **estacionalidad del volumen de ventas**, concentradas en el **segundo semestre del año** debido a la demanda de regalos y productos más elegantes, lo que representa una oportunidad para las empresas españolas. Esta temporada también se caracteriza por un mayor número de descuentos para los consumidores finales en los principales puntos de venta del país.

En cuanto al esquema comercial, los expertos resaltan los costes asociados al modelo de distribución, dado que el margen de ganancia de los socios distribuidores alcanza el 20 % o más. **El retail multiplica por entre 2,3 y 2,5 el precio al consumidor final**.

Es necesario a su vez que el socio mexicano disponga del padrón de importación general y sectorial y por ello, se subraya la conveniencia de contar con un **socio importador/distribuidor**, que tenga experiencia en el sector, especialmente durante las primeras etapas de entrada en el mercado mexicano.

En el caso de establecer una filial, los expertos señalan el beneficio de contar con una red de agentes comerciales repartidos por áreas geográficas y la **contratación de un “Master File”** con un agente aduanal para facilitar los trámites de importación. Además, resaltan la importancia de que el agente aduanal clasifique la mercancía, para que el posterior despacho de la aduana sea conforme a los requisitos que se establezcan en dicha fracción arancelaria.

Para la **venta en el canal del comercio electrónico**, los envíos son gratuitos para pedidos de hasta 50 dólares, y para compras entre 50 y 1.000 USD, las empresas pueden beneficiarse de una **tasa preferencial fija del 19 %** sobre el precio del producto, que puede ser absorbida por la empresa o repercutida al cliente. Sin embargo, uno de los principales desafíos de la venta *online* es la limitación en el número de prendas permitidas por pedido en ciertas aduanas. Además, el Gobierno ha presentado un anteproyecto que aborda la evasión de impuestos en este canal de venta, considerando la posibilidad de requerir la intervención de un agente aduanal para garantizar el cumplimiento de las Normas Oficiales Mexicanas (NOM) específicas para cada producto.

Adicionalmente, la reciente **subida de los aranceles hasta un 35 % para determinadas partidas** arancelarias, como zapatos y gorros producidos en Asia, presenta una oportunidad para las empresas fabricantes de España o Europa que están exentas de arancel a la importación desde México.

### D.1.1. Recomendaciones

- Priorizar la inversión en la consolidación de la marca durante los primeros años de entrada en el mercado, incluso si esto implica reducir los márgenes de utilidad iniciales.
- Enfocar los esfuerzos en un crecimiento progresivo y sostenible, evitando estrategias de ventas masivas en las campañas iniciales para construir una base sólida.
- Profundizar en el entendimiento del mercado, reconociendo su dinámica de ventas estacionales y la alta rotación de productos como elementos clave para el éxito.

<sup>7</sup> Las oportunidades planteadas en este apartado de la ficha están basadas en las conversaciones mantenidas con responsables de Mayoral, Bóboli, tiendas multimarca e importadores mexicanos en 2024.

## E. CLAVES DE ACCESO AL MERCADO

### E.1. Distribución

Los canales de distribución principales para las empresas españolas de confección infantil son los siguientes:

- **Venta al por mayor (Importadores / Distribuidores)**
  - Compran la mercancía directamente a la marca española, se hacen cargo de la logística de importación y posteriormente la distribuyen entre tiendas multimarca y/o tiendas departamentales.
- **Venta al por menor en tiendas físicas**
  - Minoristas especializados en venta de ropa y calzado: tienen una gran variedad de ese tipo de productos y engloban las tiendas multimarca de moda infantil y calzado como Enfance, Pachus, Paty Bueno, La Bodega del Bebé, Rikiran, Georgie Boy, Baby Luna, Hooray, Annitzy Collection, entre otras.
  - Tiendas departamentales: cuentan con gran variedad de productos y marcas. Disponen de departamentos de importación y pueden realizar directamente la compra de la mercancía a las marcas españolas, gestionando los volúmenes y márgenes comerciales. Destacan El Palacio de Hierro, Liverpool, Coppel y Sears, entre otros.
  - Hipermercados: Además de comestibles, comercializan moda infantil con un tique promedio menor que las tiendas departamentales. Walmart, Chedraui, La Comer y Soriana son algunas de las cadenas más importantes del país.
  - *Discounters*: son tiendas que cuentan con un número de referencias inferior a los hipermercados, pero con precios muy competitivos. Los más importantes en México son 3B y Miniso.
  - Tiendas de artículos deportivos: incluyen también moda infantil. Decathlon, Deportes Martí, Innovasport o Mundo Deportivo tienen una gran capacidad de venta en el país, enfocados en un tipo de producto concreto.
- **Venta al por menor a través de e-commerce**
  - Tienda en línea propia: las marcas pueden vender sus productos enviando la mercancía a través de empresas logísticas como UPS al consumidor final. No obstante, existen restricciones con precios mínimos exigibles, precios máximos exentos de tasas y cantidades limitadas de producto en determinadas aduanas del país.
  - *Marketplaces*: Mercado libre posee el 57 % de cuota de mercado en México, seguido de Amazon con 54 %, Walmart 37 % y Liverpool 26 %. En Mercado libre en concreto, la venta por categorías se reparte como sigue: 65 % calzado, 51 % ropa, 38 % accesorios.

En relación con los canales de distribución, las oportunidades para las empresas españolas se centran en **tiendas departamentales a través de un importador/distribuidor**, *boutiques multimarca* y **tiendas propias**.

### E.2. Legislación aplicable y otros requisitos

#### E.2.1. Aranceles

En virtud del **Tratado de Libre Comercio** firmado entre México y la Unión Europea, los productos textiles están exentos de gravamen a la importación siempre que certifiquen el origen europeo del producto.

- 16 % de IVA calculado sobre el precio de compra más el arancel.
- Productos procedentes de Asia hasta 25 % de gravamen para prendas de vestir, que en el caso de gorros textiles alcanza el 35 %.





Estos son los documentos necesarios para la exportación:

- Certificado de Origen: EUR-1 o mediante Número de Exportador Autorizado.
- Conocimiento de Embarque.
- CFDI (Comprobante Fiscal Digital por Internet).
- Complemento Carta Porte. Desde el 01/01/2023 es obligatorio añadirlo al CFDI.

### E.2.2. Requisitos a la importación

- Para llevar a cabo importaciones de textiles y calzado en el mercado mexicano, es necesario que el exportador cuente con el apoyo de una empresa de transporte o logística especializada y un importador mexicano que disponga de los siguientes derechos con el fin de introducir la mercancía en el país:
  - Inscripción en el **padrón general de importadores** del Servicio de Administración Tributaria (SAT).
  - Desde 2015 es necesaria la inscripción para la obtención de **padrones específicos** por sectores: Padrón de importación específica del sector: textil, confección y calzado.
- Cumplir con los precios mínimos de ciertas subpartidas arancelarias estimados por la Secretaría de Hacienda y Crédito Público. El objetivo es combatir los efectos de la subvaluación de estas. Se pueden consultar los precios estimados de las partidas arancelarias en el siguiente [enlace](#).
- Permiso automático ante la Secretaría de Economía, únicamente cuando se importen de forma definitiva y el precio unitario de las mercancías sea inferior al precio estimado conforme al Anexo 4 de la “Resolución que establece precios estimados por la SHCP”. El permiso se presenta por medio de la Ventanilla Digital, en términos del Numeral 10 Bis del Anexo 2.2.1. del “Acuerdo por el que la SE emite reglas y criterios de carácter general en materia de comercio exterior”. Los criterios y requisitos para otorgarlo están contenidos en el Numeral 7 Bis II del Anexo 2.2.2.
- Normativa de importación textil: NOM y NMX
  - [NOM-004-SE-2021](#), Información comercial-Etiquetado de productos textiles, prendas de vestir, sus accesorios y ropa de casa (cancela a la NOM-004-SCFI-2006). De obligado cumplimiento.
  - [NMX-R-116-SCFI-2021](#), Información comercial-etiquetado electrónico general de productos requisitos y especificaciones. Norma de carácter voluntario.

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

### E.3. Ayudas

Nacional Financiera ([NAFIN](#)) ofrece financiación en el ámbito nacional a las micro, pequeñas y medianas empresas de la industria textil, del vestido y de la moda para impulsar su modernización, innovación y desarrollo.

### E.4. Ferias

**IM INTERMODA Expo Guadalajara:** Es la única feria de moda de México de cierta relevancia. Según los expertos del sector, la oferta de moda infantil se concentra en productos de nivel medio, sin alta costura y con gran presencia de productos de origen asiático. Adicionalmente, los importadores mexicanos resaltan que su búsqueda de nuevos proveedores se lleva a cabo a través de visitas a las ferias de moda en Italia, Francia y a la Feria Internacional de Moda Infantil y Juvenil en Valencia.

## F. INFORMACIÓN ADICIONAL

Mi bebé y yo: <https://mibebeyyo.mx/>

## 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 México, 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:

Av. Presidente Masaryk, 473  
Col. Polanco 11530  
Ciudad de México  
Teléfono: +52 (55) 9138 6040  
Correo electrónico: [mexico@comercio.mineco.es](mailto: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](mailto: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

Lucía Izco Gómara

Oficina Económica y Comercial  
de España en Ciudad de México  
[mexico@comercio.mineco.es](mailto:mexico@comercio.mineco.es)

Fecha: 12/12/2024

© ICEX España Exportación e Inversiones, E.P.E.

NIPO: 22424012X

[www.icex.es](http://www.icex.es)



FICHAS SECTOR MÉXICO



**ICEX** España  
Exportación  
e Inversiones