

Confección masculina y femenina en México

A. CIFRAS CLAVE

La industria textil y de la confección es una de las más importantes en México. Además, este gran mercado se configura como un destino interesante para las empresas españolas del sector de la confección por el 10% de la población con un poder adquisitivo muy alto y una clase media y media-alta incipiente, que comienza a estar familiarizada con las prendas de importación. La sociedad mexicana es muy marquista y con gran reconocimiento de las firmas europeas y españolas.

DATOS 2017	
Extensión (km ²)	1.964.375
Población (mill. habitantes)	123,6
PIB 2017* (mill. USD)	1.212.831
PIB Per Cápita (USD)	9.723
Volumen de ventas de ropa (mill. unidades)	1.325,4
Valor de ventas de ropa (mill. USD)	13.691,4
Balanza comercial	Positiva

B. CARACTERÍSTICAS DEL MERCADO

B.1. Definición precisa de las actividades / productos que conforman el sector estudiado

El presente estudio se va a centrar en la confección textil femenina y masculina, por lo que los productos objeto de análisis serán aquellos incluidos dentro de los capítulos arancelarios 61 (Prendas de vestir de punto) y 62 (Prendas de vestir, excepto de punto).

Código Arancelario	Producto
61	Prendas de vestir de punto
62	Prendas de vestir excepto de punto

61. Prendas de vestir de punto

- 6101. Abrigos, capas, anoraks, cazadoras y artículos similares de punto para hombres y niños, excepto partida 6103.
- 6102. Abrigos, capas, anoraks, cazadoras y artículos similares para mujeres y niñas, excepto partida 6104.
- 6103. Trajes, chaquetas, pantalones de punto, para hombres y niños, excepto los de baño.
- 6104. Trajes, vestidos, pantalones y artículos similares de punto, para mujeres y niñas, excepto los de baño.
- 6105. Camisas, polos de punto para hombres y niños.
- 6106. Camisas, blusas, polos de punto para mujeres y niñas.
- 6109. Camisetas de punto.
- 6110. Jerséis y cárdigan.

62. Prendas de vestir, excepto de punto

- 6201. Abrigos, capas, anoraks, cazadoras y artículos similares no de punto para hombres y niños, excepto partida 6203.
- 6202. Abrigos, capas, anoraks, cazadoras y artículos similares no de punto para mujeres y niñas, excepto partida 6204.
- 6203. Trajes, chaquetas, pantalones no de punto, para hombres y niños, excepto los de baño.
- 6204. Trajes, vestidos, pantalones y artículos similares no de punto, para mujeres y niñas, excepto los de baño.
- 6205. Camisas, polos no de punto para hombres y niños.
- 6206. Camisas, blusas, polos no de punto para mujeres y niñas.

B.2. Tamaño del mercado

México tiene una población estimada actual de 123,6 millones de habitantes, con una demanda en constante aumento. Según el Fondo Monetario Internacional (<http://www.imf.org>), el PIB per cápita en México en 2016 fue de 8.807 dólares, mientras que en 2017 ascendió a 9.304 dólares, siendo los estados de Ciudad de México, Nuevo León, Campeche y Quintana Roo los más ricos de toda la República Mexicana. Por ello, se debe tener en cuenta, a la hora de abordar el mercado mexicano, de que existen desigualdades en la distribución de la riqueza y que gran parte de la población vive en extrema pobreza.

En este sentido, cabe destacar que el crecimiento del consumo que ha tenido lugar en los últimos años ha tenido un mayor impacto en la población de mayores ingresos, tal y como se recoge en la "Encuesta Nacional de Ingresos y Gastos de los Hogares" que elabora el Instituto Nacional de Estadística, Geografía e Informática (INEGI).

Una de las consecuencias de esta desigualdad en la distribución de la renta, es que los hogares de menores ingresos destinan parte importante de su gasto a bienes de consumo básico, mientras que existe una parte de la población con un nivel adquisitivo muy elevado que consume todo tipo de productos y servicios de gama alta y a la que se dirige una importante proporción de las importaciones de moda.

Así, según datos de Euromonitor, las **ventas de prendas de vestir** en México, teniendo en cuenta los precios de venta en el canal minorista, ascendieron a **13.783 millones de dólares** en el año 2017 y se estima un crecimiento para 2022 hasta alcanzar los **16.645 millones de dólares**.

Para llevar a cabo la estimación del mercado de la confección en México, no sólo se van a considerar los datos de ventas, también se tendrán en cuenta los datos de producción, importaciones y exportaciones de las partidas arancelarias anteriormente mencionadas 61 y 62. No obstante, conviene aclarar que la categoría "prendas de vestir" engloba todos los productos incluidos en los capítulos arancelarios 61, 62 y 63, por lo que tanto el valor de las ventas minoristas como el de la producción nacional serán superiores a los correspondientes a las partidas objeto de estudio en el presente trabajo.

APROXIMACIÓN AL TAMAÑO DEL MERCADO

Valores en millones USD

	2013	2014	2015	2016	2017
Producción*	6.762,01	6.901,44	No disponible	No disponible	No disponible
Importaciones	1.369.011,8	1.532.841,87	1.597.403,51	1.598.725,21	1.560.788,60
Exportaciones	2.680.034,49	2.705.217,07	2.571.090,98	2.362.415,17	2.271.251,04

Fuente: Euromonitor (*) y Sistema de Información Arancelaria Vía Internet de la Secretaría de Economía (SIAVI).

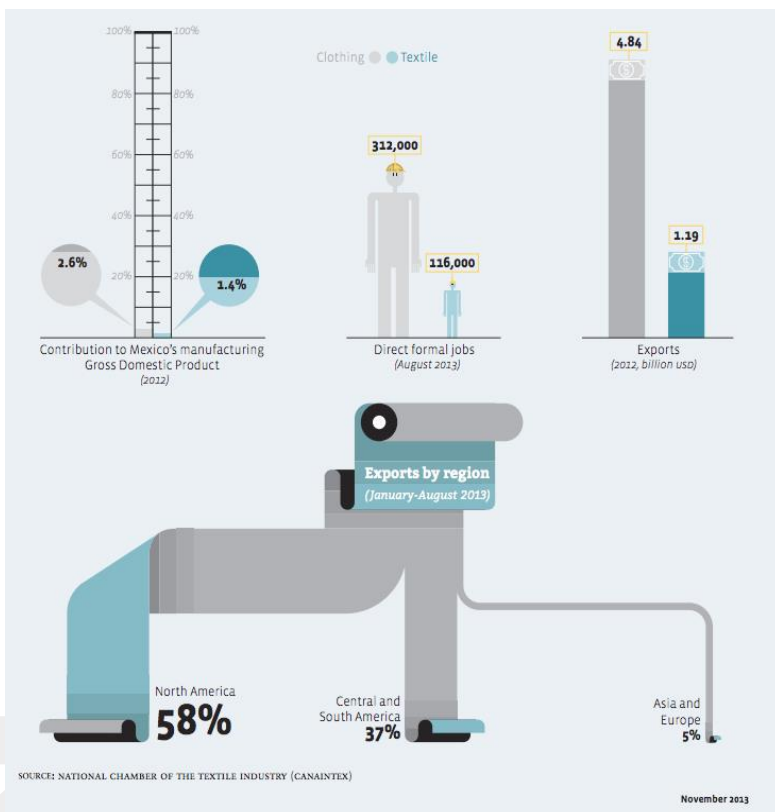
Como se puede observar en la tabla, México es un país netamente exportador de textiles, ya que cuenta con una industria maquiladora muy significativa, por lo que la industria textil y de confección es considerada una de las más importantes y con mayor peso del país.

Por otra parte, las importaciones se caracterizan por ser, o bien muy baratas, siendo China el principal exportador de productos textiles a México, además de otros países asiáticos; o bien de buena calidad y diseño, dirigidas a un público de mayor poder adquisitivo, siendo EE. UU. el segundo exportador de insumos textiles.

Respecto a las exportaciones de insumos textiles fabricados en México, cabe destacar que los principales clientes del país son EE. UU. y Canadá.

En México, la industria textil consta aproximadamente de 20.000 empresas que producen un 10% del PIB del sector manufacturero, de las que el 90% son pymes que crean alrededor de un millón de empleos directos e indirectos. A nivel nacional, la industria textil y de confección es una de las más importantes al aportar el 2,8% del PIB manufacturero además de generar uno de cada diez empleos de este mismo sector.

La producción nacional la forman en su mayoría prendas de poca calidad y escaso componente de diseño, dirigidas a un comprador de nivel económico medio-bajo y bajo. Esto se debe a que la industria se está renovando de forma muy lenta y no se ha invertido demasiado en adquisición de maquinaria ni en formación.



Fuente: ProMexico (<http://mexicobusinessfashion.promexico.gob.mx/>)

B.3. Principales actores

CÁMARA NACIONAL DE LA INDUSTRIA DEL VESTIDO (CANAIVE)

Tolsá 54
Col. Centro, Deleg. Cuauhtémoc
06040 Ciudad de México
Teléfono: +52 (55) 55 88 78 22
Fax: +52 (55) 55 78 62 10
Mail: info@canaive.org.mx
Web: <http://canaive.org.mx/index.php>

CÁMARA NACIONAL DE LA INDUSTRIA TEXTIL (CANAINTEX)

Plinio, 220 Colonia Polanco
11510, Ciudad de México
Tel: +52 (55) 5280 8637
Fax: +52 (55) 5280 3973
Web: www.canaintex.org.mx



CÁMARA MEXICANA DE LA INDUSTRIA TEXTIL CENTRAL

Avenida 11 Sur, 2104 1er piso
Colonia Santiago Centro
72000, Puebla
Tel: +52 (222) 243 42 00/ 243 42 94
Fax: +52 (222) 237 38 76/ 243 45 77
Web: www.textilmexicana.com

ASOCIACIÓN NACIONAL DE TIENDAS DE AUTOSERVICIO Y DEPARTAMENTALES (ANTAD)

Horacio 1855 piso 6º Colonia Chapultepec Morales
11570, Ciudad de México
Tel: +52 (55) 5580 1772
Fax: +52 (55) 5395 2610
Web: www.antad.org.mx

CONSEJO EMPRESARIAL MEXICANO DE COMERCIO EXTERIOR, INVERSIÓN Y TECNOLOGÍA (COMCE)

Lancaster, 15 piso 2 y 3 Colonia Juárez
06600, México DF
Tel: +52 (55) 5231 7100
Web: www.comce.org.mx

CÁMARA NACIONAL DE COMERCIO (CANACO)

Paseo de la Reforma, 42 Colonia Centro
06018, México DF
Tel: +52 (55) 5592 2665 / 5592 2677
Web: www.ccmexico.com.mx

CÁMARA INTERNACIONAL DE COMERCIO DE MÉXICO (ICC MÉXICO)

Avenida Insurgentes Sur nº 950 1er piso
Colonia Del Valle
03100, México DF
Tel: +52 (55) 5687 2203 / 5687 2207
Fax: +52 (55) 5687 2628
Web: www.iccmex.org.mx

INEGI (INSTITUTO NACIONAL DE ESTADÍSTICA, GEOGRAFÍA E INFORMÁTICA)

www.inegi.com.mx

SE (SECRETARÍA DE ECONOMÍA)

www.economia.gob-mx

SIEM (SISTEMA DE INFORMACIÓN EMPRESARIAL MEXICANO)

www.secofi-siem.gob.mx

ADUANA DE MÉXICO

www.aduanas.gob.mx

DIREXPO (DIRECTORIO DE EXPOSITORES Y FERIAS DE MÉXICO)

www.direxpo.com/



PROMÉXICO

<http://www.promexico.gob.mx>

Fideicomiso público sectorizado a la Secretaría de Economía del Gobierno Federal que se encarga de fortalecer la participación de México en la economía internacional y la actividad exportadora de sus empresas.

DIRECCIÓN EN MEXICO:

Camino a Santa Teresa, 1679

Colonia Jardines del Pedregal

Delegación Álvaro Obregón

01900 México D.F.

Teléfono: +52 (55) 5447-70-00

Web: www.promexico.gob.mx

DIRECCIÓN EN ESPAÑA:

Carrera San Jerónimo, 46 – 2º piso

28014 Madrid

Teléfono: +34 91420-20-17

Fax: +34 91420-27-36

Erika Salazar Directora

Mail: cc.espana@promexico.gob.mx

C. LA OFERTA ESPAÑOLA

México sigue siendo un mercado muy importante para las empresas españolas de confección femenina, como corrobora el paulatino aumento de marcas españolas en el mercado mexicano y la buena aceptación de las mismas por parte del consumidor.

La **moda femenina** española gusta mucho, ya que es más tradicional, por lo general, que el resto de la moda que viene de Europa y se ajusta mucho al gusto de la consumidora mexicana, que es más clásica. El principal problema que se encuentran las empresas españolas es precisamente que la consumidora es muy marquista, y las marcas españolas reconocidas en México son las de grupos internacionales. Es por ello por lo que existen empresas españolas que, aunque cuentan con un producto de gran calidad y diseño, a la hora de querer entrar en México posicionándose en un segmento medio-alto encuentran problemas, ya que su marca no es lo suficientemente conocida por el público mexicano para pagar unos precios relativamente altos.

En el caso de la **confección masculina**, los profesionales del sector reconocen la moda española como una de las de mayor calidad, equiparándola con la italiana. No obstante, el consumidor mexicano continúa asociando el producto italiano con moda fina, de diseño y calidad, por lo que al igual que sucede con otros mercados, en ocasiones se elige antes la moda italiana que la española por la imagen que tiene Italia asociada al mundo de la moda, a pesar de que el producto español pueda ser de mejor calidad y diseño.

Por lo general, ya sólo con ser "*Made in Spain*" el consumidor le otorga un prestigio al producto, lo que ayuda a que crezcan las ventas, pero para alcanzar un mayor reconocimiento, sería necesario un mayor impulso promocional y, por ello, resulta importante que se lleve a cabo una inversión de cara a fortalecer la imagen de marca, antes de abordar el mercado mexicano.

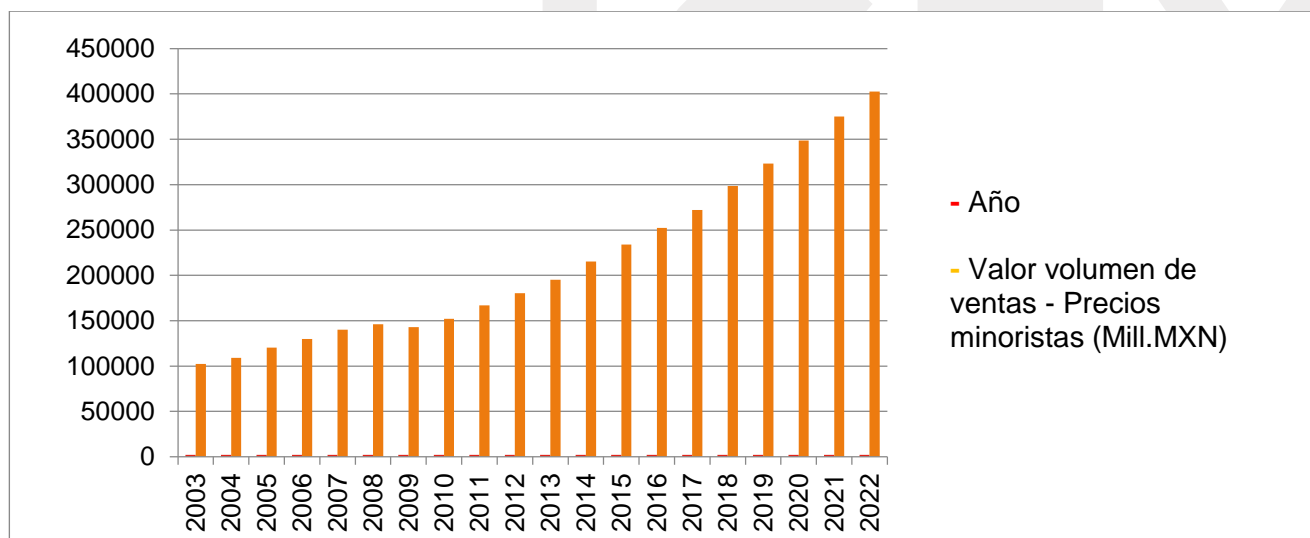
PRINCIPALES MARCAS MASCULINAS 2017	PRINCIPALES MARCAS FEMENINAS 2017
Levi Strauss	Zara México
Yale de México	Vicky From
Controladora Milano	Ditex
27 Micras Internacional	Controladora Milano
Zara México	Bershka México

Fuente: Euromonitor.

Asimismo, cabe destacar que son muchas las empresas españolas implantadas en el mercado mexicano, bien a través de tiendas propias, departamentales o tiendas multimarca, y por lo tanto, la oferta de confección española se encuentra en un constante y continuo crecimiento. Entre éstas, se encuentran: Grupo Inditex, Bimba y Lola, Adolfo Domínguez, Grupo Cortefiel o Mango.

D. OPORTUNIDADES DEL MERCADO

El mercado de la moda en México sigue ofreciendo oportunidades interesantes para las empresas españolas del sector. Como se muestra en el gráfico, las ventas de prendas de vestir han ido evolucionando durante los últimos años y además, se prevé que éstas se mantengan a lo largo de los próximos años y van a continuar desembarcando en el país nuevas cadenas de moda internacionales.



Fuente: Euromonitor.

No obstante, las empresas españolas que quieran vender sus productos en México deben tener en cuenta que se tienen que enfrentar a una serie de dificultades propias de un **mercado maduro**. Existe una gran competencia entre las marcas, lo que hace que sea necesario realizar un gran esfuerzo para poder entrar en canales tradicionales, como las tiendas departamentales.

Por otra parte, para tener presencia en el país mexicano a través de tiendas propias, bien en centros comerciales o bien a pie de calle, es necesario considerar la gran inversión que hay que realizar y es por esto por lo que sólo las empresas que poseen un gran músculo financiero se lo pueden permitir.

En este sentido, una buena puerta de entrada, para aquellas pymes españolas que tengan dentro de sus objetivos de internacionalización el mercado mexicano, sería dar con un agente o intermediario que se encargue de vender

sus productos a las tiendas departamentales o tiendas **multimarca**. Para ello, es necesario que la marca española cuente con cierta trayectoria en el mercado español y pueda ser reconocida por el consumidor mexicano.

La moda española en México se ha enfocado tradicionalmente a un segmento medio alto, tanto por cuestión de precios como por percepción de calidad por parte del consumidor mexicano. En este nicho de mercado siguen apareciendo oportunidades, ya que se trata de un segmento poblacional que está creciendo. Sin embargo, sería interesante no perder de vista el segmento medio, ya que en el mismo se ubican la mayoría de las grandes cadenas de moda internacionales que van a liderar el incremento de ventas previsto para los próximos años.

E. CLAVES DE ACCESO AL MERCADO

E.1. Distribución

En el mercado mexicano se distinguen cinco principales canales de distribución para las prendas de vestir: tiendas departamentales, tiendas multimarca, tiendas propias, franquicias y a través de e-commerce o comercio electrónico.

- **Tiendas departamentales:** Almacenes dirigidos a todo tipo de públicos en los que se comercializan diferentes marcas, o la propia marca abre su tienda. Entre éstos se encuentran El Palacio de Hierro, Liverpool, Sears...
- **Tiendas multimarca:** son tiendas en las que se pueden encontrar prendas de diferentes marcas. El número de estos establecimientos es reducido en México, y establecerse en este tipo de tiendas es complicado ya que se debe realizar a través de un importador o distribuidor que tenga acceso a las mismas.
- **Franquicias:** consiste en la relación comercial en la que el franquiciante decide utilizar este modelo con el fin de expandir el negocio que tenía originalmente y por el cual permite a terceras personas (los franquiciados) utilizar la marca que distingue a los productos o servicios que su compañía ofrece. En México, existen muchas empresas que deciden desarrollar su carrera a través del modelo de negocio de franquicia pero en muchas ocasiones resulta complicado encontrar franquiciados.
- **Tiendas propias (boutiques):** En los casos en los que se trata de una marca potente y con poder financiero, la marca decide establecerse en México a través de una tienda propia y es la misma marca quien se encarga de la importación de sus prendas para distribuir las directamente al cliente final o a las departamentales. En algunas ocasiones también actúan bajo el formato de franquicia. Son varias las marcas españolas que distribuyen así en México como: Bimba y Lola o Desigual.
- **E-commerce:** Canal de distribución electrónico en crecimiento tanto a través del establecimiento físico de las firmas en México como a través de *marketplaces* en cualquier lugar del mundo. Existen dos principales asociaciones que se dedican a apoyar a las empresas en su venta *online*:
 - **AMIPCI: ASOCIACIÓN MEXICANA DE INTERNET**
 - Representa a las empresas para orientar sus intereses hacia el desarrollo libre, responsable y seguro de Internet
 - Realiza estudios y eventos anuales que permiten conocer más sobre las tendencias en línea
 - **AMVO: ASOCIACIÓN MEXICANA DE VENTA ONLINE** – Constituida en 2014
 - Apoyo a empresas que buscan desarrollar su comercio electrónico
 - Empresas nacionales e internacionales de todos los sectores



E.2. Barreras reglamentarias y no reglamentarias

ARANCELES DE IMPORTACIÓN

El arancel aplicable en el caso de las importaciones realizadas desde países con los que México no tiene ningún tipo de acuerdo o tratado de comercio es del 35%. Este no es el caso de España, ya que en virtud del Tratado de Libre Comercio firmado entre México y la Unión Europea, los productos textiles se benefician de **gravamen 0%**.

- TCLAN → El arancel a la importación de productos procedentes de la UE: 0%
- 16% de IVA.
- Productos procedentes de Asia hasta 35% de gravamen.

REQUISITOS DE 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.
- Desde 2015 → Inscripción para la obtención de padrones específicos por sectores:
 - Padrón de importación específico del sector: textil y confección calzado.

NORMATIVA DE IMPORTACIÓN TEXTIL Y CALZADO: NOM Y NMX

- NOM-004-SCFI-2006: "INFORMACIÓN COMERCIAL-ETIQUETADO DE PRODUCTOS TEXTILES, PRENDAS DE VESTIR, SUS ACCESORIOS Y ROPA DE CASA"
- NMX-A-3758-INNTEX-2014: "Nueva Norma Oficial Mexicana de Etiquetado" Cuidado de artículos textiles – Especificaciones. "Textiles-Código de generación de etiquetas de cuidado con el uso de símbolos"

E.3. Ayudas si existen

Nacional Financiera ofrece **financiación** a las micro, pequeñas y medianas empresas de la industria textil, del vestido y de la moda a nivel nacional para impulsar la modernización, innovación y desarrollo de las empresas de la industria textil, del vestido y de la moda. Las ayudas consisten en:

- Crédito para capital de trabajo y activos fijos.
- Monto del crédito hasta 5 millones de pesos.
- Tasa máxima de interés anual: TIIE+8, o su equivalente en tasa fija.
- Plazo del crédito hasta 60 meses.
- Sin garantías reales para montos de hasta 2,5 millones de pesos, con aval u obligado solidario.

Por otra parte, también se ofrece ayudas el INADEM (Instituto Nacional del Emprendedor), un órgano administrativo desconcentrado de la Secretaría de Economía, que tiene por objeto instrumentar, ejecutar y coordinar la política nacional de apoyo a emprendedores y a las micro, pequeñas y medianas empresas, impulsando su innovación, competitividad y proyección en los mercados nacional e internacional para aumentar su contribución al desarrollo económico y bienestar social.

Por último, desde INADEM también se ofrece apoyo a las empresas que quieran constituir una franquicia a través del Programa de Financiamiento para la Adquisición de Franquicias. Se trata de créditos concedidos por la banca

comercial en condiciones preferenciales y en los que la Secretaría de Economía cubre la garantía. Estos créditos van desde los 100.000 hasta los 2 millones de pesos mexicanos para cubrir activos fijos y/o capital de trabajo a una tasa del 11,5% anual y plazo de pago hasta 54 meses incluyendo una comisión de apertura del 0,5%.

Asimismo, desde la Asociación Mexicana de Franquicias se ofrece el producto de financiación FINMEX, el cual ofrece diferentes tipos de créditos *ad hoc* para todo tipo de franquiciadores y franquiciados.

E.4. Ferias

- **IM Intermoda**

Expo Guadalajara (Guadalajara 17-20 julio 2018)

<http://intermoda.com.mx/>

- **ANPIC – La Feria de América**

Poliforum León (León 23-25 mayo 2018)

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

- **SAPICA – Feria Internacional del Calzado y Artículos de Piel**

Poliforum León (León 13-16 marzo 2018)

<http://sapica.com/>

- **EXINTEX**

Centro Expositor Puebla (Puebla 2-5 octubre 2018)

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

- **MERCEDES BENZ FASHION WEEK Mexico City**

Ciudad de México (22-27 abril 2018) y octubre 2018

<https://www.fashionweek.mx/>

icex

F. INFORMACIÓN ADICIONAL

INFLUENCERS MEXICANAS

- **Sofía Lascurain:** Esta *influencer* mexicana cuenta con 221K seguidores en Instagram. Su blog de moda, belleza y estilo de vida se llama *My Philosophie by Sofía Lascurain*. Está considerada como una de las 7 "It Girls" de México por CoolHunter México y recientemente fue nombrada embajadora de Kate Spade en México. Sofía ha colaborado con diferentes marcas internacionales y nacionales.
- **Fer Medina:** Es una de las *influencers* más importantes de México, cuenta con 55,3K seguidores en Instagram. Fernanda, inició su carrera como *blogger* en 2013 y además, escribe su propio blog *The Fashion State*.
- **Mariana Muñoz:** Es otra de las *bloggers* más influyentes de México, cuenta con su propio blog *Miss Black Book*. Cuenta con 51,8K seguidores en Instagram. Además, también cuenta con su propia marca de ropa de piel, ha sido modelo y colaboradora de varias revistas.



BLOGS

- **Fake Leather:** El blog de Adriana Gastélum, originaria de Tijuana -donde reside-, es representado por las redes Sensate y Socyalite. Lo empezó en el 2010 y ha alcanzado alta popularidad, podemos ver sus *looks* de estilo personal en revistas y portales internacionales.
- **Moda Capital:** Es el blog de Gaby Gómez; empezó en 2009 y actualmente tiene un alto número de seguidoras que se apoyan en sus *looks* para vestirse *fashion* sin la necesidad de un alto presupuesto. Gaby trabaja en campañas con varias marcas.
- **Oh My Dior!:** El blog de Nuria Díaz Masó es uno de los pioneros en México (se inició en 2010) y está enfocado al estilo de vida en general en un segmento *premium*. No es un blog de estilo, sino un espacio personal que abarca temas de moda, belleza, restaurantes y viajes, y recomienda productos de utilidad a los seguidores. Nuria es embajadora de varias marcas.
- **Latin Fashion News:** Se trata del blog de Gabriel Ibarzábal. Éste inició en 2010 su blog, en el que habla de noticias y tendencias de moda así como de las celebridades que asisten a los eventos de moda. No es un blog de estilo personal, sino más bien informativo. Constantemente Gabo viaja a eventos de moda internacionales.
- **Fashionblogmexico:** Es un blog de moda escrito por Esa y Pau, acerca de tendencias, consejos e ideas de cómo vivir la moda internacional en la realidad.

REVISTAS ONLINE Y OFFLINE

Modaes Latinoamericana: es el diario líder en información económica del negocio de la moda en Latinoamérica, especializado en generar información, prestar servicios y realizar actividades que dan respuesta a las necesidades de los profesionales de este importante sector económico. Tiene más de siete años de trayectoria empresarial con la misión de ser la mejor herramienta para ayudar en la toma de decisiones a la comunidad de profesionales del negocio de la moda.

Con edición en España (www.modaes.es) y Latinoamérica (www.modaes.com), el diario *online* Modaes se complementa con boletines diarios de noticias, la Revista Modaes.es o la colección de publicaciones Modaes Dossier. Por otro lado, Modaes ofrece también información de utilidad para los profesionales, tanto a través de informes y estudios como mediante la colección Modaes Guías, el directorio de empresas, la agenda de eventos o el centro de recursos.

Fashion Network: Portal para los profesionales de la moda, belleza y lujo. En este portal se pueden encontrar las noticias más actuales de moda a nivel internacional, así como ofertas de empleo en el sector y eventos que se celebrarán. Según los últimos datos a mayo del 2018 cuenta con unas 1.619 visitas diarias desde México y 24.367 de todo el mundo.

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 Masarik, 473
Col. Polanco
11530 Ciudad de México
Teléfono: +52 (55) 9138 6040
Email: mexico@comercio.mineco.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
900 349 000 (9 a 18 h L-V)
informacion@icex.es

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
Maider Nieto Taboada

Oficina Económica y Comercial
de España en México
Buzón oficial de la Oficina: mexico@comercio.mineco.es
Fecha: 30/05/2018

NIPO: 060-18-043-3

www.icex.es



FICHAS SECTOR MÉXICO



ICEX España
Exportación
e Inversiones