

Calzado y marroquinería en México

A. CIFRAS CLAVE

México es el 9.º productor mundial de calzado, con una producción en 2019 de 251 millones de pares. A pesar de su posición en el *top ten*, México ha desacelerado su producción en un 3,46 % frente a 2018. Es uno de los países con mayor apertura comercial. Principalmente, las importaciones mexicanas provienen de China, sin embargo España es el 6.º socio comercial del país, origen del 3 % de las importaciones en estos sectores.

La ventas de calzado en México en 2019 alcanzaron los 1.737 millones USD y las de marroquinería los 703 millones USD. Ambos datos son muy parecidos a los obtenidos en 2018, con un crecimiento inferior al 1 %. De acuerdo con los datos de INEGI, en 2019 la aportación al PIB de la cadena industrial en proveeduría cuero-calzado-marroquinería fue del 0,1 %.

		2019	2020	2021
Crecimiento PIB real	%	-0,1	-6,63	3,02
PIB per cápita	USD	10.118	n. d.	n. d.
Inflación	%	2,83	2,43	3,00
Cuenta corriente	% PIB	-0,19	-0,28	-0,40
Déficit fiscal	% PIB	-2,3	-4,2	-2,2
Población	millones	125,93	127,09	128,23
Ventas calzado	M USD	1.737	n. d.	n. d.
Ventas marroquinería	M USD	703	n. d.	n. d.

Fuente: Fondo Monetario Internacional, *World Economic Outlook Database*, abril de 2020.

B. CARACTERÍSTICAS DEL MERCADO

B.1. Definición precisa de los productos del sector estudiado¹

El sector del calzado pertenece al capítulo arancelario **64**, Calzado, polainas y artículos análogos; partes de estos artículos, del Sistema Armonizado, que, a su vez, se encuentra dividido en las siguientes partidas arancelarias:

- **64.01** Calzado impermeable con suela y parte superior de caucho o plástico, cuya parte superior no se haya unido a la suela por costura o por medio de remaches, clavos, tornillos, espigas o dispositivos similares, ni se haya formado con diferentes.
- **64.02** Los demás calzados con suela y parte superior de caucho o plástico.
- **64.03** Calzado con suela de caucho, plástico, cuero natural o regenerado y parte superior de cuero natural.
- **64.04** Calzado con suela de caucho, plástico, cuero natural o regenerado y parte superior de materia textil.
- **64.05** Los demás calzados.
- **64.06** Partes de calzado (incluidas las partes superiores fijadas a las palmillas distintas de la suela); plantillas, taloneras y artículos similares, amovibles; polainas y artículos similares, y sus partes.

En referencia a los productos que conforman el sector de la marroquinería, son principalmente los del capítulo **42** y más específicamente los de la partida **42.02**.

- **42** Manufacturas de cuero; artículos de talabartería o guarnicionería; artículos de viaje, bolsos de mano (carteras) y continentes similares; manufacturas de tripa.
 - **42.02** Baúles, maletas, maletines, incluidos los de aseo y los portadocumentos, portafolios, cartapacios, fundas y estuches para gafas, gemelos, cámaras fotográficas o cinematográficas, instrumentos musicales.
 - **42.03.30** Cintos, cinturones y bandoleras.

B.2. Tamaño del mercado

La industria del cuero y piel en México es un **factor clave para la economía**, una de las más consolidadas, y actualmente está integrada por más de 13.000 establecimientos. Se considera una **industria segura**, manteniendo su indicador de actividad estable. La industria del calzado es el principal eslabón de la cadena de cuero.² El calzado es un bien utilitario con un **consumo per cápita de 2,6 pares por año**, según datos del INEGI. La mayor parte de la **producción de calzado se concentra en cuatro estados**: Guanajuato, Jalisco, Estado de México y Ciudad de México.³

Según INEGI, el **principal segmento** productivo de la industria del calzado es la **fabricación de calzado con corte de piel y cuero**, seguido del calzado de tela y por último la fabricación de calzado de plástico. En el segmento de la marroquinería, el primero es la **fabricación de bolsos de mano, maletas y similares**, en segundo lugar el curtido y acabado de cuero y piel; y, por último, la fabricación de otros productos de cuero, piel y materiales sucedáneos.

Con la finalidad de **analizar las ventas durante estos últimos seis años**, se ha elaborado el gráfico de la siguiente página, en el que se muestra la evolución de las ventas de ambos sectores durante el período 2014-2019. Los datos se han obtenido a través del portal de INEGI, siguiendo el código de la actividad económica del (SCIAN) 2018: calzado (3162), curtido y acabado de cuero y piel (3161) y fabricación de otros productos de cuero, piel y materiales sucedáneos (3169).

Como puede observarse en el gráfico, y tal y como se comentaba, la **industria de la marroquinería muestra una evolución estable de las ventas** a lo largo de este período. En cuanto a la **manufactura del calzado, ha visto reducirse su fuerza** en los últimos cinco años, pero recientemente se ha visto respaldada por el creciente interés en el calzado de calidad fabricado en México. También se ha constatado un aumento en las importaciones: desde 2014 las importaciones de calzado han aumentado un 29 %.

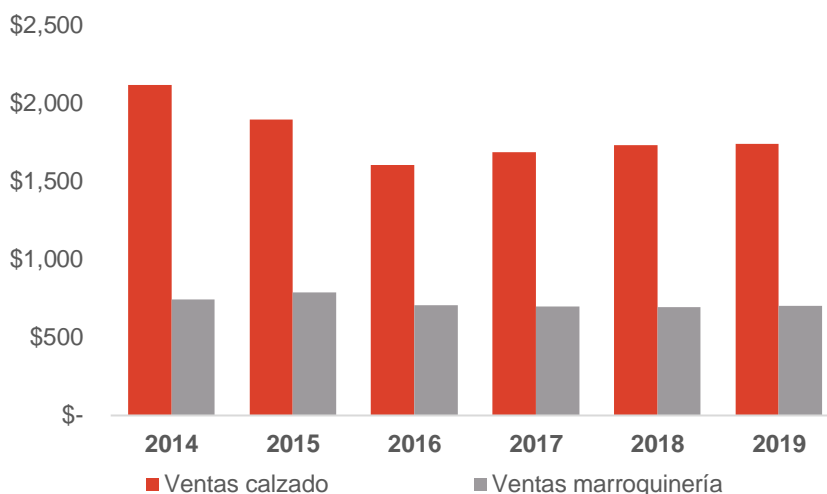
¹ Fuente: SIAVI (Sistema de Información Comercial Vial Internet).

² Fashion United (2017): <https://fashionunited.mx/noticias/moda/el-cuero-de-ser-un-simple-material-a-ser-un-producto-basico-en-la-industria/2017032922337>

³ *El Economista* (2019): <https://www.economista.com.mx/opinion/Oportunidades-de-negocio-en-la-red-cuero-calzado-en-Mexico-I-20190401-0097.html>

VENTAS DE CALZADO Y MARROQUINERÍA EN MÉXICO

Expresado en millones USD*



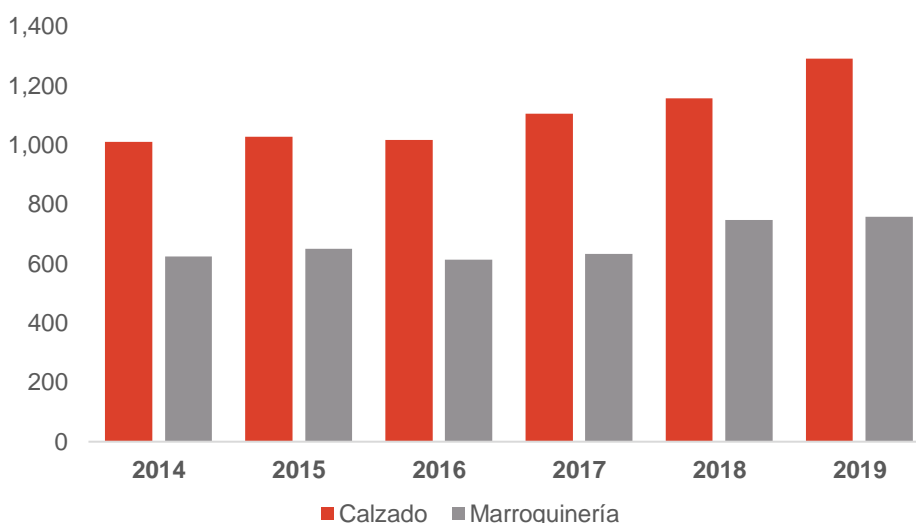
*Datos de INEGI convertidos a dólares utilizando el tipo de cambio interbancario medio de cada año según BANXICO.
Fuente: elaboración propia a partir de datos de INEGI.

En 2016 se produjo una ligera bajada en ambas industrias manufactureras, ocasionada por las repercusiones de la firma del **tratado de libre comercio TPP 11 (Trans-Pacific Partnership)**. Este tratado benefició a muchos sectores, pero otros se vieron perjudicados, como fue el caso del sector textil, calzado y vestido, debido a la competencia con países del sudeste asiático que poseen altos subsidios en el sector y prácticas laborales irregulares.⁴

A continuación se analizará el comercio exterior mexicano en estos dos sectores. En primer lugar, en el siguiente gráfico se muestra la **evolución de las importaciones en valor durante los últimos 6 años**, donde se puede observar un crecimiento durante el período 2014-2019 en ambos artículos, tanto en calzado como en manufacturas de cuero.

EVOLUCIÓN DE LAS IMPORTACIONES DE CALZADO Y MARROQUINERÍA DE MÉXICO

Expresado en millones USD



Fuente: elaboración propia a partir de datos de SIAVI.

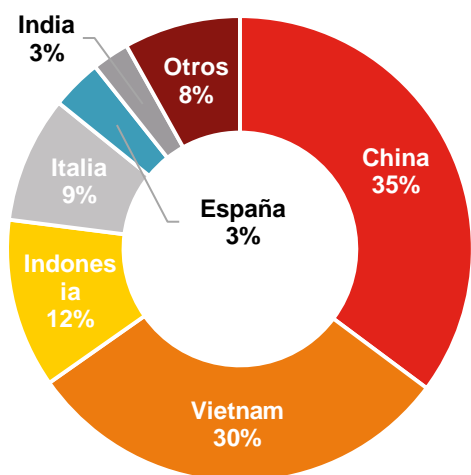
⁴ El financiero (2018): <https://www.elfinanciero.com.mx/economia/tpp11-podria-pegarle-a-productores-de-calzado-y-vestido>

La balanza comercial de ambos sectores presenta en 2019 un déficit de 1.300 millones de dólares. China se mantiene como el principal proveedor en ambos sectores, siendo más relevante en la manufactura del cuero y la piel, donde tiene una cuota de mercado del 66 %. En cambio, la industria del calzado está más diversificada en cuanto a sus países proveedores. España no juega un papel principal en las importaciones mexicanas de estos sectores, pero se sitúa entre los seis primeros países del *ranking*.

En el contexto de las exportaciones, **Estados Unidos es el primer destino de los productos mexicanos**, en segundo lugar esta Canadá y a continuación le sigue Guatemala. Una ventaja competitiva que tiene la industria frente a EE. UU. es la de **Speed to Market**, cero aranceles y la ubicación privilegiada de México para satisfacer la demanda en un tiempo mucho más corto.

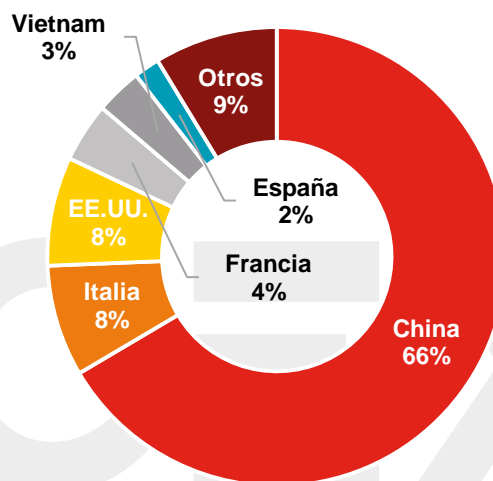
ORIGEN IMPORTACIONES DE CALZADO

Cuota de mercado en % en 2019



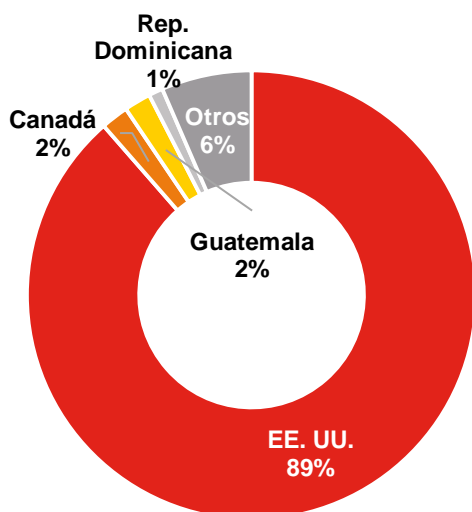
ORIGEN IMPORTACIONES DE MARROQUINERÍA

Cuota de mercado en % en 2019



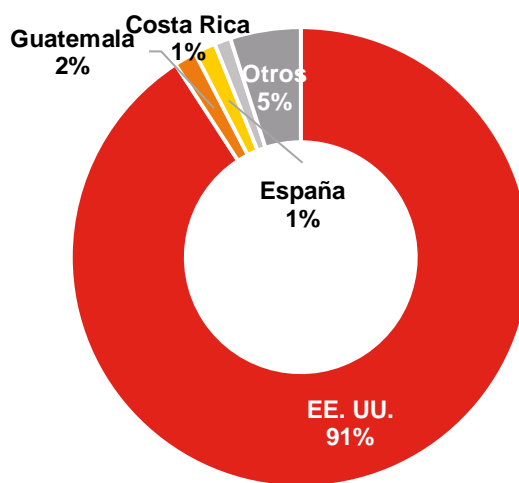
DESTINO EXPORTACIONES DE CALZADO

Cuota de mercado en % en 2019



DESTINO EXPORTACIONES DE MARROQUINERÍA

Cuota de mercado en % en 2019



Fuente: elaboración propia a partir de datos de SIAVI.

Fuente: elaboración propia a partir de datos de SIAVI.

TABLA RESUMEN Y BALANZA COMERCIAL

Expresado en millones USD

	Exportaciones	Importaciones	Balanza comercial
Calzado	556	1.291	-735
Marroquinería	193	758	-565
Total	749	2.049	-1.300

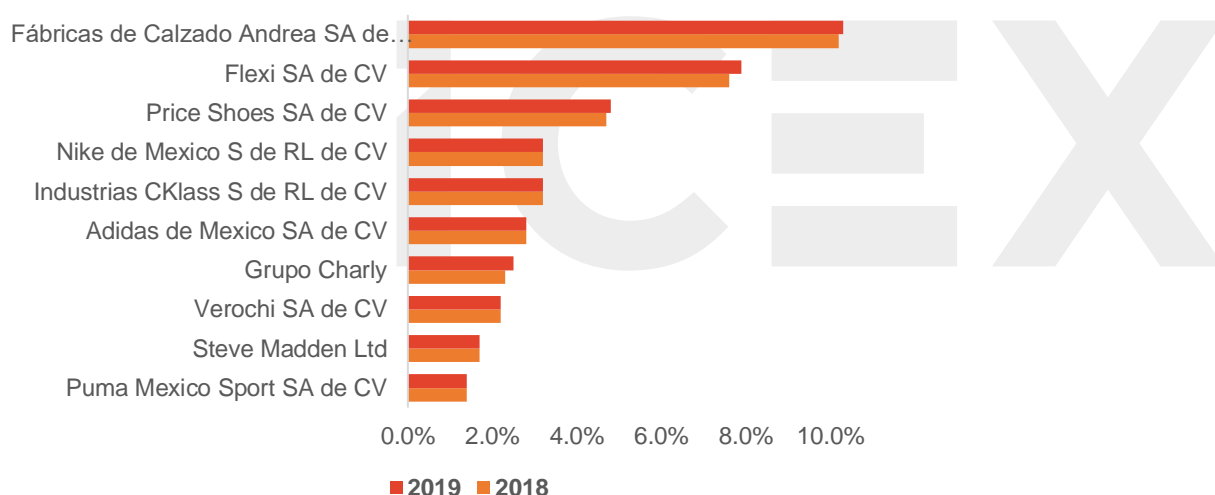
Fuente: elaboración propia a partir de datos de SIAVI.

B.3. Principales actores

En 2019, según las datos obtenidos en INEGI, México contaba con 9.535 empresas relacionadas con la fabricación de calzado; y 4.069 enfocadas al curtido y acabado de cuero y la fabricación de otros productos. Lo que ascendía a un total de 13.604 unidades económicas en el sector.

CUOTA DE MERCADO DE LAS PRINCIPALES EMPRESAS DE CALZADO

Valor de venta al público en %



Fuente: elaboración propia a partir de datos de Euromonitor.

Se trata de un mercado **muy fragmentado**, el 95 % de las unidades económicas está formado por pequeñas y microempresas. El sector está liderado por tres fabricantes locales, Fábricas de Calzado Andrea SA de CV, Flexi SA de CV y Price Shoes SA de CV. Calzado Andrea SA de CV, por un lado, se dirige principalmente a un perfil de consumidor con ingresos bajos y medios, y ofrece diseños innovadores y a la moda, con una calidad estándar y unos precios accesibles. Flexi SA de CV, por otro lado, ofrece un posicionamiento de precio más alto. En el resto de los competidores se encuentran diversos tipos de fabricantes, entre ellos marcas deportivas conocidas mundialmente y cadenas *fast fashion*.

C. LA OFERTA ESPAÑOLA

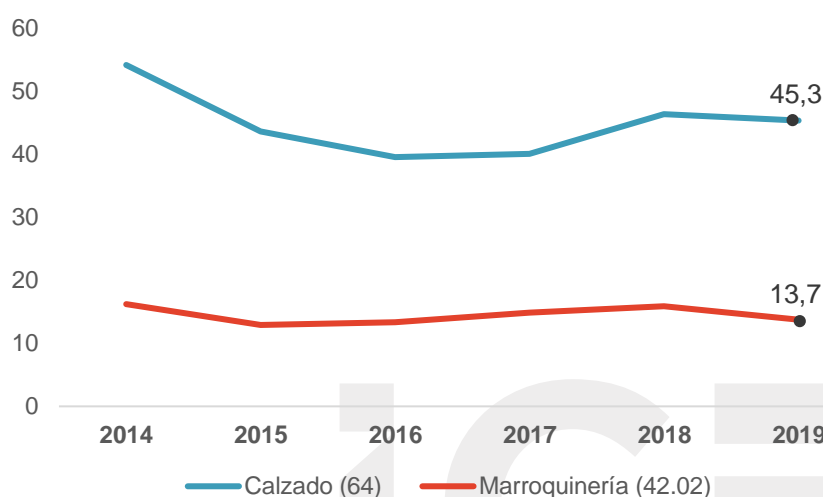
Las **exportaciones españolas de marroquinería** a México se han mantenido **estables** durante los últimos cinco años, con una ligera caída en el último año, llegando a alcanzar un valor de 13,7 millones de USD. Por el contrario,

las **exportaciones españolas de calzado se han reducido** un 16,2 % durante el mismo período, situándose en los 45,3 millones de USD.

Según los datos de la Asociación Española de Fabricantes de Marroquinería (ASEFMA), las exportaciones suponen el 46,18 % de la producción total de marroquinería en España. Más concretamente, las exportaciones españolas a México aumentaron un 10,1 % en 2018, y ya suponen un 2 % del total de las exportaciones, situándose España como sexto socio comercial de México en este sector.

EXPORTACIONES ESPAÑOLAS DE CALZADO Y MARROQUINERÍA, 2014-2019

Expresadas en millones USD



Fuente: elaboración propia a partir de datos de SIAVI.

Los consumidores mexicanos **valoran el hecho de que sea una marca española** y están **dispuestos a pagar por ella entre un 20 % a 40 % más** que el precio medio del mercado. Pero si el precio se dispara, es cuando el consumidor pierde el interés y se decanta por un producto similar a menor coste. El objetivo debe ser **diferenciarse en calidad, diseño o precio**, para así conseguir un propio nicho de mercado. Es por eso por lo que la oferta española principalmente va dirigida a un **segmento socioeconómico medio-alto**.

El grupo **Inditex** es la **única presencia española** entre las 20 primeras empresas de calzado. Se sitúa en la posición número 15 del *ranking* y acumula un 0,8 % de la cuota de mercado de México en el sector del calzado. Otras firmas españolas internacionalizadas y presentes en el mercado son: **Pikolinos, Camper, Panamá Jack, 24 horas, Xti, Fluchos, Hispanitas, Bimba y Lola**. Algunas marcas españolas, como Tempe del grupo Inditex, invierten en la cadena productiva del sector calzado de México⁵.

D. OPORTUNIDADES DEL MERCADO

El **canal online**, no sólo como plataforma de ventas, sino también como herramienta de promoción. Se espera que **Internet dinamice el mercado mexicano** y que las ventas por este medio continúen aumentando. La **sostenibilidad** es una tendencia que también ha llegado al mercado mexicano y cada vez más consumidores demandan esta característica en la compra de productos de calzado y marroquinería. Por tanto, existe una oportunidad para diferenciarse y ofrecer artículos producidos a partir de materiales innovadores y sostenibles.

⁵ Cinco Días (2020): https://cincodias.elpais.com/cincodias/2020/03/27/companias/1585339981_062551.html

La información facilitada durante la entrevista con responsables de Liverpool⁶, apunta a que hay **dos nichos de mercado** que el calzado y los accesorios españoles podrían abarcar. En primer lugar, el de clase media-alta: centrarse en el percentil más alto de la población mexicana (17 % - 20 %), que busca y prioriza **productos exclusivos, importados y con una fuerte imagen de marca**. Enfatizando principalmente una diferenciación en diseño.

Por otro lado, hay un segmento de población en búsqueda de **artículos de tendencia (fast-fashion)** a precios más accesibles, sin olvidar la **durabilidad** de las prendas y apostando por el **Made in México**, para apoyar la producción y economía local. Una muestra de ello es que, recientemente han surgido tiendas de diseño multimarca especializadas en productos mexicanos.

PRECIO MEDIO DEL CALZADO 2018⁷
Expresado en USD

Precio promedio	
Argentina	75,72
Chile	44,16
Colombia	26,84
Ecuador	58,73
México	44,78
Perú	46,15
Panamá	44,95
Promedio	48,76

En relación con el precio del calzado, el mercado mexicano tiene un **precio medio inferior al promedio** de América Latina. Según los datos obtenidos del portal Linio, el precio medio de un par de zapatos en los países latinoamericanos es de 48,76 USD, mientras que en México es de 44,78 USD; 4 dólares por debajo de la media.

Si se compara esta información con la obtenida en el Banco Mundial, del PIB per cápita de estos países calculado a precios de paridad de poder adquisitivo (PPA), se observa que **México posee un PIB per cápita un 23,6 % superior a la media de la región**. Este hecho beneficia a las empresas españolas que van dirigidas un segmento de la población con mayor poder adquisitivo.

Fuente: elaboración propia a partir de datos de Linio.

Es fundamental, tanto para el sector de la marroquinería como para el del calzado, fortalecer las relaciones. En este marco la asociación Apimex (Asociación de Empresas Proveedoras Industriales de México) y las cámaras CICEG y CICUR (respectivamente, Cámara de la Industria de Calzado y Cámara de la Industria de Curtiduría del Estado de Guanajuato) están estudiando la **alianza como sector “proveeduría-cuero-calzado-marroquinería”**, y con ello consolidar proyectos conjuntos que puedan elevar la competitividad de las empresas en sus respectivos sectores.

Si bien actualmente las manufacturas de cuero y calzado, al igual que otros sectores, están sufriendo los efectos negativos y las consecuencias de la pandemia de COVID-19. Las empresas deben ser capaces de entender qué oportunidades y retos se les presentan para poder afrontar esta crisis de forma exitosa. En este contexto, y tal y como se puede apreciar en el gráfico de la página siguiente, en el sector del calzado **las dos categorías con mayor tasa de crecimiento anual (CAGR) son los sneakers, con un 8,55 % y el calzado textil, con un 7,57 %**.

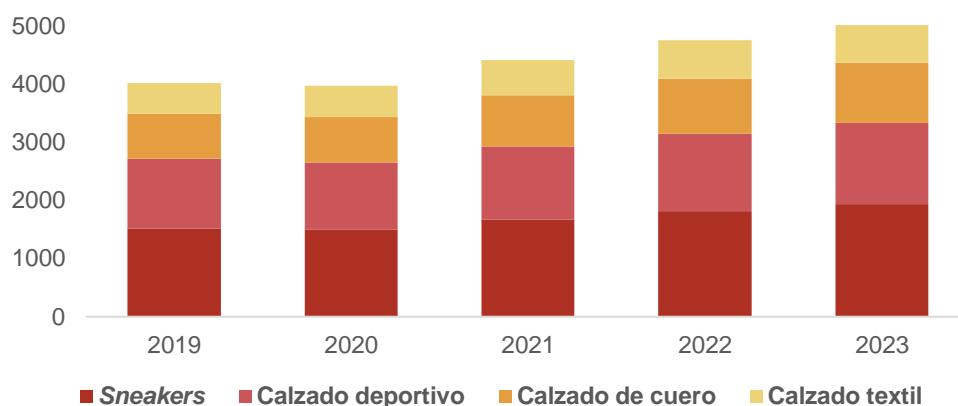
Existe gran disparidad de previsiones en cuanto a cómo afectará la COVID-19 a estos sectores. Las realizadas por Euromonitor calculan una caída en 2020 de entre el 4 % y el 21 % en las ventas de calzado. Las caídas en ventas serán significativas para la campaña primavera-verano 2020 y se aminorarán para la temporada de otoño-invierno. La recuperación se prevé para 2021 con un incremento en ventas de 9,6 % respecto a 2019.

⁶ Entrevistas con los encargados del departamento de calzado infantil, dama y caballero de Liverpool, con la finalidad de obtener información de expertos del sector en México. Mantenido los días 9 y 15 de junio de 2020.

⁷ Linio (2018): <https://blog.linio.com.pe/indice-de-precios-de-moda-2018/>

PREVISIONES DE INGRESOS POR CATEGORÍAS EN EL SECTOR CALZADO

Expresado en millones USD



Fuente: elaboración propia a partir de datos de Statista (previsiones ajustadas al impacto esperado de COVID-19). Mayo de 2020.

La **crisis del coronavirus** en México ha producido bajadas en ventas y producción, tal y como se comentaba anteriormente, pero un pequeño porcentaje de empresas han aprovechado la oportunidad y han conseguido **reconvertirse y fabricar material para uso médico**. Se estima que en el estado de Guanajuato, el que concentra mayor producción de calzado y marroquinería del país, se han recortado cerca de 2.000 puestos de trabajo; según datos de la CICEG.

En este sentido, **la industria latinoamericana del calzado busca generar una estrategia común** de reinserción en la normalidad para hacer frente al impacto del coronavirus. Proponen desarrollar **medidas de defensa comercial para contener el ingreso de calzado asiático**, como: comercio justo, legal y equitativo que moderen e incluso neutralicen el desborde de importaciones desde China, India, Vietnam e Indonesia. En esta dirección, las industrias mexicanas solicitan avanzar en el desarrollo de medidas transitorias coordinadas a nivel regional, como la aplicación de salvaguardias y *dumping*.⁸

E. CLAVES DE ACCESO AL MERCADO

E.1. Distribución

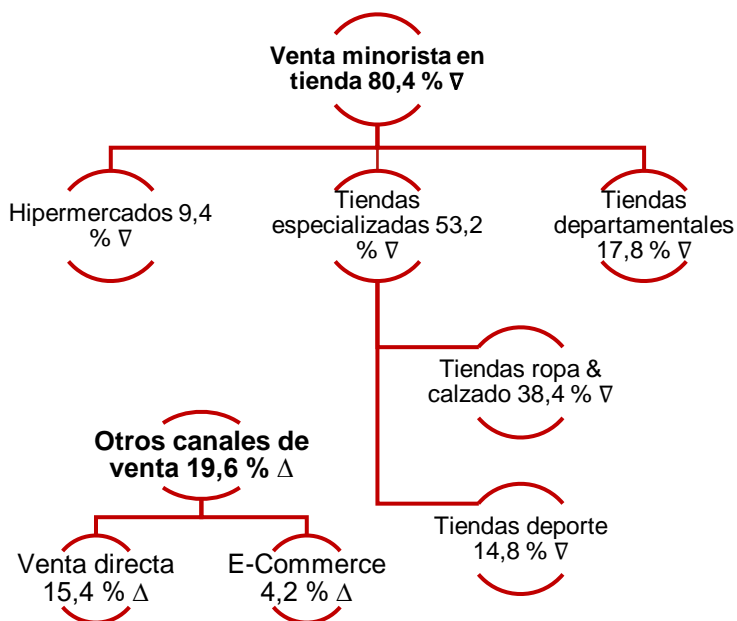
En México existen diferentes canales de distribución, los cuales se pueden clasificar en función del perfil del cliente. Tal y como se menciona en el apartado C. La oferta española, los productos de marroquinería y calzado españoles van dirigidos a un segmento de población de poder adquisitivo medio-alto. Por eso, en este estudio no se tendrán en cuenta los productos comercializados en mercadillos, hipermercados y tiendas no especializadas.

En este ámbito, los principales canales de distribución para los productos españoles son: **tiendas especializadas, tiendas departamentales, el canal online y la venta directa**. A pesar de que en España la venta directa ya no es significativa, en el sector del calzado mexicano sigue siendo muy relevante y es digna de tener en cuenta.

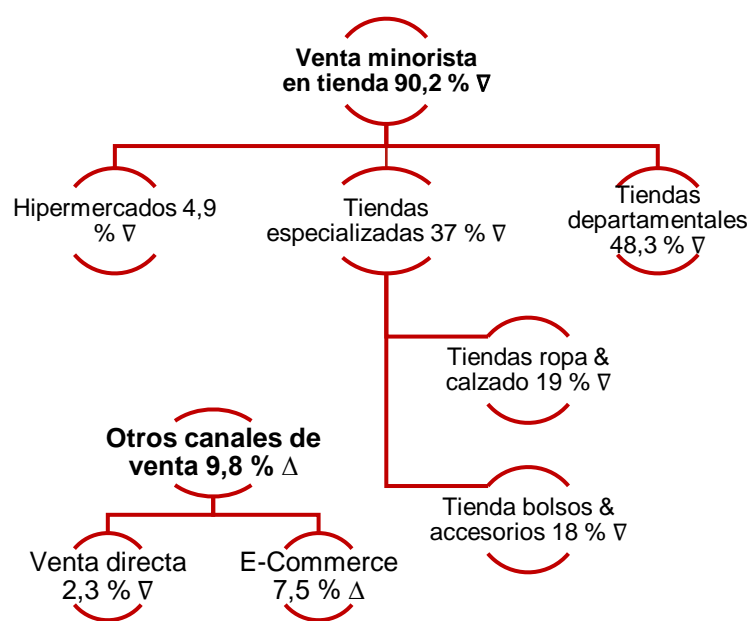
Según datos de Euromonitor, las **tiendas especializadas de ropa y calzado** constituyen el canal de distribución primordial del calzado en México, copando un 38,4 % del total de las ventas, seguidas por las tiendas departamentales (17,8 %) y el canal de venta directa (15,4 %). Por otro lado, en la venta de marroquinería y productos de cuero, los canales más significativos en el mercado mexicano son: en primer lugar, las **tiendas departamentales** con una cuota del 48,3 %, seguidas por las tiendas especializadas (37 %). La siguiente infografía muestra de forma esquemática los canales de distribución del calzado y la marroquinería en México y sus respectivas cuotas de mercado.

⁸ Fashion Network (2020): <https://mx.fashionnetwork.com/news/La-industria-latinoamericana-del-calzado-une-fuerzas-para-resistir-impacto-del-coronavirus,1212105.html>

CUOTA MERCADO CANALES DISTRIBUCIÓN CALZADO EN MEXICO 2019



CUOTA MERCADO CANALES DISTRIBUCIÓN MARROQUINERÍA EN MEXICO 2019



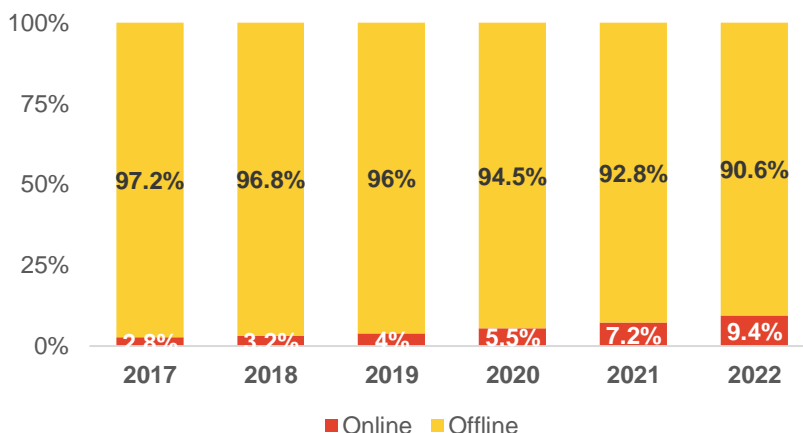
Fuente: elaboración propia a partir de datos de Euromonitor.

Mientras que el **comercio minorista basado en tiendas físicas continuó dominando la distribución** en ambos sectores en México, el comercio electrónico continuó ganando participación de valor en 2019. El uso de los canales *offline* se está reduciendo durante los últimos años en favor de las ventas por **Internet**, que **continúa ganando impulso como canal de distribución**. Este cambio en el comportamiento de compra de los consumidores mexicanos puede suponer una **oportunidad** para empresas españolas que busquen posicionarse en el mercado y aumentar su notoriedad a través de las ventas *online*.

Según datos de AMVO (Asociación Mexicana de Ventas *Online*), las **principales plataformas de venta online de moda** son: Liverpool con un 26 %, Mercado Libre 15 %, Amazon 14 %. En 2019, las ventas de calzado a través del *e-commerce* supusieron un 4 %. En México este canal aumentó un 28,6 % ese mismo año; **un crecimiento superior a la media mundial** (20,7 %), según eMarketer. Se espera que la crisis de la COVID-19 siga impulsando su crecimiento con más fuerza; llegando hasta un 37 % en 2020.⁹

CANALES DE VENTA SECTOR CALZADO 2017-2022

Expresado en %



Fuente: elaboración propia a partir de datos de Euromonitor y AMVO.

⁹ Marketing4ecommerce (2020): <https://bit.ly/37mJ2nZ>

E.2. Barreras reglamentarias y no reglamentarias

Cuando una empresa española se plantee la posibilidad de exportar al mercado mexicano, deberá conocer con exactitud la normativa aplicable, y el importador mexicano deberá contar con un agente aduanero experto en el sector. Para poder exportar este tipo de productos de España a México, es necesario cumplir una serie de **requisitos comerciales y legales**. La legislación en torno al **etiquetado** del calzado y la marroquinería en México se centra en la NOM-020-SCFI-1997¹⁰. Se recomienda asimismo tener registrada la marca ante el Instituto Mexicano de la Propiedad Industrial (IMPI)¹¹.

Cabe mencionar la “Resolución que establece el mecanismo para garantizar el pago de contribuciones en mercancías sujetas a precios estimados por la Secretaría de Hacienda y Crédito Público”, en la cual se estableció el mecanismo para que los importadores otorguen la garantía que cubra el pago de las contribuciones a que puedan estar sujetas las mercancías de comercio exterior con motivo de su importación definitiva, con el objeto de combatir los efectos de la subvaluación de las mismas, de conformidad con lo dispuesto en la Ley Aduanera.

Será necesario solicitar un **permiso automático ante la Secretaría de Economía**, únicamente cuando se importen en definitiva y el precio unitario de las mercancías sea inferior al precio estimado.

En cuanto a los **aranceles**, a las importaciones de calzado y marroquinería se les aplica un gravamen *ad valorem* de entre el 10 % y el 30 %, dependiendo de las características del producto. Para los productos españoles, desde la entrada en vigor, el 1 de julio de 2000, del **Tratado de Libre Comercio entre México y la Comunidad Europea** (TLCUEM), los aranceles son de **0 %**, siempre que entren en estos **cupos de importación** para productos europeos:

- 6402: 120.000 pares de calzado.
- 6403: 625.000 pares de calzado, siempre que cuenten con un precio factura de importación CIF superior a veinte dólares americanos por par, con los siguientes sublímites: 250.000 pares de calzado para mujer. 250.000 pares de calzado para hombre. 125.000 pares de calzado para niño/a.
- 6404: 120.000 pares de calzado.

Este hecho supone una ventaja competitiva para las empresas españolas a la hora de introducirse en el país. Otro factor importante que tener en cuenta es que a los productos de marroquinería y calzado en México se les aplica un **16 % de IVA**.

Durante la entrevista mantenida con los diferentes departamentos de Liverpool, indicaron que en México el **pago** se puede efectuar en dólares, euros o pesos mexicanos. Lo habitual en el sector es pagar a proveedores entre 60 a 120 días desde la fecha de embarque por transferencia bancaria. El Incoterm más utilizado es FOB.

Por otro lado, cabe mencionar los **requisitos generales** y condiciones necesarias para exportar productos de calzado y marroquinería a territorio mexicano. La siguiente tabla muestra los principales documentos que se deberán entregar en la aduana para el despacho de la mercancía. Algunos de los papeles solicitados variarán en función del medio de transporte utilizado.

DOCUMENTOS NECESARIOS PARA LA IMPORTACIÓN DE MERCANCÍAS A MÉXICO

Padrón general de importación	Depósito por la diferencia entre precio mínimo y factura
Padrón sectorial de calzado	
Declaración despacho importación	Factura comercial
Conocimiento de embarque en tráfico marítimo o guía aérea en tráfico aéreo	Descripción comercial detallada
Prueba de origen preferencial	Certificado de peso y volumen

¹⁰ <http://www.economia-noms.gob.mx/normas/noms/1998/020scfi.pdf>

¹¹ <http://marcanet.impi.gob.mx/marcanet/controler/>



Se espera que en 2021 entre en vigor la **modernización del Tratado de Libre Comercio entre México y la Unión Europea** con medidas que afectan directamente a ambos sectores. Las autoridades acordaron establecer **reglas más flexibles para ciertos productos**, que se aplicarán durante un periodo de transición y se mantendrán cupos para calzado, cuero y pieles curtidas¹².

E.3. Ferias

ANPIC

Descripción: Encuentro de clase mundial especializado en la industria de la proveeduría para los sectores: cuero-calzado, marroquinería, automotriz, textil, vestido y mueble. <https://www.anpic.com/>
Próxima edición: 21-23 de octubre de 2020, León.

INTERMODA

Descripción: Plataforma de negocios y moda líder en América Latina. Reúne en un mismo lugar a diseñadores, productores, distribuidores y compradores nacionales e internacionales. <https://intermoda.com.mx/>
Próxima edición: 1-4 de septiembre de 2020, Guadalajara.

MODAMA

Descripción: Feria internacional de comercialización de calzado, marroquinería y accesorios especializados en dama, para compradores profesionales. <http://www.modama.com.mx/>
Próxima edición: otoño-invierno 2020, Guadalajara.

SAPICA

Descripción: Escenario que conjuga lo mejor de la moda nacional y marcas de calzado y marroquinería en un solo lugar. <http://sapica.com/>
Próxima edición: agosto de 2020, León.

F. INFORMACIÓN ADICIONAL

Principales webs y publicaciones de interés acerca del sector:

- CANAICAL: Cámara Nacional de la Industria del Calzado <http://www.canaical.org>
- CICEG: Cámara de la Industria del Calzado del Estado de Guanajuato <https://www.ciceg.org>
- CICEJ: Cámara de la Industria del Calzado del Estado de Jalisco <https://www.cicej.com.mx>
- CICUR: Cámara de la Industria de Curtiduría del Estado de Guanajuato <https://www.cicur.net/>
- APIMEX: Asociación de Empresas Proveedoras Industriales <https://www.apimex.org/>
- COMCE: Consejo Empresarial Mexicano Comercio Exterior, Inversión y Tecnología <http://www.comce.org.mx>
- ICC: International Chamber of Commerce Mexico <https://www.iccmex.mx>
- *Estudio de la industria del calzado mexicano 2019* [https://www.ciceg.org/pdf/SectorCalzado2019\(PARCIAL\).pdf](https://www.ciceg.org/pdf/SectorCalzado2019(PARCIAL).pdf)
- KS News: <https://ks.com.mx>

¹² SICE (2020): http://www.sice.oas.org/TPD/MEX_EU/Studies/Descrip_Discipl_s.pdf
<https://www.gob.mx/se/acciones-y-programas/siicex-transparencia-cupos>
https://www.economia.gob.mx/files/marco_normativo/A444.pdf

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. Pdte. Masaryk 473,
Polanco II Secc, Miguel Hidalgo
Ciudad de México 11550 – México
Teléfono: +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
Alegría Molina Pérez

Oficina Económica y Comercial
de España en México
Buzón oficial de la Oficina: mexico@comercio.mineco.es
Fecha: 29/06/2020

NIPO: 114-20-022-X

www.icex.es



FICHAS SECTOR MÉXICO



ICEX España
Exportación
e Inversiones