

Confección infantil en México

A. CIFRAS CLAVE

El mercado mexicano presenta un gran atractivo para las empresas de confección infantil españolas. México es el primer destino de la exportación española en Latinoamérica, y el quinto mercado más importante fuera de Europa. Entre los productos más comprados en 2019 por parte de México se encontraban las prendas de vestir, que supusieron el 8,3 % de las exportaciones españolas a este país. Estos datos muestran la buena aceptación de la confección y el diseño español en México.

Las ventas de prendas de vestir infantiles ascendieron a 5.608 millones de dólares¹ en el año 2019 y han aumentado con respecto al año anterior durante los últimos 5 años. A pesar de que se prevé que las ventas de ropa infantil disminuirán este año debido a la COVID-19, se espera que este mercado se recupere y siga creciendo a partir del 2021.

DATOS DEL MERCADO MEXICANO

		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 ropa infantil	M USD	5.608	5.468	6.172

Fuente: Fondo Monetario Internacional, World Economic Outlook Database, abril de 2020 y STATISTA, *Consumer Market Outlook - Children's Apparel in Mexico*.

¹ <https://www.statista.com/outlook/90060000/116/childrens-apparel/mexico>

B. CARACTERÍSTICAS DEL MERCADO

B.1. Definición precisa del sector estudiado

Este estudio se centrará en la confección textil de prendas infantiles en México. Dado que las partidas arancelarias, en la mayor parte de las ocasiones, no diferencian entre ropa infantil y de adulto, analizaremos los partidas pertenecientes a los capítulos arancelarios 61 (Prendas de vestir de punto) y 62 (Prendas de vestir, excepto de punto) que aparecen en la siguiente tabla.

SUBPARTIDAS ARANCELARIAS ANALIZADAS

Código arancelario 61: Prendas de vestir de punto	Código arancelario 62: Prendas de vestir, excepto de punto
6101. Abrigos, capas, anoraks, cazadoras y artículos similares de punto para hombres y niños, excepto partida 6103.	6201. Abrigos, capas, anoraks, cazadoras y artículos similares no de punto para hombres y niños, excepto partida 6203.
6102. Abrigos, capas, anoraks, cazadoras y artículos similares para mujeres y niñas, excepto partida 6104.	6202. Abrigos, capas, anoraks, cazadoras y artículos similares no de punto para mujeres y niñas, excepto partida 6204.
6103. Trajes, chaquetas, pantalones de punto, para hombres y niños, excepto los de baño.	6203. Trajes, chaquetas, pantalones no 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.	6204. Trajes, chaquetas, vestidos, faldas, pantalones, no de punto, para mujeres o niñas.
6105. Camisas, polos de punto para hombres y niños.	6205. Camisas, polos no de punto para hombres y niños.
6106. Camisas, blusas, polos de punto para mujeres y niñas.	6206. Camisas, blusas, polos no de punto para mujeres y niñas.
6107. Calzoncillos (incluidos los largos y los <i>slips</i>), camisones, pijamas, albornoces de baño, batas de casa y artículos similares, de punto, para hombres o niños.	6207. Camisetas, calzoncillos, camisones, pijamas, albornoces, batas de casa y artículos similares, para hombres o niños.
6108. Combinaciones, enaguas, bragas, camisones, pijamas, saltos de cama, albornoces de baño, batas de casa y artículos similares, de punto, para mujeres o niñas.	6208. Camisetas, combinaciones, enaguas, bragas, camisones, pijamas, saltos de cama, albornoces de baño, batas de casa y artículos similares, para mujeres o niñas.
6109. Camisetas de punto.	6209. Prendas y complementos (accesorios), de vestir, para bebés.
6110. Jerséis y cárdigan.	6210. Prendas de vestir confeccionadas con productos de las partidas 56.02, 56.03, 59.03, 59.06 ó 59.07.
6111. Prendas y complementos (accesorios), de vestir, de punto, para bebés.	6211. Conjuntos de abrigo para entrenamiento o deporte (chándales), monos (overoles) y conjuntos de esquí y "trajes de baño" (bañadores); las demás prendas de vestir.
6112. Conjuntos de abrigo para entrenamiento o deporte (chándales), monos (overoles) y conjuntos de esquí y bañadores, de punto.	6212. Sostenes (corpiños), fajas, corsés, tirantes (tiradores), ligas y artículos similares, y sus partes, incluso de punto.
6113. Prendas de vestir confeccionadas con tejidos de punto de las partidas 59.03, 59.06 y 59.07.	6213. Pañuelos de bolsillo
6114. Las demás prendas de vestir, de punto.	6214. Chales, pañuelos de cuello, bufandas, mantillas, velos y artículos similares.

6115. Calzas, panty-medias, leotardos, medias, calcetines y demás artículos de calcetería, de punto.	6215. Corbatas y lazos similares.
6116. Guantes, mitones y manoplas, de punto.	6216. Guantes, mitones y manoplas.
6117. Los demás complementos (accesorios) de vestir confeccionados, de punto; partes de prendas o de complementos (accesorios), de vestir, de punto.	6217. Los demás complementos (accesorios) de vestir confeccionados; partes de prendas o de complementos (accesorios), de vestir, excepto las de la partida 62.12.

Fuente: elaboración propia con datos de SIAVI.

B.2. Tamaño del mercado

México cuenta con una población de 126,2 millones de habitantes (2019). La población menor de 15 años representaba un 25,3 %² en 2018. Pese a que la proporción de personas de menos de 15 años pasó de 27,5 % a 25,3 % de 2014 a 2018, sigue representando un grupo importante de la población. Este grupo representaba en España en 2018 el 14,67 %³.

Según datos de STATISTA, las ventas de prendas infantiles en México ascendieron a 5.608 millones de dólares⁴ en el año 2019. Cabe destacar que las ventas han aumentado todos los años durante el último lustro; el crecimiento en este periodo fue del 36,21 %. El aumento fue más grande en valor que en volumen. Esto se debe a que, a pesar de que la tasa de natalidad en México está disminuyendo y las parejas de nivel educativo alto están posponiendo la paternidad, gran parte de las mujeres mexicanas se están incorporando al mundo laboral después de tener hijos. Esto aumenta los ingresos en el hogar y eleva el gasto en ropa infantil.

Cabe destacar que México padece una desigualdad económica⁵ bastante elevada. El estudio *Fashion Panel* de Kantar identificó un grupo de consumidores, “los fashionistas”. Este grupo pertenece a un nivel socioeconómico medio-alto, representa el 20 % de los hogares y supone el 57 % del gasto en el sector de la moda. El 20 % de su gasto lo dedican a las categorías de ropa junior, infantil y bebé.

La siguiente tabla refleja el número de piezas vendidas por prendas infantiles, el precio medio de la unidad y los ingresos totales de cada una de ellas en 2019

VOLUMEN DE PRENDAS INFANTILES VENDIDAS, PRECIO MEDIO E INGRESOS.

Tipo de prendas	Volumen en millones de piezas	Precio medio por unidad USD	Ingresos en millones USD
Pantalones	198,9	6,42	1.278
Camisetas	197,8	5,08	1.005
Jerséis y sudaderas	133,9	5,13	687.149
Calcetines	94,9	1,09	103.418
Camisas y blusas	89,7	5,28	473.083
Pijamas y ropa interior	88,3	1,47	129.735
Ropa de bebé	76,3	3,68	281.391

² Encuesta Nacional de la Dinámica Demográfica (ENADID) 2018: <https://www.inegi.org.mx/programas/enadid/2018/>

³ Banco Mundial: <https://datos.bancomundial.org/indicador/SP.POP.0014.TO.ZS?locations=ES>

⁴ El mercado de ropa infantil cubre la ropa para niños y niñas hasta los 14 años. La ropa para bebés e infantes se muestra por separado en el segmento “ropa para bebés”. El mercado de ropa infantil se subdivide en las categorías que aparecen en la tabla “Volumen de prendas infantiles vendidas, precio medio e ingresos”.

⁵ Asociación Mexicana de Agencias de Inteligencia de Mercado y Opinión Pública. Niveles socioeconómicos. Encuesta 2018. <https://nse.amai.org/data2018/>



Mallas y leggings	45,6	0,77	34.955
Ropa de deporte y trajes de baño	38,3	12,70	486.995
Vestidos y faldas	16,5	8,70	143.202
Abrigos y chaquetas	14,1	15,70	222.167
Blazers	3,4	20,15	67.600
Trajes y accesorios	1,0	32,39	32.832
Accesorios de ropa y otras prendas de vestir	321,9	2,06	661.575
TOTAL	1.320,7	4,25	5.608

Fuente: elaboración propia con datos de Statista.

Según Euromonitor, la categoría más importante dentro de la ropa infantil es la ropa de niña, con un 45 % de las ventas, seguida por la de niño, con un 40 % de las ventas, y, en último lugar, con una amplia diferencia, la ropa para bebé e infantil, con un 15 % de las ventas. Esto se debe a que los niños necesitan tener más variedad de ropa, sobre todo cuando empiezan su etapa escolar.

PRODUCCIÓN, IMPORTACIONES Y EXPORTACIONES DE PRENDAS DE VESTIR

	2015	2016	2017	2018	2019
Producción (MUSD)	7.974	7.179	7.321	7.596	8.262
Importaciones Códigos arancelarios 61 y 62 (MUSD)	3.462	3.425	3.327	3.777	3.948
Exportaciones Códigos arancelarios 61 y 62 (MUSD)	4.279	4.062	3.871	4.025	4.029

Fuente: elaboración propia con datos de Euromonitor y Sistema de Información Arancelaria Via Internet de la Secretaría de Economía (SIAVI).

El valor de la producción de ropa de niño y adulto en México en 2019 ha sido de 8.262 millones de dólares⁶. De acuerdo con los datos publicados en la última colección de estudios sectoriales y regionales de la industria del vestido elaborado por el INEGI y CANAIVE, la industria del vestido ocupaba el décimo tercer lugar entre las actividades económicas manufactureras más importantes en 2018, con un 2,4 % del PIB manufacturero.

Cabe destacar que los 10 estados que representan el 78,9 % de la producción son Ciudad de México (24,5 %), Estado de México (19,4), Puebla (8,7 %), Jalisco (4,5), Guanajuato (4,1 %), Nuevo León (4,1 %), Querétaro (3,6 %), Yucatán (3,6 %), Aguascalientes (3,2 %) y Durango (3,2 %).

México exportó 4.029 millones⁷ de dólares de prendas de vestir en el 2019. Como se puede ver en la tabla anterior, se ha reducido la brecha entre las exportaciones y las importaciones durante los últimos 5 años. El superávit comercial en 2019 ascendió a 81 millones de dólares.

Según los datos del Sistema de Información Arancelaria Via Internet de la Secretaría de Economía de México, las exportaciones mexicanas de prendas de vestir estuvieron muy concentradas, tanto en valor como en volumen en 2019. El principal socio comercial, EE. UU., absorbió el 93,12 % de las exportaciones en valor y el 85,76 % en volumen. El segundo socio comercial fue Canadá, con un 1,87 % en valor y un 1,45 % en volumen. España no ha

⁶ Datos procedentes de Euromonitor, producción de prendas de vestir en México.

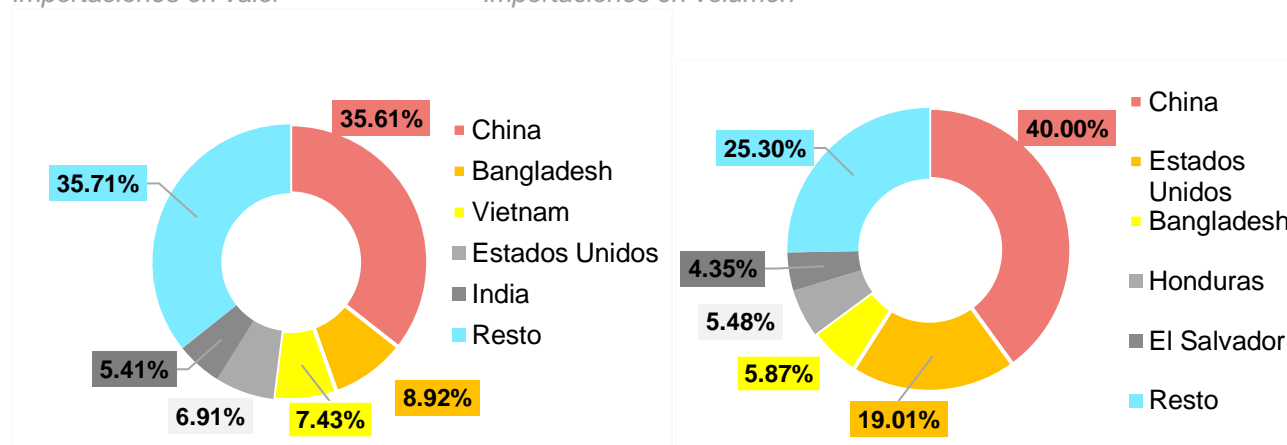
⁷ Datos procedentes de SIAVI, se tienen en cuenta todas las partidas arancelarias pertenecientes a los códigos arancelarios 61 (prendas de vestir de punto) y 62 (prendas de vestir, excepto de punto).

sido un socio comercial muy importante en este sector: las exportaciones mexicanas a España sólo supusieron un 0,15 % en valor y un 0,10 % en volumen. En los siguientes gráficos se muestran los principales socios comerciales de México como proveedores de prendas de vestir⁸:

IMPORTACIONES DE PRENDAS DE VESTIR EN VALOR Y EN VOLUMEN

Importaciones en valor

Importaciones en volumen



Fuente: elaboración propia con datos de Euromonitor y Sistema de Información Arancelaria Via Internet de la Secretaría de Economía (SIAVI).

Como se observa en el gráfico, las importaciones de prendas de vestir no estuvieron tan concentradas como las exportaciones. China, Bangladesh y Vietnam, los principales exportadores de ropa del mundo, también fueron los tres principales socios comerciales de México como suministradores de prendas de vestir en valor en 2019, seguidos por Estados Unidos e India.

Con respecto a las importaciones de prendas de vestir en volumen, China también fue el principal socio comercial en 2019, con un 40 %, seguido de Estados Unidos, con un 19,01 %. Bangladesh Honduras y El Salvador tuvieron un peso inferior a los dos primeros países. En el caso de España, las importaciones de prendas de vestir representaron el 0,92 % en valor y el 0,21 % en volumen.

B.3. Principales actores

PRINCIPALES ACTORES

Nombre	Web /Teléfono	Nombre	Web/Teléfono
CÁMARA NACIONAL DE LA INDUSTRIA DEL VESTIDO (CANAIVE)	http://canaive.mx/ +52 (55) 55 88 78 22	CÁMARA INTERNACIONAL DE COMERCIO DE MÉXICO (ICC MÉXICO)	https://www.iccmex.mx/ +5255 5687 2203 5687 2207 5687 2601 5687 2507 5687 2321
CÁMARA NACIONAL DE LA INDUSTRIA TEXTIL (CANAINTEX)	www.canaintex.org.mx +52 (55) 5280 8637	INEGI (INSTITUTO NACIONAL DE ESTADÍSTICA, GEOGRAFÍA E INFORMÁTICA)	https://www.inegi.org.mx/

⁸ Datos procedentes de SIAVI: se tienen en cuenta todas las partidas arancelarias pertenecientes a los códigos arancelarios 61 (prendas de vestir de punto) y 62 (prendas de vestir, excepto de punto).

ASOCIACIÓN NACIONAL DE TIENDAS DE AUTOSERVICIO Y DEPARTAMENTALES (ANTAD)	https://antad.net/ +52 (55) 5580 9900	SE (SECRETARÍA DE ECONOMÍA)	https://www.gob.mx/se/
CONSEJO EMPRESARIAL MEXICANO DE COMERCIO EXTERIOR, INVERSIÓN Y TECNOLOGÍA (COMCE)	www.comce.org.mx +52 (55) 5231 7100	SIEM (SISTEMA DE INFORMACIÓN EMPRESARIAL MEXICANO)	https://siem.gob.mx/
CÁMARA NACIONAL DE COMERCIO (CANACO)	www.ccmexico.com.mx +52 (55) 36-85-22-69	ADUANA DE MÉXICO	http://omawww.sat.gob.mx/aduanasPortal/Paginas/index.html#!/

Fuente: Elaboración propia.

C. LA OFERTA ESPAÑOLA

México ha sido el primer cliente de moda española de Latinoamérica en 2019. Las importaciones mexicanas de bienes de moda con origen español alcanzaron un valor de 618 millones de euros, un 2,7 % más que el año anterior. En 2017, según datos de ASEPRI, la Asociación Española de Productos para la Infancia, las exportaciones de moda infantil fueron de 41,4 millones de euros. Desde el 2014, las exportaciones españolas de moda a México han registrado un crecimiento del 39 %. Esto demuestra la aceptación que tienen este tipo de productos en el país.

PRINCIPALES EMPRESAS DE ROPA INFANTIL POR CUOTA DE MERCADO

Marcas	Cuota de mercado	Marcas	Cuota de mercado
Baby Creysi	6,70 %	Gotti Bebe	1,10 %
Milano	6,30 %	Belsueño	1,10 %
Carter's	2,20 %	Longbeach Polo Club	1,00 %
Yale	2,00 %	White Oak	1,00 %
Doguito	1,70 %	Gotti Kids	1,00 %
Zara Kids	1,50 %	Mon Caramel	0,90 %
H&M	1,40 %	Gotti Teens	0,90 %
Massimo Dutti	1,30 %	Adidas Kids	0,80 %
Oshkosh B'Gosh	1,20 %	Private Label	3,00 %
Ouragan	1,10 %	Others	63,90 %

Fuente: elaboración propia con datos de Euromonitor.

En la tabla se pueden ver las marcas de ropa infantil más importantes de México. El sector de la moda infantil está muy fragmentado. Las 5 empresas más importantes no llegaron el 20 %⁹ de la cuota de mercado en el 2019. Las marcas españolas con mayor cuota son **Zara Kids** y **Massimo Dutti**, pertenecientes al Grupo Inditex; se encuentran en la sexta y en la octava posición, respectivamente. Su cuota de mercado conjunta fue del 2,80 %. La alta fragmentación hace más sencillo que nuevas empresas puedan acceder al mercado mexicano, en comparación con otros sectores más concentrados, donde tienen mucho peso pocas empresas.

Con respecto a las estrategias que llevan a cabo estas empresas, se pueden diferenciar las siguientes:

⁹ Fuente: STATISTA, *Consumer Market Outlook, - Children's Apparel in Mexico*.

- Baby Creysi y Milano, las marcas locales más importantes, atraen a los consumidores con precios bajos y sentimiento de patriotismo.
- Zara Kids, H&M y Massimo Dutti lanzan productos con frecuencia para seguir las tendencias mundiales.
- Oshkosh B’Gosh lanza productos de moda casual de calidad de gama media-alta.

Cabe mencionar que la mayoría de las marcas presentes en el mercado de confección infantil que tienen cierto peso en el sector, cuentan con filial en el país. Tal es el caso del Grupo Inditex, Mayoral, Bóboli, Pili Carrera y Gocco.

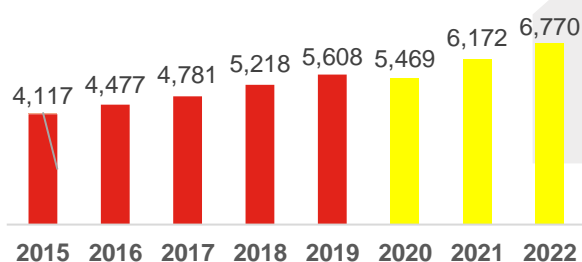
Asimismo, es muy recomendable el registrar la marca ante el Instituto Mexicano de la Propiedad Industrial (IMPI): <http://impi.gob.mx>

También se puede recurrir al Sistema de Madrid para registrar marcas en varios países del mundo: <https://www.wipo.int/madrid/es/>

D. OPORTUNIDADES DEL MERCADO

INGRESOS MERCADO DE ROPA INFANTIL

(millones USD)



Fuente: elaboración propia con datos de Statista.

Como se había comentado anteriormente, el mercado de la confección infantil ha crecido durante los últimos años. Según los datos de STATISTA, que tienen en cuenta el efecto de la COVID-19, con previsiones realizadas en mayo de 2020, se espera que este mercado sólo se reduzca a lo largo del 2020 y experimente un crecimiento importante durante los próximos dos años. Según estas previsiones, el mercado tendría un crecimiento de un 23,78 %¹⁰ desde el 2020 hasta el 2022. Este crecimiento hará que las empresas españolas ya implantadas en el país puedan seguir creciendo y que nuevas empresas puedan empezar a comercializar sus productos en este mercado.

En México hay múltiples empresas que se dedican a la confección: la mano de obra es más barata en México que en España. Por lo tanto, aunque no haya que pagar aranceles a la importación de prendas de vestir producidas en España en virtud del TLCUEM, es difícil competir en precio. Asimismo, hay que tener en cuenta que a los productos procedentes de Asia se le aplica hasta un 25 % de gravamen. Por consiguiente, las prendas de confección infantil españolas deben posicionarse en un segmento medio-alto, y el diseño debe aportar un valor diferencial.

¹⁰ STATISTA: *Consumer Market Outlook – Children’s Apparel*.



En cuanto al público objetivo, las empresas españolas deben seleccionar correctamente a qué grupo deben dirigirse. Como se explicó anteriormente, la consultora Kantar identificó al grupo “fashionistas”¹¹, que con el 20 % de la población representa el 57 % del gasto en el sector moda. Este grupo es mayoritariamente de un nivel socioeconómico alto, suele vivir en áreas metropolitanas y realiza las compras en tiendas departamentales y especializadas.

En todo caso, el precio es un factor que sí influye en la decisión de compra del consumidor mexicano. El tipo de cambio del euro, apreciado frente al peso, encarece la compra de mercancía para las nuevas temporadas, ya que se abastecen cada seis meses: otoño-invierno y primavera-verano.

Debido a la COVID-19 se está generando un leve retraso en la entrega de mercancía a las tiendas para que puedan dar salida al *stock* anterior. Si la temporada de otoño-invierno se entregaba en julio, ahora se entregará en septiembre.

Durante los últimos años, se ha querido impulsar el consumo de productos mexicanos. Podría ser interesante contemplar la opción de localizar parte de la producción en el país y enfatizar el “made in México” con diseño español. Los tiempos de entrega se reducirían, tendría menor efecto el tipo de cambio y podría ser más competitivo el precio final.

Otro factor que tener en cuenta son las fechas en las que aumentan las ventas de ropa infantil, como el día de los muertos, Halloween, navidades, el inicio del año escolar, etc. Las tiendas departamentales suelen tener campañas especiales en las que piden participar a las marcas presentes en sus tiendas.

Cabe destacar que una encuesta llevada a cabo por Activa Research en varios países americanos, acerca del poder de decisión de compra de los hijos en varias categorías, demostró que esta decisión de compra es más alta en México que en el resto de los países, en todas las categorías analizadas. El 22 % de los hijos mexicanos de entre 3 y 13 años deciden qué prenda quieren comprar. Por consiguiente, es importante identificar qué es lo que atrae a los niños, para introducirlo en el diseño de las prendas. Una estrategia que les ha funcionado a algunas tiendas departamentales es el uso en sus prendas de licencias de dibujos animados o de personajes de alguna película.

Según AMVO, la Asociación Mexicana de Ventas *Online*, el *e-commerce* en México sólo representa el 2 %¹² de las ventas totales. En comparación con países como EE. UU., donde tiene un peso del 10 %, es todavía bajo, pero tiene un gran potencial. En 2019, México fue el país del mundo que registró mayor crecimiento en comercio electrónico. Además, se espera que aumente a un gran ritmo durante los próximos años y la situación generada por la COVID-19 está impulsando todavía más esta tendencia. La estimación de crecimiento para el año 2020 es de un 39 %¹³.

Según el *Estudio sobre venta online en moda 2019* realizado por AMVO, 1 de cada 4 entrevistados adquirieron moda a través del canal *online*. Las empresas donde realizaron más compras fueron Liverpool (26 %), Mercado Libre (15 %), Amazon (14 %), Zara (5 %), Forever 21 (4 %) y Bershka (3 %), con un gasto promedio de 1.567 pesos.

Para tener presencia *online*, la empresa puede optar por vender a través de *marketplaces*, tener su propia página web, u optar por vender a través de ambos canales. El beneficio de vender a través del *marketplace*, es que estas empresas cubren el costo del *marketing* y *retargeting*, pero cobran una comisión. Tener una página web propia permite tener acceso a información acerca del número de visitas, compradores, etc. Pero desarrollar la página web y que se posicione en las primeras posiciones de los buscadores requiere un esfuerzo de tiempo y dinero. Asimismo, es importante que la página web sea compatible con todos los dispositivos (móvil, tabletas, etc.) o que se tenga una *app*.

¹¹ Kantar: 20 % de los mexicanos son fashionistas. <https://www.kantarworldpanel.com/mx/Noticias-/20-de-los-mexicanos-son-Fashionistas>

¹² *Ecommerce news*: <https://ecommerce-news.es/mexico-fue-el-pais-que-registro-mayor-crecimiento-en-comercio-electronico-a-nivel-mundial-en-2019/>

¹³ Fuentes: Asociación de Internet MX, *Estudio de comercio electrónico en México 2019* de AI. MX, y *Marketing4ecommerce*.

Dependiendo del público objetivo al que se quiera dirigir la empresa, se pueden utilizar diferentes redes sociales como Facebook, Instagram o Tik Tok para promocionar sus productos.

E. CLAVES DE ACCESO AL MERCADO

E.1. Distribución

Según Euromonitor, las ventas de ropa y calzado en 2019 se distribuyeron a través de los siguientes canales:

- Venta al por menor en tiendas físicas (85,3 %) ¹⁴; dentro de este grupo se encuentran:
 - Minoristas especializados en venta de ropa y calzado (33 %): son tiendas especializadas en ropa y calzado, tienen una gran variedad de ese tipo de productos.
 - Tiendas departamentales (12,1 %): son almacenes dirigidos a todo tipo de público, cuentan con una gran variedad de líneas de productos y marcas. Entre los más importantes de México se encuentran El Palacio de Hierro, Liverpool, Sears...
 - Hipermercados (10,3 %): son tiendas más grandes que los supermercados. Además de comestibles, comercializan otras categorías de productos, como ropa infantil. Walmart, Chedraui, La Comer y Soriana son algunas de las cadenas más importantes del país.
 - *Discounters* (1,5 %): 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 (7,4 %). Hay una gran variedad de empresas que se dedican a la venta de ropa deportiva, entre la que se incluye la infantil. Decathlon, Deportes Martí, Innovasport o Mundo Deportivo tienen una gran capacidad de venta en el país.
 - Clubes de almacenes y tiendas de variedades tendrían un peso inferior en cuanto a la venta de ropa infantil, con un 1,9 % y un 8,4 %, respectivamente.
 - Otro tipo de minoristas, que no se encuentran dentro de las categorías antes mencionadas, acaparan el 10,7 % de las ventas de ropa y calzado.
- Venta al por menor que no sea en tienda física (14,7 %):
 - Venta directa (10,1 %): los vendedores comercializan los productos dirigiéndose directamente a los consumidores en sus hogares, en el trabajo, en el domicilio de otra persona, etc.
 - *E-commerce* (4,4 %): comercialización de los productos a través de Internet. Las tiendas de ropa infantil pueden vender a través de un *marketplace*, su página web o una *app*. Hay empresas que venden sólo *online* y otras que lo hacen *online* y a través de tienda física (*brick and mortar*). Las más importantes del sector, Baby Creysi, Milano y Zara Kids, además de tener tienda física, comercializan sus productos a través del canal *online*.
 - *Homeshopping* (0,2 %): venta a través de catálogo o teletienda.

Respecto a los **márgenes** en la cadena de distribución, normalmente el *retail* multiplica por entre 2,3 y 2,5 el precio al consumidor final.

Asimismo, cabe destacar la importancia de las **franquicias** en México. A través de un contrato comercial, un franquiciado paga una cantidad de dinero al franquiciador para explotar la marca. A través de acuerdos y

¹⁴ Euromonitor: *Apparel and Footwear in Mexico, Country report*.

cláusulas, el franquiciado debe seguir las normas y directrices estratégicas del franquiciador. Las marcas españolas como **Gocco** o **Neck and Neck** tienen franquicias en México. Es una buena opción para expandirse sin llevar a cabo una gran inversión y reduciendo el riesgo comercial y financiero. Por otra parte, el franquiciado se beneficia por la notoriedad de marca y el *know-how* de la empresa franquiciadora.

E.2. Barreras reglamentarias y no reglamentarias

E.2.1. 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 puede llegar al 25 %. 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 a la importación del 0 %, siempre que certifiquen el origen europeo del producto.

- TLCUEM. El arancel a la importación de productos procedentes de la UE: 0 %.
- 16 % de IVA.
- Productos procedentes de Asia hasta 25 % de gravamen para prendas de vestir.

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 y en el padrón sectorial correspondiente.
 - Desde 2015 es necesaria la inscripción para la obtención de padrones específicos por sectores: Padrón de importación específico del sector: textil y confección 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 las mismas. Se pueden consultar los precios estimados de las partidas arancelarias en el siguiente link: http://www.dof.gob.mx/nota_detalle.php?codigo=5588143&fecha=03/03/2020
- 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 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-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

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. Las ayudas consisten en:



CONFECCIÓN INFANTIL EN MÉXICO

- Crédito para capital de trabajo y activos fijos.
- Monto del crédito hasta 5 millones de pesos.
- Tasa de interés máxima de 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.

Se pueden consultar los requisitos a través del siguiente enlace:

https://www.nafin.com/portalfn/content/financiamiento/vestido_moda.html

E.4. Ferias

- IM INTERMODA
Expo Guadalajara (Guadalajara 1-4 de septiembre de 2020)
<https://intermoda.com.mx/>

Esta feria es la más importante de confección y moda de México. Tiene dos ediciones al año, en enero y julio. Asimismo, dispone de un área de moda infantil. Cuenta con un espacio de 45.000 m². En la última edición hubo más de 1.650 stands con empresas procedentes de 16 países y asistieron 28.000 compradores y visitantes.

Debido a la situación generada por la pandemia de COVID-19, este año, la feria se celebrará en septiembre. Según profesionales del sector, se espera que la afluencia a este tipo de eventos sea más baja hasta que la situación sanitaria se normalice.

F. INFORMACIÓN ADICIONAL

REVISTAS ONLINE Y OFFLINE

<i>Mi bebé y yo</i>	<i>BB Mundo</i>	<i>Style Kids</i>	<i>ELLE</i>	<i>Vogue México</i>
Difunden información en torno al mundo del bebé, del niño y de la embarazada.	A través de sus noticias, da consejos a los padres relacionados con la crianza de sus hijos.	Escriben sobre moda y ocio.	Analiza tendencias de belleza, moda infantil y de adulto, decoración y noticias de celebridades.	Sus artículos se centran en el mundo de la moda en México.
https://mibebeyyo.elmundo.es/mx	https://www.bbmundo.com/	https://www.facebook.com/stylekidsmx/	https://elle.mx/	https://www.vogue.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 agencias 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
<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.

AUTOR
Sergio Maneiro Torres

Oficina Económica y Comercial
de España en Ciudad de México
Buzón oficial de la Oficina: mexico@comercio.mineco.es
Fecha: 30/06/2020

NIPO: 114-20-022-X

www.icex.es



FICHAS SECTOR MÉXICO



ICEX España
Exportación
e Inversiones