

# Moda sostenible en México

## A. CIFRAS CLAVE

México es el primer destino de las exportaciones españolas a Latinoamérica, y su quinto mercado más importante fuera de Europa. Entre los productos más comprados en 2019 por 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.

La industria textil y de confección es una de las más importantes de México, al aportar el 2,8 % del PIB manufacturero además de generar uno de cada diez empleos de este mismo sector. La mayoría de la producción de prendas textiles de México va dirigida al segmento económico medio-bajo y bajo, que demandan una calidad y diseño poco desarrollados. 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.

		2019	2020	2021
<b>Crecimiento PIB real</b>	%	-0,3	-10,5	3,3
<b>PIB per cápita</b>	USD	10.118	n. d.	n. d.
<b>Inflación</b>	%	2,83	2,43	3,00
<b>Cuenta Corriente</b>	% PIB	-0,19	-0,28	-0,40
<b>Déficit fiscal</b>	% PIB	-2,3	-4,2	-2,2
<b>Población</b>	millones hab.	125,93	127,09	128,23
<b>Ventas moda y calzado</b>	MUSD	28.882	n. d.	n. d.

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

## B. CARACTERÍSTICAS DEL MERCADO

### B.1. Definición precisa de los productos del sector estudiado

La moda sostenible se puede definir como la conjunción de la **moda ecológica**, respetuosa y responsable con el medio ambiente; y la **moda ética**, justa y equitativa a nivel humano y social. Dado que no existe una partida arancelaria específica para la moda sostenible, se analizarán las partidas que conforman la moda tradicional indicadas en el Sistema Armonizado, y todas sus subpartidas.

Capítulos arancelarios
61. Prendas de vestir de punto
62. Prendas de vestir, excepto de punto
64. Calzado, sus partes

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

### B.2. Tamaño del mercado

México tiene una población estimada actual de 126,2 millones de habitantes, con una **demanda en constante aumento**. Se debe tener en cuenta a la hora de abordar el mercado mexicano que existen desigualdades en la distribución de la riqueza y que un 2 % de la población vive en condiciones de 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.

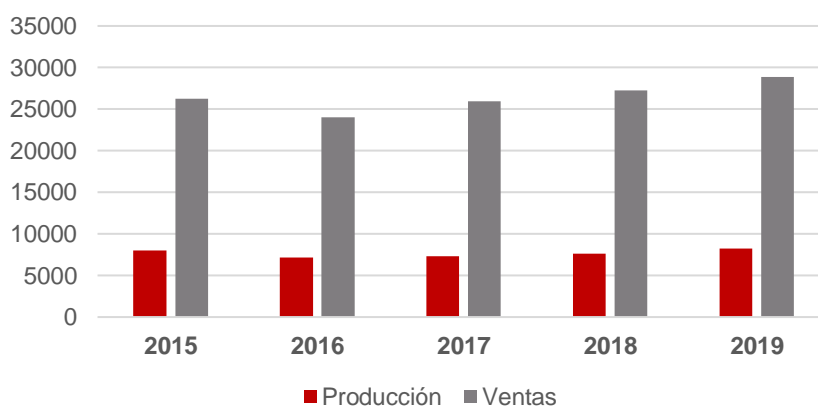
Puesto que la moda sostenible ocupa una parte minoritaria de la moda tradicional en el mercado mexicano, en primer lugar se estudiarán los datos generales de la moda tradicional, y posteriormente se expondrán cifras relevantes de la moda sostenible en México.

#### B.2.1. Moda tradicional

Con la finalidad de **analizar las ventas y la producción durante estos últimos 5 años**, se ha elaborado el siguiente gráfico, en el que se muestra la evolución de ambos datos durante el período 2015-2019. Los datos se han obtenido a través del portal de Euromonitor.

#### VALOR DE PRODUCCIÓN Y VENTAS DE MODA Y CALZADO EN MÉXICO

Expresado en millones de USD



Fuente: elaboración propia a partir de datos de Euromonitor.

Tal y como puede observarse en el gráfico, la **industria de la moda y calzado muestra una evolución ligeramente positiva y similar** tanto en ventas como en producción. En 2016 se produjo una bajada próxima al 10 % ocasionada por las repercusiones de la firma del **tratado de libre comercio TPP-11** (Acuerdo Transpacífico de Cooperación Económica), que supuso la entrada de productos más baratos procedentes del sudeste asiático, donde los costes de producción son más bajos y en ocasiones existen subsidios directos o encubiertos.

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. Sus principales clientes son EE. UU. y Canadá.

Por otra parte, hay dos tipos de importaciones. Por un lado, productos muy baratos, que provienen principalmente de China y de otros países asiáticos. Por otro, se importan productos de precio elevado y de buena calidad y diseño, procedentes principalmente de EE. UU. (5,65 %, segundo origen de las importaciones mexicanas). España también se encuentra entre los países que exportan productos de calidad, con una cuota del 0,6 %.

## B.2.2. Moda sostenible

La sostenibilidad en el **sector moda se ha convertido en uno de los ejes de mejora clave para las compañías**, debido principalmente a tres factores: la industria de la moda es muy contaminante, los consumidores están más concienciados y ser sostenible es rentable para las marcas. Al mismo tiempo, hay que considerar el surgimiento de iniciativas que buscan promover el desarrollo de los países de manera más armónica con los ecosistemas. Una muestra de esto son los Objetivos del Desarrollo Sostenible de Naciones Unidas. Ahora bien, en 2020 la moda sostenible representa el 1 % del total del sector textil mundial.<sup>1</sup>

En México, actualmente, existen una serie de barreras en el marco legal y político que dificultan, o cuando menos **no incentivan, un desempeño eco-eficiente** por parte de todo el sector moda y textil. De hecho, en muchas ocasiones, debido a la falta de regulación y de sanciones, en la práctica resulta más barato contaminar que ahorrar o reutilizar insumos.<sup>2</sup>

Al no haber respaldo regulatorio que impulse a las empresas a la sostenibilidad, la presión de marcas internacionales, las nuevas preferencias del consumidor y algunas iniciativas de organizaciones privadas son los factores que están impulsando este cambio de tendencia en el mundo. Por ejemplo, entre las iniciativas privadas, se pueden mencionar las campañas de consumo nacional y los mercados por proximidad.

Según la firma española Ecoalf, el **perfil del consumidor** de moda sostenible es muy amplio. Hay clientes desde los 25 hasta los 65 años y sin mucha diferencia entre hombre y mujeres. En general, son personas que están concienciadas con la sostenibilidad.

*Centennials* y *Millennials* son las generaciones que más se preocupan por el consumo responsable. Aunque estos cambios son notorios en toda la sociedad, los grupos generacionales Z e Y están impulsando mucho más el crecimiento de este comportamiento según revela BigFoot, especialista de *marketing* cultural, basándose en el registro de su herramienta Cultural Performance Indicators (CPI). Los CPI muestran que más del 65.4 % de la sociedad mexicana han adoptado esta tendencia en diferentes preferencias de compra y consumo responsable.<sup>3</sup>

Un estudio elaborado por Mercado Libre sobre el consumo de productos sustentables en México y la región muestra que el año pasado un **14 % de los compradores** (2,5 millones) **compraron al menos un producto sustentable**. A su vez, concluye que en México la mayoría de los clientes que compran este tipo de productos son compradores leales, en un 70 %; un 21 % son compradores esporádicos y un 9 % son compradores frecuentes.

<sup>1</sup> Fashion Network (2020): <https://mx.fashionnetwork.com/news/La-industria-de-la-moda-es-sensible-a-la-sostenibilidad-pero-se-muestra-reticente-a-los-cambios.1264181.html>

<sup>2</sup> CEMDA (2019): [https://img1.wsimg.com/blobby/go/4c06d1a2-8575-4daf-a0ea-478721e5f1bd/downloads/CEM\\_moda\\_publicaci%C3%B3n.pdf?ver=1596775241901](https://img1.wsimg.com/blobby/go/4c06d1a2-8575-4daf-a0ea-478721e5f1bd/downloads/CEM_moda_publicaci%C3%B3n.pdf?ver=1596775241901)

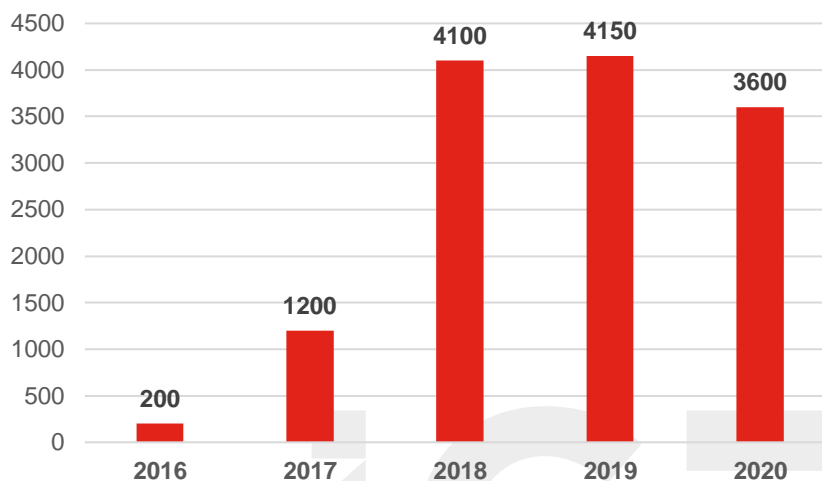
<sup>3</sup> Marketing4ecommerce (2020): <https://marketing4ecommerce.mx/engagement-centennials-y-millennials-consumo-responsable/>

El **contexto de emergencia por la COVID-19 duplicó el consumo sustentable en México**. Los productos de mayor crecimiento son reutilizables y generan cero basura en cuidado personal y del hogar.

El informe de Mercado Libre (mayo de 2020) expone un **significativo aumento de los productos sustentables** ofertados en este portal. Así, durante los últimos 4 años en la región de América Latina, el crecimiento entre 2017-2020 (proyecciones) ha sido del 106 %, lo que supone una tasa anual promedio de 35 %.

### EVOLUCIÓN DE PRODUCTOS SUSTENTABLES EN VENTA EN MERCADO LIBRE

*Expresado en unidades*



Fuente: elaboración propia a partir de datos de Mercado Libre.

### B.3. Principales actores

En 2019, según los datos obtenidos de INEGI, México contaba con 43.861 empresas relacionadas con la confección de moda tradicional. Estas empresas generaron un 10 % del PIB del sector manufacturero. El 90 % son pequeñas y microempresas, lo que demuestra que se trata de un **mercado muy fragmentado**. Se localizan principalmente en Ciudad de México (24,5 %), estado de México (19,4 %) y Puebla (8,7 %).

Por lo que respecta al mercado de **moda sostenible**, hoy en día en México existen diversas plataformas y empresas especializadas. A pesar de no ser conocidas por el gran público, sí lo son entre los consumidores habituales de este segmento.

Entre las principales plataformas que promueven la moda sostenible encontramos a **Ethical Fashion Space**<sup>4</sup>. Se trata de una plataforma de negocios que da consultoría a pequeños proyectos que quieren entrar al sector textil con una perspectiva de sostenibilidad en México. A su vez, esta iniciativa abre canales de comunicación con los consumidores.

**Güey**<sup>5</sup> es el primer directorio de marcas sostenibles de América Latina. Se trata de una plataforma que nace para acercar a las personas a un mercado de moda respetuosa, innovadora e inclusiva. Dan visibilidad a marcas latinoamericanas que seleccionan siguiendo ciertos criterios de sostenibilidad.

Algunas de las **principales empresas** del mercado de la moda sostenible en México son: **Cöko, Carla Fernández, Bamboo Life, Pimperl, Kaluna Sustainable Apparel, Alejandra Raw, Green Hug Hemlock y Selvaggi**

<sup>4</sup> <https://ethicalfashionspace.com/>

<sup>5</sup> <https://directorio.queiv.com/>

**Swimwear**, entre otras. Por su parte las grandes cadenas de moda están empezando a ofrecer sus primeras colecciones sostenibles, aunque de momento se trata de un número limitado de colecciones.

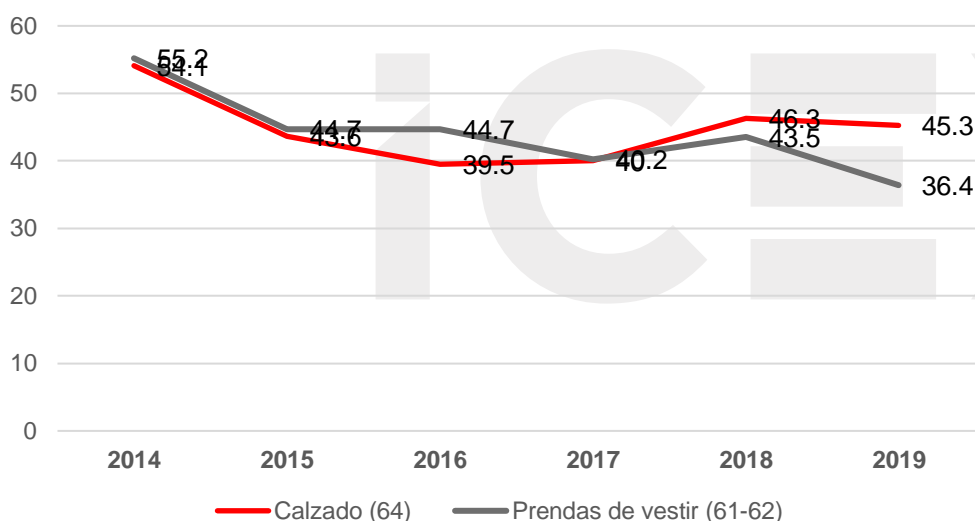
Si se analizan en general los **productos de comercio justo**, existen plataformas como **Ecotienda México** que promueve el consumo y venta de estos productos. Otras plataformas más conocidas como **Mercado Libre** también están fomentando la compra de estos productos; se ha creado una categoría específica para los productos sustentables, desde moda hasta alimentos orgánicos y pasando por artículos de salud y belleza.

### C. LA OFERTA ESPAÑOLA

Las **exportaciones españolas de moda y calzado a México** durante los últimos cinco años **han descendido considerablemente**. En 2014 ambas se situaban rozando un valor de 55 millones de USD. La caída de las exportaciones de calzado ha sido menor, se han reducido un 16,2 % durante 2014-2019, llegando en 2019 a los 45,3 millones de USD. Por otro lado, las prendas de vestir han bajado hasta un valor de 36,4 millones de USD, lo que conlleva una caída del 34 % entre 2014 y 2019.

#### EXPORTACIONES ESPAÑOLAS DE CALZADO Y PRENDAS DE VESTIR A MÉXICO, 2014-2019

*Expresado en millones USD*



Fuente: elaboración propia a partir de datos de SIAVI.

A pesar de esta tendencia a la baja de los últimos años, en la industria textil convencional, México sigue siendo un **mercado muy importante para las empresas españolas** de moda, como corrobora el paulatino aumento de marcas españolas en el mercado local y la buena aceptación de las mismas por el consumidor mexicano. En general, la presencia actual de marcas españolas en el mercado mexicano posibilita la formación de una percepción de la moda española en el consumidor.

Los consumidores mexicanos **valoran el hecho de tratarse de una marca española**, lo que le confiere prestigio al producto. El objetivo debe ser **diferenciarse en calidad, diseño o precio**; para así conseguir un propio nicho de mercado.

La presencia de marcas españolas en el mercado mexicano de moda sostenible es aún bastante débil. Entre las marcas españolas que han logrado abrirse mercado en México cabe destacar a **El Naturalista, Ecoalf y Skunkfunk**.

## D. OPORTUNIDADES DEL MERCADO

Según un estudio de Euromonitor, antes de la pandemia de COVID-19, la sostenibilidad se enfocaba más a problemas ambientales. Si bien reducir el impacto en el medio ambiente e incorporar procesos de ahorro energético en la producción sigue siendo la máxima definición de sostenibilidad en 2020, **la COVID-19 ha puesto en primer plano el propósito social** de este término. Según revelan los datos del estudio, dos tercios de las empresas encuestadas definen la sostenibilidad como “apoyo a las comunidades locales, incluyendo: empleados, proveedores y socios comerciales”, un **aumento del 15 % en comparación con el año anterior**.

La encuesta revela que la sostenibilidad ha evolucionado más allá de un enfoque superficial hacia lo genuino; con la toma de decisiones y acciones para respetar el medio ambiente. Las empresas están alineando su misión, valores, visión y estrategias con un propósito superior que tiene un impacto positivo general, creando valor más allá de las ganancias monetarias. Si bien **la acción empresarial en cuestiones sociales se aceleró durante el brote**, las iniciativas ambientales se vieron obligados a reducir la velocidad o hacer una pausa. Sin embargo, a medida que el mundo avanza hacia una nueva normalidad, las empresas ahora están reevaluando las prioridades y explorando cuestiones de sostenibilidad<sup>6</sup>.

Especialmente las **empresas del sector retail** conocen los beneficios de la sostenibilidad en sus relaciones con los clientes, puesto que casi el 80 % señalan que este aspecto aumenta la fidelidad y la conexión emocional y el 63 % que incrementa los beneficios generados por la marca.

En cuanto a los **consumidores**, la tendencia también es muy positiva; **cerca del 80 % de los clientes está cambiando sus preferencias de compra basándose en criterios de responsabilidad social**, inclusividad y compromiso medioambiental, según el último informe del Instituto de Investigación de Capgemini. La crisis sanitaria de la COVID-19 ha favorecido esta tendencia positiva de los últimos años. El 57 % de los compradores de entre 18 y 24 años han cambiado sus marcas habituales por marcas menos conocidas, pero que son respetuosas con el medio ambiente. Más de la mitad de los consumidores (52 %) indican que comparten una conexión emocional con productos u organizaciones que perciben como sostenibles. El 64 % señala que comprar productos sostenibles les hace sentirse satisfechos con sus compras (esto alcanza el 72 % en el grupo de edad de 25 a 35 años)<sup>7</sup>.

El **crecimiento en el mercado mexicano** de la moda sostenible empezó entre 2014 y 2015, pero ha ganado mayor fuerza a partir de 2017; según información proporcionada por Mireille Acquart, fundadora de Ethical Fashion Space. En cambio, el sector textil tradicional mexicano se considera un mercado maduro, por lo que la moda sostenible puede ser una oportunidad para aquellas empresas españolas que quieran entrar en el mercado mexicano.

La **industria textil española goza de una buena imagen** entre los fabricantes y consumidores mexicanos, quienes la asocian con la calidad de los materiales y cierta exclusividad. Los consumidores locales valoran los productos fabricados en la UE, como una garantía de calidad.

La moda española en México se ha enfocado tradicionalmente a un **segmento medio alto de la población**, tanto por cuestión de precios como por percepción de calidad por parte del consumidor. 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.

<sup>6</sup> Euromonitor (2020):

[https://go.euromonitor.com/rs/805-KOK-719/images/wpPurposeEra-v0.3.pdf?mkt\\_tok=eyJpIjoiTm1JMk9EWTVPVGd3TkRNMylsInQiOiJwYmtJc2VwbSt0eVZhd2s0aGdTbmd2WW5ERkhtTUlrUVAvQmc2dUFHQlIQWFRGM0dEbnFndzltb0Rnbk1hYldBWIRwcmthV3NsMGdLUkYxdEJvbldRNVVET2FKQVlyMmE5eXdSc0JQcDNJM1JXWkFuTWdEclF3L0JYVnJlYiR0QSQJ9](https://go.euromonitor.com/rs/805-KOK-719/images/wpPurposeEra-v0.3.pdf?mkt_tok=eyJpIjoiTm1JMk9EWTVPVGd3TkRNMylsInQiOiJwYmtJc2VwbSt0eVZhd2s0aGdTbmd2WW5ERkhtTUlrUVAvQmc2dUFHQlIQWFRGM0dEbnFndzltb0Rnbk1hYldBWIRwcmthV3NsMGdLUkYxdEJvbldRNVVET2FKQVlyMmE5eXdSc0JQcDNJM1JXWkFuTWdEclF3L0JYVnJlYiR0QSQJ9)

<sup>7</sup> America Retail (2020): [https://www.america-retail.com/category-management/catman-el-consumidor-y-el-valor-de-la-sostenibilidad-en-las-compras/?utm\\_medium=email](https://www.america-retail.com/category-management/catman-el-consumidor-y-el-valor-de-la-sostenibilidad-en-las-compras/?utm_medium=email)

## E. CLAVES DE ACCESO AL MERCADO

### E.1. Distribución

La distribución de moda sostenible en México **se lleva a cabo como el resto de la moda tradicional**, ya sea mediante **distribuidores / agentes** o a través de **comercios minoristas**.

El segmento de mercado al que se dirige la moda sostenible en México suele ser medio-alto y alto. Por otro lado, la calidad es alta, así como los precios. Por ello, en el sector de la moda sostenible, la mayoría de la distribución se hace a través de **tiendas especializadas**, que pueden tener o no un canal *online*. No obstante, también se ofertan productos sostenibles en las **tiendas online** (plataformas de *e-commerce* y multimarca), sin tienda física, y en los **grandes almacenes**.

En la distribución de la moda tradicional en el mercado mexicano la **venta directa** sigue teniendo un papel muy relevante. En 2019 copó el 10,1 % de la cuota de mercado. En cambio, debido a que la moda sostenible es una tendencia que ha surgido en los últimos años, este canal de venta tradicional del mercado mexicano no tiene tanto peso, ya que ha sido sustituido principalmente por los *marketplaces* y la venta *online*.

Durante la entrevista mantenida con los diferentes departamentos de la tienda Liverpool, se indicó que en México la **forma de pago, en cuanto a la figura de importador**, puede ser 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.

**Las cuotas de mercado de los canales de venta de la moda tradicional** en 2019 en México se muestran en el siguiente gráfico. Se observa cómo la venta al por menor en tiendas físicas (85,3 %) tiene mayor relevancia que en tienda no física (14,7 %) y, dentro de la clasificación de tiendas físicas, las que mayor peso tienen son los minoristas especializados.

CUOTA DE MERCADO DE LOS CANALES DE DISTRIBUCION EN MÉXICO 2019



Fuente: elaboración propia a partir de datos de Euromonitor.

### E.2. Barreras reglamentarias y no reglamentarias

Los requisitos a la importación de moda sostenible desde España no varían respecto a la moda tradicional, por lo que se aplican los mismos aranceles y requisitos a la importación.

### E.2.1. Barreras arancelarias

El arancel aplicable a las importaciones de moda en México es un gravamen *ad valorem* que puede llegar hasta el 25 %, dependiendo de las características del producto. Para los **productos textiles españoles**, en virtud del Tratado de Libre Comercio entre México y la Comunidad Europea (TLCUEM), los **aranceles se reducen a 0 %**, siempre que certifiquen el origen europeo del producto. Este Tratado entró en vigor el 1 de julio del 2000.

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**.

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

A partir de 2021, la Nueva Ley de los Impuestos Generales de Importación y Exportación (LIGIE) moderniza la Tarifa Arancelaria mexicana a través de la implementación del Número de Identificación Comercial (NICO). Se trata de un **quinto par de dígitos** que se sumará a los ocho dígitos que componen actualmente una fracción arancelaria.<sup>8</sup>

### E.2.2. Barreras no arancelarias

#### • 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 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.

#### • Precios mínimos estimados

El precio estimado es el valor que la Secretaría de Hacienda y Crédito Público fija para los bienes extranjeros susceptibles de subvaluación y sirve como una referencia para identificar cuándo el valor declarado en el pedimento podría ser inferior al valor de la mercancía, y el monto de la garantía que debe otorgarse ante la posible afectación fiscal.

Las mercancías sujetas a dicha regulación están identificadas en la “Resolución que establece el mecanismo para garantizar el pago de contribuciones en mercancías sujetas a precios estimados por la SHCP”. Está pendiente de publicación la actualización de los precios estimados que regirán en 2021.<sup>9</sup>

#### • Normativa de importación de textil y calzado

- 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”.

<sup>8</sup> Snice (2020): <https://www.snice.gob.mx/cs/avi/snice/nico.ligie.html>

<sup>9</sup> Diario Oficial de la Federación (2020): [https://www.dof.gob.mx/nota\\_detalle.php?codigo=5588143&fecha=03/03/2020](https://www.dof.gob.mx/nota_detalle.php?codigo=5588143&fecha=03/03/2020)





### E.3. Ayudas

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

- 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/portalnf/content/financiamiento/vestido\\_moda.html](https://www.nafin.com/portalnf/content/financiamiento/vestido_moda.html)

### E.4. Ferias

#### 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 2021, Guadalajara (Jalisco).

#### EXINTEX

---

Descripción: Exhibición internacional textil. Punto de encuentro proveedores y compradores. <https://exintex.com/>  
Próxima edición: 23-26 de marzo de 2021, Puebla.

#### MERCEDES BENZ FASHION WEEK México City

---

Descripción: Desfile para la promoción de la moda en México. <https://www.fashionweek.mx/inicio/>  
Próxima edición: 14-17 de octubre d 2021, Ciudad de México.

## F. INFORMACIÓN ADICIONAL

Principales webs de interés y publicaciones del sector:

- (ICC) International Chamber of Commerce Mexico <https://www.iccmex.mx>
- (COMCE) Consejo Empresarial Mexicano de Comercio Exterior, Inversión y Tecnología <http://www.comce.org.mx>
- (MOLA) Hub Internacional de Moda Sostenible Latinoamericana: <https://www.universomola.com/index.php>
- KS News: <https://ks.com.mx/>
- Ethical Fashion Space: <https://ethicalfashionspace.com/>
- Slow Fashion Next: <https://www.slowfashionnext.com/>
- Fashion Network: <https://mx.fashionnetwork.com/>
- Canaintex <https://canaintex.org.mx/>
- Modaes Lationamérica: <https://www.modaes.com/>

## 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](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.

### AUTOR

Alegría Molina Pérez

Oficina Económica y Comercial  
de España en México

Buzón oficial de la Oficina: [mexico@comercio.mineco.es](mailto:mexico@comercio.mineco.es)

Fecha: 18/12/2020

NIPO: 114-20-022-X

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



FICHAS SECTOR MÉXICO



**ICEX** España  
Exportación  
e Inversiones