

# Textil hogar en México

## A. CIFRAS CLAVE

El valor de las ventas de productos de textil hogar descendió un 0,2 % hasta los 1.152 millones de USD en 2020, tras unos años en constante crecimiento. El crecimiento anual promedio de las ventas en 2018-2020 fue del 4 %.

México es un país netamente importador de textil hogar, con Estados Unidos como principal origen de sus importaciones y destino de sus exportaciones, seguido, en menor medida, de China. En 2020, las exportaciones mexicanas de textil hogar aumentaron un 14 % y las importaciones disminuyeron un 6 % respecto al año anterior. Se estima que las importaciones españolas aumenten un 20 % en 2021.

El desarrollo de la pandemia ha afectado al sector, aunque se detectan áreas de oportunidad, principalmente en el canal *e-commerce*, en proyectos para EE. UU. y en tejidos para exteriores.

Categorías	2018	2019	2020	2021 (p)*
<b>Población (millones habs.)<sup>1</sup></b>	124,0	125,3	126,0	126,1
<b>Ventas textil hogar (millones de USD)<sup>2</sup></b>	1.108	1.153	1.152	1.164
<b>Exportaciones totales* (Valor FOB, millones de USD)<sup>3</sup></b>	1.705	1.738	1.980	2.164
<b>Importaciones (Valor CIF, millones de USD)<sup>3</sup></b>	3.201	3.056	2.905	3.064
<b>Saldo comercial para México (millones de USD)<sup>3</sup></b>	-1.496	-1.319	-926	-900
<b>Importaciones con origen España (millones de USD)<sup>3</sup></b>	33	32	21	25
<b>Crecimiento del PIB per cápita (% anual)<sup>4</sup></b>	1,05	-1,14	-9,21	19,5

Fuente: 1). INEGI, 2). Euromonitor, 3). SIAVI, las previsiones para 2021 se han obtenido a partir de una extrapolación de los datos observados en enero-agosto 2021, 4). Banco Mundial, 2021.

## B. CARACTERÍSTICAS DEL MERCADO

### B.1. Definición de los productos que conforman el sector estudiado

El sector textil hogar agrupa diferentes categorías de productos tales como tejidos y tapices para decoración, telas para muebles, alfombras y moquetas, cortinas y ropa de hogar. Estos productos están repartidos en varios capítulos del Sistema Armonizado de clasificación arancelaria (HS). En concreto, los cinco capítulos de textil hogar que se incluyen son los siguientes:

- 57. Alfombras y demás revestimientos para el suelo, de materias textiles, en el cual se engloba todo tipo de alfombras a través de sus partidas y subpartidas.
- 58. Tejidos especiales; superficies textiles con pelo insertado; encajes; tapicería; pasamanería; bordados, que pueden formar parte de la fabricación de muebles y distintos artículos de decoración para el hogar.
- 59. Tejidos impregnados, recubiertos, revestidos o estratificados; artículos técnicos de materias textiles, que pueden formar parte de la fabricación de muebles y distintos artículos de decoración para el hogar.
- 60. Tejidos de punto, que pueden formar parte de la fabricación de muebles y distintos artículos de decoración para el hogar.
- 63. Los demás artículos textiles confeccionados; conjuntos o surtidos; prendería y trapos.

### B.2. Tamaño del mercado

México tiene una población estimada de más de 126 millones de habitantes (INEGI, 2021), con una demanda en constante aumento. A la hora de abordar el mercado mexicano hay que tener en cuenta que una parte importante de la población vive en condiciones de pobreza y que las desigualdades en la distribución de la renta y el acceso a la educación o la salud, entre otros, siguen siendo grandes problemas por resolver. En 2020 el PIB per cápita descendió un 9,21 % según el Banco Mundial, de unos 9.946 USD en 2019 a 8.346 USD. La estimación del FMI para 2021 es de 9.970 USD per cápita, lo que supondría un aumento del 19,5 % respecto al año anterior.

Para el valor total de las ventas de textil hogar y las previsiones de ventas hasta el año 2025 se han incluido las categorías de textiles de baño, ropa de cama, mantelería y textiles de cocina, cojines y otros textiles de salón, alfombras y cortinas.

#### PREVISIÓN DE LAS VENTAS DE TEXTIL HOGAR TOTAL EN MÉXICO, 2021-2025

Estimaciones de ventas	2021	2022	2023	2024	2025
<b>Valor Total (millones de USD<sup>1</sup>)</b>	1.163,7	1.179,3	1.195,8	1.213,9	1.233,9
<b>Tasa de variación anual (%)</b>	1,1 %	1,3 %	1,4 %	1,5 %	1,6 %

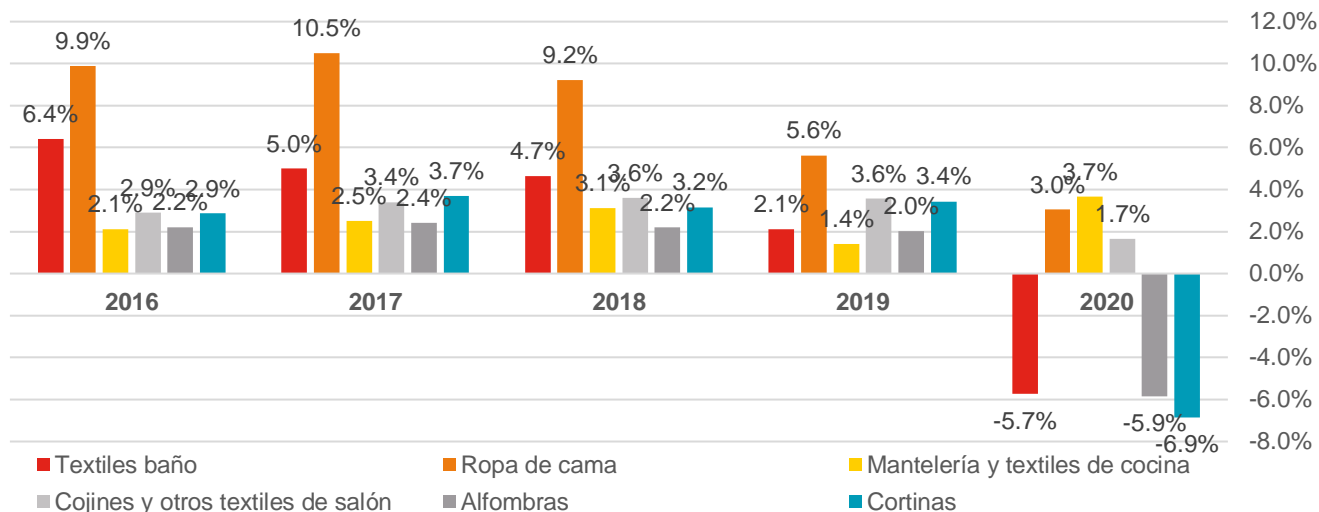
Fuente: Euromonitor, *Home Furnishings in Mexico*, 2021.

En 2020, la categoría más vendida en México fue la ropa de cama, cuyas ventas alcanzaron 654 MUSD, el 57 % de las ventas totales de textil hogar en México, con un crecimiento del 3 % respecto al año anterior, seguida de textiles baño (16 %) y alfombras (9 %). Por último, están las de cortinas (8 %), mantelería y textiles de cocina (7 %) y cojines y otros textiles de salón (3 %).

Dentro del sector textil hogar, la categoría que experimentó un mayor crecimiento en 2020 fue la de mantelería y textiles de cocina, cuyas ventas crecieron un 3,7 % con respecto a 2019, hasta los 78 MUSD, resultado de la pandemia al pasar más tiempo en casa. Las categorías de ropa de cama y cojines y otros textiles de salón fueron las que aumentaron, un 3,0 % y 1,7 %, respectivamente. Las otras tres categorías sufrieron un descenso en las ventas durante el 2020; textiles baño (-5,7 %), alfombras (-5,9 %) y cortinas (-6,9 %).

<sup>1</sup> El tipo de cambio empleado en esta ficha sector es el tipo de cambio medio MXN/USD para el 2020: 1 USD = 21,8911 MXN.

EVOLUCIÓN DE LAS VENTAS DE TEXTIL HOGAR POR CATEGORÍA EN MÉXICO (%)



Fuente: Euromonitor, *Home Furnishings in Mexico*, 2021.

La oferta de decoración para el hogar y cama ha aumentado con la aparición de cadenas de decoración del hogar como **Zara Home** o **Crate and Barrel**, que atrae al consumidor joven; más influenciado por la moda y que busca reflejar su estilo personal en su hogar.

El consumidor mexicano es muy **marquista**. En el sector de hábitat, la marca no es tan decisiva y se apuesta más por el diseño, el precio y las opciones de financiación. En el segmento medio-alto de textil hogar, la marca tiene mayor peso y el factor decisivo es el diseño y la calidad del tejido, más que el precio. Esto no ocurre siempre así en productos como sábanas y toallas donde el consumidor mexicano acude también a grandes superficies y se decanta por un producto nacional o importado de China.

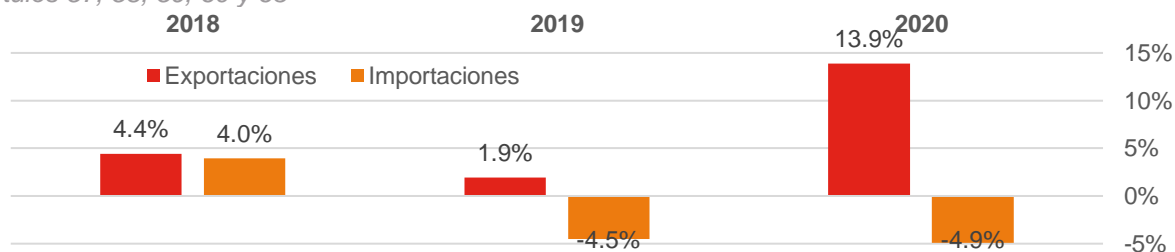
Respecto al **consumo**, la demanda es constante durante el año, si bien en navidades hay incremento en las ventas. También durante los meses de verano, suele haber descuentos y ventas especiales. En cuanto a **tendencias**, hay dos estaciones o colecciones, sobre todo en blancos de hogar: primavera/verano, en la cual se demandan colores más claros, y otoño/invierno, cuando se demandan más los colores oscuros. El periodo de compra de los importadores se planea con un año de antelación y suele ser en septiembre y febrero.

B.2.1. Exportaciones e importaciones

México es un país **importador neto de textil hogar**. En el año 2020 realizó exportaciones por valor de 1.979 MUSD e importaciones por 2.905 MUSD. En el siguiente gráfico se aprecia un aumento sostenido de las exportaciones de esta categoría entre 2017 y 2020, periodo en el que han aumentado un 21 %. Sin embargo, las importaciones han sufrido un descenso del 6 % en este mismo periodo. La tasa de cobertura revela un claro déficit comercial.

TASA DE VARIACIÓN DE EXPORTACIONES E IMPORTACIONES DE TEXTIL HOGAR

Capítulos 57, 58, 59, 60 y 63



Fuente: SIAVI.

**EXPORTACIONES, IMPORTACIONES, SALDO COMERCIAL Y TASA DE COBERTURA DEL TEXTIL HOGAR**  
 Capítulos 57, 58, 59, 60 y 63

	2017	2018	2019	2020	Cambio 19/20
<b>Exportaciones (millones de USD)</b>	1.633,0	1.704,6	1.737,6	1.979,0	14 %
<b>Importaciones (millones de USD)</b>	3.078,6	3.200,6	3.056,2	2.905,3	-5 %
<b>Saldo comercial (millones de USD)</b>	-1.445,6	-1.495,9	-1.318,6	-926,3	30 %
<b>Tasa de cobertura (%)</b>	0,53	0,53	0,57	0,68	20 %

Fuente: SIAVI.

### B.2.2. Principales socios comerciales

Las exportaciones mexicanas tienen como destino principalmente EE. UU., que representa más del 90 % del valor exportado de los capítulos analizados. México depende de Estados Unidos (30 %) y China (15 %) como origen de sus importaciones<sup>2</sup>, y, en menor medida, de países como Canadá (3 %) o Alemania (2,5 %).

En 2020 las importaciones mexicanas de textil hogar español alcanzaron un valor total de 21,2 MUSD, que suponen un 0,7 % del total importado por México. España es exportador neto a México en la partida de textil hogar, con una balanza comercial positiva de 20 MUSD en 2020. En particular, España destaca en los siguientes capítulos, ordenados de mayor a menor valor de importación: **Capítulo 59: Tejidos impregnados, recubiertos, revestidos o estratificados; artículos técnicos de materias textiles**, **Capítulo 60: Tejidos de punto**, **Capítulo 63: Los demás artículos textiles confeccionados; conjuntos o surtidos; prendería y trapos**, **Capítulo 58: Tejidos especiales; superficies textiles con pelo insertado; encajes; tapicería; pasamanería; bordados y, por último, Capítulo 57: Alfombras y demás revestimientos para el suelo, de materias textiles**. La siguiente tabla muestra las importaciones mexicanas de textil hogar español por capítulos en los últimos cuatro años.

**IMPORTACIONES DE ESPAÑA DE TEXTIL HOGAR, POR CAPÍTULO, 2017-2020**

Valor en miles de miles USD y variación último ejercicio (%)

	2017	2018	2019	2020	Var. 19/20
<b>Capítulo 57: Alfombras y demás revestimientos para el suelo, de materias textiles</b>	511,2	987,6	814,8	454,5	-44 %
<b>Capítulo 58: Tejidos especiales; superficies textiles con pelo insertado; encajes; tapicería; pasamanería; bordados</b>	2.847,7	3.155,6	2.323,6	1.622,6	-30 %
<b>Capítulo 59: Tejidos impregnados, recubiertos, revestidos o estratificados; artículos técnicos de materias textiles</b>	12.570,0	10.949,1	11.207,7	8.608,5	-23 %
<b>Capítulo 60: Tejidos de punto</b>	7.446,0	8.210,5	6.651,9	5.275,3	-21 %
<b>Capítulo 63: Los demás artículos textiles confeccionados; conjuntos o surtidos; prendería y trapos</b>	8.068,7	9.956,2	10.650,9	5.249,8	-51 %
<b>Total</b>	31.443,7	33.258,9	30.914,9	21.210,7	-33 %

Fuente: SIAVI.

### B.3. Principales actores

- **Asociación de Fabricantes de Muebles de Jalisco A.C., AFAMJAL**, <https://afamjal.com.mx/>
- **Cámara Nacional de la Industria Textil CANAINTEX**, <http://www.canaintex.org.mx>
- **Cámara de la Industria Textil de Puebla/Tlaxcala**, <http://www.citexmexico.com/>
- **Asociación Nacional de Tiendas de Autoservicio y Departamentales, ANTAD**, <http://www.antad.net/>

<sup>2</sup> Para el cálculo de los porcentajes de participación de los países se han tenido en cuenta las exportaciones e importaciones de todos los capítulos analizados en esta ficha (capítulos 57, 58, 59, 60 y 63).



## C. LA OFERTA ESPAÑOLA

Según ESTACOM, España exportó un total de casi 715 millones de euros en textil (incluye alfombras y moquetas y textil hogar confeccionado) en 2020, lo que supone un descenso del 3 % respecto al 2019. En 2020 se exportaron un total de 6,8 millones de euros a México en textil, 0,95 % del textil total exportado por España. El principal destino de las exportaciones de textil español es Francia, seguido de Portugal e Italia.

Las principales empresas españolas con presencia en México son: **Alhambra, Aquaclean, Gancedo y Güell Lamadrid**. La cadena **Zara Home** es líder en cadenas de artículos para el hogar, con una cuota de mercado en 2020 del 1,1 % (Euromonitor, 2021).

El producto español es considerado muy competitivo y de calidad superior al asiático. Se dirige fundamentalmente a un segmento de renta media-alta y alta.

Las empresas españolas que han conseguido mayor éxito son aquellas que han presentado un producto diferenciado, ya sea por los acabados, calidad o diseño. El “Hecho en España” tiene valor en México.

## D. OPORTUNIDADES DEL MERCADO<sup>3</sup>

**Desarrollo COVID.** El 2020 fue un mal año para el sector del textil hogar en México. La industria no ha sido ajena a los efectos de la pandemia, aunque se identifican áreas de oportunidad, sobre todo en el área del *e-commerce*. El desarrollo de la pandemia afectó al sector residencial, que sufrió parones en las fábricas por la falta de mercancías y la dedicación al material médico. Durante el confinamiento, los consumidores han realizado reformas y cambios de sofás, cortinas y mobiliario de exterior. A su vez aumentaron las reformas en restaurantes, impulsadas por las nuevas normativas (ej. distancia de seguridad), lo que impulsó a invertir en tejidos y muebles de exterior. Todo ello aumentó la demanda de tela de exterior. Se genera así una oportunidad para telas acrílicas, ya que existe escasez y los tiempos de entrega son muy elevados, mientras sigue aumentando su demanda.

**Oportunidades y tendencias.** Históricamente, la competencia en México proviene de productores locales y de los artículos con origen asiático, China principalmente, con telas de peor calidad y precios bajos, que conforman el segmento bajo del mercado. En cuanto al segmento medio, es más aspiracional y se buscan telas con características y un precio medio más elevado. Este es el segmento que más ha sufrido los efectos de la pandemia. El segmento alto lo conforman las telas más caras y las de importación. Tanto el segmento bajo como el alto son los que mayores beneficios están alcanzando durante este periodo.

Las telas con origen España han tenido buena aceptación, debido a la guerra comercial entre EE. UU. y China, que ha supuesto retrasos y aumento de costes en productos asiáticos. Esto ha sido aprovechado por telas ligeras de España, principalmente de tapicería, aunque también se han desarrollado telas diferenciadas o de valor añadido. Las empresas españolas deben apostar también por un excelente servicio al cliente y distribuidor, y tratar de reducir al máximo el tiempo de envío de los productos.

**Transporte.** La crisis del transporte derivada de la pandemia supuso un aumento en los tiempos de entrega, así como inestabilidad e incertidumbre. Además, la subida del coste del transporte de mercancía desde Asia ha conformado una presión para los fabricantes chinos, que han dejado de vender y han cerrado algunas fábricas. Esto afectó a toda la cadena de suministro; desde el productor de hilos al productor de PET, e incluso al fabricante de telas.

Se observa una oportunidad en telas de precio medio para distribuidores de decoración de casas y hoteles al tener origen España, ya que reduciría tiempos de entrega y costes frente a China<sup>4</sup>. Además, contarían con el respaldo de

<sup>3</sup> Las tendencias y oportunidades presentadas en esta sección de la ficha sector están basadas en las conversaciones mantenidas con los responsables de las empresas del sector textil hogar Proyectatex durante el mes de octubre de 2021.

<sup>4</sup> Proyectatex, octubre de 2021.



la marca España; buena imagen y fabricantes más flexibles con las cantidades a importar, aunque con costes más elevados que los asiáticos.

**Relocalización de Asia e inversiones de EE. UU.** La situación en China está afectando tanto al consumo en México como al de EE. UU., principal mercado para México, y están creciendo las inversiones de EE. UU. en el país vecino. La oportunidad para las empresas españolas reside en ofrecer buena calidad de tela a un precio competitivo, principalmente a empresas mexicanas de exportación de mobiliario, que busquen sustituto a las telas que importaban de China.

## E. CLAVES DE ACCESO AL MERCADO

### E.1. Distribución

A continuación, procederemos a analizar los canales de distribución, principalmente tiendas especializadas y tiendas de autoservicio y departamentales:

- **Tiendas especializadas:** Casa Palacio, Bayón, Artell, Zara Home, Telas de Pani, Telas Junco, La Parisina.
- **Tiendas de autoservicio y departamentales.** Es posible encontrar un directorio en el portal de la **ANTAD**. Dentro de este canal, podemos diferenciar entre las tiendas de autoservicio que venden artículos para el hogar como blancos, toallas y otros productos confeccionados, y las cadenas departamentales que ofrecen no sólo productos confeccionados, sino también tejidos para decorar y tapizar. Ambos tipos de cadenas, en general, disponen de su propia central de compras y departamento de importación de forma directa. Las **cadenas de autoservicio** de abarrotes registraron en 2020 un crecimiento del valor del 1 % y sus ventas alcanzaron los 38.312 MUSD<sup>5</sup>. Las cadenas más importantes de México por número de tiendas que venden productos de textil hogar son las siguientes: Walmart, Chedraui y Soriana.

Se espera que los principales actores intensifiquen su inversión en redes sociales y en *e-commerce* para su comunicación y oportunidades de venta. Es posible que este canal no mantenga el ritmo de crecimiento que ha experimentado en 2020, cuando los consumidores se pasaron al *e-commerce* por razones de comodidad y seguridad, y además los minoristas se encontraban cerrados durante la cuarentena. Sin embargo, las expectativas de crecimiento siguen siendo altas para este canal. Cada vez son más las empresas que abren y desarrollan sus propias tiendas de comercio electrónico, mientras que los tradicionales actores del *e-commerce* y los *marketplaces* también están ganando tracción en este sector.

Dado que el *e-commerce* se percibe y utiliza cada vez más como alternativa a las compras en tiendas físicas, se prevé que los fabricantes y los minoristas inviertan más en el desarrollo de sus comunicaciones en línea, incluso a través de las redes sociales y plataformas de venta.

Estos planes se han visto acelerados por la experiencia de la COVID-19, que ha visto cómo empresas, minoristas y consumidores aprecian cada vez más el potencial del canal *e-commerce* en el sector de la decoración para el hogar. Existe la posibilidad de que surjan nuevos minoristas que utilicen las tiendas físicas como salas de exposición y gestionen los pedidos y las compras a través de sus tiendas *online*. Además, Ikea lanzó su tienda *online* a finales del 2020 y ya ha anunciado la apertura de su segunda sucursal física en México.

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

Gracias al TLCUEM (Tratado de Libre Comercio Unión Europea-México), las partidas arancelarias que conforman los capítulos comentados están exentas del pago de arancel a la importación, siempre y cuando estos productos sean fabricados en la Unión Europea. Para ello se necesita presentar el EUR-1 o el número de exportador autorizado

<sup>5</sup> Euromonitor International. *Traditional Grocery Retailers in Mexico. Country Report*. Mar, 2021.



(Agencia Tributaria de España). El IVA es del 16 %. Para poder importar mercancía textil en México, es necesario estar inscrito en el padrón general de importadores y en el padrón sectorial “Textil y confección” del Servicio de Administración Tributaria en México (SAT). A los productos textiles, les resulta de aplicación la Norma Oficial Mexicana (NOM) de etiquetado PROY-NOM-004-SCFI-2020, que cancelará a la NOM-004-SCFI-2006. Son indispensables para la aplicación de esta NOM:

- NOM-008-SCFI-2002, Sistema general de unidades de medida, publicada en el 27 de noviembre de 2002. (DOF).
- NMX-A-2076-INNTEX-2013, Industria textil-Fibras químicas-Nombres genéricos, publicada su declaratoria de vigencia en el *Diario Oficial de la Federación* el 6 de noviembre de 2014.
- NMX-A-6938-INNTEX-2013, Industria textil-Fibras naturales-Nombres genéricos y definiciones publicada su declaratoria de vigencia en el *Diario Oficial de la Federación* el 6 de noviembre de 2014.
- NMX-A-3758-INNTEX-2014, Textiles Código de generación de etiquetas de cuidado con el uso de símbolos publicada su declaratoria de vigencia en el *Diario Oficial de la Federación* el 16 de agosto de 2017.
- NMX-A-029-INNTEX-2010, Industria textil-Tejidos de calada-Telas autoextinguibles-Especificaciones, publicada su declaratoria de vigencia en el *Diario Oficial de la Federación* el 4 de mayo de 2010.
- NOM-020-SCFI-1997, Información comercial-Etiquetado de cueros y pieles curtidas naturales y materiales sintéticos o artificiales con esa apariencia, calzado, marroquinería, así como los productos elaborados con dichos materiales, fecha de publicación en el *Diario Oficial de la Federación* el 27 de abril de 1998.
- ISO 13688:2013 *Protective clothing General requirements*.

Se recomienda registrar la marca en México bien a través de la OEPM (Sistema Madrid) o del IMPI en México.

### E.3. Ferias

- **HABITAT EXPO** (<https://habitatexpo.registrotradex.com/>). En el WTC CDMX, Interiorismo, diseño y arquitectura, del 20 al 22 de mayo.
- **DECOESTYLO** (<https://www.decoestylo.com.mx/>). En el WTC, CDMX, Decoración y Regalo, del 26 al 30 julio.
- **Expo Mueble Internacional** (<https://www.expomuebleinternacional.com.mx/>) Expo Guadalajara, Guadalajara, Muebles y Diseño, del 16 al 19 febrero 23022.
- **EXINTEX** (<https://exintex.com/>). Centro Expositor Puebla, 26, 27, 28 y 29 de octubre de 2021.
- **DESIGN WEEK:** <https://designweekmexico.com/>. En CDMX del 6 al 31 de octubre de 2021.

## F. INFORMACIÓN ADICIONAL

### F.1. Revistas especializadas del sector

- **Obras** (<https://obrasweb.mx/>). Construcción, Interiorismo y Arquitectura, mensual.
- **Arquine** (<https://www.arquine.com/>). Arquitectura y Diseño, trimestral.
- **ELLE Decoration** (<https://elle.mx/decoration/>). Diseño, Decoración, Tendencias, Arquitectura, Arte, mensual.
- **Ambientes** (<https://www.revistaambientes.com/>). Decoración, Interiorismo y Arquitectura, mensual.
- **Chic Haus** (<https://www.chicmagazine.com.mx/>). Decoración e Interiorismo, mensual.

### F.2. Enlaces de interés

- **ESTACOM:** <https://estacom-est.icex.es/estacom/desglose.html>
- **Secretaría de Economía:** <https://www.gob.mx/se/>
- **SIAMI:** <http://www.economia-snci.gob.mx/>
- **NOM:** [https://www.dof.gob.mx/nota\\_detalle.php?codigo=5604299&fecha=05/11/2020](https://www.dof.gob.mx/nota_detalle.php?codigo=5604299&fecha=05/11/2020)

## 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:

Avenida Presidente Masaryk 473, Delegación Miguel Hidalgo  
Polanco, Polanco II Secc.  
Ciudad de México 11530 – México  
Teléfono: +52 (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

Lucas Casado Fernández

Oficina Económica y Comercial  
de España en Ciudad de México  
[mexico@comercio.mineco.es](mailto:mexico@comercio.mineco.es)  
Fecha: 29/11/2021

NIPO: 114-21-012-2

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



FICHAS SECTOR MÉXICO



**ICEX** España  
Exportación  
e Inversiones