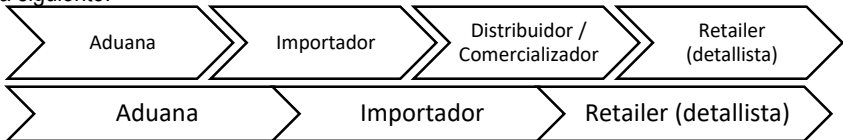
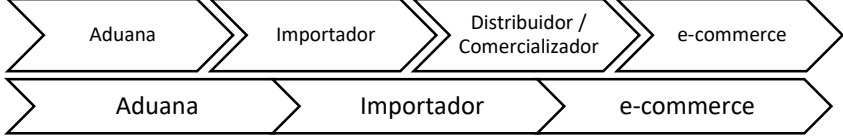




FICHA MERCADO – PRODUCTO


I. DATOS DEL REGISTRO DE LA FICHA																	
1.1. Nombre de la OCEX	OCEX Ciudad de México			1.2. Fecha	28/12/2022												
1.3. Elaborado por:	Nombres y apellidos		Ruth Marilia Bonifacio Mamani														
	Cargo		Especialista en Comercio y Servicios														
II. DATOS DEL MERCADO – PRODUCTO																	
2.1 Producto	Vajillas y demás artículos para el servicio de mesa																
2.2 Nomenclatura arancelaria (Ejem.: 0806.10)	Sección:	XIII	Manufacturas de piedra, yeso fraguable, cemento, amianto (asbesto), mica o materias análogas; productos cerámicos; vidrio y manufacturas de vidrio														
	Capítulo:	69	Productos cerámicos														
	Partida:	6912	Vajilla y demás artículos de uso doméstico, higiene o tocador, de cerámica, excepto porcelana.														
	SubPartida:	691200	Vajilla y demás artículos de uso doméstico, higiene o tocador, de cerámica, excepto porcelana.														
	Fracción:	69120099	Los demás														
Fuente: Comité de Clasificación Arancelaria de CAAAREM http://www.siicex-caaarem.org.mx/																	
2.3 Denominación o nombre comercial en el país de destino	Vajillas y demás artículos para el servicio de mesa																
2.4 Requisitos de acceso al mercado (aranceles, requisitos sanitarios y fitosanitarios, certificaciones, otros.)	Resto del Territorio		Frontera		Región												
	UM: Kg	Arancel IVA	Arancel IVA	Arancel IVA	IVA												
Importación	15%	16%	Nota Frontera	Nota Frontera	16%												
Exportación	Ex.	0%			0%												
OPINIÓN DEL COMITÉ DE CLASIFICACIÓN ARANCELARIA (CCA-CAAAREM)																	
<ul style="list-style-type: none"> Acuerdo de Integración Comercial entre los Estados Unidos Mexicanos y la República del Perú: A partir del 1 de julio de 2012, la importación de esta mercancía originaria del Perú, estará sujeta a la desgravación arancelaria que se indica en la columna correspondiente y quedará exenta de pago de arancel a partir del 1 de enero de 2021 (Apéndice II Tarifa 2007 Vigente del Acuerdo por el que se da a conocer la Tasa Aplicable a partir del 1 de julio de 2012 del IGI para las mercancías originarias de la República del Perú, DOF 29/VI/2012): 																	
<table border="1"> <thead> <tr> <th>Del 1 de julio al 31 de diciembre de 2012</th> <th>Del 1 de enero al 31 de diciembre de 2013</th> <th>...</th> <th>Del 1 de enero al 31 de diciembre de 2019</th> <th>Del 1 de enero al 31 de diciembre de 2020</th> <th>A partir del 1 de enero de 2021</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>18%</td> <td>16%</td> <td></td> <td>4%</td> <td>2%</td> <td>Ex.</td> </tr> </tbody> </table>						Del 1 de julio al 31 de diciembre de 2012	Del 1 de enero al 31 de diciembre de 2013	...	Del 1 de enero al 31 de diciembre de 2019	Del 1 de enero al 31 de diciembre de 2020	A partir del 1 de enero de 2021	18%	16%		4%	2%	Ex.
Del 1 de julio al 31 de diciembre de 2012	Del 1 de enero al 31 de diciembre de 2013	...	Del 1 de enero al 31 de diciembre de 2019	Del 1 de enero al 31 de diciembre de 2020	A partir del 1 de enero de 2021												
18%	16%		4%	2%	Ex.												
<ul style="list-style-type: none"> Alianza del Pacífico: Ex. 																	
El requisito para acogerse a este beneficio arancelario es adjuntar a los documentos de embarque el Certificado de Origen correspondiente.																	
RESTRICCIONES a la importación:																	
Incisos 5.1 y 5.2 del Capítulo 5 (Información Comercial) de la NOM-050-SCFI-2004, excepto el inciso 5.2.1 (f) (El importador podrá optar por cualquiera de las alternativas previstas en																	

	<p>el segundo párrafo del Numeral 6 del Anexo 2.4.1 para comprobar el cumplimiento de la NOM).</p> <p><i>Fuente: Comité de Clasificación Arancelaria de CAAAREM http://www.siicex-caaarem.org.mx/</i></p>
<p>2.5 Tendencias del mercado (no incluir estadísticas de comercio exterior)</p>	<p>México tiene una gran tradición en la cerámica popular (vajilla y demás artículos para el servicio de mesa), pero a nivel industrial no ha logrado un buen desarrollo, pues las vajillas nacionales sucumben ante los productos importados. A pesar de ello, México, cuenta con grandes productores nacionales, Santa Anita (Grupo Industrial Saltillo - GIS) que contribuye con 66% de la producción nacional y Ánfora con 20% de la producción nacional. Entre las principales tendencias destacan la orientación a lo orgánico, a lo natural, un regreso a la tierra. Muchas de las empresas locales, han incorporado en los últimos años, diseñadores mexicanos jóvenes, quienes materializan conceptos que han dado como resultado creaciones únicas como “diseños de formas irregulares o formas de piedras con ondulaciones en un mundo de color a tierra quemada”, orientado al canal HORECA de nicho.</p> <p>Además de la producción nacional, México también se abre a las importaciones de Vajillas y demás artículos para el servicio de mesa, desde enero a diciembre 2021 las importaciones fueron de USD 7.4 millones FOB, China lidera el abastecimiento de las importaciones mexicanas con el 74.7.0% de las importaciones FOB, seguida de Colombia con el 5.30%, y Tailandia con el 5.2%. Al presente reporte, entre enero y septiembre, el avance de las importaciones mexicanas son de USD 70.7 millones FOB.</p> <p>Por otro lado, entre el mes de enero a diciembre del 2021, 223 empresas mexicanas importaron Vajillas y demás artículos para el servicio de mesa, destacan las siguientes empresas: Importaciones Factum (Liverpool), Regalos Siglo XXI SA de CV, Proepta SA de CV, Comercializadora México Americana (Wal-mart), B Fashionistas, Azulejos y Pisos Viveros SA de CV., empresas principalmente ubicadas en Ciudad de México, Estado de México, Nuevo León y Baja California Norte.</p> <p>Las principales presentaciones importadas son: Tazas de cerámica, vajilla de cerámica, mugs de cerámica para sublimación, platos de cerámica, tazón de cerámica, recipiente de cerámica, tarros de cerámica, otros.</p>
<p>2.6 Estacionalidad de la producción local</p>	<p>La producción mexicana de vajillas y demás artículos para el servicio de mesa, se desarrolla durante todo el año, sin embargo, las ventas se incrementan en fiestas, tales como día de la madre y navidad.</p>
<p>2.7 Principales puntos de ingreso del producto al mercado (puertos y/o aeropuertos)</p>	<p>Producto permitido, para todos los puntos de ingreso al País.</p> <p>A continuación, los principales puntos de ingreso de Vajillas y demás artículos para el servicio de mesa.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Vía marítima, es la principal vía de ingreso al mercado mexicano, con el 80.1%, destacan como puntos de ingreso el puerto de Manzanillo en el estado de Colima y el puerto Lázaro Cárdenas en el estado de Michoacán. • Vía terrestre es la segunda vía de ingreso al mercado mexicano, con el 9.5%, destacan como puntos de ingreso el cruce fronterizo Nuevo Laredo en el estado de Tamaulipas, seguido del cruce fronterizo Tijuana en el estado de Baja California.
<p>2.8 Descripción de la cadena de distribución y comercialización del producto en el mercado (identificar los principales actores en cada eslabón de la cadena)</p>	<p>La principal cadena de distribución de Vajillas y demás artículos para el servicio de mesa es la siguiente:</p>  <pre> graph LR subgraph Superior A1[Aduana] --> I1[Importador] I1 --> DC[Distribuidor / Comercializador] DC --> R1[Retailer (detallista)] end subgraph Inferior A2[Aduana] --> I2[Importador] I2 --> R2[Retailer (detallista)] end </pre>

	
<p>2.9 Criterios de los actores claves de los canales de distribución y comercialización para la selección de proveedores (en orden de importancia)</p>	<p>Los criterios más importantes para la compra y comercialización son:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Precio • Diseño • Colores • Tiempo y disponibilidad de entrega • Puntualidad en los envíos
<p>2.10 Presencia de la oferta peruana en el mercado (temporadas, puntos de venta)</p>	<p>La oferta peruana en el mercado mexicano se encuentra presente con pocillos tubulares, pocillos con borde irregular, jarras, tazas de cerámica, tazas de barro pintado, los cuales se comercializan vía canal e-commerce a través del Marketplace Amazon.</p>
<p>2.11 Actividades de promoción idóneas para promover el producto</p>	<p>Participación en ferias y eventos especializados tales como la ABASTUR (https://www.abastur.com/es/home.html) o la Feria Caravana Americana (https://caravanaamericana.com/) o ZonaMaco (https://zsonamaco.com/es/february/artes-contemporaneo) si fuera Vajilla de diseño.</p> <p>Además, el desarrollo de agendas de negocios especializadas de acuerdo a la oferta exportable y el perfil del producto específico.</p> <p>Finalmente, desarrollar contacto permanente con importadores locales, es importante que el exportador peruano viaje de forma periódica a México para fidelizar a sus clientes, así como tener presencia en las negociaciones.</p>

ANEXO
PRECIOS DE REFERENCIA EN LOS DIFERENTES CANALES SEGÚN ORIGEN DEL PRODUCTO

Punto de venta	Unidad (Caja, Kg., otro)	Precio (US\$ por unidad)	Origen del producto	Fecha de toma de información	Características o forma de presentación	Foto
Wal-mart	1 kit de 16 piezas	MXN 1,600.00	México	29.12.2022	Vajilla de cerámica elegante Santa Anita Collection 16 piezas Mate	
Almacenes Ánfora	1 kit de 16 piezas	MXN 679	México	29.12.2022	Vajilla de porcelana de 16 piezas Colorin Ánfora	

Liverpool	1 kit de 16 piezas	MXN 1,461	China, importación	09.12.2022	Vajilla cerrada Kasablanka 16 piezas cerámica	
<i>(Agregar las filas que sean necesarias)</i>						

* Incluir información en distintos puntos de la cadena (mercados mayoristas, distribuidores y puntos de venta final) y de diferentes países de origen.