

FICHA MERCADO – PRODUCTO

I. DATOS DEL REGISTRO DE LA FICHA					
1.1. Nombre de la OCEX	OCEX Ciudad de México		1.2. Fecha	03/02/2022	
1.3. Elaborado por:	Nombres y apellidos	María Teresa Villena / Marilia Bonifacio Mamani			
	Cargo	Consejera Económico Comercial / Especialista en Comercio			
II. DATOS DEL MERCADO – PRODUCTO					
2.1 Producto	La demás bisutería de metal común, incluso plateado, dorado o platinado				
2.2 Nomenclatura arancelaria (Ejem.; 0806.10)	Sección	XIV	Perlas naturales o cultivadas, piedras preciosas o semipreciosas, metales preciosos, chapados de metal precioso (plaqué) y manufacturas de estas materias; bisutería; monedas		
	Capítulo	71	Perlas naturales o cultivadas, piedras preciosas o semipreciosas, metales preciosos, chapados de metal precioso (plaqué) y manufacturas de estas materias; bisutería; monedas		
	Partida	7117	Bisutería. - De metal común, incluso plateado, dorado o platinado:		
	Sub Partida	711719	-- Las demás.		
	Fracción	71171999	Las demás.		
Fuente: Sistema de Información Arancelaria Vía Internet SIAVI de la Secretaría de Economía http://www.economia-snci.gob.mx/					
2.3 Denominación o nombre comercial en el país de destino	La demás bisutería de metal común, incluso plateado, dorado o platinado				
2.4 Requisitos de acceso al mercado (aranceles, requisitos sanitarios y fitosanitarios, certificaciones, otros)	Frontera				
	Resto del Territorio		Franja	Región	
	UM: Kg	Arancel IVA	Arancel IVA	Arancel IVA	Arancel IVA
	Importación	15% 16%	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: Ex. 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 el segundo párrafo del Numeral 6 del Anexo 2.4.1 para comprobar el cumplimiento de la NOM)					
OBSERVACIONES Generales a la importación:					
Arancel aplicable a partir del 1 de enero de 2010 (Arts. 4 y ÚNICO Transitorio fracción I, Decreto DOF 24/XII/2008).					




	<p><u>Nota Frontera:</u> Las personas que se dediquen a actividades de comercialización, prestación de servicios de restaurantes, hoteles, esparcimiento, culturales, recreativos, deportivos, educativos, investigación, médicos y asistencia social, alquiler de bienes muebles, y servicios prestados a las empresas ubicadas en la franja fronteriza norte o en la región fronteriza y que cuenten con registro como empresa de la frontera, podrán importar esta mercancía aplicando la tasa que más convenga, ya sea la establecida en la TIGIE -arancel general- (Oficio No. 414.2016.01349 - Circular G-109/16), o la del 5%, del 1 de enero de 2009 al 30 de septiembre de 2024 (Art. 5 II Decreto que establece el IGI para la Región Fronteriza y la Franja Fronteriza Norte, DOF 24/XII/2008). Lo señalado en el párrafo anterior no aplica para las personas que tributen bajo los regímenes previstos en el Título II, Capítulos VII y VIII, y en el Título IV, Capítulo II, Sección III de la LISR (Art. 3 Decreto que establece el IGI para la Región Fronteriza y la Franja Fronteriza Norte, DOF 24/XII/2008)</p> <p><i>Fuente:</i> Fuente: Sistema de Información Arancelaria Vía Internet SIAVI de la Secretaría de Economía http://www.economia-snci.gob.mx/ y CAAAREM partidas arancelarias http://www.siicex-caaarem.org.mx/</p>
<p>2.5 Tendencias del mercado (no incluir estadísticas de comercio exterior)</p>	<p>A nivel general, México es un país tradicionalmente joyero, con los principales centros de producción ubicados en Guadalajara-Jalisco, Taxco-Guerrero, Ciudad de México y Yucatán. En general, es una joyería artesanal y tradicional, consumida tanto por mujeres como por hombres. Las pautas de consumo varían en función de la edad y el estatus económico. La mujer joven mexicana prefiere joyería en plata y la mujer mexicana más adulta opta por diseños en oro. La clase social con mayor poder adquisitivo opta por joyería de diseñador mucho más sofisticados e innovadores, mientras que el resto consume joyería en oro más tradicional y bisutería.</p> <p>El país está clasificado como el tercer mayor productor de joyas de plata desde tiempos prehispánicos, y los mexicanos a menudo usan joyas para denotar el estatus social. La joyería y bisutería a menudo forma parte de los momentos más memorables de los mexicanos; es un gesto simbólico para ocasiones especiales como matrimonios, bautizos, primeras comuniones o simplemente como un gesto de amor. A lo largo de generaciones, los mexicanos aprendieron que el tipo de metal es fundamental, y hay una fuerte preferencia por el oro por encima de cualquier otro material; la mayoría de las ventas se realizan a través de tiendas independientes.</p> <p>El mercado mexicano de joyería y bisutería se caracteriza por su enorme dispersión y su heterogeneidad. El volumen de las empresas varía desde grandes corporativos hasta negocios familiares. El número de importadores es pequeño y, en muchos casos, entran en esta actividad de modo esporádico para completar sus líneas de producción propias. En cuanto a la importación, el sector joyero en México ha experimentado profundos cambios con la llegada masiva de productos asiáticos. El bajo coste de estos ha influido drásticamente en la producción local. Un breve análisis, dentro de las importaciones de la demás bisutería de metal común, incluso plateado, dorado o platinado, desde enero a octubre 2021 las importaciones mexicanas fueron de USD 43.4 millones FOB, con un crecimiento del 70.8% versus el mismo período del año anterior. China lidera el abastecimiento de las importaciones mexicanas con el 64.9 % de las importaciones FOB, seguida de Estados Unidos con el 7.6%, Colombia con el 6.1% e Italia con el 4.2%. Cabe destacar que los productos que provienen de China ingresan directamente al mercado o vía Estados Unidos y España.</p> <p>Por otro lado, entre el mes de enero a octubre 2021, 1174 empresas mexicanas importaron la demás bisutería de metal común, incluso plateado, dorado o platinado., destacan las siguientes empresas: Swarovski Crystal (https://www.swarovski.com.mx/), Industrias Lior de Guadalajara (https://www.lior.com/), tienda departamental Coppel (https://www.coppel.com/relojes-lentes-joyeria), CCP Moda Internacional (https://www.cuidadoconelperro.com.mx/accesorios/bisuteria/), en esta lista también se encuentra la empresa peruana de ventas directas instalada en México Transbel (Belcorp),</p>

	<p>todas estas empresas principalmente ubicadas en Ciudad de México y Baja California Norte.</p> <p>Los principales productos importados en la demás bisutería de metal común, incluso plateado, dorado o platinado son: aretes, prendedores metálicos, broquel y aretes de acero inoxidable con incrustaciones de piedra, collares, pulseras de metal y materia textil con dijes y adornos, anillos de níquel, entre otros.</p> <p>Entre las principales tendencias del sector joyero y bisutería en México, podemos indicar que este sector se viene digitalizando, y prueba de ello es que el pasado mes de agosto 2021 la Cámara de Joyería de Jalisco, llevó a cabo el lanzamiento de Capital Joya (https://capitaljoya.com.mx/), la primera plataforma tecnológica B2B (business to business) diseñada para enriquecer los canales de comercialización que permitan fortalecer del sector. En su primera etapa el proyecto contempló el registro aproximado de 630 empresas fabricantes, comercializadoras de joyería, insumos y herramientas, así como la participación de hasta 30 000 compradores mayoristas y medio mayoristas. Durante los primeros meses de arranque más de 6000 productos de joyería fueron exhibidos dentro de este nuevo escaparate digital.</p> <p>También se ha detectado que las nuevas generaciones de mexicanos, la joyería y bisutería va incluyendo mucho más a los hombres.</p>
<p>2.6 Estacionalidad de la producción local</p>	<p>Todo el año se produce la demás bisutería de metal común, incluso plateado, dorado o platinado en México, debido fundamentalmente a la orientación maquiladora, la industria mexicana está concentrada en la fabricación masiva de piezas.</p> <p>Jalisco es líder nacional en la producción de joyería, pues en este estado se fabrica el 70% de la joyería que se distribuye en todo el país. Las fechas de mayor venta durante el año. noviembre y diciembre concentran entre el 30% y 35% de las ventas anuales, mientras que mayo copa el 10% a 15%. Todos los demás meses tienen picos de venta por ocasiones especiales, como el año judío, entre otros.</p> <p>Los picos de ingreso de mercancías importadas para esta fracción arancelaria se dan en los meses de enero a marzo, para el inicio de la temporada de primavera-verano; y el segundo pico se desarrolla en los meses de octubre y noviembre para el inicio de la temporada otoño-invierno.</p>
<p>2.7 Principales puntos de ingreso del producto al mercado (puertos y/o aeropuertos)</p>	<p>A continuación, los principales puntos de ingreso de la demás bisutería de metal común, incluso plateado, dorado o platinado.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Vía aérea, es la principal vía de ingreso al mercado mexicano, más del 55%, destacan como puntos de ingreso el Aeropuerto Internacional de la Ciudad de México Benito Juárez, seguido por el Aeropuerto Tlacomulco de Zúñiga en Guadalajara, Jalisco. • Vía marítima, es la segunda vía de ingreso al mercado mexicano, con el 25%, destacan dos puntos de ingreso, el puerto de Manzanillo en el estado de Colima, seguido del puerto Lázaro Cárdenas en el estado de Michoacán. • Vía terrestre, es la tercera vía de ingreso al mercado mexicano, con el 16%, destacan como puntos de ingreso el cruce fronterizo de Tijuana en Baja California Norte y el cruce fronterizo de Nuevo Laredo en el estado de Tamaulipas. • El porcentaje restante corresponde a la vía ferroviaria.
<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>El sector de la venta de joyería y bisutería es un sector hiper fragmentado, con multitud de stakeholders. Es cierto que el número de canales disminuye considerablemente al centrarnos en un producto como la joyería de diseño (nicho). La distribución de joyería se realiza mediante importadores, mayoristas, tiendas y centros joyeros. Aparte de todas estas figuras existe una estructura piramidal de distribución conformada por las "aboneras", en la</p>

	<p>actualidad no existen datos fiables sobre el volumen de comercio que generan estos últimos.</p> <p>Por otro lado, el mercado joyero y de bisutería en México, se divide en dos segmentos, medio-bajo y medio-alto/alto. En el segmento medio-bajo los consumidores compran productos baratos y de precio medio, principalmente a través de cadenas minoristas que ofrecen precios bajos y facilidades de crédito. Por otra parte, el segmento medio-alto compra productos de lujo, a través de las principales tiendas departamentales y/o boutiques. Los compradores del segmento medio-alto esperan productos de altísima calidad y con gran diferenciación de la competencia, mientras que el precio no es tan importante.</p> <p>Los principales canales para la comercialización son los siguientes:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Mayoristas: Podemos encontrar a las empresas mayoristas principalmente en los centros joyeros. Muchos de ellos venden al por mayor y además tienen sus propias tiendas donde venden a minoristas. • Cadenas de tiendas: Situadas generalmente en los centros comerciales. Realizan sus compras a través de su central de compras y distribuyen a todas sus tiendas. • Centros Joyeros: Distribuyen principalmente joyería de gama media o comercial. • Tiendas de joyería de alta gama: Situadas principalmente en Polanco o Santa Fe, junto a las principales firmas mexicanas como Tane, se encuentran las tiendas de las marcas internacionales con presencia en el país: Cartier, Bulgari, Berger, entre otros. También hay joyerías de gama alta en los centros comerciales de las zonas más exclusivas de Guadalajara y Monterrey. • Empresas de venta por catálogo: Este es un nuevo canal de comercialización para joyería, principalmente comercializan calzado, cosméticos, bisutería y ropa. Las principales empresas son Cardi Fashion, Tissini, Tommanel, NICE, Khala, Aveny, Joyerati, Veos, Arya, Luxis, Imelda Joyas, entre otros. • Aboneros: Existe un mercado paralelo que equivale aproximadamente al 10% de las ventas totales de este sector, los cuales venden joyería a plazos directamente en los domicilios. • Venta Online. Canal en crecimiento cada vez más empleado y más conveniente para los consumidores y para las empresas, ya que supone ahorros importantes de costos.
<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 • Calidad del producto • Disponibilidad del producto • Tiempos de entrega
<p>2.10 Presencia de la oferta peruana en el mercado (temporadas, puntos de venta)</p>	<p>La oferta peruana es mínima, sólo contamos con tres empresas exportadoras al mercado mexicano: FIDENZA DISEGNO SA, UNIQUE S.A. y la diseñadora LORENA PESTANA, dichas empresas abastecen bisutería de metal común, cadenas de metal, collares y sujetas lentes, anillos, aretes, pulseras y collares de bronce, entre otros. Cabe destacar que las empresas peruanas exportan bajo marca propia para venta por catálogo tales como: Avon, Stanhome, y tiendas Todo Moda.</p> <p>En México las estaciones climáticas son marcadas y para efectos de mercadotecnia, se han agrupado en dos temporadas de compras y de ventas relacionadas:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Temporada Primavera-verano, que inicia a finales de marzo y termina en octubre. Es temporada de calor y de lluvia, las compras para este periodo inician en julio y terminan en septiembre-octubre. La entrega de mercancía se realiza entre enero y febrero del siguiente año.

	<ul style="list-style-type: none"> • Temporada Otoño Invierno, que inicia en octubre y termina a finales de marzo, es temporada seca y fría. Las compras para este período inician en enero y terminan en marzo-abril. La entrega de mercancía se realiza entre agosto y septiembre, es el periodo más importante pues involucra las ventas para diciembre, por lo que son las más importantes del año y los pedidos son de mayor volumen.
<p>2.11 Actividades de promoción idóneas para promover el producto</p>	<p>Participación en ferias y eventos especializados del sector Joyería y bisutería en México, como la feria Expo Joya https://expojoya.com.mx/ Organizada por Cámara de Joyería Jalisco (https://www.camaradejoyeria.com.mx/), representante de la industria joyera mexicana en la Confederación Mundial de la Joyería (CIBJO).</p> <p>Expo Joya en Ciudad de México, cuenta con dos versiones al año:</p> <ul style="list-style-type: none"> • 25 al 27 de enero, WTC México • Junio – CDMX, WTC México <p>Expo Joya en Guadalajara, cuenta con dos versiones al año:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Abril – Guadalajara, Expo Guadalajara. • Octubre – Guadalajara, Expo Guadalajara <p>Siendo la más importante la edición de octubre que se desarrolla en la Ciudad de Guadalajara.</p> <p>Por otro lado, también existen pop up store, galerías, eventos de exposición que incluyen joyería, tales como Caravana Americana (https://caravanaamericana.com/) orientado a diseño latinoamericano, y La Lonja Mercantil (https://lonjamerchantil.com/) orientado a diseño mexicano.</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, se recomienda 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
INDUSTRIAS LIOR SA DE CV Punto de venta: Portal web de la misma empresa	140,000 pieza 20.04 Kg	Precio de importación: 1 pieza USD 0.141	País de origen: China País de procedencia: China	04/02/2021	Dijes	
COPPEL SA DE CV Punto de venta: Portal web de la misma empresa	1,440 pieza 77.76 Kg	Precio de importación: 1 pieza USD 1.37	País de origen: China País de procedencia: Estados Unidos	26/01/2021	Pulsera	
CCP MODA INTERNACIONAL SA DE CV Punto de venta: Portal web de la misma empresa	10,386 pieza 67 Kg	Precio de importación: 1 pieza USD 0.379	País de origen: China País de procedencia: China	07/07/2021	Aretes de bisutería	
<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.