

FICHA MERCADO – PRODUCTO

I. DATOS DEL REGISTRO DE LA FICHA																						
1.1. Nombre de la OCEX	OCEX Ciudad de México	1.2. Fecha	31/01/2022																			
1.3. Elaborado por:	Nombres y apellidos	María Teresa Villena Ramírez / Ruth Marilia Bonifacio M.																				
	Cargo	Consejero Económico Comercial /Especialista en Comercio																				
II. DATOS DEL MERCADO – PRODUCTO																						
2.1 Producto	Los demás artículos de joyería y sus partes <b>de plata</b> , incluso revestida o chapada de otro metal precioso (plaqué).																					
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	7113	Artículos de joyería y sus partes, de metal precioso o de chapado de metal precioso (plaqué).																			
	Sub Partida	711311	- De metal precioso, incluso revestido o chapado de metal precioso (plaqué): -- <b>De plata, incluso revestida</b> o chapada de otro metal precioso (plaqué).																			
	Fracción	71131199	<b>Los demás.</b>																			
<p>Fuente: Sistema de Información Arancelaria Via Internet SIAVI de la Secretaría de Economía  <a href="http://www.economia-snci.gob.mx/">http://www.economia-snci.gob.mx/</a></p>																						
2.3 Denominación o nombre comercial en el país de destino	Los demás artículos de joyería y sus partes de plata, incluso revestida o chapada de otro metal precioso (plaqué).																					
2.4 Requisitos de acceso al mercado (aranceles, requisitos sanitarios y fitosanitarios, certificaciones, otros)	<table border="1"> <thead> <tr> <th rowspan="2">Resto del Territorio</th> <th colspan="2">Frontera</th> <th rowspan="2">Región</th> </tr> <tr> <th>Arancel</th> <th>IVA</th> <th>Arancel IVA</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>UM: Kg</td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>Importación</td> <td>Ex.*</td> <td>16%</td> <td>16%</td> </tr> <tr> <td>Exportación</td> <td>Ex.</td> <td>0%</td> <td>0%</td> </tr> </tbody> </table>			Resto del Territorio	Frontera		Región	Arancel	IVA	Arancel IVA	UM: Kg				Importación	Ex.*	16%	16%	Exportación	Ex.	0%	0%
	Resto del Territorio	Frontera			Región																	
Arancel		IVA	Arancel IVA																			
UM: Kg																						
Importación	Ex.*	16%	16%																			
Exportación	Ex.	0%	0%																			
<p><b>OPINIÓN DEL COMITÉ DE CLASIFICACIÓN ARANCELARIA (CCA-CAAAREM)</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Acuerdo de Integración Comercial entre los Estados Unidos Mexicanos y la República del Perú: Exonerado a partir del 1 de enero de 2016</li> <li>Alianza del Pacífico: Exonerado</li> <li>Integral y Progresista de Asociación Transpacífico: Acuerdo Regional No. 7 (Perú)</li> </ul> <p>El requisito para acogerse a este beneficio arancelario es adjuntar a los documentos de embarque el Certificado de Origen correspondiente.</p> <p><b>RESTRICCIONES a la importación:</b></p> <p>Esta mercancía NO podrá ser objeto del régimen de depósito fiscal (RGCE 4.5.9.) y es causal de suspensión en el Padrón de Importadores de Sectores Específicos (RGCE 1.3.3. XXVI)</p> <p>El AA que despache esta mercancía, al prestar el servicio, a partir del 17 de enero de 2014 (Circular T-231/13) deberá presentar a la SHCP el Aviso correspondiente, para dar cumplimiento a lo dispuesto en el Art. 18 VI de la Ley Federal para la Prevención e</p>																						




	<p>Identificación de Operaciones con Recursos de Procedencia Ilícita. Su incumplimiento podría originar cancelación de la Patente de A.A, conforme el Art. 59 de la citada Ley (Arts. 17XIV de la LFPIORPI y 7 de la Resolución que expide los formatos oficiales de los avisos e informes que deben presentar quienes realicen actividades vulnerables); En este sentido, en la Circular T-172/14 se da a conocer una aclaración a los Reportes que les llegan a los A.A cada mes del sistema SIGA, respecto al color verde y rojo de los pedimentos.</p> <p><b>OBSERVACIONES Generales a la importación:</b></p> <p>* Exenta de arancel a partir del 24 de enero de 2012 (Art. Primero DOF 23/II/2012)</p> <p>A partir del 1° de enero de 2020, esta fracción arancelaria quedó eliminada del Art. 3 y 5 fracc. II del Decreto que establece el IGI para la Región Fronteriza y la Franja Fronteriza Norte, publicado el 24/XII/2008</p> <p><u>Nota Perú:</u> 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 para cada año y quedará exenta de pago de arancel a partir del 1 de enero de 2016 (Apéndice I 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):</p> <p><i>Fuente:</i> Fuente: Sistema de Información Arancelaria Vía Internet SIAVI de la Secretaría de Economía <a href="http://www.economia-snci.gob.mx/">http://www.economia-snci.gob.mx/</a> y CAAAREM partidas arancelarias <a href="http://www.siicex-caaarem.org.mx/">http://www.siicex-caaarem.org.mx/</a></p>
<p>2.5 Tendencias del mercado (no incluir estadísticas de comercio exterior)</p>	<p>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.</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 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 joyerías independientes, a pesar de la presencia de marcas como Tiffany &amp; Co y Cartier.</p> <p>El mercado mexicano de joyería 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 los mismos ha influido drásticamente en la producción local. Un breve análisis, dentro de las importaciones de los demás artículos de plata, incluso revestida o chapada de otro metal precioso (plaqué), desde enero a octubre 2021 las importaciones fueron de USD 84.7 millones FOB, con un crecimiento del 20.5% versus el mismo período del año anterior. Tailandia lidera el abastecimiento de las importaciones mexicanas con el 35.4 % de las importaciones FOB,</p>

	<p>seguida de China con el 24.7%, Estados Unidos con el 14.8% e India con el 7.8%. Cabe destacar que los productos que provienen de Tailandia, ingresan principalmente vía Estados Unidos, y los productos que provienen de China, ingresan principalmente vía España.</p> <p>Por otro lado, entre el mes de enero a octubre 2021, 287 empresas mexicanas importaron los demás artículos de plata, incluso revestida o chapada de otro metal precioso (plaqué)., destacan las siguientes empresas: Pandora Jewelry México (<a href="https://www.pandoraoficial.com.mx/">https://www.pandoraoficial.com.mx/</a>), Arj de Yucatán, Tiffany &amp; Co México (<a href="https://www.tiffany.com.mx/">https://www.tiffany.com.mx/</a>), Ultra Boutiques (Grupo Ultra con amplia experiencia en el manejo de marcas de lujo), Importaciones PH (<a href="https://www.elpalaciodehierro.com/">https://www.elpalaciodehierro.com/</a>) y Maxima distinción (Grupo Máxima, consorcio empresarial especializado en el canal comercial retail por la cadena de joyerías EMWA <a href="https://emwa.com.mx/">https://emwa.com.mx/</a>), todas estas empresas principalmente ubicadas en Ciudad de México y Yucatán.</p> <p>Los principales productos importados en los demás artículos de plata, incluso revestida o chapada de otro metal precioso (plaqué). son: joyería de plata, sortijas de plata, dijes de plata, collares, brazaletes, aretes de plata, pendientes, entre otros.</p> <p>Entre las principales tendencias del sector joyero en México, 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 (<a href="https://capitaljoya.com.mx/">https://capitaljoya.com.mx/</a>), 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 va incluyendo mucho más a los hombres, especialmente en las nuevas creaciones y diseño.</p> <p>Por otro lado, y es importante mencionar que el Paquete Económico 2022 del SAT se estipuló que algunos productos tendrían tasa cero de IVA, el cual incluye joyería, oro, orfebrería, piezas ornamentales y piezas artísticas, lo cual representa una buena oportunidad para las empresas del sector.</p>
<p>2.6 Estacionalidad de la producción local</p>	<p>Todo el año se producen los demás artículos de plata, incluso revestida o chapada de otro metal precioso (plaqué) 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>Respecto a las importaciones que provienen del mundo, los picos de ingreso de mercancías importadas para esta fracción arancelaria se dan en los meses de febrero, marzo, abril 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 los demás artículos de plata, incluso revestida o chapada de otro metal precioso (plaqué).</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Vía aérea, es la principal vía de ingreso al mercado mexicano, más del 74.8%, destacan como puntos de ingreso el Aeropuerto Internacional de la Ciudad de México Benito Juárez, seguido por el Aeropuerto Internacional Lic. Manuel Crescencio Rejón en Mérida, Yucatán.</li> </ul>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Vía terrestre, es la segunda vía de ingreso al mercado mexicano, con el 25%, destacan como puntos de ingreso el cruce fronterizo de Tijuana en Baja California Norte, seguido de Nuevo Laredo en Tamaulipas.</li> <li>• Al tratarse de mercancías valiosas, el medio de transporte menos utilizado es la vía marítima, tan solo con 0.2% destacando el puerto de Veracruz en Veracruz y el puerto de Manzanillo en Colima.</li> </ul>
<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 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 actualidad no existen datos fiables sobre el volumen de comercio que generan estos últimos.</p> <p>Por otro lado, el mercado joyero 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"> <li>• 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.</li> <li>• 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.</li> <li>• Centros Joyeros: Distribuyen principalmente joyería de gama media o comercial.</li> <li>• 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.</li> <li>• 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 Cardí Fashion, Tissini, Tommanel, NICE, Khala, Aveny, Joyerati, Veos, Arya, Luxis, Imelda Joyas, entre otros.</li> <li>• 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.</li> <li>• 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.</li> <li>• Desarrollo de marca propia para empresas de joyería.</li> </ul>
<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"> <li>• Precio</li> <li>• Calidad del producto</li> <li>• Disponibilidad del producto</li> <li>• Tiempos de entrega</li> </ul>

<p>2.10 Presencia de la oferta peruana en el mercado (temporadas, puntos de venta)</p>	<p>La oferta peruana es mínima, en esta fracción arancelaria sólo contamos con dos empresas exportadoras al mercado mexicano: FIDENZA DISEGNO SA y UNIQUE S.A. ambas empresas abastecen aretes y bisutería, principalmente a Ciudad de México. Cabe destacar que las empresas peruanas exportan bajo marca propia para venta por catálogo.</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"> <li>• Temporada Primavera-verano, que inicia a finales de marzo y termina en octubre. Es temporada de calor y de lluvia, las compras para este período inician en julio y terminan en septiembre-octubre. La entrega de mercancía se realiza entre enero y febrero del siguiente año.</li> <li>• 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.</li> </ul>
<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 <a href="https://expojoya.com.mx/">https://expojoya.com.mx/</a> Organizada por Cámara de Joyería Jalisco (<a href="https://www.camaradejoyeria.com.mx/">https://www.camaradejoyeria.com.mx/</a>), 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"> <li>• 25 al 27 de enero, WTC México</li> <li>• Junio – CDMX, WTC México</li> </ul> <p>Expo Joya en Guadalajara, cuenta con dos versiones al año:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Abril – Guadalajara, Expo Guadalajara.</li> <li>• Octubre – Guadalajara, Expo Guadalajara</li> </ul> <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 (<a href="https://caravanaamericana.com/">https://caravanaamericana.com/</a>) orientado a diseño latinoamericano, y La Lonja Mercantil (<a href="https://lonjamerchantil.com/">https://lonjamerchantil.com/</a>) orientado a diseño mexicano.</p> <p>Además, la Ocex México apoya al empresario peruano exportador de joyería en el desarrollo de sus agendas de negocios especializadas de acuerdo con su oferta exportable y el perfil del producto específico.</p> <p>Finalmente, se recomienda al exportador de joyería desarrollar contacto permanente con importadores locales y viajar 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
PANDORA JEWELRY MEXICO SA DE CV Punto de venta: El palacio de Hierro	1 pieza 0.03 Kg	Precio de importación: 1 pieza USD 19.085	País de origen: Tailandia País de procedencia: Estados Unidos	26/01/2022	Joyería de plata, marca Disney	
TIFFANY & CO MEXICO SA DE CV Punto de venta: Portal web de la misma empresa	1 pieza 0.02 Kg	Precio de importación: 1 pieza USD 140	País de origen: Estados Unidos País de procedencia: Estados Unidos	26/01/2022	Brazalete de plata	
Importaciones PH Punto de venta: Portal web de la misma empresa	1 pieza 0.01 Kg	Precio de importación: 1 pieza USD 110	País de origen: India País de procedencia: Estados Unidos	26/01/2022	Artículo de joyería, aretes	
<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.