

MÉXICO

TÊXTEIS LAR – ANÁLISE SECTORIAL

Elaboração: Delegação no México

Edição Online e coordenação técnica: Unidade Conhecimento de Mercado

Data: Março 2005



ÍNDICE

o.	Perfil geral do sector.....	4
1.	Características dos produtos.....	5
1.1.	Categorias e subcategorias dos produtos.....	5
1.2.	Classificação por posição pautal.....	5
2.	Informação geral do sector têxtil, de confecção e couro	8
2.1.	Têxteis Lar.....	9
2.1.1.	Valor de produção – lençóis, toalhas, colchas e similares	9
2.1.2.	Vendas – lençóis, toalhas, colchas e similares.....	11
2.1.3.	Importações.....	12
3.	Composição e características do mercado	17
3.1.	Características do mercado	17
3.2.	Comportamento do consumo	18
4.	Concorrência.....	21
4.1.	Participação de empresas nacionais e estrangeiras	21
4.2.	Canais de distribuição.....	23
4.2.1.	Grandes Armazéns	24
4.2.2.	Hipermercados e supermercados.....	25
4.2.3.	Clubes de venda a associados	27
4.2.4.	Lojas especializadas	28
4.2.5.	Lojas de Outlet	28
4.2.6.	Distribuidores e importadores	29
4.2.7.	Vendedores Ambulantes (mercados).....	29
4.2.8.	Vendas por Internet	29
5.	Acesso ao mercado	30
5.1.	Roupa para casa	30
5.1.1.	Taxas aplicadas à importação proveniente da UE.....	30
5.1.2.	Taxas aplicadas à importação proveniente de outros países.....	30
5.1.3.	Autorizações.....	32
5.1.4.	Normas técnicas.....	32
5.1.5.	Outras restrições.....	33
	Perspectivas do sector	33

Anexos.....	36
Anexo 1 – Estatísticas de produção, vendas e importação	36
A1-1: Produção e vendas	36
A1-2: Importações.....	39
Anexo 2 – Algumas marcas e preços disponíveis no mercado	53
Análise Quantitativa	53
Análise Qualitativa.....	64
Anexo 3 – Distribuidores e retalhistas.....	68
Anexo 4 - Normas de etiquetagem.....	73
Anexo 5 – Sites úteis.....	83

o. Perfil geral do sector

Este estudo visa analisar os produtos da linha casa e decoração. Para efeitos desta análise, considerando que as empresas que comercializam estes produtos não se encontram agrupadas em nenhuma associação empresarial que permita obter a informação completa, e que, por outro lado, existe alguma relutância por parte dos fabricantes e distribuidores locais em fornecer informação concisa, esta foi retirada de diversas fontes, por forma a apresentar um documento o mais completo possível da situação do ramo, perspectivando as características e a concorrência a enfrentar no acesso ao mercado mexicano.

As empresas produtoras, dada a disponibilidade de mão-de-obra a custo baixo e com habilidades artesanais, podem produzir artigos de qualidade adequada a preços competitivos, o que lhes permite alguma flexibilidade em adequar-se às necessidades do mercado. Não são, geralmente, entidades com experiência empresarial, e são muitas vezes adversas a financiamentos externos. Do total das empresas que produzem este tipo de artigos, apenas 12% exporta os seus produtos, tendo como destino principal os E.U.A. e a Europa.

A produção está concentrada em determinados Estados, sendo os mais importantes, o Distrito Federal, o Estado do México, Nuevo León, Jalisco, Guanajuato, Puebla e Guerrero, apesar de existirem outras empresas isoladas em outros Estados da República. Este sector emprega directamente cerca de 150.000 postos de trabalho.

A análise foi também executada, dada a semelhança de diversos aspectos deste estudo, em conjunto para algumas categorias, mas aquelas cujas características apresentem diferenças são apresentadas separadamente.

1. Características dos produtos

No presente capítulo, serão apresentadas as características de cada um dos principais produtos de casa e decoração na seguinte ordem:

- Roupa para casa: cama, mesa, banho e toucador.

Cabe mencionar que, para facilitar a leitura desta análise de mercado, a apresentação dos produtos em capítulos subsequentes seguirá sempre a ordem descrita.

1.1. Categorias e subcategorias dos produtos

O sistema de classificação de produtos no México utiliza a nomenclatura validada pelo Instituto Nacional de Estatística, Geografia e Informática (INEGI), tendo para estes produtos a classificação industrial que apresentamos de seguida:

Na indústria de “Têxteis, Confecção e Indústria de Couro”, corresponde o subsector identificado com a seguinte nomenclatura:

Sector de Actividade: II – Têxteis, Confecção e Indústria de Couro

Subsector:

321311 Confecção de lençóis, toalhas, colchas e similares.

1.2. Classificação por posição pautal

A classificação pautal no México está estabelecida pela Tarifa de Impostos Gerais de Importação e Exportação (TIGIE). As Posições Pautais (P.p.) que se enunciam seguidamente serão as correspondentes aos artigos anteriormente descritos, objecto deste estudo.

Roupa para casa: cama, mesa, banho e toucador

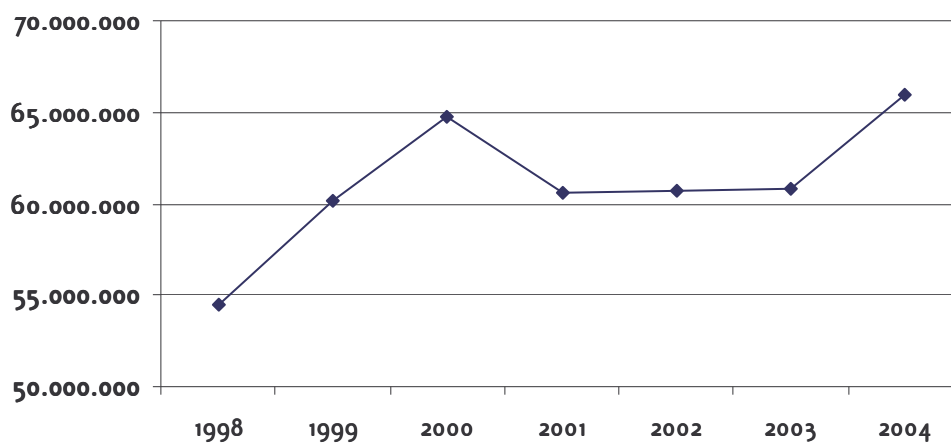
- 6301** Cobertores e mantas, de qualquer matéria têxtil (expt. toalhas de mesa, colchas, bem como edredões, almofadas, pufes, travesseiros e artigos semelhantes da posição 9404)
 - 63.01.10** Cobertores e mantas, de qualquer matéria têxtil, eléctricos
 - 63.01.20** Cobertores e mantas, de lã ou de pêlos finos (expt. eléctricos, toalhas de mesa, colchas, bem como edredões, almofadas, pufes, travesseiros e artigos semelhantes da posição 9404)
 - 63.01.30** Cobertores e mantas, de algodão (expt. eléctricos, toalhas de mesa, colchas, bem como edredões, almofadas, pufes, travesseiros e artigos semelhantes da posição 9404)
 - 63.01.40** Cobertores e mantas, de fibras sintéticas (expt. eléctricos, toalhas de mesa, colchas, bem como edredões, almofadas, pufes, travesseiros e artigos semelhantes da posição 9404)
 - 63.01.90** Cobertores e mantas, de matérias têxteis (expt. de lã ou de pêlos finos, de algodão ou de fibras sintéticas, cobertores e mantas eléctricos, toalhas de mesa, colchas, bem como edredões, almofadas, pufes, travesseiros e artigos semelhantes da posição 9404)
- 6302** Roupas de cama, mesa, toucador ou cozinha, de qualquer matéria têxtil (expt. rodilhas, esfregões, panos de prato ou de cozinha e flanelas de limpeza)
 - 63.02.10** Roupas de cama, de malha
 - 63.02.21** Roupas de cama, de algodão, estampadas (expt. de malha)
 - 63.02.22** Roupas de cama, de fibras sinté. ou artificiais, estampadas (expt. de malha)
 - 63.02.29** Roupas de cama, de matérias têxteis, estampadas (expt. de algodão, de fibras sintéticas ou artificiais, bem como de malha)

- 63.02.31 Roupas de cama, de algodão (expt. estampadas ou de malha)
- 63.02.32 Roupas de cama, de fibras sintéticas ou artificiais (expt. estampadas ou de malha)
- 6302 39 Roupas de cama, de matérias têxteis (expt. de algodão, de fibras sintéticas ou artificiais, bem como estampadas ou de malha)
- 63.02.40 Roupas de mesa, de malha
- 63.02.51 Roupas de mesa, de algodão (expt. de malha)
- 63.02.52 Roupas de mesa, de linho (expt. de malha)
- 63.02.53 Roupas de mesa, de fibras sintéticas ou artificiais (expt. de malha)
- 63.02.59 Roupas de mesa, de matérias têxteis (expt. de algodão, de linho, de fibras sintéticas ou artificiais ou de malha)
- 63.02.60 Roupas de toucador ou de cozinha, de "tecidos turcos" de algodão (expt. rodilhas, esfregões, panos de prato ou de cozinha e flanelas de limpeza)
- 63.02.91 Roupas de toucador ou de cozinha, de algodão (expt. de "tecidos turcos", rodilhas, esfregões, panos de prato ou de cozinha e flanelas de limpeza)
- 63.02.92 Roupas de toucador ou de cozinha, de linho (expt. rodilhas, esfregões, panos de prato ou de cozinha e flanelas de limpeza)
- 63.02.93 Roupas de toucador ou de cozinha, de fibras sintéticas ou artificiais (expt. rodilhas, esfregões, panos de prato ou de cozinha e flanelas de limpeza)
- 63.02.99 Roupas de toucador ou de cozinha, de matérias têxteis (expt. de algodão, de linho, de fibras sintéticas ou artificiais, bem como rodilhas, esfregões, panos de prato ou de cozinha e flanelas de limpeza)
- 6303 Cortinados, cortinas e estores, bem como sanefas e reposteiros, de qualquer matéria têxtil (expt. estores de exterior)
- 6304 Artefactos para guarnição de interiores, de qualquer matéria têxtil (expt. cobertores e mantas, roupas de cama, de mesa, de toucador, de cozinha, cortinados, cortinas, estores, sanefas, reposteiros, abat-jours, bem como artefactos da posição 9404)

2. Informação geral do sector têxtil, de confecção e couro

A indústria têxtil, de confecção e Couro mexicana, de acordo com a classificação do *INEGI*, representa 3,50% do total da produção mexicana, conforme o quadro 1 em anexo. Analisando esse mesmo quadro, podemos ainda considerar um crescimento da produção da ordem dos 8,56%, para chegar a valores (em 2004) da ordem dos 66 mil milhões de pesos.

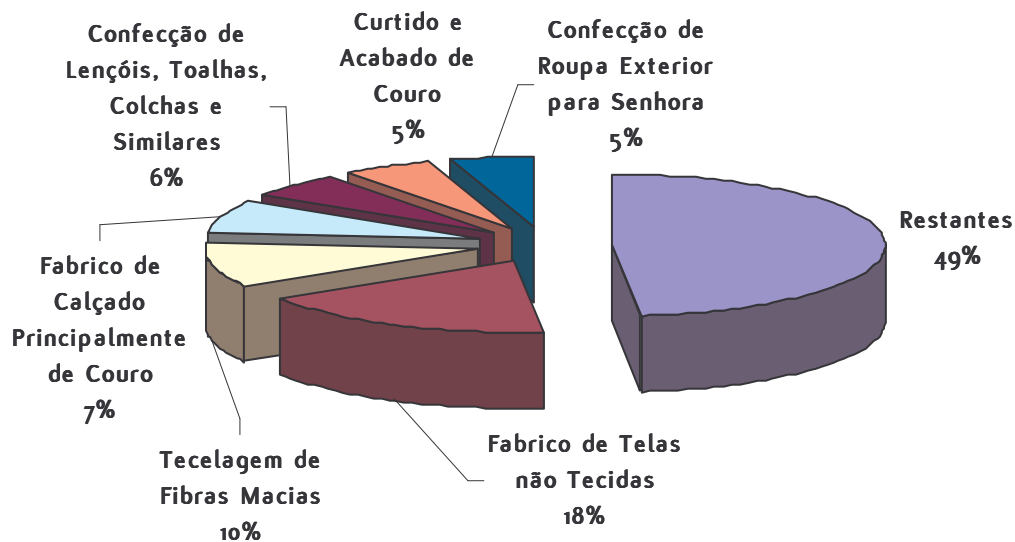
Gráfico 1
Produção de Têxteis, Confecção e Industria de Couro
Milhares de Pesos



Fonte: Indicadores da Encosta Industrial Mensal por Divisão e Classe de Actividade Económica,
INEGI – Instituto Nacional de Estadística, Geografía e Informática

Dentro das actividades mais importantes deste sector, encontramos as telas não tecidas, os tecidos de fibras macias, e o calçado de couro. A produção de lençóis, toalhas, colchas e similares apresenta valores da ordem dos 5,72%, ocupando a 4ª posição no âmbito do sector do sector.

Gráfico 2
Produção de Têxteis, Confeção e Industria de Couro
% de Participação no Total



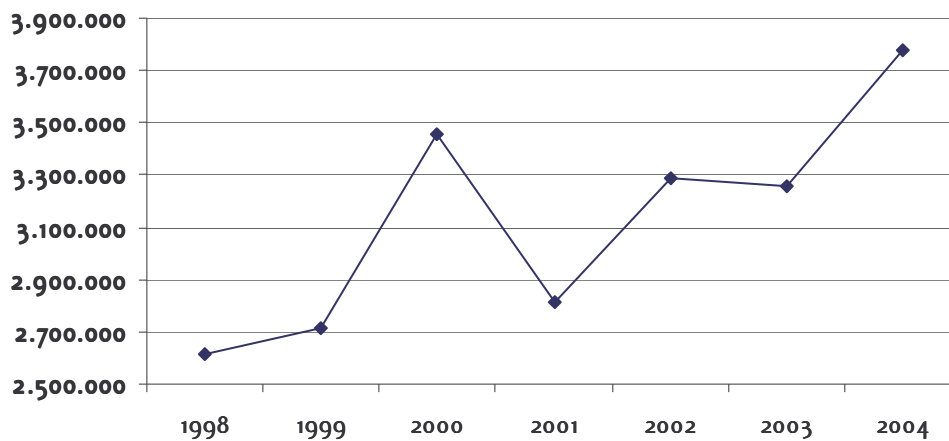
Fonte: Indicadores da Encosta Industrial Mensal por Divisão e Classe de Actividade Económica, INEGI – Instituto Nacional de Estadística, Geografía e Informática

2.1. Têxteis Lar

2.1.1. Valor de produção – lençóis, toalhas, colchas e similares

Em termos de produção, a confeção destes artigos para casa apresentou em 2004, face a 2003, um crescimento de 15,89%.

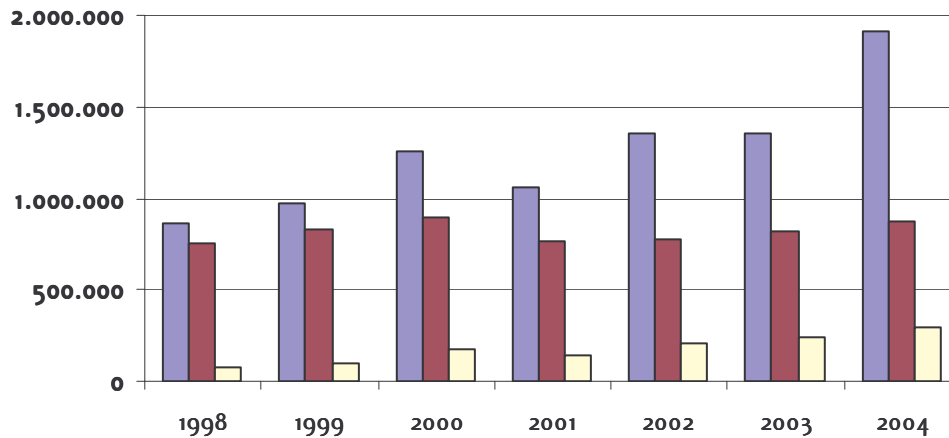
Gráfico 3 - Confeção de lençóis, toalhas, colchas e similares
Milhares de Pesos



Fonte: Indicadores da Encosta Industrial Mensal por Divisão e Classe de Actividade Económica, INEGI – Instituto Nacional de Estadística, Geografía e Informática

Dentro desta categoria de produtos, aqueles que representam maior peso na produção são as colchas, que em 2004 registou um crescimento de 40,67% face a 2003, seguidas das toalhas de algodão e dos lençóis, com crescimentos em igual período de 6,00% e 20,87% respectivamente.

**Gráfico 4 - Confeccção de lençóis, toalhas, colchas e similares
Milhares de Pesos**



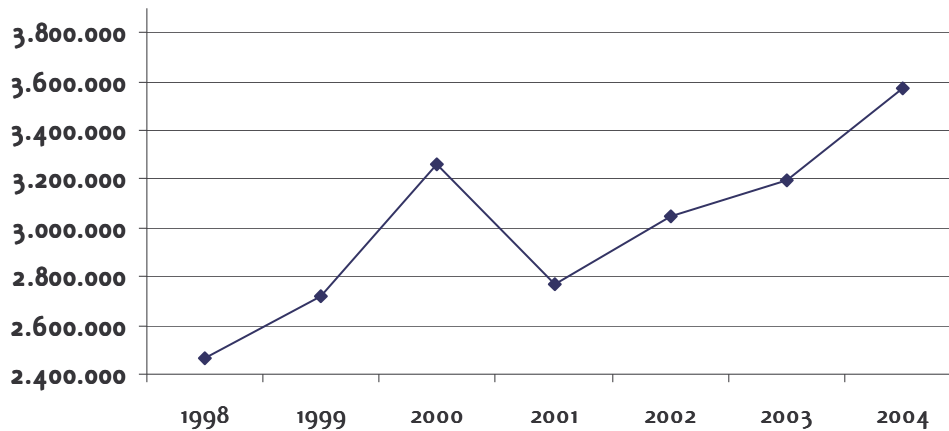
Fonte: Indicadores da Encosta Industrial Mensal por Divisão e Classe de Actividade Económica, INEGI – Instituto Nacional de Estadística, Geografía e Informática

Em 2004, estes três produtos representavam cerca de 81,48% da produção total deste subsector.

2.1.2. Vendas – lençóis, toalhas, colchas e similares

As vendas destes produtos, quando consideramos a produção nacional, representaram crescimentos entre 10 e 20%, com excepção de 2001, ano em que se verificou uma quebra no volume de vendas de 15,03%.

Gráfico 5 – Vendas de lençóis, toalhas, colchas e similares
Milhares de Pesos



Fonte: Indicadores da Encosta Industrial Mensal por Divisão e Classe de Actividade Económica, INEGI – Instituto Nacional de Estadística, Geografía e Informática

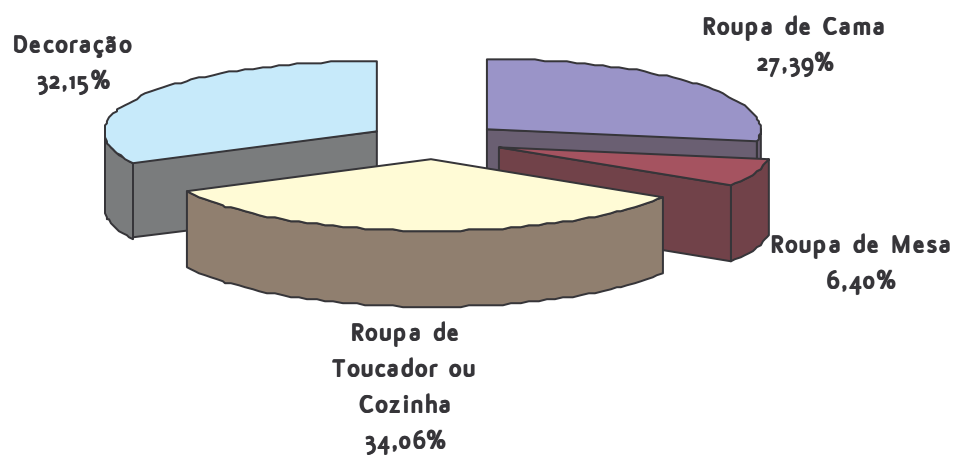
2.1.3. Importações

Neste capítulo, temos que agrupar os produtos em quatro categorias principais:

- Roupa de Cama;
- Roupa de Mesa;
- Roupa para Toucador e Cozinha;
- Decoração;

Relativamente às importações, a distribuição é a seguinte:

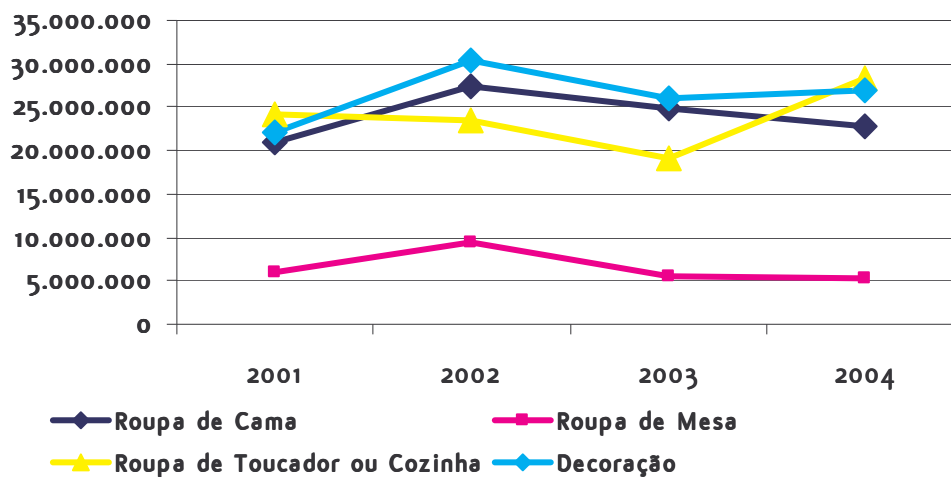
Gráfico 6 - Distribuição das importações de têxteis lar por categorias
% de Participação no Total (2004)



Fonte: World Trade Atlas

Verificamos que o total das importações mexicanas de têxteis lar representou, em 2004, 83,4 milhões de dólares, apresentando um crescimento de 10,5% face a 2003.

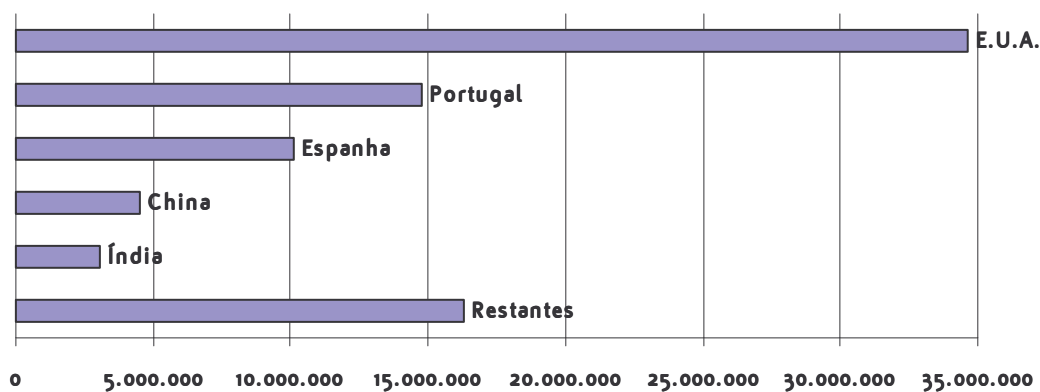
Gráfico 7 - Evolução das Importações Mexicanas de Têxteis Lar
Dólares



Fonte: World Trade Atlas

Apesar de 2003 ter representado um decréscimo global de 16,82% das importações de têxteis lar, de 2001 para 2004 verificou-se um crescimento acumulado de 13,87%. Dos capítulos considerados, aquele que mais crescimento apresentou no último ano foi o sector de roupa de toucador ou cozinha, com um aumento de 49%, face a 2003.

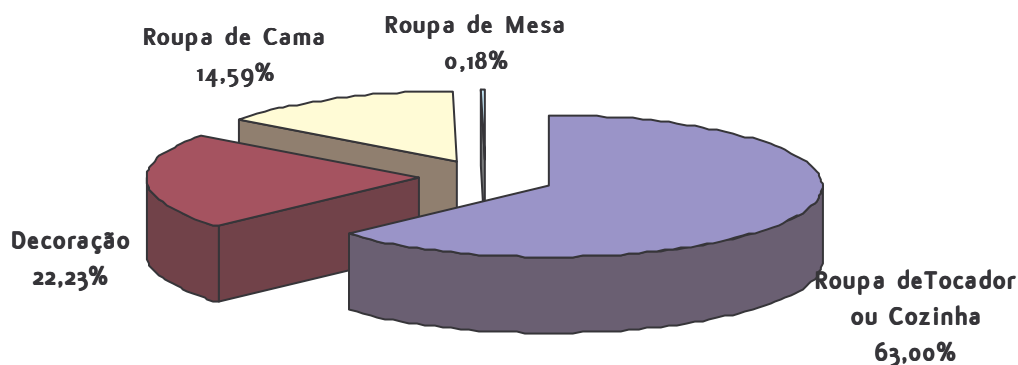
Gráfico 8 - Distribuição das Importações de Têxteis Lar por País
Dólares



Fonte: World Trade Atlas

Portugal ocupa uma posição privilegiada neste capítulo, já que globalmente detém a 2ª posição enquanto fornecedor, tendo exportado em 2004 14,8 milhões de dólares, o que significa uma quota de mercado de 17,74%. Em relação a 2003, apresentou um dos crescimentos mais significativos, da ordem dos 156%.

Gráfico 9 - Distribuição dos Têxteis Lar por Categorias
% de Importação Total do México de Portugal



Fonte: World Trade Atlas

Como podemos verificar do gráfico 9, as importações do México a Portugal têm como principal produto a Roupa de Tocador ou Cozinha, com especial destaque para a P.p 6302.60 – "tecidos turcos" de algodão, cuja importação representou, em 2004, o valor de 9.299.546 USD, grosso modo a totalidade da importação deste tipo de artigos.

Gráfico 10
Distribuição dos Têxteis Lar por País
Roupa de Toucador ou Cozinha

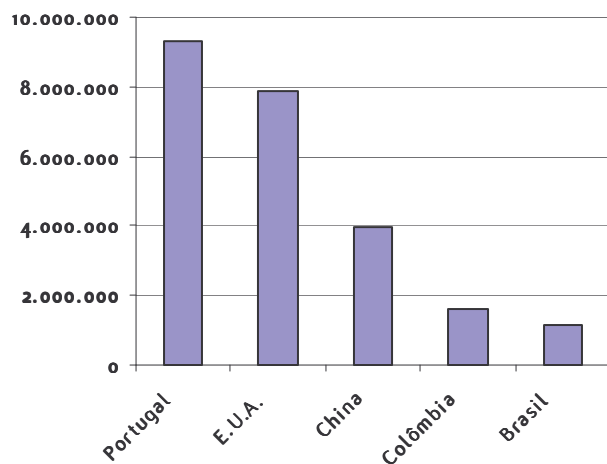
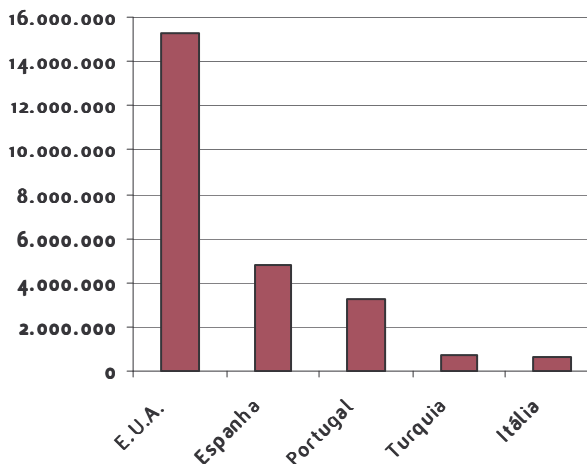


Gráfico 11
Distribuição dos Têxteis Lar por País
Decoração



Fonte: World Trade Atlas

Gráfico 12
Distribuição dos têxteis lar por País
Roupa de Cama

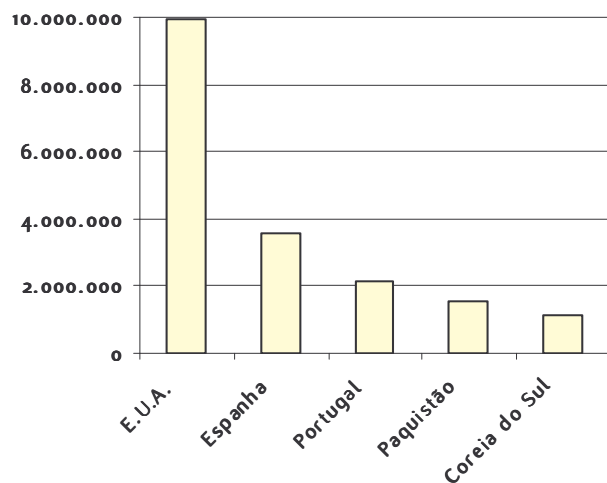
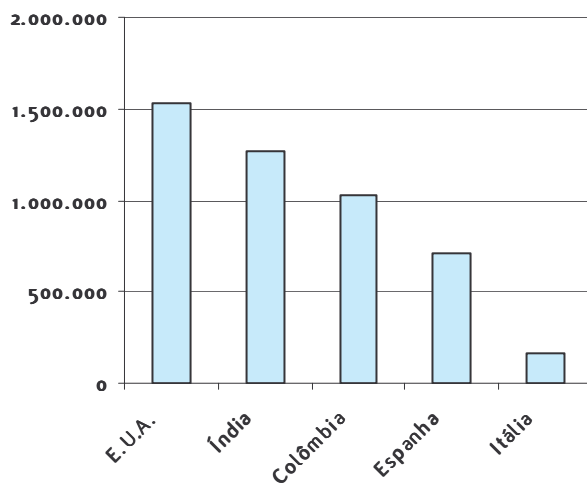


Gráfico 13
Distribuição dos têxteis lar por País
Roupa de Mesa



Fonte: World Trade Atlas

Nos restantes produtos, com a excepção da Roupa de Mesa na qual a participação portuguesa no mercado mexicano é bastante reduzida, encontramos Portugal como o 3º exportador para o México.

3. Composição e características do mercado

3.1. Características do mercado

O sector de artigos de casa e decoração caracteriza-se por uma ampla gama de produtos de qualidade, estilos, tamanhos e preços diferenciados. Quanto às características específicas do mercado, é de salientar que estes produtos são destinados a dois segmentos de mercado diferentes – ao público em geral e ao mercado de serviços ou institucional; este último inclui hotéis, restaurantes, hospitais e escolas.

A maior fatia da produção de artigos de casa e decoração é realizada fundamentalmente por grandes empresas, que distribuem os seus produtos em Grandes Armazéns e Grandes Superfícies; por outro lado, encontramos os artesãos mexicanos que distribuem os seus produtos em lojas especializadas localizadas em zonas turísticas e, em alguns casos, em Grandes Armazéns como o Palácio de Hierro e Liverpool, bem como nas cinco lojas governamentais estabelecidas pelo FONATUR (Fondo Nacional de Fomento al Turismo).

Independentemente da classe sócio-económica dos consumidores, as toalhas de mesa e guardanapos de mesa em tela utilizam-se principalmente em ocasiões especiais; quotidianamente, são mais usados os jogos de mesa em plástico, bem como guardanapos de papel. Apesar deste hábito, existe uma produção interessante em certos estados da República de toalhas de mesa e guardanapos bordados e tecidos de muito boa qualidade, bem como de qualidade média. Por sua vez, as toalhas balneares e de toucador são geralmente de boa qualidade, em tamanho de meio corpo, usadas por todas as classes sociais.

A produção de telas no México é fundamentalmente dedicada às fibras sintéticas, graças à oferta e utilização dos recursos petrolíferos do país, ou a uma mistura destas com fibras naturais como o algodão, cuja produção no país é comparativamente menor. Assim, os produtos de maior qualidade (100% algodão) são distribuídos em Grandes Armazéns, enquanto que os de qualidade média são distribuídos em Grandes Superfícies. Ainda assim, o seu principal canal de distribuição é a loja especializada.

3.2. Comportamento do consumo

O consumo no mercado mexicano é muito influenciado pela moda, pelas datas importantes que se comemoram ao longo do ano e também pelas vendas especiais durante o ano.

Dezembro e Janeiro são os meses de alto consumo, particularmente em duas datas específicas – Natal e Dia de Reis. Os consumidores dão uma especial ênfase à oferta de presentes a todos os seus conhecidos durante esta época.

Todos os sectores e, em especial, o sector dos artigos de casa e decoração registam nesse período o grosso das suas vendas. Um factor relevante que leva a este alto consumo é que, no mês de Dezembro, se outorga aos trabalhadores um mês adicional de salário, denominado “aguinaldo”, dando aos consumidores mexicanos uma margem extra para aumentar o seu consumo.

Ao longo do ano, existem outras datas comemorativas que promovem o consumo deste tipo de produtos, a saber: 14 de Fevereiro – Dia da Amizade e do Amor, 30 de Abril – Dia da Criança, e 10 de Maio – Dia da Mãe. Existem outras datas que também influenciam o consumo, como são as celebrações das profissões, por exemplo o Dia do Professor, Dia da Secretária, etc.

Os Grandes Armazéns têm dois períodos principais de saldos por ano para a liquidação de mercadorias, nos meses de Janeiro e Agosto. Os descontos vão de 20 a 50%, e as lojas especializadas mantêm um esquema similar, salvo em certas marcas que têm por política não praticar saldos.

Nos últimos anos, a tendência dos gostos dos consumidores mudou; actualmente uma alta percentagem da população tende a adquirir produtos modernos, de cores vivas e materiais inovadores. Os estilos tradicionais, apesar de ainda muito importantes para as camadas de nível sócio-económico mais alto, estão um pouco esquecidos.

Os artigos de casa e decoração que se importam da Europa e dos Estados Unidos destinam-se principalmente à população do segmento alto; estes produtos distribuem-se maioritariamente em Grandes Armazéns e Lojas Especializadas, enquanto que os produtos importados de Ásia são geralmente vendidos em Grandes Superfícies, em algumas Lojas Especializadas e nos Mercados. Os produtos que se vendem nos mercados ambulantes são, frequentemente, mercadorias de contrabando.

Quanto ao poder aquisitivo dos consumidores, deve mencionar-se que, de alguns anos a esta parte, a classe alta aumentou muito ligeiramente, as classes médias diminuíram e as classes baixas e populares aumentaram. A distribuição estimada dos mesmos, apresenta-se no quadro seguinte:

Nível Sócio-económico	Categorias	Símbolo	Rendimento Mensal em Dólares	% da População
Alto	Alta – Alta	A	Mais de 40.770	0,44%
	Alta – Baixa	B	9.600 a 40.769	1,76%
Médio	Media – Alta	C+	2.718 a 9.599	3,22%
	Media – Media	C	1.359 a 2.717	6,2%
	Media – Baixa	C-	906 a 1.358	8,91%
Baixo	Baixa – Alta	D+	453 a 905	12,47%
	Baixa – Media	D	271 a 452	15,75%
	Baixa – Baixa	D-	90 a 271	21,07%
Popular		E	0 a 90	30,18%

Fonte: Sigma Consultores. 2001.

Quanto aos hábitos de compra, podem-se distinguir três categorias sócio-económicas entre os consumidores que constituem o mercado do público em geral:

- As classes A e B tendem a adquirir produtos importados de valor mais elevado, independentemente do estilo clássico, contemporâneo ou moderno.
- A classe média normalmente adquire produtos nacionais e de importação de boa qualidade a um preço razoável.
- As classes D e E adquirem produtos de baixa qualidade de produção e de baixo preço, tanto nacional como de importação (procedente principalmente de países asiáticos).
- Existe uma classe adicional, formada por turistas nacionais e estrangeiros, cuja preferência de consumo são produtos artesanais do país, tanto de alto como de baixo valor, dependendo da capacidade económica dos mesmos. As classes A, B e C mexicanas têm ainda pouca apetência para adquirir produtos artesanais, independentemente de sua qualidade, a qual é apreciada fundamentalmente por turistas estrangeiros.

Complementarmente cabe assinalar o seguinte:

- Os consumidores dos segmentos A, B e C+, quanto a produtos de decoração para a casa, cozinha e similares, tendem a adquirir produtos de marca e em matéria de roupa de casa, é sensível não só à marca, como também ao tipo de materiais e acabamentos, preferindo o linho e algodão.
- Os produtos classificados como gama média e baixa estão dirigidos a consumidores de níveis C e C-, que renovam menos frequentemente a sua roupa de casa, e as suas compras são influenciadas pelo preço.

- As classes baixas e populares privilegiam os produtos que oferecem maior durabilidade e menor custo.

Como se mencionou previamente, existe outro segmento de mercado denominado “Mercado Institucional”, o qual está em constante desenvolvimento. O México recebe, em média, cerca de 20 milhões de turistas por ano; esta situação provocou a instalação e operacionalização de cadeias de hotéis e restaurantes nos principais destinos turísticos. Estes estabelecimentos são grandes consumidores de roupa de mesa, cozinha, cama e banho.

A qualidade dos produtos que adquirem está vinculada à qualidade, preço e renome dos estabelecimentos.

4. Concorrência

4.1. Participação de empresas nacionais e estrangeiras

Concorrência Mexicana:

Entre as empresas produtoras e exportadoras mexicanas de fibras sintéticas e artificiais, encontramos as seguintes:

- Celanese Mexicana;
- Celulose e Derivados (Cydsa);
- Akra;
- Kaltex;
- Fibras Químicas S.A. (Grupo ALFA).

A produção de fibras de acetato, rayon e viscosa é dominada por dois grandes grupos:

- Celanese Mexicana (acetato);
- CYDSA (rayon e viscosa).

Existem várias marcas posicionadas no mercado com o logótipo “Hecho en México”, quer se trate de marcas mexicanas, quer de marcas estrangeiras que recorrem a produção no México (a conhecida “Maquila”: Nautica, Línea Sol, Isabella Canducci, Plumex, Best Dreams, Jerard, Kallista, Marbre, Katoj, D y M Eliens, Whitepool, Dalfiori, Bianco, Boutique Blancos, Mansa Collection, Parker, Luxury Cotton, Mazal, La Josefina, K T At Home, Cannon Classic, Main Stays, Royal Creek, Industrias d Vallie, Bum, Soft Fresh, Belagio, Springs de México).

Concorrência Estrangeira:

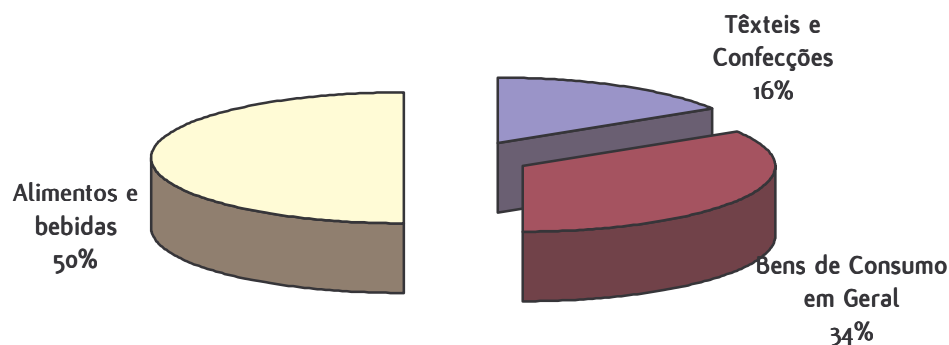
As principais marcas estrangeiras concorrentes, por país de origem, são as seguintes:

- Estados Unidos: Ralph Lauren, Blanme, SE Edition;
- Espanha: Adolfo Domínguez;
- Paquistão: PIMA Colap, Cottura;
- Índia: SE Edition;
- Chile: Spring Home, Spring Maid;
- Brasil: Colap Home;
- China: Laura Dane.

Os resultados da sondagem de preços de mercado realizada nos principais Grandes Armazéns e Grandes Superfícies, apresentam-se no Anexo 2 deste documento. Para isso construiu-se um quadro exemplificativo da concorrência em produtos de Roupas de Casa, considerando os preços mais altos e os mais baixos encontrados, indicando a loja visitada, bem como a marca e procedência dos mesmos. Inclui-se também uma breve descrição da forma de exibição e apresentação dos produtos de interesse em cada uma das lojas referidas.

4.2. Canais de distribuição

Dependendo dos preços, da qualidade dos produtos e dos serviços oferecidos, cada um dos canais de distribuição está geralmente dirigido a uma categoria sócio-económica particular. Em média, as vendas nos Grandes Armazéns e Grandes Superfícies encontram-se distribuídas da seguinte maneira:



Fonte: ANTAD . Asociación Nacional de Tiendas de Autoservicio y Departamentales

Em termos gerais, a grande distribuição de mercadorias no México é feita através de Grandes Superfícies e Grossistas (com 68% de produtos alimentícios e não alimentícios declarados), dos Grandes Armazéns (têm a seu cargo 19%), e das lojas especializadas (13%). O comércio informal tem uma participação importante na distribuição de produtos, dirigidos principalmente à classe popular.

Os principais canais de distribuição no México podem ser classificados da seguinte maneira:

1. Grandes Armazéns
2. Hipermercados e Supermercados
3. Grossistas
4. Lojas Especializadas
5. Lojas de Outlet
6. Distribuidores e Importadores
7. Vendedores Ambulantes
8. Vendas por Internet

4.2.1. Grandes Armazéns

Estes locais oferecem uma boa imagem de marca, qualidade, moda e novidade. Os produtos oferecidos ao público são de qualidade média e alta e estão dirigidos a esses segmentos de mercado. Os preços são mais elevados que os praticados pelas lojas especializadas.

Estes produtos de qualidade média e alta são distribuídos principalmente nas cadeias mais fortes do país, em que as mais importantes, a nível de têxteis lar, são as seguintes:

- Palácio de Hierro – Conta com sete lojas localizadas na cidade do México, uma na cidade de Puebla, e uma loja de Outlet relativamente próxima da cidade do México, o que significa um total de mais de 175.000 metros quadrados de superfície de venda, empregando cerca de 7.500 trabalhadores. A loja tende a conservar uma imagem de nível alto. Tem aproximadamente 15% de participação no mercado dos grandes armazéns, e cerca de 35% dos seus produtos são importados, procedentes de países tais como a Alemanha, Republica Checa, Espanha, França, Itália, Portugal e E.U.A., entre outros. Iniciou a construção de uma nova loja na cidade de Monterrey, a segunda maior do país (8 milhões de habitantes).
- Liverpool – A maior cadeia dentro do género dos grandes armazéns. Os seus produtos são de gama média-alta. Conta com 26 lojas sob a marca de Liverpool e 26 lojas com a marca "Fábricas de Francia"; ambas estão distribuídas por diferentes estados da República Mexicana, ocupam uma superfície de vendas total de 600.000 metros quadrados e empregam 25.000 pessoas. Ultrapassa os 50% de participação neste segmento, e cerca de 18% dos seus produtos são importados, principalmente dos Estados Unidos, mas também da Alemanha, Espanha, França, Itália, Polónia, Portugal, Brasil, Chile, Colômbia, e Sri-Lanka, entre outros; da sua carteira fazem parte cerca de 4.500 fornecedores. Tem uma participação activa em 11 centros comerciais espalhados pelo país.

- Sears – Cadeia com 85% de capital mexicano e 15% dos E.U.A.. Conta com 48 lojas, das quais 8 estão localizadas na cidade de México. Em Outubro de 2003 compraram 5 lojas JCPenny. Os produtos importados representam 20% da sua oferta, da qual, 50% é de origem americana e a restante provem da Ásia (particularmente de Hong Kong). O público consumidor é de classe média e média-baixa.

No caso particular do Palácio de Hierro e Liverpool, ainda que actualmente adquiram uma parte muito importante dos produtos através de distribuidores mexicanos, tendem cada vez mais a importá-los directamente.

4.2.2. Hipermercados e supermercados

As principais cadeias de hipermercados e supermercados têm uma forte presença no território mexicano, sendo de destacar as seguintes:

- Grupo Wal Mart.- É a cadeia número um da grande distribuição no país, com um valor de vendas liquidas aproximado de 10.500 milhões de dólares em 2003, correspondente a um crescimento de 9% face a 2002. O grupo controla cerca do 40% do mercado e conta com 83 hipermercados Wal Mart Supercenter, 44 lojas Superama, 140 supermercados denominados Bodega Aurrera, 52 armazéns Suburbia de venda de roupa e 53 clubes de venda a associados (Sam's Club). Ao todo são 641 estabelecimentos, incluindo 269 restaurantes. Emprega 100.000 pessoas e mantém agressivas políticas de expansão.
- Grupo Comercial Mexicana – Cadeia 100% mexicana. Integra 232 estabelecimentos em 5 formatos de loja: Comercial Mexicana, Bodega Comercial Mexicana, Mega Comercial Mexicana, Sumesa e Lojas Costco (clube de venda a associados). 50% das lojas estão localizadas na cidade do México e no centro do país, e as restantes distribuem-se por diversos outros Estados da República. Conta com uma superfície de venda de 1,1 milhões de

metros quadrados. Em 2003, o grupo adquiriu 5 superfícies Auchan (marca francesa), convertendo-as em Mega Comercial Mexicana. Emprega 35.000 pessoas e a sua estimativa anual de vendas ronda os 3.100 milhões de dólares.

- Grupo Gigante – É a cadeia de distribuição melhor repartida geograficamente pelo país. Integra 259 estabelecimentos, classificados em quatro categorias de lojas: Super G., Gigante, Bodega Gigante e Super Precio. As vendas, em 2003, atingiram 2.700 milhões de dólares, 3,2% inferior a 2002. Desde 1995, o Grupo abriu oito armazéns em Los Angeles, Estados Unidos. Fazem parte do Grupo 46 restaurantes, 89 Lojas Office Depot, especializadas em produtos de escritório, 89 lojas Rádio Shack, de produtos eléctricos e electrónicos, e 3 clubes de venda a associados, Price Smart. Ao todo, a cadeia conta com uma superfície de vendas de 1,12 milhões de metros quadrados.

Adicionalmente, existem grandes lojas de auto-serviços com presença principalmente regional, tais como:

- Lojas Soriana – É uma das cadeias mais importantes no norte do país, com capital 100% mexicano. Conta com 139 estabelecimentos, dos quais 129 são hipermercados, 4 “Mercado Soriana” e 6 “City Clubs”, que são clubes de venda a associados. Cerca de 85% dos seus produtos são mexicanos, os restantes são essencialmente de origem americana e asiática; a presença de produtos europeus é mínima. A sua superfície de vendas é de 1 milhão de metros quadrados, com uma facturação total, em 2003, de mais de 3 mil milhões de dólares.
- Chedraui – O Grupo é 100% mexicano, com presença no sul e sudeste do país. Conta actualmente com 55 estabelecimentos com a marca Chedraui, bem como com outros 23 estabelecimentos de diversos tipos. A superfície total de venda da empresa é de 450.000 metros quadrados. Os produtos importados vêm principalmente dos Estados Unidos e representam somente 3,5% do total. A empresa tem projectos de expansão a outras regiões do México, principalmente com a compra das instalações do Carrefour (cadeia de lojas

francesa estabelecida na cidade de México a partir de 1994 e que deixa o país em 2005, onde contava com 27 estabelecimentos, com uma superfície de vendas de 220.000 metros quadrados).

- Casa Ley – É uma cadeia localizada no noroeste e centro do México, com 100 estabelecimentos e uma superfície de vendas de 450.000 metros quadrados. Os produtos que oferece são principalmente de origem mexicana e apenas uma percentagem muito baixa corresponde a importações dos Estados Unidos, Ásia e Médio Oriente.
- HEB – É uma cadeia de origem americana, localizada no norte do país, que apesar de contar com apenas 20 armazéns, é um concorrente a não desprezar. Os produtos são muito variados e provêm principalmente dos Estados Unidos; em 2004 investiram cerca de 30 milhões de dólares na construção de um centro de distribuição.

4.2.3. Clubes de venda a associados

Desde há alguns anos estabeleceram-se principalmente duas marcas de lojas deste tipo:

- SAM´S – Faz parte do Grupo Wal Mart, conta com 53 estabelecimentos com presença nas principais cidades da República Mexicana.
- COSTCO – Integra o Grupo Comercial Mexicana, conta com 23 estabelecimentos com presença principalmente na cidade do México.
- De menor envergadura e com carácter regional, existe ainda o “CITY CLUB”, que faz parte do Grupo Soriana (localizado principalmente no norte do país), e o “PRICE SMART” do Grupo Gigante, presente na cidade do México,

Estas lojas oferecem ao público em geral uma ampla gama de produtos nacionais e particularmente de importação, que vão desde produtos alimentares e bebidas, passando por móveis, produtos para o lar e cozinha de cerâmica, vidro e outros materiais, têxteis para o lar, roupa, produtos de joalheira e perfumaria. Para comprar nestas lojas, o consumidor deverá ser membro, o que obriga ao pagamento de uma quota anual. Estes estabelecimentos estão dirigidos principalmente a consumidores com famílias numerosas e também abastecem outras lojas.

4.2.4. Lojas especializadas

Estas lojas são frequentadas principalmente por consumidores de classe A, B e C+. A oferta de produtos é composta fundamentalmente por móveis e artigos de casa e decoração, os quais normalmente também são oferecidos pelos Grandes Armazéns, e mesmo Grandes Superfícies, com qualidade similar aos primeiros e superior aos segundos.

A título de exemplo e relativamente a produtos de Roupa de Casa, encontram-se lojas especializadas tais como Flore Blancos y Corredi, Casas & Cosas, Blancos Soley, Moda en Casa, Rosela, Morel's, Telas y Telas, entre outras.

4.2.5. Lojas de Outlet

Nos últimos quatro anos aproximadamente, surgiram no mercado mexicano as lojas denominadas "Outlets", inspiradas no conceito americano, para o escoamento de saldos e produtos não vendidos, principalmente dos Grandes Armazéns e fornecedores dos mesmos. Encontram-se localizadas na Cidade do México em cidades próximas. O seu número é ainda reduzido, mas constitui-se cada vez mais como um novo canal de distribuição.

4.2.6. Distribuidores e importadores

Existem no México um grande número de empresas distribuidoras e importadoras de produtos de casa e decoração, na maioria dos casos especializadas em produtos com características similares, ainda que existam outras que podem apresentar um grupo muito heterogéneo de produtos. No anexo 3 do presente documento inclui-se um directório das principais empresas distribuidoras e importadoras no país.

4.2.7. Vendedores Ambulantes (mercados)

Este tipo de mercados representa uma parte importante dos canais de distribuição no México. De acordo com algumas estimativas, a sua participação nas vendas totais situa-se entre 10 e 20%.

Os mercados são frequentados pelas classes menos favorecidas (populares). Os produtos são geralmente de fabrico nacional, mas encontramos facilmente artigos de contrabando de origem diversa, particularmente asiática. Este mercado não respeita as obrigações legais (normas de segurança, sanitárias, fitossanitárias e pagamento de impostos), representando uma concorrência desleal face ao comércio formalmente estabelecido. A venda ambulante encontra-se dispersa por todo o país, e normalmente ocorre em datas determinadas nas diferentes zonas de cada cidade.

4.2.8. Vendas por Internet

Ainda que este canal de distribuição seja algo incipiente no México, cada dia um maior número de consumidores utiliza este sistema de comercialização para adquirir os produtos de seu interesse, com a vantagem de que em certas ocasiões este meio permite ao consumidor visualizar a informação técnica, preços, forma de pagamento, etc. sem ter que o fazer directamente em cada ponto de venda. Os principais canais que oferecem este serviço são actualmente os Grandes Armazéns e Grandes Superfícies do país.

Finalmente deve referir-se que, em termos gerais e atendendo ao nível sócio-económico, os consumidores efectuam as suas compras em canais de distribuição diferentes, a saber:

- A classe alta e média alta (nível A e B e C+) tendem a consumir regularmente em Grandes Armazéns, Lojas Especializadas e Grandes Superfícies, quer sejam produtos nacionais ou importados;
- As classes médias e baixas (nível C e D) efectuam as suas compras em três canais principais: Grandes Superfícies, Mercados (formais e informais) e lojas tradicionais.
- As classes popular e baixa (D e E), que representam mais de 50% da população, consomem pouco e abastecem-se principalmente nos mercados e canais informais.

5. Acesso ao mercado

5.1. Roupas para casa

5.1.1. Taxas aplicadas à importação proveniente da UE

Tendo em conta o Tratado de Livre Comércio entre a União Europeia e o México e o respectivo Anexo II da Decisão nº 2/2000 do Conselho Conjunto CE-México de 23/3/2000, no qual se discrimina o calendário do desagravamento para todas as posições pautais consideradas, a taxa aplicada à importação em 2005 é de 4%, reduzindo-se para 3% em 2006. A partir 2007, os produtos considerados ficarão isentos de qualquer taxa alfandegária.

5.1.2. Taxas aplicadas à importação proveniente de outros países

Em primeiro lugar, cabe mencionar que o México tem tratados comerciais com os seguintes parceiros:

Tratado	Países	Publicação D.O.F. [^]	Entrada em vigor
TLCAN	Estados Unidos e Canadá	20/10/1993	01/01/1994
TLC-G3	Colômbia e Venezuela	9/01/1995	01/01/1995
TLC México – Costa Rica	Costa Rica	10/01/1995	01/01/1995
TLC México – Bolívia	Bolívia	11/01/1995	01/01/1995
TLC México – Nicarágua	Nicarágua	01/07/1998	01/07/1998
TLC México – Chile	Chile	28/07/1999	01/08/1999
TLCUEM	União Europeia	26/06/2000	01/07/2000
TLC México – Israel	Israel	28/06/2000	01/07/2000
TLC México – TN	Salvador, Guatemala e Honduras	14/03/2001	15/03/2001 com Salvador e Guatemala; 01/06/2001 com Honduras.
TLC México – AELC	Islândia, Noruega, Liechtenstein e Suíça	29/06/2001	01/07/2001
TLC México – Uruguai	Uruguai	14/07/2004	15/07/2004
AAE México – Japão	Japão	31/03/2005	01/04/2005

[^]D.O.F. – Diário Oficial da Republica

O imposto geral que devem pagar os países que não contam com preferências alfandegárias, para importar as posições pautais correspondentes a roupa de cama, de mesa, de toucador ou cozinha, por peça, de acordo à Tarifa da Lei de Impostos Gerais de Importação e Exportação Mexicana, é de 35%, excepto para as mantas eléctricas, que segundo a classificação TLIGIE tem a posição pautal 63.01.10.01, e cujo imposto geral é de 30% por peça.

Para os países que contam com TLC's, as taxas a aplicar serão as seguintes:

Tratado	2005		2006		2007	
	1 ^o Sem.	2 ^o Sem.	1 ^o Sem.	2 ^o Sem.	1 ^o Sem.	2 ^o Sem.
TLCAN	0,0%		0,0%		0,0%	
TLC-G3	0,0%		0,0%		0,0%	
TLC México – Costa Rica	0,0%		0,0%		0,0%	
TLC México – Bolívia	0,0%		0,0%		0,0%	
TLC México – Nicarágua	1,5%	1,0%	1,0%	0,5%	0,5%	0,0%
TLC México – Chile	0,0%		0,0%		0,0%	
TLCUEM	4,0%		3,0%		0,0%	
TLC México – Israel	3,3%	0,0%	0,0%		0,0%	
TLC México – TN	0,0%		0,0%		0,0%	
TLC México – AELC	4,0%		3,0%		0,0%	
TLC México – Uruguai	0,0%		0,0%		0,0%	
AAE México – Japão	0,0%		0,0%		0,0%	

5.1.3. Autorizações

Para exportar para o México roupa de cama, de mesa, de toucador ou cozinha, contidas em todas as posições pautais antes assinaladas, não é necessária qualquer autorização especial.

5.1.4. Normas técnicas

A norma técnica fundamental que deve seguir-se para exportar para o México os produtos antes mencionados, é a norma de etiquetado (NOM-004-SCFI-1994), aplicando para todas as posições pautais os artigos 10 e 12 da norma, cujo objectivo é o de estabelecer a informação comercial que os

fabricantes nacionais e os importadores devem fixar nos têxteis, roupa de casa, vestuário e seus acessórios.

5.1.5. Outras restrições

Além da anterior, existem as seguintes restrições:

- Recenseamento no padrão importadores e no padrão sectorial da Secretaria de Hacienda y Credito Publico – Regras de Carácter Geral para o Comércio Exterior para 2005 (publicado em D.O.F.¹, 23 de Março de 2005), Cap.2.2.1;
- Anexo 18 das Regras de Carácter Geral para o Comercio Exterior para 2005 “Dados de identificação” - regras de carácter geral em matéria de comércio exterior: marca comercial, composição (descrição por ordem de predomínio), apresentação (se o produto é de malha ou não), dimensões, cor, modelo.
- Anexo 21 das Regras de Carácter Geral para o Comercio Exterior para 2005 (publicado em D.O.F., 23 de Março de 2005 “Alfândegas autorizadas para tramitar o despacho alfandegário de determinado tipo de mercadorias” e;
- Quotas compensatórias (não aplicadas a países da UE).

Perspectivas do sector

A indústria têxtil mexicana engloba uma ampla gama de produtos e artigos de diferentes materiais, qualidades, tamanhos e preços, com um alto nível de criatividade. A maioria dos produtores realizam a sua actividade por tradição familiar e, no caso dos produtos tradicionais, as técnicas são artesanais.

¹ D.O.F. – Diálogo Oficial de la Federación

A tendência ao consumo dos produtos deste sector está muito orientada para o *design*, conjuntamente com a utilidade do produto; os hábitos de consumo variam consoante o segmento de mercado e estão fortemente relacionados com a qualidade e preço dos artigos.

Uma parte importante da procura de produtos é atendida pela oferta local, o que justifica o trabalho de artistas, designers, artesãos e marcas nacionais reconhecidas no mercado.

Deve mencionar-se que os diversos tratados de Livre Comércio assumidos pelo México repercutiram-se num incremento importante das importações de uma ampla gama de produtos de origem diversa, oferecendo ao consumidor melhores produtos e preços mais baixos em bens de alta qualidade e com desenhos inovadores.

De acordo com os hábitos de compra, associados aos níveis sócio-económicos, podemos referir que existe um mercado potencial de produtos de qualidade, com desenhos modernos e estilizados, em cores variadas e atraentes, que ofereçam conforto e bom gosto aos consumidores.

Neste sentido, o segmento de mercado com maior potencial está focalizado nas classes média e alta, considerando que a procura das classes baixa e popular se encontra plenamente atendida pela grande oferta de produtos nacionais e também importados, principalmente de origem asiática.

Quanto aos canais de distribuição destes artigos, os Grandes Armazéns, as Lojas Especializadas e as Grandes Superfícies são as mais recomendáveis para a comercialização e venda final, já que contam com uma presença nas principais cidades da República Mexicana.

Em virtude do país um dos destinos turísticos mais importantes do mundo, o segmento que compreende hotéis, restaurantes, bares e similares, apresenta um dinâmico crescimento na procura de artigos de casa e decoração.

Perante a abertura comercial, o mercado ampliou a variedade de produtos e hoje em dia o consumidor tem maiores alternativas para escolher entre as diversas qualidades dos diferentes produtos; no entanto o preço continua a ser o factor mais importante na decisão de compra.

Anexos

Anexo 1 – Estatísticas de produção, vendas e importação

A1-1: Produção e vendas

Quadro 1 Valores de Produção por Sectores de Actividade (Milhares de Pesos)					
Actividade	2001	2002	2003	2004	% Total 2004
VIII – Produtos Metálicos, Maquinaria e Equipamento	559.182.452	549.917.888	541.826.535	592.442.657	31,42%
I – Produtos Alimentares, Bebidas e Tabaco	389.572.923	415.523.335	447.642.250	490.746.939	26,03%
V - Substâncias Químicas, Derivados do Petróleo, Produtos de Borracha e Plástico	271.827.326	279.351.603	301.695.554	336.075.522	17,82%
VII – Industrias Metálicas Básicas	108.481.926	112.714.264	137.739.401	212.570.181	11,27%
VI – Produtos de Minerais não Metálicos, Excepto Derivados de Petróleo e Carvão	74.422.955	79.222.034	84.557.719	89.552.180	4,75%
IV – Papel, Produtos de Papel, Imprensas e Editoriais	73.698.331	73.303.542	76.255.904	83.004.477	4,40%
II – Têxteis, Confecção e Industria de Couro	60.620.022	60.764.303	60.768.180	65.972.259	3,50%
III – Industria da Madeira e Produtos de Madeira	8.617.320	8.988.576	8.966.612	10.140.360	0,54%
IX – Outras Industrias Manufactureiras	3.441.396	3.666.053	3.930.888	4.966.360	0,26%
Total	1.549.864.651	1.583.451.598	1.663.383.043	1.885.470.935	100,00%
Fonte: Indicadores da Encosta Industrial Mensal por Divisão e Classe de Actividade Económica, INEGI					

Quadro 2			
Valores de Produção / Têxteis, Confeção e Industria de Couro			
(Milhares de Pesos)			
Código	Descrição	Valor 2004	% Total 2004
321215	Fabricação de Telas não Tecidas	11.885.935	18,02%
321206	Tecelagem de Fibras Macias	6.771.532	10,26%
324001	Fabricação de Calçado Principalmente de Couro	4.904.629	7,43%
321311	Confeção de Lençóis, Toalhas, Colchas e Similares	3.775.485	5,72%
323001	Curtido e Acabado de Couro	3.407.146	5,16%
322003	Confeção de Roupa Exterior para Senhora	3.366.864	5,10%
321217	Fiação, Tecelagem e Acabamento de Fibras Artificiais	2.982.970	4,52%
321202	Fiação de Fibras Macias	2.813.761	4,27%
322001	Confeção de Roupa Exterior para Homem	2.810.160	4,26%
321404	Fabricação de Telas de Malha	2.602.389	3,94%
321205	Fabricação de Telas de Lã e suas Misturas	2.251.208	3,41%
321321	Confeção de Toldos, Coberturas para Automóveis e Tendões de Campismo	2.110.484	3,20%
321203	Fabricação de Fio para Coser, Bordar e Tecer	1.661.495	2,52%
321401	Fabricação de Meias de Homem e Senhora	1.385.253	2,10%
322009	Confeção de Roupa Exterior para Criança	1.318.745	2,00%
321214	Fabricação de Algodão Absorvente, Vendas e Similares	1.217.278	1,85%
321208	Fabricação de Encaixes, Cintas, Etiquetas e Out. Produtos de Passamanaria	1.167.520	1,77%
321216	Fabricação de Têxteis Recobertos o com Banho	1.142.637	1,73%
321405	Fabricação de Roupa Exterior de Malha e Outros Artigos	1.112.541	1,69%
321332	Fabricação e Tecelagem de Alfombras e Tapetes de Fibras Macias	1.077.704	1,63%
321403	Fabricação de Roupa Interior de Malha	1.011.885	1,53%
324002	Fabricação de Calçado de Tela com Sola de Plástico o Sintética	875.027	1,33%
322005	Confeção de Camisas	754.628	1,14%
321402	Fabricação de Camisolas	695.897	1,05%
322006	Confeção de Uniformes	691.344	1,05%
321120	Fabricação de Cordões de Fibras de Todo Tipo Naturais o Químicas	624.552	0,95%
321204	Fabricação de Estambre de Lã e Fibras Químicas	505.510	0,77%
323003	Fabricação de Produtos de Couro, Pele e Materiais Sucedâneos	491.065	0,74%
321207	Acabado de Fios e Telas de Fibras Macias	434.514	0,66%
321112	Fiação e Tecelagem de "Henequén"	116.948	0,18%
321312	Confeção de Produtos Bordados e Desfiados	5.153	0,01%
321111	Preparação de Fibras de "Henequén"	0	0,00%
	Total	65.972.259	100,00%

Fonte: Indicadores da Encosta Industrial Mensal por Divisão e Classe de Actividade Económica, INEGI

Quadro 3 Valores de Produção Confecção de lençóis, toalhas de mesa, colchas e similares (Milhares de Pesos)	
Período	Valores de Produção
1998	2.617.449
1999	2.714.543
2000	3.454.279
2001	2.817.417
2002	3.289.665
2003	3.257.956
2004	3.775.485

Fonte: Indicadores da Encosta Industrial Mensal por Divisão e Classe de Actividade Económica, INEGI

Quadro 4 Valores de Produção Confecção de lençóis, toalhas de mesa, colchas e similares (Milhares de Pesos)						
Período	Colchas	Toalhas	Lençóis	“Capitonadas”	Outr. Produtos Secundários, Desperdícios e Subprodutos	Outros Produtos não Genéricos
1998	858.379	753.096	80.832	0	853.443	71.699
1999	968.027	831.787	101.703	118.229	600.860	93.937
2000	1.261.642	901.314	172.031	177.759	822.886	118.647
2001	1.057.617	765.172	138.351	179.837	573.217	103.223
2002	1.353.637	780.438	204.649	267.878	558.031	125.032
2003	1.359.862	824.052	239.813	268.549	531.697	33.983
2004	1.912.938	873.468	289.850	262.700	407.845	28.684

Fonte: Indicadores da Encosta Industrial Mensal por Divisão e Classe de Actividade Económica, INEGI

Quadro 5 Valores de Vendas (produção Interna) Confecção de lençóis, toalhas de mesa, colchas e similares (Milhares de Pesos)	
Período	Valores de Vendas
1998	2.464.866
1999	2.723.399
2000	3.261.315
2001	2.771.267
2002	3.050.775
2003	3.191.105
2004	3.574.428

Fonte: Indicadores da Encosta Industrial Mensal por Divisão e Classe de Actividade Económica. INEGI

A1-2: Importações

Quadro 6 Valor de Importações (dólares) Têxteis Lar (Posições pautais consideradas)					
Pos.	País	2001	2002	2003	2004
1	E.U.A.	53.323.259	53.624.605	41.654.888	34.652.370
2	Portugal	600.474	4.664.888	5.784.450	14.805.147
3	Espanha	4.202.804	10.574.240	9.917.317	10.079.373
4	China	1.148.535	770.504	684.564	4.546.953
5	Índia	1.359.225	2.946.278	2.189.108	3.077.700
6	Colômbia	1.070.498	2.895.361	1.368.288	3.002.380
7	Paquistão	846.109	1.960.662	2.090.238	2.686.607
8	Itália	589.369	1.183.673	1.544.426	1.468.828
9	Brasil	459.559	1.369.356	1.610.937	1.218.785
10	Coreia do Sul	2.382.364	2.132.132	1.042.779	1.200.668
11	Turquia	147.986	457.221	519.149	1.080.845
Total		9.045.367	11.136.253	8.863.923	9.691.808

Fonte: World Trade Atlas

<p align="center">Quadro 7 Valor de Importações (dólares) P.p. 6301 - Cobertores e mantas, de qualquer matéria têxtil (expt. toalha de mesa, colchas, bem como edredões, almofadas, pufes, travesseiros e artigos semelhantes da p.p. 9404)</p>					
Pos.	País	2001	2002	2003	2004
1	E.U.A.	4.141.183	4.154.148	4.450.192	5.074.461
2	Espanha	1.213.847	2.610.871	1.549.688	1.978.544
3	Coreia do Sul	2.248.648	1.993.334	959.552	1.069.339
4	Alemanha	209.965	492.576	681.931	594.345
5	Índia	16.000	199.703	31.372	185.270
6	Paquistão	6.400	17.800	619	148.060
7	Indonésia	8.490	102.361	343.674	129.418
8	Uruguai	0	0	46.213	80.292
9	Peru	4.320	8.663	21.743	75.982
10	Equador	637.959	549.359	283.746	66.555
11	Portugal	199	40.238	13.284	56.592
Total		9.045.367	11.136.253	8.863.923	9.691.808
Fonte: World Trade Atlas					

<p align="center">Quadro 8 Valor de Importações (dólares) P.p. 6301.10 - Cobertores e mantas, de qualquer matéria têxtil, eléctricos</p>					
Pos.	País	2001	2002	2003	2004
1	E.U.A.	418.960	425.143	190.300	404.878
2	Espanha	632	864	1.307	2.349
3	França	1.656	1.132	0	1.934
4	Coreia do Sul	45	103	0	16
5	Itália	0	0	3.408	0
6	China	8.801	52.899	0	0
7	Alemanha	0	0	499	0
8	Brasil	0	3.562	258	0
9	Canadá	1.433	0	0	0
10	Guatemala	0	210	0	0
Total		431.527	483.913	195.772	409.177
Fonte: World Trade Atlas					

<p align="center">Quadro 9 Valor de Importações (dólares) P.p. 6301.20 - Cobertores e mantas, de lã ou de pêlos finos (expt. eléctrico, toalhas de mesa, colchas, edredões, almofadas, pufes, traveseiros e art. semelhantes da p.p. 9404)</p>					
Pos.	País	2001	2002	2003	2004
1	Itália	543	2.055	87.755	38.895
2	Espanha	4.832	7.845	4.945	35.622
3	Peru	3.835	7.923	20.756	30.737
4	Chile	0	0	3.736	9.893
5	R. Unido	2.751	1.049	4.371	9.800
6	Lituânia	0	0	0	4.634
7	França	10.884	10.820	10.645	4.562
8	E.U.A.	7.728	20.319	3.775	4.285
9	Alemanha	0	0	0	2.814
10	Portugal	0	1.591	1.514	2.329
Total		85.693	130.765	158.113	145.355

Fonte: World Trade Atlas

<p align="center">Quadro 10 Valor de Importações (dólares) P.p. 6301.30 - Cobertores e mantas, de algodão (expt. eléctricos, toalhas de mesa, colchas, bem como edredões, almofadas, pufes, traveseiros e artigos semelhantes da p.p. 9404)</p>					
Pos.	País	2001	2002	2003	2004
1	E.U.A.	684.763	729.175	836.554	1.125.013
2	Alemanha	90.307	266.864	681.146	590.853
3	Espanha	15.853	53.537	18.859	98.145
4	Peru	485	740	987	34.790
5	Portugal	199	154	5.032	30.220
6	Tailândia	233	48.419	16.877	22.189
7	Canadá	4.263	275	935	21.501
8	Índia	5.337	5.496	29.526	20.906
9	Hong Kong	22.289	212.784	37.134	11.530
10	Itália	745	3.231	4.611	8.563
Total		921.245	1.525.747	1.745.852	1.982.772

Fonte: World Trade Atlas

<p align="center">Quadro 11 Valor de Importações (dólares) P.p. 6301 40 - Cobertores e mantas, de fibras sintéticas (expt. eléctricos, toalhas de mesa, colchas, edredões, almofadas, pufes, travesseiros e artigos semelhantes da posição 9404)</p>					
Pos.	País	2001	2002	2003	2004
1	E.U.A.	2.970.731	2.942.334	3.409.953	3.470.860
2	Espanha	1.185.527	2.538.090	1.524.367	1.841.475
3	Coreia do Sul	1.858.448	1.724.167	932.582	1.066.866
4	Índia	0	187.062	1.846	155.346
5	Paquistão	0	0	619	143.305
6	Indonésia	3.089	102.335	343.674	129.418
7	Uruguai	0	0	46.213	80.292
8	Equador	637.959	549.359	283.746	66.555
9	Portugal	0	38.493	6.738	24.043
10	Tailândia	921	49.536	5.714	20.441
Total		7.029.982	8.440.029	6.725.937	7.072.244

Fonte: World Trade Atlas

<p align="center">Quadro 12 Valor de Importações (dólares) P.p. 6301 90 - Cobertores e mantas, de matérias têxteis (expt. de lã ou de pêlos finos, de algodão ou de fibras sintéticas, cobertores e mantas eléctricos, toalhas de mesa, colchas, edredões, almofadas, pufes, travesseiros e artigos semelhantes da posição 9404)</p>					
Pos.	País	2001	2002	2003	2004
1	E.U.A.	59.001	37.177	9.610	69.425
2	Índia	5.229	7.145	0	8.417
3	Coreia do Sul	388.638	269.064	26.820	2.457
4	Espanha	7.003	10.535	210	953
5	França	3.058	488	425	683
6	Paquistão	0	2.210	0	168
7	Alemanha	112.611	225.522	0	78
8	Nova Zelândia	265	0	0	61
9	R. Unido	0	0	0	18
10	Taiwan	0	1.500	0	0
Total		576.920	555.799	38.249	82.260

Fonte: World Trade Atlas

<p align="center">Quadro 13 Valor de Importações (dólares) P.p 6302Roupas de cama, mesa, toucador ou cozinha, de qualquer matéria têxtil (expt. rodilhas, esfregões, panos de prato ou de cozinha e flanelas de limpeza)</p>					
Pos.	País	2001	2002	2003	2004
1	E.U.A.	30.862.429	28.644.466	21.604.299	14.303.104
2	Portugal	544.962	2.661.928	2.287.088	11.457.047
3	China	722.240	496.786	575.298	4.423.624
4	Espanha	1.098.523	2.985.109	4.407.660	3.310.493
5	Colômbia	966.877	2.519.593	1.145.128	2.746.937
6	Índia	1.229.425	2.483.700	2.009.577	2.505.373
7	Paquistão	826.512	1.924.496	1.968.148	2.189.738
8	Brasil	407.591	951.381	823.727	1.211.233
9	Costa Rica	1.127.019	1.216.957	1.106.996	974.751
10	Itália	305.015	580.768	722.271	741.312
Total		42.039.492	49.178.392	40.656.924	46.932.834
Fonte: World Trade Atlas					

<p align="center">Quadro 14 Valor de Importações (dólares) P.p. 6302.10 - Roupas de cama, de malha</p>					
Pos.	País	2001	2002	2003	2004
1	E.U.A.	407.964	178.475	220.302	165.076
2	Portugal	8.381	76.276	153.393	135.767
3	Espanha	18.714	254.329	19.737	107.799
4	Paquistão	43.487	13.185	79.765	31.028
5	Alemanha	2.272	0	4.168	4.459
6	Turquia	89	20.526	0	3.903
7	China	7.363	961	636	2.805
8	Itália	689	4.292	44.843	886
9	Índia	8.018	38.479	294	884
10	Brasil	0	31	6	802
Total		586.402	631.583	533.916	455.468
Fonte: World Trade Atlas					

Quadro 15					
Valor de Importações (dólares)					
P.p. 6302.21 - Roupas de cama, de algodão, estampadas (expt. de malha)					
Pos.	País	2001	2002	2003	2004
1	Portugal	242.259	234.659	758.331	215.665
2	Paquistão	4.032	115.395	424.787	207.791
3	E.U.A.	391.292	255.785	283.876	199.138
4	Costa Rica	400.223	632.854	419.585	147.701
5	Espanha	33.911	157.523	143.578	135.203
6	Chile	16.266	198	42.984	116.797
7	Itália	66.749	25.049	153.652	48.138
8	Tailândia	44.860	404	92	30.601
9	Índia	50.860	23.121	18.871	27.713
10	Indonésia	53	1.416	14.307	22.351
Total		1.602.975	1.619.158	2.323.019	1.188.762
Fonte: World Trade Atlas					

Quadro 16					
Valor de Importações (dólares)					
P.p. 6302.22 - Roupas de cama, de fibras sintéticas ou artificiais, estampadas (expt. de malha)					
Pos.	País	2001	2002	2003	2004
1	Paquistão	125.032	826.260	412.888	793.190
2	Costa Rica	240.121	306.125	556.822	752.048
3	Portugal	659	24.906	34.406	202.267
4	Chile	586.608	2.095.982	1.059.140	180.284
5	E.U.A.	1.198.358	720.733	568.332	136.953
6	Colômbia	0	0	85.932	112.478
7	Uruguai	0	0	0	52.866
8	Indonésia	0	3.546	0	30.264
9	Espanha	3.918	328.514	1.352.100	23.399
10	Sri Lanka	0	0	0	11.720
Total		2.227.583	4.751.778	4.494.512	2.323.178
Fonte: World Trade Atlas					

<p align="center">Quadro 17 Valor de Importações (dólares) P.p 6302.29 - Roupas de cama, de matérias têxteis, estampadas (expt. de algodão, de fibras sintéticas ou artificiais, bem como de malha)</p>					
Pos.	País	2001	2002	2003	2004
1	Espanha	8.740	1.217	120.298	12.936
2	Itália	0	0	3.207	1.445
3	China	2.794	714	216	1.292
4	Taiwan	461	0	364	759
5	C.E.E.	0	0	0	504
6	Alemanha	0	0	0	318
7	Portugal	403	0	6.262	37
8	Colômbia	0	84	0	0
9	França	2.765	369	701	0
10	Espanha	8.740	1.217	120.298	12.936
Total		159.484	87.807	148.596	152.246
Fonte: World Trade Atlas					

<p align="center">Quadro 18 Valor de Importações (dólares) P.p 6302.31 - Roupas de cama, de algodão (expt. estampadas ou de malha)</p>					
Pos.	País	2001	2002	2003	2004
1	Portugal	61.022	1.066.751	566.220	1.487.725
2	E.U.A.	3.169.751	3.001.549	2.001.560	1.233.856
3	Espanha	293.137	714.183	560.925	791.548
4	Itália	144.503	283.129	311.663	447.268
5	Paquistão	9.282	31.138	5.886	348.445
6	Israel	0	0	21.302	294.981
7	China	12.472	38.631	39.943	75.505
8	Coreia do Sul	3.235	23	19.271	67.324
9	Índia	4.659	1.901	149.960	38.187
10	Vietname	0	0	0	18.010
Total		3.818.514	5.253.344	3.841.718	4.880.287
Fonte: World Trade Atlas					

<p align="center">Quadro 19 Valor de Importações (dólares) P.p 6302.32 - Roupas de cama, de fibras sintéticas ou artificiais (expt. estampadas ou de malha)</p>					
Pos.	País	2001	2002	2003	2004
1	E.U.A.	2.065.299	2.264.241	1.668.356	1.487.101
2	Espanha	300.526	362.984	848.685	515.778
3	China	19.275	65.902	11.563	114.610
4	Indonésia	0	2.343	11.534	68.925
5	Portugal	161	7.819	24.777	51.488
6	Paquistão	146.466	119.791	85.274	41.619
7	Itália	2.146	22.717	4.815	26.184
8	Índia	244	585	5.252	19.826
9	Coreia do Sul	15.086	48.287	23.198	19.322
10	Canadá	5.586	1.590	399	3.268
Total		3.217.256	2.979.190	3.028.220	2.353.909
Fonte: World Trade Atlas					

<p align="center">Quadro 20 Valor de Importações (dólares) P.p 6302.39 Roupas de cama, de matérias têxteis (expt. de algodão, de fibras sintéticas ou artificiais, bem como estampadas ou de malha)</p>					
Pos.	País	2001	2002	2003	2004
1	E.U.A.	214.913	903.983	1.669.413	1.524.016
2	China	0	98	25.987	231.082
3	Tailândia	0	2.444	422	19.046
4	Itália	1.660	5.010	16.219	14.868
5	Portugal	4.447	105.453	2.771	10.040
6	República Dominicana	0	0	0	6.026
7	Espanha	2.809	1.219	3.429	4.441
8	Canadá	1.249	0	0	1.157
9	Bélgica	5.453	9.221	0	934
10	Síria	0	0	0	595
Total		298.087	1.055.896	1.731.034	1.813.330
Fonte: World Trade Atlas					

Quadro 21					
Valor de Importações (dólares)					
P.p 6302.40 - Roupas de mesa, de malha					
Pos.	País	2001	2002	2003	2004
1	Colômbia	11.386	1.066.633	224.066	968.857
2	Espanha	9.883	150.795	181.224	234.555
3	E.U.A.	31.974	23.668	22.096	23.355
4	Costa Rica	0	6.753	14.735	22.442
5	Taiwan	905	0	107.872	20.997
6	Índia	0	197	1.468	16.823
7	Bélgica	0	0	0	5.997
8	China	1.862	975	7.864	2.639
9	Coreia do Sul	0	0	0	1.767
10	Turquia	0	173.313	15.570	1.002
15	Portugal	1.988	0	1.665	50
Total		74.258	1.439.108	580.277	1.299.818
Fonte: World Trade Atlas					

Quadro 22					
Valor de Importações (dólares)					
P.p 6302.51 - Roupas de mesa, de algodão (expt. de malha)					
Pos.	País	2001	2002	2003	2004
1	Índia	433.114	1.324.147	709.727	1.214.394
2	E.U.A.	2.013.709	963.528	798.944	291.183
3	Itália	32.398	104.281	42.763	137.512
4	Espanha	48.205	83.813	91.651	125.576
5	França	148.061	86.931	25.151	64.612
6	Colômbia	40.000		31	51.482
7	Indonésia	7.452	327	7.749	36.782
8	Vietname		547	6.768	34.946
9	Brasil	9.414	46.529	6.265	29.584
10	Portugal	6.781	257.295	161.364	19.323
Total		2.820.748	2.951.415	1.944.909	2.073.055
Fonte: World Trade Atlas					

<p align="center">Quadro 23 Valor de Importações (dólares) P.p 6302.52 Roupas de mesa, de linho (expt. de malha)</p>					
Pos.	País	2001	2002	2003	2004
1	Itália	610	25.397	9.137	29.086
2	Espanha	2.364	5.637	35.720	24.556
3	Alemanha	184	769	79	8.162
4	Irlanda	4.761	0	1.381	5.200
5	E.U.A.	2.308	874	858	2.688
6	Turquia	0	0	0	1.922
7	França	5.629	8.823	926	960
8	Vietname	0	8.296	0	817
9	Áustria	39	38	1.283	517
10	Bélgica	513	3.881	3.850	140
16	Portugal	32.720	107.115	5.314	0
Total		74.662	186.399	103.625	74.243
Fonte: World Trade Atlas					

<p align="center">Quadro 24 Valor de Importações (dólares) P.p 6302.53 - Roupas de mesa, de fibras sintéticas ou artificiais (expt. de malha)</p>					
Pos.	País	2001	2002	2003	2004
1	E.U.A.	2.445.402	3.798.426	1.925.129	1.197.821
2	Espanha	84.986	478.388	398.716	323.210
3	Alemanha	33.660	66.912	52.018	84.565
4	Argentina	694	31.749	35.472	37.326
5	Guatemala	24.106	2.308	2.043	35.457
6	Suiça	44.170	57.190	0	34.568
7	Índia	9.351	4.667	30.690	27.795
8	Paquistão	9	27.707	223.736	21.443
9	Indonésia	5.847	714	83.799	19.773
10	Turquia	819	0	0	14.747
12	Portugal	942	30.196	12.689	7.146
Total		2.892.406	4.669.860	2.809.959	1.830.594
Fonte: World Trade Atlas					

Quadro 25 Valor de Importações (dólares) P.p 6302.59 - Roupas de mesa, de matérias têxteis (expt. de algodão, de linho, de fibras sintéticas ou artificiais ou de malha)					
Pos.	País	2001	2002	2003	2004
1	China	4.537	2.228	1.072	23.745
2	E.U.A.	47.838	115.413	6.130	17.582
3	Índia	50.061	27.466	15.213	13.313
4	Síria	0	0	0	6.303
5	Tailândia	0	243	98	2.133
6	Indonésia	401	0	2.054	1.747
7	Brasil	0	0	0	904
8	Lituânia	0	0	0	13
9	Suiça	0	0	0	7
10	Colômbia	0	200	658	6
Total		109.551	155.284	25.456	65.758
Fonte: World Trade Atlas					

Quadro 26 Valor de Importações (dólares) P.p 6302.60 - Roupas de toucador ou de cozinha, de "tecidos turcos" de algodão (expt. rodilhas, esfregões, panos de prato ou de cozinha e flanelas de limpeza)					
Pos.	País	2001	2002	2003	2004
1	Portugal	167.152	481.457	557.517	9.299.546
2	E.U.A.	13.042.167	12.639.953	9.574.094	5.798.310
3	Colômbia	885.100	1.446.787	814.479	1.602.076
4	Brasil	398.032	516.123	805.135	1.152.223
5	Índia	354.664	725.482	529.395	913.156
6	Espanha	210.545	395.061	632.991	824.793
7	Paquistão	332.500	619.193	634.738	659.350
8	Chile	256.326	212.094	53.285	315.363
9	Turquia	2.078	106.499	234.783	302.018
10	Tailândia	42.329	57.136	321.117	232.316
Total		17.402.517	18.558.698	15.660.962	21.874.013
Fonte: World Trade Atlas					

<p align="center">Quadro 27 Valor de Importações (dólares) P.p 6302.91 - Roupas de toucador ou de cozinha, de algodão (expt. de "tecidos turcos", bem como rodilhas, esfregões, panos de prato ou de cozinha e flanelas de limpeza)</p>					
Pos.	País	2001	2002	2003	2004
1	China	212.710	76.603	119.765	3.769.878
2	E.U.A.	4.615.157	2.883.479	2.625.410	2.037.400
3	Índia	287.537	304.392	270.404	232.685
4	Espanha	70.631	39.155	16.996	151.586
5	Paquistão	165.281	136.524	37.833	82.693
6	Tailândia	7.846	1.235	2.886	43.380
7	Portugal	15.190	269.728	636	27.993
8	Turquia	43.525	69.501	1.337	18.998
9	Indonésia	1.488	0	1.979	12.970
10	Bélgica	9.864	2.112	272	8.270
Total		5.601.100	3.914.850	3.126.505	6.410.690
Fonte: World Trade Atlas					

<p align="center">Quadro 28 Valor de Importações (dólares) P.p 6302.92 - Roupas de toucador ou de cozinha, de linho (expt. rodilhas, esfregões, panos de prato ou de cozinha e flanelas de limpeza)</p>					
Pos.	País	2001	2002	2003	2004
1	Itália	53		4.053	4.020
2	Espanha	9.637	10.483	1.059	3.530
3	Suiça	0	0	0	516
4	Costa Rica	154	0	0	0
5	E.U.A.	1.905	201	0	0
6	Bélgica	138	0	0	0
7	França	862	808	132	0
8	Irlanda	4.672	0	0	0
9	Alemanha	25	53	0	0
10	Portugal	2.637	273	1.743	0
Total		20.462	11.818	6.987	8.066
Fonte: World Trade Atlas					

Quadro 29					
Valor de Importações (dólares)					
P.p 6302.93 - Roupas de toucador ou de cozinha, de fibras sintéticas ou artificiais (expt. rodilhas, esfregões, panos de prato ou de cozinha e flanelas de limpeza)					
Pos.	País	2001	2002	2003	2004
1	Espanha	349	615	551	31.577
2	E.U.A.	1.004.989	751.751	207.214	25.628
3	Taiwan	0	27.435	3.761	23.929
4	Coreia do Sul	1.157	21.825	4.641	8.472
5	Alemanha	0	0	709	5.513
6	Itália	985	429	11.573	1.237
7	China	19.254	16.212	11.628	910
8	Tailândia	0	1.412	1.920	700
9	Suiça	486	0	0	560
10	Guatemala	0	0	0	518
Total		1.055.535	841.631	280.666	100.334
Fonte: World Trade Atlas					

Quadro 30					
Valor de Importações (dólares)					
P.p 6302.99 Roupas de toucador ou de cozinha, de matérias têxteis (expt. de algodão, de linho, de fibras sintéticas ou artificiais, bem como rodilhas, esfregões, panos de prato ou de cozinha e flanelas de limpeza)					
Pos.	País	2001	2002	2003	2004
1	E.U.A.	66.926	59.119	15.195	28.042
2	R. Unido	0	0	0	618
3	Taiwan	0	32	0	306
4	China	4.900	278	1.095	79
5	França	124	34	0	21
6	Alemanha	0	0	0	11
7	Espanha	102	1.193	0	6
8	Colômbia	0	5	0	0
9	Filipinas	0	209	0	0
10	Dinamarca	0	34	0	0
Total		77.952	70.573	16.563	29.083
Fonte: World Trade Atlas					

<p align="center">Quadro 31 Valor de Importações (dólares) P.p 6303 - Cortinados, cortinas e estores, bem como sanefas e reposteiros, de qualquer matéria têxtil (expt. estores de exterior)</p>					
Pos.	País	2001	2002	2003	2004
1	Espanha	1.447.484	3.495.263	3.106.205	4.194.616
2	E.U.A.	6.930.013	5.716.909	3.968.604	3.928.408
3	Turquia	69.947	59.021	220.361	700.140
4	Portugal	276	58.908	173.432	448.386
5	Itália	218.729	338.012	323.386	441.847
6	Alemanha	48.474	83.113	29.015	200.214
7	Índia	29.107	12.527	50.554	167.653
8	Colômbia	93.116	336.448	152.020	153.329
9	Canadá	170.533	158.934	147.861	104.351
10	Uruguai	0	22.906	46.009	62.595
Total		9.420.989	10.665.149	8.499.101	10.645.238
Fonte: World Trade Atlas					

<p align="center">Quadro 32 Valor de Importações (dólares) P.p 6304 - Artefactos para guarnição de interiores, de qualquer matéria têxtil (expt. cobertores e mantas, roupas de cama, de mesa, de toucador, de cozinha, cortinados, cortinas, estores, sanefas, reposteiros, abat-jours, bem como artefactos da posição 9404)</p>					
Pos.	País	2001	2002	2003	2004
1	E.U.A.	11.389.634	15.109.082	11.631.793	11.346.397
2	Portugal	55.037	1.903.814	3.310.646	2.843.122
3	Espanha	442.950	1.482.997	853.764	595.720
4	Paquistão	0	292	82.952	303.879
5	Itália	11.693	152.628	340.175	230.586
6	Índia	84.693	250.348	97.605	219.404
7	Polónia	1.284	34.824	24.345	101.145
8	Uruguai	0	0	27.460	100.661
9	Colômbia	10.505	39.318	71.100	95.244
10	China	235.709	90.760	8.950	95.040
Total		12.780.117	19.817.010	17.501.050	16.183.030
Fonte: World Trade Atlas					

Anexo 2 – Algumas marcas e preços disponíveis no mercado

Análise Quantitativa

Grandes Armazéns

Palacio de Hierro.

<i>Produto</i>	<i>Produtos Nacionais</i>				<i>Produtos Estrangeiros</i>			
	Marca (+)	\$	Marca (-)	\$	Marca (+)	\$	Marca (-)	\$
Toalhas (Tecido Tipo Turco)								
Toalha de Banho (Mão)	La Josefina	75.00	N.D.		Adolfo Dominguez (Espanha)	145.00	Ralph Lauren (E:U:A)	185.00
Toalha de Banho (Meio corpo)		145.00			479.00	410.00		
Toalha de Banho (Corpo Inteiro)		229.00			578.00	455.00		

Fonte: Pesquisa Independente, Global Smart Business, 2004

<i>Produto</i>	<i>Produtos Nacionais</i>				<i>Produtos Estrangeiros</i>			
	Marca (+)	\$	Marca (-)	\$	Marca (+)	\$	Marca (-)	\$
Roupa de Cama Lisa de Algodão								
Jogo de Cama (Individual)	Parker	799.00	Luxury Cotton	569.00	Ralph Lauren (E:U:A)	695.00	N.D.	
Jogo de Cama (Casal)		879.00		739.00		845.00		
Jogo de Cama (King Size)		929.00		785.00		975.00		
Jogo de Cama (Queen Size)		1,329.00		905.00		1,250.00		
Colcha (Individual)	N.D.				Ralph Lauren (E:U:A)	380.00	N.D.	
Colcha (Casal)					540.00			
Colcha (King Size)					740.00			
Colcha (Queen Size)					1,070.00			

Fonte: Pesquisa Independente, Global Smart Business, 2004

<i>Produto</i>	<i>Produtos Nacionais</i>				<i>Produtos Estrangeiros</i>			
	Marca (+)	\$	Marca (-)	\$	Marca (+)	\$	Marca (-)	\$
Roupa de Cama Estampada de Algodão								
Lençóis de Algodão (Individual)	N.D.				Ralph Lauren (E.U.A)	240,00	N.D.	
Lençóis de Algodão (Casal)						625,00		
Lençóis de Algodão (Queen Size)						645,00		
Lençóis de Algodão (King Size)						880,00		

Fonte: Pesquisa Independente, Global Smart Business, 2004

<i>Produto</i>	<i>Produtos Nacionais</i>				<i>Produtos Estrangeiros</i>			
	Marca (+)	\$	Marca (-)	\$	Marca (+)	\$	Marca (-)	\$
Roupa de Cama Estampada de Poliéster+Algodão								
Edredão (Individual)	N.D.				Ralph Lauren (E.U.A)	1.720,00	N.D.	
Edredão (Matrimonial)						4.800,00		

Fonte: Pesquisa Independente, Global Smart Business, 2004

<i>Produto</i>	<i>Produtos Nacionais</i>				<i>Produtos Estrangeiros</i>			
	Marca (+)	\$	Marca (-)	\$	Marca (+)	\$	Marca (-)	\$
Roupa de Mesa Estampada de Algodão								
Toalha de Mesa Rectangular	N.D.				Blanme S.A. E.U.A	2.695,00	N.D.	
Toalha de Mesa Redonda						1.250,00		
Individuais						85,00		

Fonte: Pesquisa Independente, Global Smart Business, 2004

<i>Produto</i>	<i>Produtos Nacionais</i>				<i>Produtos Estrangeiros</i>			
	Marca (+)	\$	Marca (-)	\$	Marca (+)	\$	Marca (-)	\$
Roupa de Mesa de Fibras Sintéticas ou Artificiais (Lisa)								
Toalha de Mesa Rectangular	Boutique Blancos (Poliéster+ Algodão)	749,00	Mazal (Poliéster + Acrílico)	325,00	N.D.			
Toalha de Mesa Redonda		649,00		265,00				
Tolhas Individuais (peça)	Dalfiori (Poliéster+Algodão+Linho)	129,00	Boutique Blancos (Poliéster+Algodão)	85,00				

Fonte: Pesquisa Independente, Global Smart Business, 2004

Liverpool.

<i>Produto</i>	<i>Produtos Nacionais</i>				<i>Produtos Estrangeiros</i>			
	Marca (+)	\$	Marca (-)	\$	Marca (+)	\$	Marca (-)	\$
Toalhas (Tecido Tipo Turco)								
Toalha de Banho (Mão)	Avances de Adria	319,00	Texil Arte Contemporâneo	259,00	Royal Dream Colômbia	139,00	Karsten Brasil	105,00
Toalha de Banho (Meio corpo)	Elite	219,00	N.D.		Velour Colômbia	259,00	Spring E.U.A.	139,00
Toalha de Banho (Corpo Inteiro)	N.D.				Velour Colômbia	399,00	Karsten Brasil	209,00

Fonte: Pesquisa Independente, Global Smart Business, 2004

<i>Produto</i>	<i>Produtos Nacionais</i>				<i>Produtos Estrangeiros</i>			
	Marca (+)	\$	Marca (-)	\$	Marca (+)	\$	Marca (-)	\$
Roupa de Cama Lisa de Algodão								
Jogo de Cama (Individual)	Isabella Canducci	970,00	Utica	329,00	N.D.			
Jogo de Cama (Casal)		1.079,00		479,00				
Jogo de Cama (King Size)		1.139,00		629,00				
Jogo de Cama (Queen Size)		1.339,00		N,D,				
Cobertura para Almofada Individual	Náutica	399,00	Plumex	100,00	N.D.			
Cobertura para Almofada Duas Peças	Isabella Canducci	279,00	N,D,					
Cobertura para Colchão Individual	Best Dreams	429,00	Je'rard	329,00	N.D.			
Cobertura para Colchão Casal		599,00		509,00				
Cobertura para Colchão King Size	N.D.			599,00	N,D,			
Rodapé para Cama Individual	Línea Sol	519,00	Kallista	409,00	N.D.			
Rodapé para Cama Casal		659,00		449,00				
Rodapé para Cama King Size		699,00		459,00				

Fonte: Pesquisa Independente, Global Smart Business, 2004

<i>Produto</i>	<i>Produtos Nacionais</i>				<i>Produtos Estrangeiros</i>			
	Marca (+)	\$	Marca (-)	\$	Marca (+)	\$	Marca (-)	\$
Roupa de Cama Estampada de Algodão								
Jogo de Cama (Individual)	Náutica	729,00	Línea Sol	219,00	N.D.			
Jogo de Cama (Casal)		1.189,00		239,00				
Jogo de Cama (King Size)		1.769,00		249,00				
Jogo de Cama (Queen Size)		2.019,00		279,00				

Fonte: Pesquisa Independente, Global Smart Business, 2004

<i>Produto</i>	<i>Produtos Nacionais</i>				<i>Produtos Estrangeiros</i>			
	Marca (+)	\$	Marca (-)	\$	Marca (+)	\$	Marca (-)	\$
Roupa de Cama Lisa de Poliéster+Algodão								
Jogo de Cama (Individual)	Karoj	695,00	Bianco	309,00	N.D.			
Jogo de Cama (Casal)		745,00		399,00				
Jogo de Cama (King Size)		935,00		419,00				
Jogo de Cama (Queen Size)		1.100,00		499,00				
Cobertura para Colchão Individual	Mansa Collection	345,00	N.D.		N.D.			
Cobertura para Colchão Casal		416,00						
Cobertura para Colchão Queen Size		446,00						
Cobertura para Almofada de Tamanho Standard	D y M Eliens	99,00	Whitepool	49,00	N.D.			
Cobertura para Almofada de Tamanho King Size		139,00	N.D.					
Conjunto: Edredão, Lençóis e Coberturas de Almofada Individual	Dalfiori	959,00	N.D.		N.D.			
Conjunto: Edredão, Lençóis e Coberturas de Almofada Casal		1.899,00						
Conjunto: Edredão, Lençóis e Coberturas de Almofada Queen Size		1.979,00						
Conjunto: Edredão, Lençóis e Coberturas de Almofada King Size		2.069,00						
Edredão (Individual)	Náutica	729,00	Línea Sol	219,00	N.D.			
Edredão (Casal)		1.189,00		239,00				
Edredão (King Size)		1.769,00		249,00				
Edredão (Queen Size)		2.019,00		279,00				

Fonte: Pesquisa Independente, Global Smart Business, 2004

<i>Produto</i>	<i>Produtos Nacionais</i>				<i>Produtos Estrangeiros</i>			
	Marca (+)	\$	Marca (-)	\$	Marca (+)	\$	Marca (-)	\$
Roupa de Cama Estampada de Poliéster+Algodão								
Jogo de Cama (Individual)	Marbre	749,00	Katoj	559,00	N.D.			
Jogo de Cama (Casal)		959,00		639,00				
Jogo de Cama (King Size)		999,00		759,00				
Jogo de Cama (Queen Size)		1.239,00		919,00				

Fonte: Pesquisa Independente, Global Smart Business, 2004

<i>Produto</i>	<i>Produtos Nacionais</i>				<i>Produtos Estrangeiros</i>			
	Marca (+)	\$	Marca (-)	\$	Marca (+)	\$	Marca (-)	\$
Roupa de Mesa Lisa de Linho								
Toalha de Mesa Rectangular com 8 guardanapos	N.D.				Linostome Chile	1.559,00	Linostome Chile	1.479,00
Toalhas Individuais	N.D.				Linostome Chile	129,00	N.D.	

Fonte: Pesquisa Independente, Global Smart Business, 2004

<i>Produto</i>	<i>Produtos Nacionais</i>				<i>Produtos Estrangeiros</i>			
	Marca (+)	\$	Marca (-)	\$	Marca (+)	\$	Marca (-)	\$
Roupa de Mesa Lisa de Algodão								
Toalha Rectangular	Artesanal	549,00	N.D.		N.D.			
Toalha Redonda		619,00	N.D.		N.D.			
Toalhas Individuais (peça)		58,9	N.D.		N.D.			

Fonte: Pesquisa Independente, Global Smart Business, 2004

<i>Produto</i>	<i>Produtos Nacionais</i>				<i>Produtos Estrangeiros</i>			
	Marca (+)	\$	Marca (-)	\$	Marca (+)	\$	Marca (-)	\$
Roupa de Mesa Estampada de Algodão								
Toalha de Mesa Rectangular	N.D.				Regent Brasil	369,00	N.D.	
Toalha de Mesa Oval	N.D.					325,00		
Toalhas Individuais	Artesanal	65,00	N.D.		Kersten Brasil	69,00	N.D.	
Guardanapos (4 peças)	N.D.		N.D.		Regent Brasil	85,00		

Fonte: Pesquisa Independente, Global Smart Business, 2004

<i>Produto</i>	<i>Produtos Nacionais</i>				<i>Produtos Estrangeiros</i>			
	Marca (+)	\$	Marca (-)	\$	Marca (+)	\$	Marca (-)	\$
Roupa de Mesa de Fibras Sintéticas ou Artificiais (Luxo)								
Toalha de Mesa com figuras e bordados de Poliéster+Acrílico	Mazal	4.400,00	Mazal	2.005,00	Blanme S.A. Indonésia	1.369,00	Blanme S.A. Indonésia	1.100,00
Toalhas Individuais com guardanapo (jogo de 4)	Citlali (com bordado e figuras)	1.129,00	N.D.		N.D.			

Fonte: Pesquisa Independente, Global Smart Business, 2004

<i>Produto</i>	<i>Produtos Nacionais</i>				<i>Produtos Estrangeiros</i>			
	Marca (+)	\$	Marca (-)	\$	Marca (+)	\$	Marca (-)	\$
Roupa de Mesa Estampada de Fibras Sintéticas ou Artificiais								
Toalha Rectangular Pequena	N.D.		Mazal Poliéster+Acrílico	410,00	Haus Portugal Poliéster+Juta	160,00	Haus Portugal Algodão+Linho	99,00
Toalhas Individuais 100% Poliéster	Ap'l Design	180,00	Ap'l Design	109,00	N.D.			
Jogos de Toalha Rectangular com 10 Guardanapos	Ap'l Design	2.759,00	N.D.		N.D.			
Jogos de Toalha Redonda com 8 Guardanapos	Ap'l Design	2.039,00	N.D.		N.D.			

Fonte: Pesquisa Independente, Global Smart Business, 2004

Grandes Superfícies

Wal Mart

<i>Produto</i>	<i>Produtos Nacionais</i>				<i>Produtos Estrangeiros</i>			
	Marca (+)	\$	Marca (-)	\$	Marca (+)	\$	Marca (-)	\$
Toalhas (Tecido Tipo Turco)								
Toalha de Banho (Meio Corpo)	Springs de México	99,69	Towel S.A.	49,70	SE Edition USA	79,90	Performance Basic Navy Paquistão	19,90
Toalha de Banho (Corpo Inteiro)	Toalla Liza	89,70	N.D.		SE Edition USA	119,90	N.D.	
Toalha de Banho (1 Corpo Inteiro+1 Mãos)	N.D.				Colap Home Brasil	119,70	N.D.	

Fonte: Pesquisa Independente, Global Smart Business, 2004

<i>Produto</i>	<i>Produtos Nacionais</i>				<i>Produtos Estrangeiros</i>			
	Marca (+)	\$	Marca (-)	\$	Marca (+)	\$	Marca (-)	\$
Roupa de Cama Lisa de Algodão								
Jogo de Cama (Individual)	Collap S.A de C.V.	329,90	N.D.		PIMA Colap Paquistão	198,00	N.D.	
Jogo de Cama (Casal)		339,90				198,00		
Jogo de Cama (King Size)		449,00				N.D.		
Edredão (Individual)	Main Stays (Edrecolcha)	199,90	N.D.		N.D.			
Edredão (Casal)	Main Stays (Edrecolcha)	199,90	N.D.		N.D.			

Fonte: Pesquisa Independente, Global Smart Business, 2004

<i>Produto</i>	<i>Produtos Nacionais</i>				<i>Produtos Estrangeiros</i>			
	Marca (+)	\$	Marca (-)	\$	Marca (+)	\$	Marca (-)	\$
Jogo de Cama (Individual)	KT at Home	164,00	N.D.		PIMA Colap Paquistão	168,00	N.D.	
Jogo de Cama (Casal)		164,00				168,00		
Jogo de Cama (King Size)		N.D.				248,00		
Edredão com rodapé (Individual)	Cannon	199,90	N.D.			N.D.		
Edredão com Rodapé(Casal)	Classic	199,90	N.D.			N.D.		

Fonte: Pesquisa Independente, Global Smart Business, 2004

<i>Produto</i>	<i>Produtos Nacionais</i>				<i>Produtos Estrangeiros</i>			
	Marca (+)	\$	Marca (-)	\$	Marca (+)	\$	Marca (-)	\$
Jogo de Cama (Individual)	Royal Creek	109,99	Mainstays Home	98,00	Spring Home Chile	178,00	N.D.	
Jogo de Cama (Matrimonial)		109,99		98,00		208,00		
Jogo de Cama (King Size)		149,90		148,00		288,00		
Cobertura para Almofada Standard		N.D.			Spring Home Chile	41,80	N.D.	
Cobertura para Almofada King Size		N.D.				49,90	N.D.	

Fonte: Pesquisa Independente, Global Smart Business, 2004

<i>Produto</i>	<i>Produtos Nacionais</i>				<i>Produtos Estrangeiros</i>			
	Marca (+)	\$	Marca (-)	\$	Marca (+)	\$	Marca (-)	\$
Roupa de Cama Estampada de Poliéster+Algodão								
Jogo de Cama (Individual)	Cannon Classic	238,00	Royal Creek	109,99	Spring Made Chile	198,00	N.D.	
Jogo de Cama (Casal)		298,00		109,99		238,00	N.D.	
Jogo de Cama (Queen Size)		N.D.		N.D.		228,00	N.D.	
Jogo de Cama (King Size)		398,00		149,90		318,00	N.D.	
Jogo de Cama (Individual) linha Disney Minnie	Springs de México	164,00	N.D.		N.D.			
Jogo de Cama (Casal) linha Disney Terra de Ursos		248,00	N.D.		N.D.			
Cobertura para Almofada Standard (2 Peças)	Royal Creek	26,90	N.D.		N.D.			
Cobertura para Almofada King Size (2 Peças)		34,90	N.D.		N.D.			
Edredão (Individual)	Bum Equipment (Edrecolcha)	439,90	N.D.		N.D.			
Edredão (Casal)		238,00	N.D.		N.D.			
Edredão com Rodapé (Individual)	Industrias d Vallie	439,90	N.D.		SE Edition USA	N.D.	N.D.	
Edredão com Rodapé (Casal)		479,90	N.D.			528,00	N.D.	
Edredão com Rodapé (King Size)		549,90	N.D.			628,00	N.D.	
Jogo com 2 Lençóis, 2 Fundas, 1 Edredão (Casal)	Soft Fresh	347,00	N.D.		N.D.			

Fonte: Pesquisa Independente, Global Smart Business, 2004

<i>Produto</i>	<i>Produtos Nacionais</i>				<i>Produtos Estrangeiros</i>			
	Marca (+)	\$	Marca (-)	\$	Marca (+)	\$	Marca (-)	\$
Roupa de Mesa Lisa de Algodão								
Toalha de Mesa Rectangular	N.D.				Cottura Paquistão	239,69	SE Edition Índia	179,70
Toalha Individual Peça	N.D.					39,70		N.D.

Fonte: Pesquisa Independente, Global Smart Business, 2004

<i>Produto</i>	<i>Produtos Nacionais</i>				<i>Produtos Estrangeiros</i>			
	Marca (+)	\$	Marca (-)	\$	Marca (+)	\$	Marca (-)	\$
Toalha de Mesa Rectangular	N.D.				Laura Dane China	49,90	N.D.	

Fonte: Pesquisa Independente, Global Smart Business, 2004

Análise Qualitativa

Esta parte do documento tem como propósito dar alguma informação sobre o tipo de produtos apresentados pelas entidades anteriormente mencionadas, a saber:

Grande Armazém El Palacio de Hierro

Neste Grande Armazém, a roupa de cama que se oferece é variada, ocupando uma zona exclusiva, compartilhada com a roupa de mesa, de banho e toucador - a secção de “Blancos”.

A roupa de cama com maior oferta diz respeito a lençóis com cobertura de almofadas de mistura de fibras sintéticas (poliéster) e algodão, bem como 100% de algodão. Cabe assinalar que o Palácio de Hierro não oferece grande variedade de marcas e a maioria são de confecção nacional, comparado por exemplo com o Liverpool. As cores predominantes são as tradicionais, isto é, claras, combinados em riscas ou desenhos ténues.

Os artigos estão em exibição em estantes de madeira de não mais de 1,30 m de altura e classificados por marcas. Também se oferecem rodapés, edredões, colchas e coberturas de almofada por separado. Os produtos de importação com mais presença provêm dos Estados Unidos da América.

Quanto à roupa de banho e de toucador, predominam os artigos de importação procedentes de Espanha e EUA, com três medidas base, mãos, meio corpo e corpo completo, em cores sóbrias, como o branco, bege, azul-marinho e verde-escuro; no entanto não há muita variedade em marcas nem cores e a presença do produto nacional é escassa. A venda é feita por peças individuais.

No que se refere à roupa de mesa, o produto oferecido é predominantemente de importação, e ainda que esta secção seja pequena, encontram-se toalhas de mesa de luxo, sobretudo com alguns bordados e materiais combinados.

Grande Armazém Liverpool

É oferecida uma gama muito ampla de roupa de cama, sobretudo no que respeita a jogos de lençóis com cobertura para almofadas, rodapés e edredões de venda individual. Todos estes artigos são de fabricação nacional, na sua maioria de poliéster – algodão, lisos e estampados. As cores predominantes são claras, o bege, branco, azul céu e os estampados têm motivos discretos e cores ténues.

Assim, a oferta inclui produtos 100% de algodão, tendo dois ou três marcas de origem nacional, tanto lisas como estampadas.

A secção de exibição é bastante ampla, com estantes verticais de 1,20 cm aproximadamente, nos corredores, bem como em estantes posicionadas contra a parede com uma longitude

maior, sobretudo para exibir os edredões. Nas estantes, os produtos estão acomodados por marca e tamanho, as medidas que se podem encontrar são individual, casal, “queen size” e “king size”.

A mercadoria está embalada em plástico, e os preços costumam ser mais elevados do que nas grandes superfícies, ainda que exista maior variedade; também se podem encontrar coberturas para colchões.

Quanto à oferta de roupa de mesa, esta é abundante em toalhas de mesa (sobretudo retangulares de 1,60 x 2,50m, em média, e redondas de 3,00 m) e toalhas individuais. Os materiais mais utilizados são a mistura de algodão e poliéster, bem como 100% algodão, de luxo, isto é, com enfeites bordados e figuras com acabamentos ondulados, de cor branca ou usando cores vivas.

No que respeita às toalhas de mesa individuais, existe uma ampla variedade em fibras sintéticas, e as fabricadas em têxteis naturais têm maior variedade quanto a cores, quer lisas quer estampadas. Encontram-se localizados nos departamentos de “Blancos” e de utensílios de cozinha.

Também se encontram toalhas de mesa e individuais de linho (100%), lisos, de importação, procedentes do Chile; é o único produto com estas características que foi identificado.

Outro produto em que existe uma ampla variedade, refere-se a toalhas de mesa e individuais, 100% algodão, lisas e estampadas.

É importante referir que o sortido oferecido, geralmente, vende-se por peças, em pacotes de plástico, e que nos casos descritos a produção nacional e de importação se encontra em quantidades muito similares. Os países presentes são: Chile em artigos de linho; Brasil em poliéster – algodão; Indonésia em produtos de luxo e Portugal em algodão – linho e poliéster – juta.

O espaço de exibição é amplo, utilizando estantes com uma altura aproximada de 1,20cm, cada estante apresenta uma marca e um tipo de material.

No que respeita à roupa de toucador e banho, em particular em toalhas de mãos, de meio corpo e corpo completo, predomina, ainda que em menor variedade, o liso com cores vivas e claras, como o branco, rosa, amarelo, azul-marinho. Podemos encontrar produtos com enfeites em poliéster ou bordado industrial.

A maior parte destes produtos são de importação: Colômbia, Brasil e EUA; também há duas marcas nacionais com artigos sobretudo com enfeites bordados e com cores vivas, que geralmente reproduzem flores, como é o caso de “Avances de Adria” e “Textil Arte Contemporâneo”.

O espaço exibição é também amplo, com estantes de vidro e separados por marcas; ao centro encontram-se as medidas de maior variedade, as toalhas de meio corpo e para mãos.

Grandes Superfícies Wal Mart

A roupa de cama, cuja maior variedade é representada pelos conjuntos de lençóis estampados com cobertura de almofada, é na sua generalidade de produção nacional. A composição mais comum é a da mistura de poliéster com algodão. Em quase todas as marcas existem três medidas base: individual, casal e “king size”.

Entre os produtos de importação, podemos identificar, pela sua origem, produtos provenientes do Paquistão e Chile.

Verifica-se que os conjuntos de importação lisos são mais caros que os nacionais, enquanto que os estampados apresentam valores equilibrados.

Os conjuntos de algodão são mais caros que os anteriores, e apenas foram encontradas duas marcas, uma importada e outra nacional.

Os edredões oferecidos, normalmente em jogos, são geralmente compostos de edredões e rodapés (tanto de algodão 100% como mistura de 50% poliéster e 50% algodão), têm principalmente duas medidas, a de casal e a individual. Cabe assinalar que, no que respeita às colchas, existe pouca variedade utilizando as medidas padrão. Não foi detectada a presença de produtos como rodapés ou coberturas de colchões.

O produto está exposto em estantes, a parte central é ocupada pelos lençóis, geralmente de origem mexicana; os edredões estão situados na parte inferior e as coberturas para almofadas aos lados.

A maioria dos artigos apresentam estampados, em cores claras e traços discretos, predominando os amarelos claros, azuis e beges. Em geral a embalagem é de plástico, tendo sido apenas detectada uma marca mexicana que utiliza, além do pacote de plástico, uma cobertura têxtil.

em relação à roupa de mesa, o produto mais abundante, quer em sortido quer em quantidade, são os jogos de toalhas individuais, os quais são oferecidos maioritariamente em materiais sintéticos (como vinil e poliéster). No entanto, podem ser encontradas toalhas individuais (lisas) de fibra de algodão, de origem paquistanesa, da marca “Cottura”.

Todas as toalhas individuais se vendem como peças soltas e não têm uma embalagem especial. Os únicos produtos embalados em plástico são as toalhas de mesa, com excepção das oferecidas por “SE Edition” em algodão, cujas toalhas vêm envolvidas por uma tira de cartão.

Verificamos uma variedade reduzida no que respeita às toalhas de mesa, predominando as de importação (Paquistão e Índia). Vendem-se exclusivamente por peça e os modelos são, na sua maioria, rectangulares e de algodão. Não se vendem jogos. Há que assinalar que não se encontram produtos de confecção nacional nem em toalhas de mesa, nem em toalhas individuais.

Estes produtos estão localizados na parte baixa da estante, e não há grande variedade de cores, ainda que a maioria das toalhas apresentem estampados em cores combinadas.

Relativamente à roupa de banho e toucador, e no que diz respeito às toalhas, a grande fatia dos produtos é representada pelas toalhas de meio corpo, lisas e de fabricação mexicana, cuja medida média é de 70cm x 140cm. Dos países de origem, destaca-se o Brasil e o Paquistão.

Os produtos de importação não são tão numerosos como os de confecção nacional, e oferecem preços competitivos relativamente aos produtos nacionais; as apresentações mais comuns são as toalhas de meio corpo, lisas, com cores muito similares às nacionais: azul, bege, amarelo, verde, em diferentes tons, geralmente vivos. Os únicos conjuntos de toalhas lisas 100% de algodão são importados do Brasil.

A apresentação destes produtos é geralmente feita em estantes verticais com diferentes divisões, sendo que as estantes mais altas são ocupadas pelas toalhas menores e as de baixo pelas maiores; cada fila tem uma separação, o que permite encontrar as marcas nacionais e as estrangeiras com facilidade. As estantes centrais estão ocupadas pelas toalhas de meio corpo.

Anexo 3 – Distribuidores e Retalhistas

Aurrera (Grupo Walmart de México)

Av. Universidad # 936 A
Colônia Santa Cruz Atoyac
03310, México, D.F.
Tel.: (00 52) (55) 54 20 02 00 ext. 5600
Fax: (00 52) (55)54 20 02 89 / 54 20 02 74
Contacto: Álvaro Vierna
Correio electrónico: avierna@wal-mart.com
Web: <http://www.walmartmexico.com.mx>

Colchas Concord / Colchas Mexico S.A.De C.V.

Carretera Cuautitlan - Teoloyucan Km. 35.5
Colônia San Lorenzo Riotenco
Cutitlan Izcalli
54713, Estado de Mexico
Tel.: (00 52) (55) 58 72 20 00 Ext. 306 y 308
Fax: (00 52) (55)52-55-58726555
Contacto: Sr. Daniel Saadia.
Correio electrónico: danielsaadia@aol.com
Web: <http://www.colchasconcord.com>

Colap S.A. de C.V.

Autopista Toluca -Mexico Km. 48
Colônia Sanantonio Amomolulco
Ocoyoacac
52740, Estado de Mexico
Tel.: (00 52) (728) 2 87 77 77
Fax: (00 52) (728)2 87 80 08
Contacto: Lic. Paola Gonzalez
Correio electrónico: info@colap.com.mx
Web: <http://www.colap.com.mx>

Comercial Mexicana, S.A. de C.V.

Av.Adolfo López Mateos No. 201 3er Piso
Colônia Santa Cruz Acatlan
53140, México, D.F.
Tel.: (00 52) (55) 52 70 90 00 ext 9482
Fax: (00 52) (55)
Contacto: Perla Hernández
Correio electrónico: phernandez@mail.comerci.com.mx
Web: <http://www.comerci.com>

Comercializadora Linen, S.A. de C.V.

Calle Pedro Martinez Rivas 841 A
Colônia Parque Industrial Belenes
Zapopan
45150, Jalisco
Tel.: (00 52) (333) 6 36 66 64
Fax: (00 52) (333)6 36 69 20
Contacto: Vencion Sades
Correio electrónico: comlinen@infosel.net.mx
Web: <http://www.grupolinen.com.mx>

Distribuidora Liverpool S.A. de C.V.

Mariano Escobedo #425
Colônia Chapultepec Morales
Miguel Hidalgo
11560, México, D.F.
Tel.: (00 52) (55) 53 28 65 00 EXT. 7812/16
Fax: (00 52) (55)55 52 03 88 00
Contacto: Sérgio Marquez
Correio electrónico: smarquez@mail.liverpool.com.mx
Web: <http://www.liverpool.com.mx>

Districomex, S.A. de C.V.

Avenida Paseo De Los Heroes 95 C
Colônia Zona Federal Rio Tijuana 1a Etapa
Tijuana
22320, Baja California
Tel.: (00 52) (664) 6 84 08 66
Fax: (00 52) (664)6 84 04 21
Contacto: Olga Sanchez
Correio electrónico: ocsanchez@mail.comerci.com.mx
Web: <http://www.comercialmexicana.com.mx>

Dorian's Tijuana, S.A. de C.V.

Calle 1.Ra (Art. 123) # 1620
Colônia Zona Centro
Tijuana
22000, Baja California
Tel.: (00 52) (664) 6 88 50 00
Fax: (00 52) (664)6 38 43 64
Contacto: Samuel Zands
Correio electrónico: szands@dorians.com.mx
Web: <http://www.dorians.com.mx>

El Palacio De Hierro, S.A. de C.V.

Durango # 230, 2º Piso
Colônia Roma
06700, México, D.F.
Tel.: (00 52) (55) 52 29 54 00 ext. 1248
Fax: (00 52) (55)52 29 54 00
Contacto: Mariana García
Correio electrónico: mgarcia@palaciohierro.com.mx
Web: <http://www.elpalaciodehierro.com.mx>

Gigante S.A. de C.V.

Av. Ejército Nacional No. 769 - 2º. Piso
Colônia Nueva Granada.
07510, México, D.F.
Tel.: (00 52) (55) 52 69 80 00 ext. 8113
Fax: (00 52) (55)
Contacto: Jessica Osornio – Roupas de Mesa
Correio electrónico: maviles@gigante.com.mx
Contacto: Lic. Francisco Arellano – Roupas de Cama
Correio electrónico: fjarella@gigante.com.mx
Web: <http://www.gigante.com.mx>

Grandes Superficies de Mexico S.A. de C.V. (Carrefour)

Calle Presidente Masarick 219 1º Piso
Colônia Chapultepec Morales
Miguel Hidalgo
11570, México, D.F.
Tel.: (00 52) (55) 52 79 39 85
Fax: (00 52) (55) 52 83 29 18
Contacto: Alejandra Aguilar
Correio electrónico: alejandra_aguilar@carrefour.com
Web: <http://www.carrefour.com.mx>

Grupo Carmi S.A. De C.V.

Bldv. Toluca #22 A Local 21-B 2do Piso
Colônia Fraccionamiento Alce Blanco
Naucalpan
53370, Estado de Mexico
Tel.: (00 52) (55) 53 58 45 08
Fax: (00 52) (55)53 58 18 21
Contacto: Michel Matatoss
Correio electrónico: direccion@grupocarmi.com
Web: <http://www.grupocarmi.com>

Importadora Primex, S.A. de C.V. (Costco)

Boulevard Magnocentro 4
Colônia Pueblo El Cerrito
Huixquilucan
52760, Estado de Mexico
Tel.: (00 52) (55) 52 46 55 78
Fax: (00 52) (55)52 46 54 40
Contacto: Roberto Martínez
Correio electrónico: rmartinez@costco.com.mx
Web: <http://www.costco.com.mx>

Kaltex Home S.A. de C.V.

Ings. Militares #2
Colônia Empleado Municipal
Naucalpan
53380, Estado de Mexico
Tel.: (00 52) (55) 57 26 57 25
Fax: (00 52) (55)57 26 57 25
Contacto: Katya Campillo Bello
Correio electrónico: kcampillo@kaltex.com.mx
Web: <http://www.kaltex.com.mx>

Lake Michigan Feathers And Down Sa De Cv / Marca Tulipe Almofadas Edredões

Esfuerzo Campesino No. 100
Colônia México Nuevo Atizapan De Zaragoza
52966, Estado de Mexico
Tel.: (00 52) (55) 58 22 75 96 / 58 22 75 72
Fax: (00 52) (55)5822-7596/ 5822-7572
Contacto: Lic. José Menéndez Conde
Correio electrónico: lakemichigan@prodigy.net.mx / lake_josemenendez@prodigy.net.mx
Web: <http://www.lakemichigan.com.mx>

Sam'S Club

Lago Victoria 74
Colônia Granada
11520, México, D.F.
Tel.: (00 52) (55) 52 63 20 00 ext 7952
Fax: (00 52) (55)
Contacto: Lic. Guillermo Aguirre
Correio electrónico: mg2aqui@wal-mart.com
Web: <http://www.walmartmexico.com.mx>

Sears Roebuck de México, S.A. de C.V.

Av. Prolongación Vasco De Quiroga # 3800
Colônia Santa Fé
05109, México, D.F.
Tel.: (00 52) (55) 52 57 93 00 ext. 9632
Fax: (00 52) (55)52 57 93 00
Contacto: Roberto Valverde – Roupa de Casa
Correio electrónico: rvalverde@sears.com.mx
Contacto: Leticia Miller – Roupa de Mesa
Correio electrónico: lmiller@hcupenney.com.mx
Web: <http://www.sears.com.mx>

Springs de Mexico, S. de R.L. de C.V.

Privada Esfuerzo 23 Nave 7
Colônia Fraccionamiento El Trebol De Tepetzotlan
Tepetzotlan
54610, Estado de Mexico
Tel.: (00 52) (55) 58 99 13 10 Ext. 210
Fax: (00 52) (55)58 76 23 11
Contacto: Itzuri Oviedo
Correio electrónico: itzuri.oviedo@springs.com.mx
Web: <http://www.springs.com.mx>

Suburbia (Grupo Wal-Mart de México)

Boulevard Manuel Avila Camacho 647
Colônia Periodistas
11220, México, D.F.
Tel.: (00 52) (55) 55 52 83 01 00 EXT 8547
Fax: (00 52) (55)52 83 01 29
Contacto: Raul Castañeda
Correio electrónico: mrcasta@wal-mart.com
Web: <http://www.suburbia.com.mx>

Wal Mart de México S.-A. de C.V.

Av. Universidad # 936 A
Colônia Santa Cruz Atoyac
03310, México, D.F.
Tel.: (00 52) (55) 54 20 02 00 ext. 5920/27
Fax: (00 52) (55)54 20 02 89
Contacto: Alejandra Pedroza – Roupa de Cama
Correio electrónico: apedroza@wal-mart.com
Contacto: Ramón Bulz – Roupa de Mesa
Correio electrónico: rbulz@wal-mart.com
Web: <http://www.walmartmexico.com.mx>

Anexo 4 – Normas de etiquetagem

01-24-96 NORMA Oficial Mexicana NOM-004-SCFI-1994, Información comercial-Etiquetado de productos textiles, prendas de vestir y sus accesorios. (modifica a la NOM-004-SCFI-1993).

Al margen un sello con el Escudo Nacional, que dice: Estados Unidos Mexicanos.- Secretaría de Comercio y Fomento Industrial.- Dirección General de Normas.

NORMA OFICIAL MEXICANA NOM-004-SCFI-1994, INFORMACION COMERCIAL - ETIQUETADO DE PRODUCTOS TEXTILES, PRENDAS DE VESTIR Y SUS ACCESORIOS (MODIFICA A LA NOM-004-SCFI-1993).

La Secretaría de Comercio y Fomento Industrial, por conducto de la Dirección General de Normas, con fundamento en los artículos 34 de la Ley Orgánica de la Administración Pública Federal; 10., 39 fracción V, 40 fracción XII, 47 fracción IV de la Ley Federal sobre Metrología y Normalización; 9 y 24 fracciones I y XV del Reglamento Interior de la Secretaría de Comercio y Fomento Industrial; 50. fracción XIII, inciso a) del Acuerdo que adscribe orgánicamente unidades administrativas y delega facultades en los Subsecretarios, Oficial Mayor, Jefes de Unidad, Directores Generales, Coordinador General y otros subalternos de la Secretaría de Comercio y Fomento Industrial; publicado en el **Diario Oficial de la Federación** el 29 de marzo de 1994 y reformado por decreto publicado en el mismo medio informativo de 14 de septiembre del mismo año, y

CONSIDERANDO

Que el pasado 22 de noviembre de 1995 se publicó en el **Diario Oficial de la Federación** la Norma Oficial Mexicana NOM-004-SCFI-1994, Información comercial - Etiquetado de productos textiles, prendas de vestir y sus accesorios,

Que con fecha 4 diciembre de 1995, se publicaron en el mismo medio informativo las respuestas a los comentarios de dicha Norma,

Que con fecha 22 de diciembre de 1995 fue publicada en el **Diario Oficial de la Federación** la Resolución que deja sin efecto la entrada en vigor de la norma en un principio señalada, misma que de acuerdo con las disposiciones aplicables establecidas en la Ley Federal sobre Metrología y Normalización debe publicarse con posterioridad a la publicación de los comentarios,

Que con objeto de agotar las existencias e inventarios que se tienen hasta el momento, se ha previsto otorgar un plazo suficiente para el cumplimiento de la Norma en cuestión, en lo referente a la identificación del país donde se importen los insumos, así como a las tallas,

Que siendo responsabilidad del Gobierno Federal procurar las medidas que sean necesarias para garantizar que los productos y servicios, que se comercialicen en territorio nacional, ostenten la información comercial necesaria para que los consumidores y usuarios puedan tomar adecuadamente sus decisiones de compra y usar y disfrutar plenamente los productos y servicios que adquieren, siendo las normas oficiales mexicanas el instrumento idóneo para la prosecución de estos objetivos,

Que para efectos de la verificación del cumplimiento de esta Norma en punto de entrada de mercancía al país, se estará a lo dispuesto en el Acuerdo que identifica las fracciones arancelarias de las tarifas de la Ley del Impuesto General de Importación y de la Ley de Exportación, en las cuales se clasifican las mercancías sujetas al cumplimiento de las normas oficiales mexicanas en el punto de entrada de la mercancía al país, publicado en el **Diario Oficial de la Federación** el 28 de diciembre de 1995, se expide la siguiente:

NORMA OFICIAL MEXICANA NOM-004-SCFI-1994, INFORMACION COMERCIAL-ETIQUETADO DE PRODUCTOS TEXTILES, PRENDAS DE VESTIR Y SUS ACCESORIOS (MODIFICA A LA NOM-004-SCFI-1993).

Para estos efectos, esta Norma Oficial Mexicana entrará en vigor a los quince días después de su publicación en el **Diario Oficial de la Federación**, con excepción de:

- a) los incisos 4.6.2 y 4.6.3, en lo relativo a la identificación del país de donde se importen los insumos ("importado de ..."), lo cual entrará en vigor seis meses después de su publicación en el **Diario Oficial de la Federación**,
- b) las disposiciones relativas a la talla o medida de las prendas de vestir o de sus accesorios, las cuales entrarán en vigor un año después de su publicación, admitiéndose durante el plazo previo a su entrada en vigor, las expresiones que tradicionalmente se han venido utilizando de acuerdo con el uso cotidiano y costumbres; por lo cual, en ese periodo se permite, para estos propósitos, el uso de unidades diferentes al Sistema General de Unidades de Medida.

Sufragio Efectivo. No Reelección.

México, D.F., a 17 de enero de 1996.- La Directora General de Normas, **Ma. Eugenia Bracho González**.- Rúbrica.

NORMA OFICIAL MEXICANA NOM-004-SCFI-1994, INFORMACION COMERCIAL-ETIQUETADO DE PRODUCTOS TEXTILES, PRENDAS DE VESTIR Y SUS ACCESORIOS (MODIFICA A LA NOM-004-SCFI-1993).

1. Objetivo y campo de aplicación

1.1 La presente Norma Oficial Mexicana establece la información comercial, que los fabricantes y confeccionistas nacionales, así como los importadores, deben fijar en los textiles, ropa de casa y en las prendas de vestir y sus accesorios.

1.2 La información comercial a que se refiere la presente Norma debe incorporarse a los textiles, las prendas de vestir y sus accesorios y ropa de casa, elaborada con productos textiles aun cuando contengan plásticos; en el caso de productos importados, antes de su internación al país.

1.3 Las personas que en cualquier forma comercien con los productos comprendidos en la presente Norma, deben exigir a sus proveedores que los productos ostenten la información comercial establecida en ella.

1.4 El etiquetado de textiles y prendas de vestir comprende cuatro rubros importantes:

- I) La información del fabricante y/o el importador.
- II) La composición de fibras.
- III) Las instrucciones de cuidado (conservación y limpieza).

IV) Las tallas de las prendas.

1.5 Se exenta de la aplicación de esta Norma a los cobertores eléctricos.

2. Referencias

Para la correcta aplicación de esta Norma es necesario consultar las siguientes normas vigentes:

NMX-A-23	Prendas de vestir externas para mujeres y niñas.
NMX-A-25	Prendas de vestir externas tallas de sombreros.
NMX-A-26	Prendas de vestir externas tallas para infantes.
NMX-A-45	Prendas de vestir externas tallas para hombres y niños.
NMX-A-84	Análisis cuantitativo de los materiales textiles.
NMX-A-93	Tallas para fondos.
NMX-A-95	Pantaletas de nylon para personas del sexo femenino.
NMX-A-99	Terminología y clasificación de fibras y filamentos textiles.
NMX-A-103	Tallas para medios fondos.
NMX-A-104	Tallas para blusas.
NMX-A-105	Método de prueba para la determinación del encogimiento por lavado de telas pre-encogidas.
NMX-A-107	Camisas sport para caballero.
NMX-A-108	Tallas para faldas.
NMX-A-115	Tallas para vestidos de niñas y jovencitas.
NMX-A-116	Dimensional de tallas para pantaletas, camisetas, fondos y vestidos para niñas.
NMX-A-120	Tallas de camisetas cruzadas para bebé.
NMX-A-121	Tallas de vestidos para bebés de sexo femenino.
NMX-A-125	Método de prueba para la determinación de la solidez del color de los materiales textiles sometidos al lavado en seco.
NMX-A-127	Método de prueba para valorar la recuperación a las arrugas de las telas mediante el uso del aparato de tira vertical.
NMX-A-149	Método de prueba para la determinación de cambios dimensionales por el lavado en seco.
NMX-A-175	Planchado permanente en artículos textiles.
NMX-A-182	Mediciones del cuerpo humano.
NMX-A-190	Determinación de la resistencia al fuego en los productos textiles.
NMX-A-191	Tallas de pantalones para jóvenes de sexo masculino.
NMX-A-193	Tallas de pantalones para jóvenes de sexo femenino.
NMX-A-208	Sostenes - Especificaciones.

NMX-A-240	Industria textil y del vestido.- Simbolismo para la indicación en el cuidado y conservación de las prendas.
NMX-A-243	Ropa interior de dormir y camisas para hombres y niños.
NMX-A-244	Pantimedias - Referencias para la designación de talla.
NMX-A-251	Ropa interior de dormir, corsetería y camisas para mujeres y niñas. Referencia para la designación de tallas.
NOM-008-SCFI	Sistema General de Unidades de Medida.

3. Definiciones

Para efectos de la presente Norma se establecen las siguientes:

3.1 Accesorio

Es aquel artículo que se utiliza como ornamento en las prendas de vestir o como complemento de las mismas.

3.2 Fabricante

Es la persona física o moral responsable de un producto. Se considera fabricante al comerciante, respecto de aquellos productos que ostenten su marca, aun cuando haya ordenado la elaboración total o parcial, confección o terminado de ellos a un tercero.

3.3 Insumo

Es la materia prima susceptible de ser utilizada en la fabricación o confección de textiles, ropa de casa y prendas de vestir y sus accesorios, excluyendo aquellas que se incorporen al producto y que no sean elaboradas a base de textiles para efectos funcionales, tales como botones, cierres, broches, etc.

3.4 Prenda de vestir

Para efectos de esta Norma, es aquel artículo confeccionado con textiles, que tiene como finalidad cubrir parte del cuerpo, excepto calzado.

3.5 Textil

Es aquel producto elaborado en base a la utilización de fibras de origen natural, artificial o sintético, incluyéndose entre ellos, en forma enunciativa mas no limitativa los hilados, hilos de coser, estambres, telas, casimires, pasamanerías, encajes, listones, bordados, elásticos y similares.

3.6 Etiqueta

Es cualquier marcaje de signo o dispositivo impreso, tejido o estampado.

3.6.1 Etiqueta permanente

Es aquella elaborada de tela o de cualquier otro material que tenga una duración cuando menos igual a la del producto al que se aplique, cosida o adherida por un proceso de termofijación o similar que garantice su durabilidad.

3.6.2 Etiqueta temporal

Es aquella de cualquier material y de carácter removible.

3.7 Consumidor

La persona física o moral que adquiere, realiza o disfruta como destinatario final bienes, productos o servicios. No se considera quien adquiera, almacene, utilice o consuma bienes o servicios con objeto de integrarlo a proceso de producción, transformación, comercialización o prestación de servicios a terceros.

3.8 Ropa de casa

Son los artículos elaborados con fibras naturales y/o sintéticas artificiales, que tienen un uso distinto a las prendas de vestir, y que están diseñadas para cualquiera de las siguientes funciones: Protección, adorno o limpieza del hogar y establecimientos comerciales o de servicio, como son: cortinas, toallas, alfombras, mantas, cobertores, etc., mencionados de manera enunciativa mas no limitativa.

4. Especificaciones

4.1 Información comercial

4.1.1 Prendas de vestir, sus accesorios y ropa de casa elaborada con productos textiles aun cuando contengan plásticos.

Las prendas de vestir y sus accesorios, deben ostentar la siguiente información en forma legible, en una o más etiquetas permanentes colocadas en la parte inferior del cuello o cintura, o en cualquier otro lugar visible, de acuerdo a las características de la prenda o accesorio en los casos y términos que señala esta Norma.

- a) Marca comercial.
- b) Descripción de insumos (porcentaje en orden de predominio).
- c) Talla para prendas de vestir, o medidas para ropa de casa y textiles.
- d) Instrucciones de cuidado (en este caso se permiten símbolos sin que sea indispensable que éstos se acompañen de leyendas).
- e) País de origen.
- f) Nombre, denominación o razón social, así como el Registro Federal de Contribuyentes del fabricante o importador.

Los datos referidos en el inciso f), deben presentarse en cualquiera de las etiquetas mencionadas en los puntos 3.6.1, 3.6.2 o en su empaque cerrado.

4.1.2 Textiles

Los textiles y demás productos no incluidos en la sección anterior deben ostentar la siguiente información en forma legible, en los casos y términos que señala esta Norma:

- a) Descripción de insumos (porcentaje en orden de predominio).
- b) País de origen.
- c) Nombre, denominación o razón social, así como el Registro Federal de Contribuyentes del fabricante o importador.

Los datos referidos anteriormente deben presentarse de acuerdo como se especifica en los puntos 5.2.1, 5.2.2 o 5.2.3, según sea el caso.

4.1.3 Cuando el producto se comercialice en empaque cerrado que no permita ver el contenido, adicionalmente a la información señalada en 4.1.1 o 4.1.2, según corresponda, en dicho empaque debe indicarse el producto y cantidad de que se trate.

4.1.4 La información anterior debe presentarse en idioma español, en los términos de la Ley Federal de Protección al Consumidor.

4.1.5 Cuando las prendas se comercialicen como pares confeccionados del mismo material, pueden presentar la etiqueta en una sola de las piezas.

4.1.6 Cuando el producto tenga forro, la información debe expresarse en forma separada para éste.

4.2 Marca comercial

Debe señalarse la marca comercial del producto. Cuando el fabricante o importador de los productos objeto de esta Norma utilicen una marca comercial diferente a su nombre, denominación o razón social, debe incluir la designación por la cual es conocida como ofertante del producto.

4.3 Descripción de insumos

Para efectos de esta Norma, el fabricante o confeccionista nacional o el importador debe expresar el insumo en porcentaje, con relación a la masa, de las diferentes fibras que integran el producto en orden del predominio de dicho porcentaje, conforme a las siguientes indicaciones:

4.3.1 La denominación de las fibras, donde proceda, debe señalarse conforme a la NMX-A-99 (véase capítulo de referencias).

4.3.2 Toda fibra que se encuentre presente en un porcentaje igual o mayor al 5% del total, debe expresarse por su nombre genérico.

Puede usarse el nombre comercial o la marca registrada de alguna fibra si se tiene la autorización del titular, siempre que se use en conjunción al nombre genérico de la fibra y caracteres de igual tamaño.

4.3.3 Las fibras presentes en un porcentaje menor al 5% del total, pueden designarse como "otras".

4.3.4 En los textiles integrados por dos o más fibras, debe mencionarse cada una de aquellas fibras que representen cuando menos 5% hasta completar 100%.

4.3.5 Cuando los textiles, prendas de vestir o accesorios, hayan sido elaborados o confeccionados con desperdicios, sobrantes, lotes diferentes, subproductos textiles, que sean desconocidos o cuyo origen no se pueda demostrar, debe indicarse el porcentaje de fibras que encuadren en este supuesto, o en su defecto con la leyenda "...(porcentaje) de fibras regeneradas".

4.3.6 Cuando se usen fibras regeneradas o mezclas de éstas con otras fibras vírgenes o regeneradas, deben señalarse los porcentajes y los nombres genéricos de cada una de las fibras que integren los productos, anotando las palabras "regenerado o regenerada" después del nombre de la fibra.

4.3.7 Sólo puede utilizarse "virgen o nuevo" cuando la totalidad de las fibras integrantes del textil sean nuevas o vírgenes.

4.3.8 No se puede utilizar el nombre de animal alguno al referirse a las fibras que integren al textil, a menos que la fibra o el textil estén elaborados con el pelo desprendido de la piel del animal de que se trate. Queda prohibida la mezcla de palabras que impliquen o tiendan a

hacer creer la existencia de componentes derivados de la piel o el pelo o producto de animal alguno.

4.3.9 Se permite una tolerancia de 3% para los insumos de textiles, ropa de casa y prendas de vestir y sus accesorios expresados en porcentaje, salvo en el caso en que se utilicen expresiones como "100% Pura..." o "Todo..." al referirse a los insumos del producto. Dicha tolerancia debe considerarse sobre la masa de cada una de las fibras o insumos y no sobre la masa total del producto, excepto para lo dispuesto en 4.3.10 y 4.3.11 en la presente Norma.

4.3.10 Se permite una tolerancia del 3% considerada sobre la masa total del producto, y no sobre la masa de cada una de las fibras o insumos, en los siguientes casos:

- a) cintas elásticas;
- b) medias y pantimedias en cuya manufactura intervienen insumos elaborados con fibras elastoméricas de origen natural o sintético;
- c) entorchados, hilos, hilados e hilazas de fantasía.

4.3.11 Deben indicarse en la etiqueta aquellos insumos de prendas de vestir que hayan sido incorporados a las mismas exclusivamente para efectos ornamentales, de protección o armado, cuando su masa exceda del 5% sobre la masa total del producto o su superficie exceda del 15% de la superficie total del mismo.

4.4 Tallas y medidas

4.4.1 Las tallas de las prendas de vestir deben expresarse en español sin detrimento de cualquier otro idioma (ver NMX-A-23; NMX-A-25; NMX-A-26; NMX-A-45; NMX-A-93; NMX-A-95; NMX-A-103; NMX-A-104; NMX-A-107; NMX-A-108; NMX-A-115; NMX-A-116; NMX-A-120; NMX-A-121; NMX-A-191; NMX-A-193; NMX-A-208; NMX-A-243; NMX-A-244; NMX-A-251).

4.4.2 Las medidas de la ropa de casa deben expresarse de acuerdo al Sistema General de Unidades de Medida (ver NOM-008-SCFI).

4.4.3 Las medidas de los textiles deben de expresarse de acuerdo al Sistema General de Unidades de Medida (ver NOM-008-SCFI).

4.5 Instrucciones de cuidado

Las prendas de vestir y los accesorios deben ostentar información relativa al tratamiento adecuado e instrucciones de cuidado y conservación del producto, debiendo comprender los siguientes datos:

4.5.1 Lavado

- a) A mano, en lavadora, en seco o proceso especial o recomendación en contrario de alguno de estos tipos de lavado.
- b) Temperatura del agua.
- c) Con jabón o detergente.

4.5.2 Secado

- a) Exprimir o no exprimir.
- b) Al sol o a la sombra.
- c) Colgado o tendido horizontal.

- d) Uso o recomendación en contrario de equipo especial, secadora doméstica o industrial.
- e) Recomendaciones específicas de temperatura o ciclo de secado.

4.5.3 Planchado

- a) Con plancha tibia, caliente o vapor, o recomendación de no planchar.
- b) Condiciones especiales, si las hubiere.

4.5.4 Blanqueo

Utilización o no de compuestos clorados u otros blanqueadores.

4.5.5 Recomendaciones particulares, haciendo mención específica de las tendencias al encogimiento o deformación cuando le sean propias, indicando instrucciones para atenderlas.

4.5.6 Las instrucciones de cuidado y conservación del producto deben indicarse por medio de leyendas breves y claras, o usar la simbología que se indica en la referencia NMX-A-240.

4.6 País de origen

La información de país de origen debe cumplir con lo siguiente:

4.6.1 Cuando el producto terminado, así como todos sus insumos se hayan elaborado o producido en el mismo país, con la expresión "hecho en(país de origen)".

4.6.2 Cuando el producto haya sido elaborado en México con insumos de otro con la leyenda "Hecho en México con..... (descripción de los insumos), importados de ...(país de origen)".

4.6.3 Cuando el producto haya sido elaborado en un país con insumos de otro con la leyenda "Hecho en(país de elaboración) con(descripción de los insumos), importados de ...(país de origen)".

4.6.4 Cuando el proceso de elaboración se haya realizado en dos o más países, debe señalarse que parte del proceso se llevó a cabo en los últimos dos países, con leyendas como "terminado en(país) de material importado" o "fabricado en(país)", o aquellos que describan brevemente el proceso de elaboración del producto.

4.7 Acabados

Cuando se utilice información sobre acabado del producto, ésta debe acompañarse del nombre del proceso, por ejemplo: "Impermeabilizado, pre-encogido, mercerizado, retardante al fuego, etc.", mencionado de manera enunciativa mas no limitativa (ver NMX-A-105; NMX-A-125; NMX-A-127; NMX-A-149; NMX-A-175; NMX-A-190).

4.8 La leyenda "Hecha a mano" puede utilizarse únicamente cuando el producto haya sido confeccionado, elaborado o producido totalmente a mano.

La indicación "a mano" debe ir acompañada de la descripción de aquella parte del proceso que se haya realizado a mano, por ejemplo, "cosida a mano".

5. Instrumentación del etiquetado

5.1 Prendas de vestir, accesorios y ropa de casa

5.1.1 Prendas de vestir y accesorios

Las prendas de vestir y accesorios deben incorporar la información conforme se indica en la sección 4.1.1, en el caso de productos importados, antes de su internación al país.

5.1.2 Ropa de casa

La información requerida en 4.1.1 debe presentarse en etiqueta permanente (véase 3.6.1), colocada en el caso de productos importados, antes de su internación al país, en los siguientes artículos:

- a) Sábanas.
- b) Cobijas y cobertores, excepto los eléctricos.
- c) Sobrecamas.
- d) Manteles.
- e) Manteles individuales.
- f) Servilletas.
- g) Protectores.
- h) Tapetes.
- i) Cortinas confeccionadas.
- j) Toallas.
- k) Colchones y bases de colchones elaboradas o forradas con textiles.

5.1.3 La información requerida en 4.1.1 debe presentarse en la caja, contenedor, empaque o fajilla en la que se venda el producto, en los siguientes casos:

- a) Pantimedias.
- b) Medias y tobimedias.
- c) Calcetines y calcetas.
- d) Aquellos otros productos que por ser delicados, el fijarles la etiqueta en forma directa perjudicaría el uso o estética del mismo y ocasionaría que perdiesen valor.

5.2 Textiles y otros productos elaborados con fibras o telas

5.2.1 La información que se indica en 4.1.2 debe presentarse en etiqueta permanente (véase 3.6.1) incorporada para el caso de productos importados, antes de su internación al país, pudiendo también como alternativa, ser bordadas o impresas sobre el producto, en los siguientes casos:

- a) Cortes de tela acondicionados para la venta al por menor, que contengan 45 % o más de lana peinada, que no excedan de cinco metros (Casimires).
- b) Bolsos de mano.
- c) Maletas.
- d) Monederos.
- e) Billeteras.
- f) Estuches.
- g) Mochilas.
- h) Pañuelos.
- i) Paraguas y parasoles.

- j) Cubreasientos.
- k) Artículos para cubrir electrodomésticos y domésticos.
- l) Cubiertas para planchadores.
- m) Protectores y guantes térmicos para uso doméstico.
- n) Cubiertas para muebles de baño.
- ñ) Cubiertas para muebles.
- o) Cojines.
- p) Juguetes de o forrados de materiales textiles.
- q) Artículos de limpieza.
- r) Pañales.
- s) Lienzos para pintores.

5.2.2 La información requerida en 4.1.2 debe presentarse en etiqueta temporal adherida o amarrada al producto, en los siguientes casos:

- a) Telas tejidas y no tejidas de cualquier índole.
- b) Alfombras y bajo alfombras de materiales textiles.
- c) Pelucas.
- d) Artículos para el cabello (salvo aquellos que por sus pequeñas dimensiones deban empacarse a granel).
- e) Corbatas de moño.
- f) Artículos desechables destinados a ser utilizados en una sola ocasión.

5.2.3 La información a que se refiere el punto 4.1.2 debe ostentarse en el carrete, contenedor, empaque, fajilla, ovillo o cualquier otra presentación, en las que se expende el producto, en los siguientes casos:

- a) Hilados e hilos.
- b) Estambres para tejer a mano.
- c) Piezas o rollos de cualquier longitud de encajes, tiras bordadas, listones, agujetas, cintas, artículos para el cabello, elásticos, etiquetas textiles en rollo o a granel y demás artículos de pasamanería hasta 30 cm de ancho.

5.3 Cuando se comercialicen conjuntos que incluyan diferentes productos sujetos a la presente Norma, cada uno de ellos debe cumplirla individualmente.

6. Vigilancia

6.1 La vigilancia de la correcta aplicación de esta Norma está a cargo de las autoridades competentes.

7. Bibliografía

NMX-Z-13-1977, Guía para la redacción, estructuración y presentación de las normas oficiales mexicanas.

8. Concordancia con normas internacionales

No es factible establecer concordancia por no existir referencia al momento de la elaboración de la presente.

México, D.F., a 17 de enero de 1996.- La Directora General de Normas, **Ma. Eugenia Bracho González**.- Rúbrica.

Anexo 5 – Sites úteis

Banco de Informação Económica do INEGI:

<http://dgcnesyp.inegi.gob.mx/>

Secretaria de Economía – Negociações Comerciais:

<http://www.economia-snci.gob.mx/>

Legislação e Normas da Secretaria de Administração Tributária:

http://www.sat.gob.mx/sitio_internet/informacion_fiscal/legislacion/

Normas Oficiais Mexicanas, Secretaria de Economía:

<http://www.economia-noms.gob.mx/>

Acordo de Livre Comércio UE – México:

http://trade-info.cec.eu.int/doclib/docs/2004/november/tradoc_111813.pdf

ANTAD – Asociación Nacional de Tiendas de Autoservicio y Departamentales:

<http://www.antad.org.mx/>

Cámara Nacional de la Industria Têxtil

<http://www.canaintex.org.mx/>