



BANCOMEXT

**ESPAÑA MERCADO DE
ARTICULOS DE REGALO**

BANCO NACIONAL DE COMERCIO EXTERIOR

CONTENIDO

	Página
INTRODUCCION	3
I. IDENTIFICACION Y CARACTERISTICAS DE LOS PRODUCTOS	4
1.1 Nombre de los productos	4
1.2 Sector al que pertenecen los productos	4
1.3 Descripción del producto según su clasificación arancelaria:	4
1.4 Usos y aplicaciones	5
II. MERCADO ESPAÑOL DEL REGALO	5
2.1 Tamaño	5
III. COMERCIO EXTERIOR	5
3.1 Comercio exterior global de España	5
3.1.1 IMPORTACIONES ESPAÑOLAS POR ORIGEN DE ARTÍCULOS DE MADERA	5
3.1.2 Exportaciones españolas por destino de artículos de madera	7
3.1.3 Importaciones españolas de cerámica por origen	8
3.1.4 Exportaciones españolas de cerámica por destino	9
3.1.5 Importaciones españolas por origen de vidrio	10
3.1.6 Exportaciones españolas por destino de vidrio	11
3.1.6 Pewter	12
3.1.6.1 Importaciones españolas de pewter por origen	12
3.1.6.2 Exportaciones españolas de pewter por destino	13
3.2 Comercio Exterior con México:	14
3.2.1 Importaciones españolas de madera provenientes de México	14
3.2.2 Exportaciones españolas de madera destinadas a México	14
3.2.3 Importaciones españolas de cerámica provenientes de México	14
3.2.4 Exportaciones españolas de cerámica destinadas a México	15
3.2.5 Importaciones españolas provenientes de México	15
3.2.6 Exportaciones españolas de vidrio destinadas a México	15
3.2.7 Importaciones españolas de pewter provenientes de México	15
3.2.8 Exportaciones españolas de pewter destinadas a México	15
3.3 Resumen importaciones españolas provenientes de México	16
IV. REQUISITOS Y TRAMITES DE IMPORTACION	16
4.1 Régimen arancelario de importación	16
4.1.1 DERECHOS DE ADUANA	17
4.2 Preferencias arancelarias para México	17
4.3 Trámites de importación	18
4.4 Barreras no arancelarias	19
V. COMERCIALIZACION	19
5.1 Canales de distribución	19
5.2 Márgenes de intermediarios	20
5.3 Precios	20
5.4 Envío del producto	20
5.4.1 Tipo de transporte	21
5.4.2 Normas de etiquetado y embalaje	21
VII. PROMOCION	21
6.1 Promoción vía correo	21
6.2. Ferias y Exposiciones	22

6.3 MISIONES COMERCIALES	23
VI. TENDENCIAS DEL MERCADO	24
VIII. CONCLUSIONES	24
IX. DIRECCIONES DE INTERES	25
9.1 Asociaciones	25
9.2 Publicaciones	25

INTRODUCCION

El mercado español relativo a artículos de regalo, es un mercado con alto potencial, con una oferta local diversa, que busca nuevas tendencias y materiales para decorar y conjugar con los muebles.

El gusto por parte del público comprador en este mercado son los productos de moda de gusto universal y no los productos de tipo folklórico. Estos por supuesto tienen un nicho, sin embargo los compran los turistas al visitar nuestro país pero difícilmente en España.

Destacan por su demanda en el mercado los artículos de cerámica, los productos de pewter y combinaciones con cerámica, los marcos portarretrato y cajas de madera, quedando en último término los artículos de vidrio.

Es importante remarcar que los artículos de México tienen gran aceptación en el mercado español, dado que México es uno de los principales proveedores de estos artículos. Por la gran competencia que hay en este ámbito de artículos estar a Sin embargo, existe cierta saturación del mercado por lo que siempre es importante estar actualizando diseños y sobre todo ofrecer buen servicio, precios y calidad al importador español.

I. IDENTIFICACION Y CARACTERISTICAS DE LOS PRODUCTOS

1.1 Nombre de los productos

Madera

Marcos de madera
Cajas y cajitas
Artículos de mesa o de madera para cocinas
Cofres, cajas y estuches.

Cerámica

Vajillas y artículos de uso doméstico
Estatuillas y objetos de adorno

Vidrio

Artículos de vidrio para el servicio de mesa

Pewter (Artículos de aluminio)

1.2 Sector al que pertenecen los productos

Artesanía y regalos

1.3 Descripción del producto según su clasificación arancelaria:

La siguiente clasificación corresponde a la Tarifa Integrada Comunitaria "Taric".
Para mayor detalle, ver Anexo I con la clasificación arancelaria desglosada por partida.

Madera

4414	Marcos de madera para cuadros, fotografías, espejos y objetos similares
4415	Cajones, cajas, jaulas, tambores y envases similares, de madera; carretes para cables de madera; paletas, paletas-caja y otras plataformas para carga de madera; collarines para paletas de madera
4419	Artículos de mesa o de cocina de madera
4420	Marquetería y taracea; cofres, cajas y estuches para joyería u orfebrería y manufacturas similares de madera; estatuillas y demás objetos de adorno de madera; artículos de mobiliario de madera no comprendidos en el capítulo 94.

Cerámica

6912	Vajillas y demás artículos de uso doméstico de higiene o de tocador, de cerámica, excepto de porcelana.
------	---

6913 Estatuillas y demás objetos de adorno de cerámica.
6914 Las demás manufacturas de cerámica.

Vidrio

7013 Objetos de vidrio para el servicio de mesa, de cocina, de tocador, de oficina, de adorno de interiores o usos similares excepto los de las partidas 7010 o 7018.

Pewter

8306 Campanas, campanillas, gongos y artículos similares, que no sean eléctricos, de metales comunes; estatuillas y demás objetos de adorno de metales comunes; marcos para fotografías, grabados o similares, de metales comunes; espejos de metales comunes:

8306 29 90 00 De los demás metales comunes

8306 30 00 00 Marcos para fotografías, grabados o similares; espejos.

En este capítulo (83) se clasifican diversos productos manufacturados de un amplio grupo de metales denominados metales comunes entre los que destacan cobre, níquel, aluminio, plomo, estaño y otros metales bismuto, tungsteno (volframio), antimonio, cadmio, titanio, berilio, manganeso. Conviene aclarar que en ambas fracciones se incluyen productos elaborados no sólo de aluminio fundido (pewter) sino también de los metales mencionados anteriormente.

1.4 Usos y aplicaciones

Todos estos productos cuentan con la característica principal de ser decorativos de viviendas, oficinas, despachos, etc.

II. MERCADO ESPAÑOL DEL REGALO

2.1 Tamaño

España está conformado por 39,323,000 de habitantes (1997) con una tasa de crecimiento del 0.13% y con una proporción de 48.9% de hombres y 51.1% de mujeres. El 68.3% de la población se encuentra entre el rango de los 15 a los 64 años de edad.

Las principales ciudades son Madrid con 2,867,000 habitantes y Barcelona con 1,509,000 habitantes (padrón 1996).

El tamaño de este sector en especial es difícil de cuantificar, debido a la gran variedad de artículos incluidos, muchos de los cuales son productos artesanales.

III. COMERCIO EXTERIOR

3.1 Comercio exterior global de España

3.1.1 Importaciones españolas por origen de artículos de madera

Fracciones arancelarias: 4414, 4415, 4419, 4420
Miles de dólares

PAIS	1997	1998
COMUNITARIOS		
Francia	12,229	16,186
Portugal	12,850	15,767
Italia	10,396	12,953
Alemania	2,819	3,655
Reino Unido	3,114	3,577
Países Bajos	1,554	2,170
Bélgica y Luxemburgo	899	1,145
Suecia	365	838
Dinamarca	389	318
Austria	131	227
Demás C.E.	95	58
TOTAL C.E.	44,842	56,894
TERCEROS PAISES		
China	12,549	11,557
Tailandia	3,533	3,444
India	2,499	3,284
Indonesia	3,078	3,049
Polonia	1,170	1,461
Taiwan	1,273	1,232
Filipinas	974	875
México	484	423
Marruecos	346	392
Kenya	388	354
Lituania	129	224
República Checa	351	213
Hong Kong	225	209
Ucrania	92	193
Andorra	191	177
Senegal	202	176
Suiza	222	151
Demás T.P.	2,223	1,724
TOTAL TERCEROS PAISES	29,930	29,137
TOTAL	74,771	86,031

Fuente: Agencia tributaria

NOTA: Paridad dólar: 1997-146.44 ptas., 1998: 149.4 ptas. (Fuente: Banco de España)

3.1.2 Exportaciones españolas por destino de artículos de madera

Fracciones arancelarias: 4414, 4415, 4419, 4420

Miles de dólares

PAIS	1997	1998
COMUNITARIOS		
Francia	23,246	23,130
Portugal	7,250	9,606
Reino Unido	6,234	7,496
Alemania	15,738	6,495
Italia	4,415	4,898
Países Bajos	1,508	1,934
Bélgica y Luxemburgo	1,109	1,469
Dinamarca	99	1,083
Suecia	245	1,014
Finlandia	403	498
Austria	233	266
Demás C.E.	177	197
TOTAL C.E.	60,657	58,088
TERCEROS PAISES		
Marruecos	9,117	9,308
E.U.	1,246	1,064
Taiwán	501	461
Japón	917	431
Em. Arabes Unidos	54	423
Andorra	492	403
Israel	402	403
Turquía	96	367
Suiza	158	284
Canadá	312	236
Argentina	47	220
Colombia	211	196
Líbano	26	149
Lituania	181	143
Arabia Saudita	225	130
Hong Kong	185	105
Demás T.P.	2,349	1,584
TOTAL TERCEROS PAISES	16,518	15,906
TOTAL	77,176	73,994

Fuente: Agencia tributaria

NOTA: Paridad dólar: 1997-146.44 ptas., 1998: 149.4 ptas. (Fuente: Banco de España)

3.1.3 Importaciones españolas de cerámica por origen

Fracciones arancelarias: 6912, 6913, 1914
Miles de dólares

PAISES	1,997	1,998
COMUNITARIO		
Italia	16,866	19,585
Reino Unido	12,262	11,539
Portugal	9,302	10,023
Francia	3,699	4,000
Alemania	2,804	2,801
Países Bajos	1,711	1,414
Bélgica y Luxemburgo	430	486
Dinamarca	93	141
Irlanda	86	104
Demás CE	408	139
TOTAL CE	47,661	50,232
TERCEROS PAISES		
China	23,449	28,303
Japón	4,520	3,941
Polonia	1,592	2,957
Brasil	3,222	1,874
Taiwán	3,539	1,650
México	3,042	1,505
Vietnam	1,119	1,217
Tailandia	1,740	1,215
Estados Unidos	1,872	964
Malasia	485	597
Marruecos	472	565
Filipinas	909	527
Rusia	247	513
Perú	441	431
Indonesia	765	376
Rumania	200	244
Colombia	149	240
Corea Sur	829	212
India	121	212
Turquía	159	159
Egipto	40	127
Suiza	429	116
Cuba	155	104
Demás países	1,066	730
TOTAL TERCEROS PAISES	50,562	48,781
TOTAL	98,223	99,013

Fuente: Agencia tributaria

NOTA: Paridad dólar: 1997-146.44 ptas., 1998: 149.4 ptas. (Fuente: Banco de España)

3.1.4 Exportaciones españolas de cerámica por destino

Fracciones arancelarias: 6912, 6913, 6914

Miles de dólares.

PAIS	1997	1998
COMUNITARIO		
Reino Unido	17,094	21,345
Francia	13,665	14,873
Portugal	5,921	6,190
Alemania	6,644	6,182
Italia	5,284	5,420
Bélgica y Luxemburgo	3,993	2,806
Irlanda	1,436	2,080
Países Bajos	2,029	1,929
Dinamarca	611	729
Suecia	500	506
Demás C.E.	714	614
TOTAL C.E.	57,891	62,676
TERCEROS PAISES		
Estados Unidos	43,963	48,430
Japón	7,567	7,633
Australia	1,677	2,011
Gibraltar	1,390	1,863
Islas Vírgenes	1,346	1,287
Canadá	1,296	1,248
Andorra	1,177	1,063
México	972	1,049
Hong-Kong	1,325	996
Suiza	1,055	864
Em. Arab. Unidos	890	576
Rusia	487	569
Bahamas	356	558
Panamá	718	542
Nueva Zelanda	621	538
Israel	261	473
Argelia	861	467
Singapur	771	444
Argentina	485	439
Taiwan	405	390
Cuba	209	377
Jamaica	393	370
China	192	354
Demás T.P.	10,659	9,326
TOTAL T.P.	79,076	81,869
TOTAL	136,967	144,545

Fuente: Agencia tributaria

NOTA: Paridad dólar: 1997-146.44 ptas., 1998: 149.4 ptas. (Fuente: Banco de España)

3.1.5 Importaciones españolas por origen de vidrio

Fracción arancelaria: 7013
Miles de dólares.

PAISES	1997	1998
COMUNITARIOS		
Francia	46,746	42,566
Alemania	18,934	20,287
Italia	19,602	18,839
Portugal	7,312	7,798
Austria	4,536	6,303
Países Bajos	3,147	3,729
Reino Unido	3,786	3,358
Bélgica y Luxemburgo	3,691	2,861
Demás C.E.	513	1,020
TOTAL C.E.	108,268	106,760
TERCEROS PAISES		
Rep. Checa	10,249	13,599
Turquía	3,985	6,259
China	2,223	4,666
Polonia	4,429	3,302
Eslovaquia	2,130	3,300
Indonesia	2,870	2,814
Corea Sur	1,149	1,215
E.U.	1,337	1,080
Malasia	813	588
Taiwan	938	540
México	691	509
Hungría	246	424
Brasil	446	351
Suiza	426	316
Bulgaria	205	307
Tailandia	210	264
Rumania	412	213
Japón	299	203
India	257	197
Filipinas	179	164
Demás países	666	821
TOTAL TERCEROS PAISES	34,160	41,132
TOTAL	142,428	147,892

Fuente: Agencia tributaria

NOTA: Paridad dólar: 1997-146.44 ptas., 1998: 149.4 ptas. (Fuente: Banco de España)

3.1.6 Exportaciones españolas por destino de vidrio

Fracción arancelaria: 7013
Miles de dólares.

PAISES	1997	1998
COMUNITARIOS		
Francia	33,855	28,918
Alemania	17,009	19,613
Portugal	14,655	13,362
Italia	6,762	7,398
Reino Unido	8,205	6,505
Bélgica y Lux	3,912	4,047
Países Bajos	4,504	3,291
Grecia	3,504	2,261
Demás países	4,364	4,465
TOTAL C.E.	96,771	89,860
TERCEROS PAISES		
E.U.	14,657	15,131
Turquía	1,112	2,665
Israel	1,474	1,760
Japón	2,773	1,585
Líbano	1,506	1,486
Suiza	1,355	1,403
Hungría	1,043	1,398
Canadá	1,368	1,348
Hong Kong	278	1,287
Argelia	712	1,194
Australia	1,468	1,118
Argentina	927	1,076
Brasil	1,021	1,019
Rusia	715	890
R. Afr. Sur	1,244	730
Colombia	299	691
Noruega	564	661
Emiratos Arabes Unidos	455	661
Cuba	31	591
Chile	438	536
Demás T.P.	9,132	6,715
TOTAL T.P.	42,571	43,943
TOTAL	139,342	133,803

Fuente: Agencia tributaria

NOTA: Paridad dólar: 1997-146.44 ptas., 1998: 149.4 ptas. (Fuente: Banco de España)

3.1.6 Pewter

Como se indicó anteriormente por las características de esta partida, el pewter (aluminio fundido), forma parte de un grupo de productos agrupados bajo las fracciones arancelarias: 8306.29.90 y 8306.30.00, razón por la cual, las estadísticas de comercio exterior no se refieren únicamente a pewter ya que engloban a los productos de uno o varios metales que participan dentro de ésta clasificación.

3.1.6.1 Importaciones españolas de pewter por origen

Fracción arancelaria: 8306
Miles de dólares.

PAIS	1997	1998
COMUNITARIOS		
Italia	10,013	6,553
Francia	1,486	961
Portugal	694	954
Alemania	806	900
Reino Unido	654	509
Países Bajos	833	462
Bélgica y Luxemburgo	112	139
Demás C.E.	352	278
TOTAL CE.	14,949	10,755
TERCEROS PAISES		
China	12,364	11,191
India	3,128	3,913
Tailandia	1,065	1,419
Taiwan	1,479	1,415
México	760	730
Polonia	494	585
Turquía	418	397
Filipinas	408	310
E.U.	277	298
Serbia y Montenegro	52	254
Indonesia	159	214
Hong Kong	196	138
Marruecos	253	123
Suiza	27	72
Pakistán	49	65
Demás países	414	228
TOTAL TERCEROS PAISES	21,543	21,352
TOTAL	36,492	32,108

Fuente: Agencia tributaria

NOTA: Paridad dólar: 1997-146.44 ptas., 1998: 149.4 ptas. (Fuente: Banco de España)

3.1.6.2 Exportaciones españolas de pewter por destino

Fracción arancelaria: 8306
Miles de dólares.

PAIS	1997	1998
COMUNITARIOS		
Portugal	3,387	4,103
Francia	3,531	3,693
Alemania	2,615	2,104
Italia	1,973	2,064
Reino Unido	1,316	1,319
Países Bajos	956	778
Bélgica y Luxemburgo	442	577
Grecia	372	302
Demás C.E.	369	408
TOTAL C.E.	14,959	15,348
TERCEROS PAISES		
E.U.	5,346	4,242
Rusia	1,999	1,213
Arabia Saudita	547	880
Hong Kong	544	594
Japón	733	593
Canadá	273	554
Taiwan	538	516
Andorra	591	447
Israel	327	389
Polonia	259	371
Suiza	240	307
Argentina	192	288
Venezuela	503	273
México	78	265
República Checa	206	256
Demás países	5,893	4,285
TOTAL TERCEROS PAISES	18,267	15,472
TOTAL	33,226	30,820

Fuente: Agencia tributaria

NOTA: Paridad dólar: 1997-146.44 ptas., 1998: 149.4 ptas. (Fuente: Banco de España)

3.2 Comercio Exterior con México:

3.2.1 Importaciones españolas de madera provenientes de México

Aranceles	1996 Miles USD	1997 Miles USD	1998 Miles USD
4414	78	123	212
4415	21	23	20
4419	66	37	14
4420	163	301	176

TOTAL	328	484	423
--------------	------------	------------	------------

Fuente: Agencia tributaria

NOTA: Paridad dólar: 1996-126.6 ptas., 1997-146.44 ptas., 1998: 149.4 ptas. (Fuente: Banco de España)

3.2.2 Exportaciones españolas de madera destinadas a México

Aranceles	1996 Miles USD	1997 Miles USD	1998 Miles USD
4414	0	3	7
4415	2	3	-
4419	0	1	-
4420	89	51	80

TOTAL	91	59	87
--------------	-----------	-----------	-----------

Fuente: Agencia tributaria

NOTA: Paridad dólar: 1996-126.6 ptas., 1997-146.44 ptas., 1998: 149.4 ptas. (Fuente: Banco de España)

3.2.3 Importaciones españolas de cerámica provenientes de México

Fracciones Arancelarias	1996 Miles USD	1997 Miles USD	1998 Miles USD
6912	4,046	1,740	260
6913	698	1,271	1,213
6914	17	31	32
TOTAL	4,761	3,042	1,505

Fuente: Agencia tributaria

NOTA: Paridad dólar: 1996-126.6 ptas., 1997-146.44 ptas., 1998: 149.4 ptas. (Fuente: Banco de España)

3.2.4 Exportaciones españolas de cerámica destinadas a México

Fracciones Arancelarias	1996 Miles USD	1997 Miles USD	1998 Miles USD
6912	7	23	39
6913	921	941	1,001
6914	3	8	9
TOTAL	931	972	1,049

Fuente: Agencia tributaria

NOTA: Paridad dólar: 1996-126.6 ptas., 1997-146.44 ptas., 1998: 149.4 ptas. (Fuente: Banco de España)

3.2.5 Importaciones españolas provenientes de México

Fracciones Arancelarias	1996 Miles USD	1997 Miles USD	1998 Miles USD
7013	560	691	509

Fuente: Agencia tributaria

NOTA: Paridad dólar: 1996-126.6 ptas., 1997-146.44 ptas., 1998: 149.4 ptas. (Fuente: Banco de España)

3.2.6 Exportaciones españolas de vidrio destinadas a México

Fracciones Arancelarias	1996 Miles USD	1997 Miles USD	1998 Miles USD
7013	194	265	313

Fuente: Agencia tributaria

NOTA: Paridad dólar: 1996-126.6 ptas., 1997-146.44 ptas., 1998: 149.4 ptas. (Fuente: Banco de España)

3.2.7 Importaciones españolas de pewter provenientes de México

Fracciones Arancelarias	1996 Miles USD	1997 Miles USD	1998 Miles USD
8306100000	4	9	22
8306210000	4	23	10
8306291000	7	30	54
8306299000	364	596	472
8306300000	109	101	173
TOTAL	489	760	731

Fuente: Agencia tributaria

NOTA: Paridad dólar: 1996-126.6 ptas., 1997-146.44 ptas., 1998: 149.4 ptas. (Fuente: Banco de España)

* Las importaciones provenientes de México de la fracción (8306-manufacturas de aluminio) se concentran en un alto porcentaje en Pewter.

3.2.8 Exportaciones españolas de pewter destinadas a México

Fracciones	1996	1997	1998
-------------------	-------------	-------------	-------------

Arancelarias	Miles USD	Miles USD	Miles USD
8306100000	0	0	0
8306210000	30	26	61
8306291000	0	0	0
8306299000	78	45	194
8306300000	0	7	10
TOTAL	108	78	265

Fuente: Agencia tributaria

NOTA: Paridad dólar: 1996-126.6 ptas., 1997-146.44 ptas., 1998: 149.4 ptas. (Fuente: Banco de España)

3.3 Resumen importaciones españolas provenientes de México

Producto y partida	Importaciones españolas de México Miles de dólares		
	1996	1997	1998
Madera (4414 4415 y 4419 4420)	329	484	423
Cerámica (6912, 6913 y 6914)	4,761	3,042	1,505
Vidrio soplado (7013)	560	691	509
Pewter (8306)	489	760	731
Total	6,139	4,977	3,168

Fuente: Agencia tributaria

NOTA: Paridad dólar: 1996-126.6 ptas., 1997-146.44 ptas., 1998: 149.4 ptas. (Fuente: Banco de España)

IV. REQUISITOS Y TRAMITES DE IMPORTACION

4.1 Régimen arancelario de importación

Los aranceles para los productos mexicanos analizados son los siguientes, sin embargo, la situación cambiante, sobre todo para algunos productos, hace necesario verificar la situación que rige para cada producto concreto en cuanto a los diversos aspectos de la fracción arancelaria de importación: arancel básico, impuestos arancelarios y otros impuestos aplicables, beneficio total o parcial del Sistema Generalizado de Preferencias, cuotas o contingentes aplicables y requisitos de licencia previa.

CLASIFICACION	ARANCEL PREFERENCIADO SGP	IVA
Madera		
4414	0.0%	16%
4415	0.0%	16%
4419	0.0%	16%
4420	2.8%	16%

CLASIFICACION	ARANCEL PREFERENCIADO SGP	IVA
---------------	---------------------------	-----

Cerámica

Artículos uso doméstico, vajillas

6912.0010 (Barro)	3.5%	16%
6912.0030 (Gres)	3.8%	16%
6912.0050 (Loza)	6.3%	16%
6912.0090 (demás)	4.3%	16%

Objetos de adorno

6913.10.00 (Porcelana)	4.2%	16%
6913.90.10 (Barro)	2.4%	16%
6913.90.91 (Gres)	4.2%	16%
6913.90.93 (Loza)	4.2%	16%

Los demás

6914.10 (Porcelana)	1.7%	16%
Los demás	1%	16%

Vidrio

7013	.7%	16%
------	-----	-----

Pewter

8306		
8306 29 90 00	0.0%	16%
8306 30 00 00	0.9%	16%

Régimen Comercial Importación: Libre

4.1.1 Derechos de aduana

Los derechos a cubrir por la importación en España de productos mexicanos son los impuestos arancelarios y el impuesto al valor agregado (Iva).

Ejemplo:

Veamos el siguiente caso con un producto cuyo valor es de 1000 unidades monetarias:

- . Costo CIF = 1000 USD
(Incluyendo el costo del producto, flete y seguro)
- . Derecho de arancel = 2.8%
- . IVA = 16%

Deuda aduanera = 1000 USD X 2.8 % = 28 USD

IVA Importación = 1,028 USD X 16% = 164.48 USD

(El IVA se calcula sobre la deuda aduanera + el costo CIF)

Total de Impuestos = 28 USD + 164.48 USD = 192.48 USD

4.2 Preferencias arancelarias para México

México se encuentra incluido en el Sistema General de Preferencias (SGP), por lo que los exportadores mexicanos podrán obtener reducciones arancelarias al amparo de este esquema,

siempre y cuando se incluya en la documentación que se envía a España para liberar el embarque un Certificado de Origen tipo A.

El Sistema Generalizado de Preferencias es una concesión unilateral no recíproca que los países desarrollados otorgan a las naciones menos avanzadas por medio de una preferencia arancelaria a sus productos.

El **Certificado de Origen**, se expide por la Secretaría de Comercio y Fomento Industrial de México (SECOFI). No se aplican las reducciones si el Certificado de Origen se emite posteriormente al embarque.

En algunos productos de cerámica México cuenta con un contingente arancelario de 0% siempre y cuando la mercancía se acompañe de un certificado de productos hechos a mano.

4.3 Trámites de importación

Los principales trámites de importación son:

- Factura comercial

Documento que extiende el exportador, según su propio modelo y que recoge el precio de la mercancía y las condiciones definitivas en que se efectuará la venta. En determinados casos, la factura comercial sirve de contrato de venta y de forma de cobro, por lo que debe ir firmada e incluir las cláusulas arbitrales correspondientes a los contratos de compra-venta internacionales. Debe incluir la información completa, como es dirección del exportador, del importador, descripción del producto, clasificación arancelaria, valor, etc.

- Lista de empaque "Packing list"

Documento que acompaña a la factura comercial y relaciona todos y cada uno de los bultos, su contenido, pesos, medidas y costos.

- Certificado de Origen

Debido a que México es beneficiario del SGP (Sistema General de Preferencias), es importante que los embarques incluyan el certificado de origen para beneficiarse de las preferencias arancelarias de este sistema.

- Documentos de transporte

Para transporte marítimo se incluirá el *Conocimiento de embarque*, que constituye:

- El recibo de la mercancías por parte de la naviera
- El contrato de transporte en el que quedan especificadas las obligaciones de las partes
- El título de propiedad de la mercancía, título transmisible que permite a su tenedor exigir la entrega de la misma

Para transporte aéreo, la carta de porte aéreo que constituye:

- El contrato de transporte
- El recibo de las mercancías por parte de la compañía aérea
- Seguros

En todos los casos, es recomendable cubrirse de determinados riesgos mediante el correspondiente seguro. Los principales seguros se figuran a continuación:

Seguros de transporte

Cubre los riesgos derivados del transporte de la mercancía y de la modalidad de entrega acordada.

Seguros de crédito a la exportación

Cubre al exportador frente a una serie de riesgos, de muy diversa índole, a saber:

- Riesgos comerciales: Rescisión de contrato, impago por parte del comprador (riesgo de crédito)
- Riesgos políticos
- Riesgos extraordinarios (Guerras, catástrofes, etc)

- Agentes Aduanales

Para la liberación en España de las mercancías (con valor mayor a \$330 dólares) se requiere utilizar los servicios de un Agente Aduanal el cual cobrará en función del valor y peso del embarque.

- Valor transacción

El valor a considerar como base para el cobro de los impuestos arancelarios y del Impuesto al Valor Agregado (IVA), es el valor CIF de la mercancía (costo de la mercancía más transporte y seguro).

4.4 Barreras no arancelarias

No existen barreras no arancelarias

V. COMERCIALIZACION

5.1 Canales de distribución

El Canal de distribución adecuado es básico para el éxito de las exportaciones y lo más complicado de obtener. Por lo que el exportador mexicano deberá analizar cuidadosamente a su distribuidor y ser muy cuidadoso con el convenio que se firme, especialmente a lo que exclusividad se refiere.

Distribuidor

De acuerdo a las prácticas de comercialización más comunes, para poder llegar hasta el comerciante al detalle (menudeo) se requiere acudir a empresas que se dedican a la distribución, comercialización y promoción de productos de importación especializadas en un solo país o región o de un producto en particular. Una de las formas más rápidas y eficaces para contactar con este tipo de empresas es a través de ferias especializadas en el sector.

Mayorista

El importador mayorista coloca los artículos en grandes almacenes, tiendas de regalo o de decoración, inclusive puede distribuir las mercancías a pequeños mayoristas. Si se elige esta opción es recomendable manejar grandes volúmenes para poder optimizar los costos de envío y la logística. El mayorista cobrará una comisión.

Detallista

El importador detallista comercializa directamente las mercancías con el consumidor final a través de establecimientos especializados en decoración y en tiendas de artículos de regalo, ya sean especializadas en productos mexicanos o especializadas en artículos de decoración, regalo, servicio, de mesa y listas de boda. También se pueden encontrar en ciertas mueblerías que cuentan con accesorios de decoración.

La ventaja de esta opción es que el producto no pasa por varios intermediarios y se reducen las comisiones por intermediación, diversificamos clientes y llevamos un mejor control de estos. Sin embargo, se tendrá requerirá de una mayor infraestructura para darles servicio y se tendrá que analizar cuidadosamente la logística y los costos de envío desde que sale el producto hasta que llega a nuestro cliente, ya que estos costos se podrían incrementar notablemente.

En los últimos años, se ha observado un número creciente de tiendas de decoración que entre sus líneas llegan a manejar una especialización de productos de México e inclusive, en algunos casos, manejan de manera exclusiva productos mexicanos.

5.2 Márgenes de intermediarios

Los márgenes pueden variar entre el 20% y el 100% dependiendo del nivel de intermediación y el servicio que ofrezca nuestro comprador, del producto, de la competencia y de los volúmenes. Para evaluar el margen de intermediación también es necesario tomar en consideración las condiciones del pedido y el número final de intermediarios.

5.3 Precios

Existe una gran variedad en cuanto a los niveles de precios debido a la gran variedad de productos.

5.4 Envío del producto

El periodo estimado que transcurre desde que se efectúa el pedido hasta su entrega es de 60 días aproximadamente. El plazo puede variar dependiendo de las condiciones pactadas y según se vaya avanzando en un programa continuo de exportación.

5.4.1 Tipo de transporte

Dependiendo del tamaño y volumen a exportar, se deberá elegir por el transporte marítimo o aéreo siendo el primero el óptimo en volúmenes grandes debido a su bajo coste.

En el transporte marítimo, los contenedores pueden ser de 20 o 40 pies y tarda alrededor de 45 días para llegar de México a España.

El tamaño de los pedidos se fija de acuerdo a las características del producto, a la demanda existente, precio y tiempo de entrega, aunque se recomienda que exista continuidad para elaborar un plan de exportación.

5.4.2 Normas de etiquetado y embalaje

No existe un tipo especial de empaque aunque se recomienda que sea seguro por el tipo de artículo que se transporta y más tratándose de artículos sumamente frágiles cuando se habla de cerámica o vidrio.

Este es un punto al que generalmente no se da importancia, sin embargo, todo nuestro esfuerzo se perderá sin el empaque no es el adecuado y nuestro pedido llega en malas condiciones.

Con el objeto que las mercancías no sufran daños o averías durante su transporte es muy importante cuidar el diseño del empaque, considerando que en los últimos años en España, se recomienda el uso de materiales de empaque reciclables o de materiales reciclados, como el papel, el cartón, la madera, el plástico, etc.

El embarque debe contar con el etiquetado adecuado con el fin de poder mantener un control adecuado de la mercancía. Es importante que se adhieran marcas o impresos, con caracteres legibles e indelebles, las siguientes especificaciones, en idioma español para los productos importados y/o en el del país de destino para los que se vayan a exportar:

- País expedidor: MEXICO
- Nombre y datos completos del productor o distribuidor y del destinatario
- Producto y especificaciones de manejo (Vidrio: Frágil, etc.)

Esta información deberá figurar agrupada de forma perfectamente legible en un punto visible del exterior del embalaje de modo que para acceder a ella no sea necesario abrir éste.

VII. PROMOCION

6.1 Promoción vía correo

Las empresas que establezcan contacto con un posible cliente españoles por primera ocasión vía correo, deben redactar la correspondencia en idioma español e incluir información completa sobre su empresa, dirección, teléfono, fax, dirección de E-Mail, nombre del contacto, giro de la empresa, experiencia, capacidad de producción y folletos con descripción y fotos del producto. La carta debe ofrecer seguridad y profesionalismo, además de que tiene necesariamente que enseñar los productos de manera que resulten atractivos, además de representar un buen negocio.

Un empresario español no responderá a una carta que parezca ser un mailing general y no proporcione suficiente información, aún cuando este primer contacto sea por correo electrónico.

6.2. Ferias y Exposiciones

Las ferias y exposiciones son un mecanismo eficaz de promoción. Entre las feria a considerar para promover el sector incluyen las especializadas en el sector regalo y de decoración y las ferias del mueble, que también incluyen accesorios de decoración entre los productos que se promueven.

La participación en este tipo de eventos ofrece diversos ventajas: conocer las tendencias del mercado para adaptar nuestro productos a las preferencias de los compradores, contactar clientes a todos los niveles de distribución, comparar nuestro precio con la competencia, conocer la reacción del mercado a nuestro producto y crear una imagen de nuestra empresa.

Los exportadores mexicanos, que se interesen seriamente en exportar a un mercado deben considerar cuando menos la participación a tres ediciones de un evento, ya que una sola edición no es representativa de las posibilidades de un mercado y difícilmente se levantarán pedidos en una primera edición. Asimismo, sugerimos que participen como observadores y conozcan la feria antes de participar como expositores.

Durante éstos certámenes se publican una serie de publicaciones periódicas (prensa y revistas) especializadas que se distribuyen entre profesionales del sector, estas son de gran utilidad para dar a conocer nuestros productos y hacer más fructífera la presencia de las empresas mexicanas en estos eventos.

A continuación se presentan las Ferias y Exposiciones más importantes en cuanto al sector regalo:

I. INTERGIFT

Semana Internacional del Regalo, Joyería y Bisutería

Bianual: Enero y Septiembre

IFEMA (Institución Ferial Madrileña)

Parque Ferial Juan Carlos I

28067, Madrid

Tel. (34) 91 722 50 00

Fax (34) 91 722 57 99

Bancomext organiza un pabellón en esta feria. Para mayor información por favor contacte a su Centro Bancomext Regional más cercano.

II. EXPOHOGAR

Salón Internacional de Regalos y Artículos para el Hogar

Bianual: febrero y septiembre

Fira Barcelona

Avda. Ma. Cristina, s/n

08004, Barcelona

Tel. (34) 93 233 20 00

Fax (34) 93 233 20 01

III. CEVIDER

Feria Internacional de la Cerámica, Vidrio y Elementos Decorativos

Anual: Septiembre

Fira Valencia
Avda. de las Ferias, s/n, apdo. correos 476
46080, Valencia
Tel. (34) 96 386 11 00
Fax (34) 96 363 61 11
Este evento se celebra paralelamente a la Feria Internacional del Mueble de Valencia

Así mismo, a continuación se presentan algunas ferias **Cash&Carry** que se llevan a cabo en España y en las que generalmente se presentan artículos muy regionales:

1. Salón del Regalo Artesano

Anual: Diciembre
Mercado de la Puerta de Toledo, Madrid
Artesanías
Organiza: Asociación Profesional de Artesanos de la Villa
Mercado Puerta de Toledo, Ronda de Toledo 1, 4ª planta, local 4321
28005, Madrid
Tel. (34) 91 366 13 73
Fax: (34) 91 366 13 73

2. Expo Ocio

Anual: Marzo
Parque Ferial Juan Carlos I.
Plurisectorial - Artesanías, piscinas, electrodomésticos, etc.
Organiza: Exposiciones y Salones Monográficos, S.L
Joaquín Ma. López no. 23,
28015 Madrid
Tel. (34) 91 549 48 00
Fax: (34)) 91 549 70 79
E Mail: info@expo-ocio.es
En este evento se venden gran diversidad de productos

3. EuroArte

Anual: Marzo
Pabellón de Cristal de la Casa de Campo, Madrid
Artesanías
Organiza: Euro Arte
Carlos Garzarán 3,
13620, Pedro Muñoz (Ciudad Real)
Tel. (34) 926 58 73 81
Fax:(34) 926 58 73 82
E Mail: euroarte@cim.es

6.3 Misiones Comerciales

Las misiones comerciales consisten en grupos de exportadores que visitan entre dos y cuatro días un mercado con una agenda predeterminada, con el objeto de contactar a posibles clientes, distribuidores o representantes, conocer las características de dicho mercado, dar a conocer el producto, elaborar una estrategia, etc.

Bancomext, constantemente coordina misiones de exportadores mexicanos o importadores extranjeros que viajan a México para contactar a proveedores. Las misiones requieren de alrededor de dos meses previo a la salida para su coordinación y pueden surgir a solicitud del sector empresarial.

VI. TENDENCIAS DEL MERCADO

Motivado por el creciente interés social en la decoración del hogar, el sector español del mueble y accesorios de decoración centra sus esfuerzos en la aportación de renovadas ideas acordes a los actuales requerimientos del consumo, con ofertas para todos los gustos y niveles adquisitivos. Tanto si se trata de una reforma, tan común en este país, como la del amueblamiento de la primera vivienda, una estética moderna, funcional y asequible, es donde se centran las opciones.

Aún que es difícil generalizar acerca de un estilo dominante, si se nota una tendencia hacia la sencillez, sin recargamientos y la adaptación de lo antigua a los ambientes actuales. Recuperación de las líneas Art Decó y el protagonismo del gris, entre las tendencias más destacadas en decoración

Los sectores de mayor presencia en el certamen de septiembre, 99 de Intergift, apuestan por un estilo Art-Decó reformado y adaptado a los tiempos actuales, con recuperación de materiales como las patas en acero o las tapicerías de cuero. Los tonos dominantes son los caquis, grises con texturas de cemento y cromados, y continúan al alza los elementos étnicos, especialmente las máscaras. La luz juega un papel fundamental en la separación de ambientes y creación de espacios.

En el apartado dedicado a la mesa se observarán importantes novedades con una marcada tendencia hacia la utilización de colores suaves, grises y pastel. La decoración es bastante rica guiada por efectos orientales y muy floreados en vajillas de porcelana, En los artículos realizados en loza se incluyen también utensilios funcionales de cocina y decoración. Otras propuestas se inclinan hacia las líneas japonesas –cuencos, palillos, etc.- realizadas en porcelana de tonos azules y blancos. El vidrio de Murano, se presentará en una gran variedad de colores fuertes: rojo, verde, amarillo, azul, etc.

VIII. CONCLUSIONES

Existe un interés del mercado por los artículos de regalo de México resaltando que México ocupa un lugar importante dentro de las importaciones globales de España de dicho sector.

El exportador mexicano cuenta con oportunidades basadas en la gran diversidad de productos de regalo y decoración que cuentan con un nicho de mercado. Sin embargo, es importante considerar que es un sector muy competido y que el decremento de importaciones de España provenientes de México, se debe a que el mercado se surtió de productos de otras partes del mundo que también cuentan con gran variedad de productos artesanales y de regalo, especialmente, a partir de la crisis asiática a partir de 1996, cuando los productos de esta región se volvieron muy competitivos en su precio.

De esta manera, es importante que el exportador mexicano que se interese en el mercado español se prepare adecuadamente y contemple un proyecto de larga duración. El mercado no permite improvisaciones o poca seriedad en las negociaciones:

- Contar con información completa sobre su oferta exportable y folletería
- Adaptación al gusto del mercado: productos de moda, originales de gusto universal y no los productos de tipo folklórico, ya que si bien, estos por supuesto tienen un nicho, los compran los turistas al visitar nuestro país pero difícilmente en España. La facilidad y disponibilidad para desarrollar nuevos diseños y adecuarlos a los estándares del mercado al que se dirigen (“europeización”) es positivo
- Analizar la logística de los envíos. Aún cuando se cotice Fob, debe apoyar a su cliente informándolo sobre los trámites, costos de transporte y logística.

Las ventajas de los productos mexicanos en este sector son muy variadas ya que existe gran atracción y aprecio por los artículos procedentes de México, además de que generalmente son competitivos y con una gran diversidad en artículos mexicanos de regalo tanto en diseño como materiales y géneros.

IX. DIRECCIONES DE INTERES

9.1 Asociaciones

1. Asociación Empresarial de Fabricantes y Comerciantes Mayoristas de Artículos de Regalo (REGALO FAMA)
Núñez de Balboa, 49 2ª
28001, Madrid
Tels. (34) 91 435 60 96, 91 435 61 38
Fax: (34) 91 575 17 85

9.2 Publicaciones

1. Elige
Villanueva, 31- bajo izquierda
28001, Madrid
Tel. (34) 91 575 48 17
Fax (34) 91 435 12 72
Información del detallista de artículos de regalo, servicio de mesa y cocina, iluminación, mueble auxiliar y decoración en general.
2. Oficio+Arte
Organización de los Artesanos de España
Camino de la Iglesia 38
E-15009, A Coruña
Tel. (34) 981 28 81 04
Fax (34) 981 13 35 69

Para mayores informes sobre este documento consultar a:

CECILIA ALCERRECA

Consejería Comercial de México en España
C/San Jerónimo 46, 2º
28014 Madrid, España
Tel: (34) 91-420-2017
Fax: (34) 91-420-27