

SERVICIOS AL
EXPORTADOR

información

2014

Guía de Mercado
MÉXICO



prom
perú

Contenido

I.	Resumen Ejecutivo	3
II.	Información General	4
III.	Situación Económica y de Coyuntura	5
3.1.	Análisis de las Principales Variables Macroeconómicas	5
3.2.	Evolución de los Principales Sectores Económicos	6
3.3.	Nivel de Competitividad	7
IV.	Comercio Exterior de Bienes y Servicios	8
4.1.	Intercambio Comercial México - Mundo	8
4.2.	Intercambio Comercial México – Perú	9
V.	Acceso al Mercado	12
5.1.	Medidas Arancelarias y No Arancelarias	12
5.2.	Otros impuestos Aplicados al Comercio	15
VI.	Oportunidades Comerciales	15
6.1.	Preferencias Obtenidas en Acuerdos Comerciales	15
6.2.	Productos con Potencial Exportador	16
VII.	Tendencias del Consumidor	21
VIII.	Cultura de Negocios	22
IX.	Links de interés	24
X.	Eventos Comerciales	25
XI.	Bibliografía	27

I. Resumen Ejecutivo

México es el país con mayor población hispanohablante a nivel mundial, ocupa la décimo primera ubicación en el ranking de la población y el tercero de América, superado por países como Estados Unidos de América y Brasil. Su población está por encima de los 112 millones de habitantes y equivale a cuatro veces la población de Perú. La fortaleza macroeconómica de México se sustenta en tres pilares: el comercio cercano y continuo con Estados Unidos, la política macroeconómica responsable y un estable sistema financiero.

El Acuerdo de Integración Comercial suscrito entre México y Perú, vigente desde el 1° de febrero del 2012, beneficia la exportación de productos peruanos de los diferentes sectores económicos, especialmente los de mayor valor agregado. Gracias a ello, las exportaciones no tradicionales peruanas a México aumentaron 5,3% en el año 2013.

México es el décimo exportador y es catalogado como una economía emergente, debido a su sólido crecimiento en los últimos años. Se pronostica un incremento de 3% en el PBI del país para 2014 como consecuencia de la aceleración del crecimiento de las exportaciones y el gasto público. Para los próximos diez años, se prevé que el PBI de México aumente a una tasa media anual de 4%

En 2013, México fue el octavo (8°) mercado latinoamericano al cual se destinaron las exportaciones peruanas por un valor de US\$ 509 millones. En los últimos cinco años el intercambio comercial entre Perú y México ha mantenido una tendencia creciente, con una tasa promedio anual de 24,3%. Las exportaciones no tradicionales peruanas a México sumaron US\$ 257 millones en 2013, lo cual significó un crecimiento de 5,3% en relación al año previo. Los principales productos que tienen a México como mercado destino son, fosfato de calcio natural, páprika seca y neumáticos radiales.

II. Información General



México, oficialmente conocido como los Estados Unidos Mexicanos, es un país situado en la parte meridional de América del Norte. Tiene límites al norte con los Estados Unidos de América, al sureste con Guatemala y Belice, al este con el golfo de México y el mar Caribe y al oeste con el Océano Pacífico. Es el décimo cuarto país más extenso del planeta con un área cercana a los dos millones de kilómetros cuadrados. Asimismo, es el décimo país más poblado de la Tierra, con una población superior a 116 millones de habitantes a mediados

de 2013, la mayoría de los cuales tienen como lengua materna el español (93%).

Desde el punto de vista político, México es una república democrática, representativa y federal formada por 32 unidades federativas: 31 estados y el Distrito Federal.

La sede gubernamental y capital del país es la Ciudad de México, cuyo territorio se ha designado como Distrito Federal y en el cual habitan más de 19 millones de personas. Otras ciudades importantes, en cuanto a población, son Guadalajara (4.3 millones de habitantes), Monterrey (3.8 millones de habitantes), Puebla (2.3 millones de habitantes) y Tijuana (1.6 millones de habitantes).

En términos macroeconómicos, México es la decimocuarta economía mundial y la décimo primera en cuanto a paridad de poder adquisitivo (PPA); a nivel de la región, es la segunda economía de Latinoamérica, por detrás de Brasil, y la cuarta del continente americano. Además, de acuerdo a su ranking de desarrollo humano 2013, México ocupa el lugar N° 61 con un índice de desarrollo humano alto. Pese a ello, la distribución de la riqueza en el país no es igualitaria y la brecha entre ricos y pobres aún es muy grande.

México es el décimo exportador del planeta y es catalogado como una economía emergente, debido a su sólido crecimiento en los últimos años. La economía del país depende, en gran medida, de su intercambio comercial con los Estados Unidos de América, los cuales consumen más del 85% de las exportaciones mexicanas y emplean al 10% de su población. Asimismo, el envío de remesas por parte de los expatriados mexicanos representa la segunda fuente de ingresos más importante del país después de los hidrocarburos.

Desde la mitad de los años ochenta, el país ha implementado una política de apertura económica y comercial sin precedentes, lo cual lo ha convertido en uno de los líderes mundiales en cuanto a acuerdos de libre comercio. Su asociación comercial principal es el Acuerdo de Libre Comercio de América del Norte (NAFTA o TLCAN) que firmó con Estados Unidos y Canadá.

III. Situación Económica y de Coyuntura

3.1. Análisis de las Principales Variables Macroeconómicas

Cuadro N° 1: Principales Variables Macroeconómicas

Indicadores Económicos	2010	2011	2012	2013	2014*	Var. % 13/12
Crecimiento del PBI (%)	5,1	4,0	3,6	1,3	3,0	-
PBI per cápita (US\$)	9 158	10 034	10 059	11 224	11 687	4,1
Tasa de inflación (%)	4,2	3,4	4,1	4,0	3,0	-
Tasa de desempleo (%)	5,4	5,2	5,0	4,8	4,5	-

Fuente: FMI Statistics Elaboración: PROMPERU

a. Producto Bruto Interno total y sectorial

Pese a la aplicación del programa de reformas fiscales, la economía mexicana continuó desacelerándose en 2013 al crecer 1,3% como consecuencia de la débil recuperación de las exportaciones a Estados Unidos, su principal socio comercial, y un bajo desempeño del sector industrial. Además, el país sufrió el embate de dos huracanes que causaron pérdidas estimadas en US\$ 6 mil millones.

Asimismo se pronostica un incremento de 3% para 2014 como consecuencia de la aceleración del crecimiento de las exportaciones y el gasto público. Para los próximos diez años, se prevé que el PBI de México aumente a una tasa media anual de 4%; sin embargo, el país deberá enfrentar desafíos fiscales debido a la disminución de los ingresos petroleros y los mayores gastos en pensiones. Si las reformas estructurales se implementan eficientemente, las tasas potenciales de crecimiento subirían a través de aumentos en la productividad y la inversión.

b. Nivel de empleo

La economía deberá crecer al menos a 6% sobre una base sostenible para poder emplear a los nuevos entrantes de la PEA. El desempleo fue de 4,8% en 2013 y se espera que disminuya ligeramente en 2014. Aproximadamente el 60% de los mexicanos se encuentran empleados en la economía informal, proporción mucho mayor que otros países de la región como Brasil o Chile.

c. Tipo de cambio

La divisa oficial de México es el Peso Mexicano (MXN). A continuación se muestra el tipo de cambio en relación a los dólares americanos (USD) y nuevos soles peruanos (PEN).

1,00 USD	=	13,2200 MXN
US Dollar		Peso Mexicano
1 USD = 13,2200 MXN	↔	1 MXN = 0,0756427 USD
1,00 PEN	=	4,70380 MXN
Nuevo Sol Peruano		Peso Mexicano
1 PEN = 4,70380 MXN	↔	1 MXN = 0,212594 PEN

Fuente: XE.com Elaboración: PROMPERU

El tipo de cambio se ha fortalecido en los últimos años y ha reducido su nivel de volatilidad por lo que la apreciación del peso mexicano no parece inducir algún efecto adverso sobre el nivel de exportaciones del país.

d. Inflación

Los precios se elevaron en 3,9% en 2013, tasa cercana al techo inflacionario del Banco Central de México de 4%. Esto fue consecuencia de un repunte en los precios de algunos alimentos como el jitomate y el pollo, así como en la tarifa del Metro del Distrito Federal, la cual pasó de tres a cinco pesos (+ 29,9%). En tanto, para 2014, se espera una inflación igual a 3,5%.

3.2. Evolución de los Principales Sectores Económicos

La **agricultura** representa el 3,6% del PBI y emplea al 13,4% de la fuerza laboral del país. El sector se caracteriza por la importante ayuda pública, en forma de subsidios, destinada de manera significativa a favor de la agroexportación, en desmedro de la gran cantidad de pequeños agricultores existentes del país. Ello explica por qué solamente el 5% de todas las granjas y fundos mexicanos son eficientes y rentables. Pese a ello, México es el principal productor mundial de aguacates o paltas, cebollas, limones, limas y semillas de cártamo, y el segundo más importante de carne de res, frutos secos, papayas y chiles frescos¹. Asimismo, Los principales cultivos de exportación son los cítricos, tomates, pimientos, algodón, café y caña de azúcar.

El **sector manufacturas**, en tanto, representa el 36,6% del PBI y emplea a 24,1% de la fuerza de trabajo mexicana. Los fabricantes de automóviles y autopartes son el motor del sector y representan el 30% de toda la actividad manufacturera. Sólo en 2012, la industria automotriz mexicana produjo tres millones de automóviles y actualmente es el octavo mayor productor de automóviles a nivel mundial. A su vez, se espera que el sector continúe en constante dinamismo debido a la inversión de US\$ 15 mil millones en nuevos proyectos hacia 2014. Gracias a ello, México se está posicionando como uno de los centros industriales preferidos para varias multinacionales que buscan proveer a la región americana.

¹ FAOSTAT - 2012

El **sector servicios** representa el 59,8% del PBI mexicano y emplea al 61,9% de la población económica del país. El turismo es uno de los principales aportantes al PBI mexicano y, solo en 2012, los ingresos de este subsector aumentaron en 10,7%. El gobierno está muy interesado en el desarrollo del turismo y tiene como objetivo llegar a ser uno de los cinco primeros destinos turísticos del mundo en 2018, frente al décimo lugar actual.

Por último, el **sector hidrocarburos** genera más del 10% de los ingresos de exportación del país y el 40% de todos los ingresos del gobierno. PEMEX, la empresa petrolera estatal, es la quinta mayor empresa de petróleos del mundo y sus ingresos representan aproximadamente un tercio del presupuesto del Gobierno Federal.

3.3. Nivel de Competitividad²

De acuerdo al Ranking Doing Business 2014 elaborado por el Banco Mundial (BM), México se encuentra ubicado en el puesto cincuenta y tres (53), lo cual significa que cayó dos (2) posiciones en comparación con el año pasado. Esto debido al bajo desempeño en cinco (5) rubros: apertura de un negocio, registro de propiedades, pago de impuestos, obtención de créditos y protección a inversionistas.

Pese a ello se pudieron notar mejoras en otros indicadores. Por ejemplo, los avances por la implementación de la Ventanilla Única de Comercio Exterior, con la cual se pueden realizar electrónicamente trámites de importación y exportación, hizo que México mejore cuatro posiciones en el rubro comercio transfronterizo. Asimismo, el cumplimiento de contratos escaló dos lugares, del 73 al 71, como consecuencia de la puesta en marcha de los procedimientos orales en las cortes judiciales, las cuales ahora ya aceptan casos comerciales y civiles.

Sin embargo, en cuanto a competitividad, el país tiene mucho por hacer ya que aún posee deficiencias estructurales importantes. Los problemas que tiene que enfrentar de manera más apremiante son la existencia de una brecha importante de habilidades debido a la baja calidad de la educación del sistema actual y la rigidez del mercado laboral. Además, la agenda de competitividad mexicana debe incluir acciones orientadas a fortalecer el funcionamiento de instituciones, específicamente, la lucha contra la corrupción y aumentar los niveles de seguridad. Asimismo, el uso de las tecnologías de la información y la capacidad de innovación aún siguen siendo bajos, en comparación con otros mercados emergentes.

² Cfr. Doing Business 2014: Italy

Cuadro N° 2: Ranking Facilidad para Hacer Negocios 2014

Criterios	México	Perú	Panamá	Chile	Costa Rica	Colombia	Brasil
Facilidad de hacer negocios	53	42	55	34	102	43	116
Apertura de un negocio	48	63	25	22	102	79	123
Manejo permiso de construcción	40	117	62	101	82	24	130
Acceso a electricidad	133	79	16	43	47	101	14
Registro de propiedades	150	22	74	55	46	53	107
Obtención de crédito	42	28	55	55	86	73	109
Protección de los inversores	68	16	80	34	170	6	80
Pago de impuestos	118	73	175	38	136	104	159
Comercio transfronterizo	59	55	11	40	44	94	124
Cumplimiento de contratos	71	105	127	64	130	155	121
Cierre de una empresa	26	110	112	102	124	25	135

Fuente: Doing Business 2014 Elaboración: PROMPERU

IV. Comercio Exterior de Bienes y Servicios

4.1. Intercambio Comercial México - Mundo

Cuadro N° 3: Intercambio Comercial México – Mundo
Millones de US\$

Comercio Exterior	2009	2010	2011	2012	2013	Var % Promedio	Var% 2013/2012
Exportaciones	229 621	298 230	349 568	370 890	380 096	13,4	2,5
Importaciones	234 385	301 482	350 856	370 746	381 210	12,9	2,8
Balanza Comercial	-4 764	-3 251	-1 288	144	-1 114	-	-
Intercambio Comercial	464 006	599 712	700 424	741 636	761 306	13,2	2,7

Fuente: GTA Elaboración: PROMPERU

El intercambio comercial de México con el mundo ha experimentado un importante crecimiento en los últimos años, a una tasa media anual de 13,2% para el periodo 2009 – 2013. Asimismo, la balanza comercial volvió a ser deficitaria para el país, dicho comportamiento fue consecuencia de la combinación de una disminución del superávit de productos petroleros, que pasó de US\$ 11 754 millones en 2012 a US\$ 8 718 millones en 2013, y de una contracción del déficit de productos no petroleros, que pasó de US\$ 11 799 millones en 2012 a US\$ 9 727 millones en 2013.

Las exportaciones representaron el 30,2% del PBI mexicano en 2013, frente al 26,7% en 2008. En el último año, los envíos se incrementaron en 2,5% y sumaron aproximadamente más de US\$ 380 mil millones; de los cuales el 77,9% tuvieron como destino Estados Unidos. Por otro lado, las exportaciones de maquinaria y vehículos de transporte representaron 52,6% del total, mientras que los envíos de energía tuvieron una participación de 16%.

Las importaciones, en tanto, experimentaron un ligero crecimiento de 2,8% en 2013 con respecto al año anterior. Además, los principales proveedores del mercado mexicano fueron Estados Unidos y China, con más de 80% de participación combinada.

4.2. Intercambio Comercial México – Perú

Información Comercial México - Perú

Cuadro N° 4: Intercambio Comercial México – Perú
Millones de US\$

Comercio Exterior	2009	2010	2011	2012	2013	Var % Promedio	Var% 2013/2012
Exportaciones	243	287	453	417	509	20,4	22,3
Importaciones	702	1 078	1 330	1 602	1 745	25,5	8,9
Balanza Comercial	-460	-791	-877	-1 185	-1 235	-	-
Intercambio Comercial	945	1 366	1 783	2 019	2 254	24,3	11,7

Fuente: SUNAT Elaboración: PROMPERU

En los últimos cinco años el comportamiento del intercambio comercial entre Perú y México ha mantenido una tendencia creciente, con una tasa promedio anual de 24,3%. Asimismo, históricamente, la balanza comercial se ha mantenido favorable para México, la cual se ha acrecentado en los últimos años debido a las mayores importaciones peruanas de bienes manufacturados como televisores y automóviles desde el país norteamericano.

En 2013, México fue el octavo (8°) mercado latinoamericano al cual se destinaron las exportaciones peruanas por un valor de US\$ 509 millones. Los envíos peruanos que tuvieron como destino este mercado han mostrado un comportamiento positivo en los últimos cinco años, a excepción de 2012, con una tasa de crecimiento promedio de 20,4%, sustentada en las mayores exportaciones de bienes no tradicionales, las cuales tienen una participación de 51% sobre el total.

Por otro lado, en 2013, Perú importó alrededor de US\$ 1 745 millones desde México, cifra que casi duplica en valor a la registrada hace cuatro años. Esto es explicado por la mayor demanda peruana de bienes de capital, específicamente electrodomésticos (televisores, refrigeradoras, entre otros) y automóviles.

Sectores Tradicionales y no Tradicionales

Cuadro N°5: Exportaciones por Sectores Económicos

SECTOR	Valor en Miles US\$		Var %
	2012	2013	2013/2012
TRADICIONAL	172 548	252 352	46,3
<i>Minero</i>	58 338	6 268	-89,3
Cobre y concentrados	52 674	-	-
Zinc y concentrados	-	2 615	-
Hierro	-	0	-
Metales menores	5 665	3 654	-35,5
Petróleo e Hidrocarburos	108 122	239 673	121,7
Gas natural	79 198	209 521	164,6
Petróleo y derivados	28 924	30 152	4,2
<i>Agrícola</i>	6 087	6 411	5,3
Café	3 999	3 751	-6,2
Pieles frescas	2 088	2 660	27,4
NO TRADICIONAL	244 097	257 021	5,3
Agropecuario	32 648	32 984	1,0
Textil	34 661	43 599	25,8
Pesquero	7 065	7 055	-0,1
Químico	35 565	45 354	27,5
Metal-Mecánico	36 192	36 509	0,9
Sidero-Metalúrgico	11 218	11 724	4,5
Minera No Metálica	32 223	34 178	6,1
Madera y Papeles	43 736	31 368	-28,3
Artesanías	11	19	80,3
Pieles y cueros	494	256	-48,1
Varios (Incl. Joyería)	10 284	13 974	35,9
TOTAL	416 645	509 374	22,3

Fuente: SUNAT Elaboración: PROMPERU

De acuerdo a la clasificación SUNAT, en los últimos dos años, los envíos a México han crecido notablemente explicado por los mayores envíos tradicionales (46,3% crecimiento), siendo el más dinámico el sector petróleo e hidrocarburos (+ 121,7% / US\$ 132 millones de aumento) como resultado de los mayores envíos de gas natural. Además, el sector agro tradicional mostró un ligero incremento de 5,3% debido a los mayores envíos de pieles frescas (+27,4% / US\$ 572 miles).

Por otro lado, las exportaciones del sector no tradicional experimentaron un dinamismo de 5,3%, gracias a los mayores envíos en valor de productos de los sectores químico (+ 27,5% / US\$ 10

millones de aumento) y textil (+ 25,8% / US\$ 9 millones). Esto logró contrarrestar la notable caída de los envíos de maderas y papeles, principal sector no tradicional a México en 2012, cuya disminución fue de más de US\$ 12 millones (- 28,3%).

Exportaciones No Tradicionales

Cuadro N° 6: Principales productos no tradicionales

Partida	Descripción	Valor en Millones US\$					Var%	Var%	% Part
		2009	2010	2011	2012	2013	Promedio	2013/2012	2013
2510100000	Fosfatos de calcio	0	6	21	29	30	1 741,7	2,8	12
0904211090	Páprika seca	18	17	19	16	15	-4,5	-10	6
4011101000	Neumáticos radiales	0	0	0	9	13	-	48,4	5
4407220000	Maderas aserradas	10	9	15	16	9	-2,7	-40	4
0307490000	Pota congelada	1	1	9	6	6	53,4	-4,1	2
4412320000	Triplay de hojas externas de madera	4	6	8	9	5	7,6	-38,6	2
3920209000	Películas de polipropileno biorientado	0	0	0	3	5	111,2	92,3	2
7407290000	Barras y perfiles de cobre	0	0	0	3	5	139,3	63,9	2
6305332000	Sacos laminados de polipropileno	2	2	3	3	4	19,0	69,4	2
1801001900	Cacao en grano	0	0	0	3	4	-	34,4	2
	Otros	75	102	144	149	162	21,2	8,3	63
	Total	110	144	219	244	257	23,5	5,3	100

Fuente: SUNAT Elaboración: PROMPERU

Las exportaciones no tradicionales peruanas a México sumaron US\$ 257 millones en 2013, lo cual significó un crecimiento de 5,3% en relación a 2012. Los envíos de productos con valor agregado a este mercado se caracterizan por una diversificación media. Esto se evidencia en que el valor de las diez principales partidas enviadas representa apenas el 37% del total exportado.

En 2013, el principal producto que tuvo como destino México fue el fosfato de calcio natural por un valor de US\$ 30 millones (+2,8% con respecto a 2012), utilizado usualmente como fertilizante por la industria agrícola. En tanto, los envíos de páprika seca sumaron US\$ 15 millones y, pese a la caída de 10%, continúa siendo el segundo principal producto no tradicional exportado a este país con una participación de 6% sobre el total no tradicional. Los neumáticos radiales, producto altamente demandado por la próspera industria automotriz mexicana, sumaron US\$ 13 millones y mostraron un crecimiento de 48,4% con respecto a 2012.

Otras partidas no tradicionales con importantes valores FOB de exportación fueron maderas aserradas (US\$ 9 millones), pota congelada (US\$ 6 millones) y triplay de hojas externas de madera (US\$ 5 millones).

V. Acceso al Mercado

5.1. Medidas Arancelarias y No Arancelarias

Medidas Arancelarias

En México, la clasificación arancelaria se practica con la Ley de los Impuestos Generales de Importación y de Exportación (LIGIE). La LIGIE está integrada por dos artículos, el primer contiene a la Tarifa, compuesta por la nomenclatura o código del Sistema Armonizado y el segundo artículo establece las Reglas Generales y las Complementarias para la aplicación de la Tarifa.

México aplica el Sistema Armonizado de Aduanas. Los aranceles se calculan en ad-valorem sobre el valor CIF de los productos, excepto productos procedentes de Estados Unidos y Canadá, donde el valor FOB se toma como referencia. Existen descuentos en los aranceles e incluso excepciones para productos que ayudan en el desarrollo de la industria local como lo es el “Programa de Maquiladoras”.

Para conocer el arancel, los cupos de importación y otros que afectan las importaciones en México, acceder a la siguiente página: www.siicex-caaarem.org.mx. También se puede contactar a la Confederación de Asociaciones de Agentes Aduanales de la República Mexicana (CAAAREM) www.caaarem.org.mx.

Perú firmó con México el Acuerdo de Integración Comercial, éste acuerdo entró en vigencia el 1 de febrero del 2012 y como se pueden ver en los cuadros siguientes, ha permitido la liberalización del comercio de muchas partidas y, tendrán ese beneficio progresivamente. Puede consultar la tarifa en la siguiente dirección: www.siicex-caaarem.org.mx. Para este efecto es necesario contratar la “asesoría de un agente aduanal”.

Si no cuenta con agente aduanal, puede ponerse en contacto con la Confederación de Asociaciones de Agentes Aduanales de la República Mexicana (CAAAREM) al teléfono 33-00-75-00 en México D.F. Hamburgo 225, Col. Juárez, 06600, México D.F. www.caaarem.org.mx; o a la Confederación Latinoamericana de Agentes Aduanales en Av. Insurgentes Sur 813, piso 8 Col. Nápoles Delegación Benito Juárez, 03810, México, D.F; al teléfono 11078515; página de Internet: www.claa.org.mx³.

³ Si la empresa y su agente aduanal tienen dudas sobre la clasificación de la fracción arancelaria de su mercancía o consideran que se puede clasificar en más de una fracción, puede realizar una consulta. La consulta debe de presentarse por escrito ante la autoridad aduanera y cumplir con lo establecido en los artículos 18, 18-A y 19 del Código Fiscal de la Federación y exponga la fracción arancelaria que consideren aplicable; las razones que sustenten su apreciación; o la fracción o fracciones con las que exista duda, y anexe, en su caso, las muestras, catálogos y demás elementos que permitan identificar la mercancía para su correcta clasificación arancelaria.

Cuadro N° 7: Preferencias arancelarias para los principales productos no tradicionales

RK	Partida	Descripción	Posición del Perú como proveedor 2012	Principales competidores	Arancel NMF	Preferencia Arancelaria
1	2510100000	Fosfatos de calcio	-	Taipei - 83%	0%	0%
				Japón - 9%		
				EEUU - 8%		
2	0904211090	Páprika seca	2°	India - 50%	20%	0% < 4,225 TN 20% > 4,225 TN
				China - 11%		
				Chile - 7%		
3	4011101000	Neumáticos radiales	16°	EEUU - 40%	20%	0%
				China - 17%		
				Canadá - 8%		
4	4407220000	Maderas aserradas	1°	Guatemala - 0,3%	5%	0%
				Ecuador - 0%		
				EEUU - 0%		
5	0307490000	Pota congelada	1°	China - 30%	20%	14%
				EEUU - 14%		
				Chile - 7%		
6	4412320000	Triplay de hojas externas de madera	2°	China - 48%	15%	0%
				EEUU - 11%		
				Uruguay - 5%		
7	3920209000	Películas de polipropileno biorientado	13°	EEUU - 59%	5%	7%
				Australia - 11%		
				China - 8%		
8	7407290000	Barras y perfiles de cobre	3°	EEUU - 70%	4,2%	0%
				China - 9%		
				Corea del S. - 4%		
9	6305332000	Sacos laminados de polipropileno	2°	EEUU - 63%	20%	0%
				Guatemala - 5%		
				India - 4%		
10	1801001900	Cacao en grano	4°	Ecuador - 53%	15%	0% < 1 000 TN 15% > 1 000 TN
				C. Marfil - 39%		
				R. Dominicana - 4%		

Fuente: SUNAT / Trademap Elaboración: PROMPERU

Como consecuencia del Acuerdo de Integración con México, vigente desde 2012, Perú tiene un acceso preferencial para más de 12,000 productos. Entre los de mayor interés para el país figuran bienes manufacturados, langostinos, flores, conservas de pescado, galletas, dulces y vinos entran libres de arancel. Pese a ello, para algunas partidas negociadas del sector agropecuario como espárragos, paltas, plátanos, mangos, cítricos, cebollas, uvas y páprika, México ofrece un cupo agregado que limita el alcance de las preferencias arancelarias.

Medidas No Arancelarias

Para ingresar al mercado mexicano, ciertos productos necesitan de una licencia de importación. El organismo a cargo de la emisión de la licencia de importación es la Secretaría de Economía. Se requiera, además, certificado de origen para que el exportador pueda acceder la tasa preferencial de importación del Acuerdo de Integración Comercial Perú - México. En el caso de los textiles y productos agroindustriales, los requerimientos de importación son más estrictos que en otros sectores.

Existe un gran número de procedimientos para verificar los productos importados. Cerca del 10% de artículos son revisados al detalle. Todas las importaciones tienen que pasar a través de un agente de aduanas. Se debe presentar una declaración a la Aduana mexicana, junto con la factura comercial, B/L o air waybill y el certificado que evidencie el origen de los productos.

Las medidas no arancelarias se establecen a través de acuerdos expedidos por la Secretaría de Economía (SE) o, en su caso, conjuntamente con la autoridad competente, pudiendo establecerse en los siguientes casos:

Estas medidas deben someterse a la opinión de la Comisión de Comercio Exterior de la SE y publicarse en el Diario Oficial de la Federación, siempre y cuando no se trate de medidas de emergencia. En todo caso, las mercancías sujetas a restricciones y regulaciones no arancelarias se identificarán en términos de sus fracciones arancelarias y nomenclatura que le corresponda de acuerdo con la Tarifa de la Ley del Impuesto General de Importación y de Exportación.

En el caso de textiles, el Ministerio de Economía de México emitió una resolución el 23 de diciembre de 2011, para modificar los requisitos de etiquetado de la Norma Oficial Mexicana NOM-004-SCFI 2006 para los textiles y prendas de vestir - que establece el etiquetado de productos textiles, prendas de vestir, accesorios y ropa de casa, y fue originalmente publicado en el Diario Oficial de la Federación Mexicana el 21 de junio de 2006 (<http://www.aduanas-mexico.com.mx/claa/ctar/normas/nm004bsc.htm>). Los nuevos requisitos entraron en vigor el 23 de febrero de 2012.

- La norma oficial mexicana establece lo que la información comercial consiste en acompañar a ropa y accesorios de prendas de vestir. Prendas y complementos requieren una etiqueta

permanente y legible en el cuello, la cintura o en cualquier otro lugar visible con la siguiente información en español (o cualquier otro idioma además del español):

- ✓ Marca
- ✓ Nombre
- ✓ Composición de la fibra (la Norma Mexicana NMX-A-099-INNTEX-2007)
- ✓ Tamaño
- ✓ Lavado/Cuidado
- ✓ País de origen (la Norma Mexicana NMX-A-240-INNTEX-2009)
- ✓ Para personas físicas: nombre y dirección del fabricante o importador y un voluntario de los contribuyentes federales el número de registro (RFC). Para las empresas: el nombre y dirección del fabricante o importador y un número de RFC. Esta información debe ser incluida en una etiqueta permanente, en una etiqueta temporal o en el envase del producto cerrado.

5.2. Otros impuestos Aplicados al Comercio

- Impuesto sobre bienes y servicios

El Impuesto al Valor Agregado (IVA) se causa con motivo de la importación y se determina aplicando una tasa del 16%. Tratándose de la importación de bienes tangibles, se considerará el valor que se utilice para los fines del impuesto general de importación, adicionado con el monto de este último gravamen y de los demás que se tengan que pagar con motivo de la importación, incluyendo, en su caso, las cuotas compensatorias.

VI. Oportunidades Comerciales

6.1. Preferencias Obtenidas en Acuerdos Comerciales

El 6 de abril de 2011 se suscribió el Acuerdo de Integración Comercial Perú – México (AIC), por el cual se amplía y profundiza el ACE N° 8. Este Acuerdo está vigente desde el 01 de febrero del 2012.

El AIC establece el arancel actual en México. La información de aranceles vigentes puede obtenerse del enlace: www.siicex-caaarem.org.mx. Esta información debe complementarse con la “Lista de México”, es decir la relación de productos beneficiados y publicados por el Ministerio de Comercio Exterior y Turismo del Perú – MINCETUR en Comercio Exterior / Acuerdos Comerciales/México/Textos del Acuerdo en el siguiente enlace: www.mincetur.gob.pe

El AIC permitirá al Perú diversificar sus exportaciones en condiciones preferenciales así como incrementar la inversión mexicana mediante disciplinas que ofrecen certeza jurídica. Así, a partir del febrero del 2012, el 87% de las exportaciones peruanas a México ingresaron libre de aranceles, menos del 2% de las líneas arancelarias se encuentran en tratamientos mayores a 10 años.

Los productos de interés exportador de Perú tales como confecciones, insumos químicos, calzado, madera, manufacturas de hierro y acero, entre otros ingresan de manera inmediata en 5 o 10 años libres de pago de aranceles al mercado mexicano.

Asimismo, productos de agro exportación como espárragos, cítricos, uva, mangos, páprika, paltas, etanol, entre otros, contarán con un tratamiento preferencial en este mercado bajo diferentes esquemas como cuotas, estacionalidades y desgravaciones parciales.

Por otro lado, Chile, Colombia, México y Perú formen parte de la Alianza del Pacífico, rea de integración que busca progresivamente la libre circulación de bienes, servicios, capitales y personas entre los países miembros.

En ese marco, los cuatro países de la Alianza del Pacífico acaban de terminar las negociaciones sobre la liberalización del comercio bienes, y se está a la espera de la ratificación que los congresos de los países miembros para que el acuerdo entre en vigencia. Esta negociación incluye arancel cero para el 92% del universo arancelario a partir de la vigencia del acuerdo, en siete años para un 7% y en 17 años para el 1% restante.

6.2. Productos con Potencial Exportador

Sector Agropecuario

Cuadro N 8

Sector Agropecuario					
Partida	Descripción	Clasificación	Importaciones México 2012 (US\$ Miles)	Arancel Perú	Competidores Arancel
071333	Alubia común, seca o desvainada	Estrella	281,454	0%	EEUU (93.8%) Canadá (93.8%) China (93.8%)
180500	Cacao en polvo	Estrella	43,681	0% < 2,000 TN 20% > 2,000 TN	EEUU (20%) Brasil (20%) Indonesia (20%)
180100	Cacao en grano	Estrella	34,099	0% < 1,000 TN 15% > 1,000 TN	Ecuador (15%) Costa de Marfil (15%) R. Dominicana (15%)
090111	Café sin tostar	Prometedor	15,599	20%	Vietnam (20%) Brasil (20%)

					Honduras (20%)
080510	Naranjas frescas	Prometedor	10,832	0% < 1,800 TN 20% > 1,800 TN	EEUU (20%)
080450	Mangos frescos o secos	Prometedor	6,076	Mar - Oct 12% Resto 20%	Tailandia (20%) Ecuador (20%) India (20%)
080610	Uvas frescas	Consolidado	125,555	Abr - Oct 27% Resto 45%	Estados Unidos (45%) Chile (45%)
200290	Demás tomates preparados o conservados	Consolidado	40,742	0%	EEUU (20%) Chile (20%) Italia (20%)
090421	Frutos del género Capsicum o Pimienta: Secos sin triturar	Consolidado	23,537	0%	India (20%) China (20%) Chile (20%)

Fuente: Trademap / Market Acces Map Elaboración: PROMPERU

Los envíos de productos peruanos del agro sumaron US\$ 33 millones en 2012. Productos de interés nacional que poseen un importante dinamismo y participación en las importaciones mundiales mexicanas son las alubias secas y el cacao fresco y en polvo. Otros productos que mostrarán un importante dinamismo a mediano plazo son el café sin tostar, naranjas y mangos frescos. Cabe agregar que la mayoría de productos de agro exportación tienen cuotas de valor en cuanto a beneficios arancelarios, pasado este límite se paga el NMF.

Sector Pesquero

Cuadro N° 9

Sector Pesquero					
Partida	Descripción	Clasificación	Importaciones México 2012 (US\$ Miles)	Arancel Perú	Competidores Arancel
030343	Bonitos de vientre rayado congelados	Estrella	76,080	0%	EEUU (0%) Taipéi Chino (0%) Islas Marshall (0%)
160420	Demás preparaciones y conservas de pescados	Estrella	27,656	0%	EEUU (20%) China (20%) España (20%)
030623	Camarones, langostinos,	Estrella	22,791	10%	Honduras (10%) Guatemala (10%)

	quisquillas y gambas frescos				Belice (10%)
030342	Atunes congelados	Estrella	16,506	0%	Venezuela (0%) EEUU (0%) Kiribati (0%)
030749	Jibias, calamares y potas (secos, congelados, deshidratados, en otras formas)	Estrella	14,474	16%	China (20%) EEUU (20%) Chile (20%)
030499	Otros filetes y demás carne de pescado (incluso picada), frescos, refrigerados o congelados	Prometedor	6,188	18%	Chile (20%) Vietnam (20%) Indonesia (20%) Noruega (20%) EE.UU (20%)
160413	Sardinias, sardinelas y espadines en conserva, entero o en trozos.	Prometedor	3,843	18%	Ecuador (20%) España (20%) Canadá (20%)
030729	Veneras y volandeiras, congelados, secos, salados o en salmuera.	Prometedor	3,023	18%	China (20%) EE.UU (20%) Canadá (20%)
160419	Anguilas, preparadas o conservadas, enteras o en trozos	Prometedor	2,512	18%	China (20%) EE.UU. (20%) España (20%)

Fuente: Trademap / Market Acces Map Elaboración: PROMPERU

México muestra importantes oportunidades para el sector pesca peruano. Se puede notar en el cuadro la presencia de varios productos clasificados como estrella que destacan por su notable participación e importante crecimiento en las importaciones mexicanas tales como el bonito y atún congelado, conservas de pescado, pota, camarones y langostinos frescos. Los aranceles para este sector varían desde 0% hasta 18%; sin embargo, a mediano plazo la desgravación total será similar para todos los productos pesqueros.

Sector Textil

Cuadro N° 10

Sector Textil					
Partida	Descripción	Clasificación	Importaciones México 2012 (US\$ Miles)	Arancel Perú	Competidores
610910	T-shirt de algodón	Estrella	263,770	0%	Honduras (0%) EEUU (0%) Bangladesh (25%)
610510	Polo shirt de Algodón	Estrella	56,313	0%	India (25%) Vietnam (25%)

	hombres				China (25%)
610610	Polo shirt de algodón para mujeres	Estrella	40,434	0%	India (25%) Bangladesh (25%) Vietnam (25%)
610990	T-shirts sintéticos	Estrella	76,250	0%	EEUU (0%) Portugal (25%) Tailandia (25%)
611020	Suéter de Algodón	Estrella	79,080	0%	Bangladesh (25%) Hong Kong(25%) Cambodia (25%)
611120	Prendas de algodón para bebés	Estrella	35,917	0%	Tailandia (25%) India (25%) Cambodia (25%)
611420	Tank top de algodón	Consolidado	4,519	0%	India (25%) EEUU (0%) Bangladesh (25%)
610520	Polo shirt de fibras sintéticas para hombres	Estrella	17,190	0%	Indonesia (25%) Colombia (0%) Tailandia (25%)
610620	Polo shirt de fibra sintética para damas	Estrella	46,852	0%	EEUU (0%) Colombia (0%) Vietnam (25%)
610442	Vestidos de algodón para mujeres	Prometedor	9,904	0%	India (25%) Turquía (25%) Chile (0%)

Fuente: Trademap / Market Acces Map Elaboración: PROMPERU

En el sector de confecciones se puede ver con claridad que existen varios productos destacados como las camisas, pantalones y camisetas de algodón, suéteres, jerséis, pullovers, cardiganes y artículos similares. Los aranceles para confecciones de origen peruano son de 0%, mientras que los países asiáticos deben pagar el arancel de aduanas del 25%. Los mayores proveedores de estos productos son Estados Unidos e India.

Sector Manufacturas Diversas

Cuadro N° 11

Sector Manufacturas Diversas					
Partida	Descripción	Clasificación	Importaciones México 2012 (US\$ Miles)	Arancel Perú	Competidores Arancel
847330	Partes y accesorios de máquinas de la partida 8471	Estrella	5 635 752	0%	China (0%)
					EEUU (0%)
					Tailandia (0%)
870829	Partes y accesorios de carrocería	Estrella	4 181 803	0%	EEUU (5,9%)
					Alemania (5,9%)
					Japón (5,9%)

870840	Cajas de cambio	Estrella	3 725 192	0%	EEUU (5,6%)
					Japón (5,6%)
					Alemania (5,6%)
840991	Partes identificables a los motores de embolo	Estrella	2 289 561	0%	EEUU (5,3%)
					Japón (5,3%)
					Alemania (5,3%)
870850	Ejes con diferencial	Estrella	2 177 772	0%	EEUU (6,6%)
					Japón (6,6%)
					China (6,6%)
870830	Partes y accesorios de vehículos automóviles: frenos	Estrella	2 177 772	0%	EEUU (6,7%)
					China (6,7%)
					Alemania (6,7%)
854370	Máquinas y aparatos eléctricos de función propia	Estrella	1 422 059	0%	EEUU (3,3%)
					China (3,3%)
					Malasia (3,3%)
401120	Neumáticos de caucho para autobuses y camiones	Estrella	1 349 318	0%	EEUU (15%)
					China (15%)
					Canadá (15%)
870894	Volantes, columnas y cajas de dirección de automóviles	Estrella	1 345 683	0%	EEUU (5,2%)
					Japón (5,2%)
					Alemania (5,2%)

Fuente: Trademap / Market Acces Map Elaboración: PROMPERU

Las importaciones mundiales de manufacturas diversas en México han logrado un crecimiento importante como consecuencia de la, cada vez, mayor importancia del sector automotriz en la economía del país. Es por ello que la mayoría de líneas referidas a autopartes muestran una importante participación y dinamismo entre las compras totales de manufacturas por parte del país. Cabe destacar que Perú tiene beneficio arancelario de 0% para la mayoría de partidas de este sector como consecuencia del Acuerdo de Integración Económica firmado con México.

Sector Servicios

Con respecto al sector servicios, las oportunidades más importantes para Perú se encuentran en las líneas de franquicias, logística y centros de contacto. Existe una tendencia positiva presente en los emprendedores mexicanos, los cuales están optando en mayor medida por invertir en pequeñas y medianas franquicias que sean exitosas y que estén acorde con las necesidades del mercado. Por otro lado, la demanda de servicios logísticos es cada vez más alta debido al crecimiento en la actividad comercial internacional y la tercerización de este tipo de servicios. A pesar de los crecientes beneficios para los centros de contacto, un punto en contra resulta ser la alta cantidad de oferta de este tipo de empresas en el país.

El segmento de software en México se encuentra atomizado debido a la gran cantidad de micro y pequeñas organizaciones, por lo que a pesar de existir demanda de servicios propios del rubro, se debe lidiar con una fuerte competencia. Por último, la mayor confianza de consumidor mexicano ha propiciado una mayor demanda local, sustentado en una recuperación de la economía del país. El año 2012, el crecimiento del PIB mexicano estuvo impulsado principalmente por el sector servicios, particularmente por el sector comercio

VII. Tendencias del Consumidor

Cuadro N° 12
Consumo Privado en México (US\$ Millones)

Categorías	2009	2010	2011	2012	2013
Gasto en alimentos y bebidas no alcohólicas	142 901	167 033	182 507	188 659	207 620
Gasto en bebidas alcohólicas y tabaco	14 275	15 939	16 614	16 751	17 825
Gasto en ropa y calzado	14 153	16 235	17 750	18 053	18 976
Gasto en vivienda	96 113	107 072	116 520	115 336	124 231
Gasto en artículos y servicios para el hogar	28 943	35 032	37 956	38 709	41 949
Gasto en productos de salud y servicios médicos	26 309	29 924	30 936	31 263	34 256
Gasto en transporte	112 123	138 977	160 016	165 884	182 268
Gasto en comunicaciones	26 294	30 185	31 410	32 169	35 850
Gasto en recreación y ocio	29 466	33 595	36 767	37 279	40 343
Gasto en educación	15 695	17 615	18 965	19 343	21 143
Gasto en hoteles y catering	23 713	27 367	29 771	29 977	32 384
Gasto en bienes y servicios varios	47 219	54 583	61 147	63 542	70 289
Consumo Privado	577 205	673 557	740 360	756 966	827 135

Fuente: Euromonitor International Elaboración: PROMPERÚ

Los cambios económicos en el país han empezado a aminorar la desigualdad y han creado una nueva clase de media con capacidad de consumo. El incremento de esta clase social ha sido mayormente influenciado por la disminución del tamaño de la familia, lo cual ha propiciado que los hogares asignen una proporción mayor de sus ingresos a la compra de bienes y servicios no esenciales. Asimismo, la mayor cobertura de la educación superior se ha convertido en un factor importante para asegurar un futuro estable y próspero, por lo cual se espera que más familias mejoren su calidad de vida y aumenten su consumo en los próximos años.

El aumento de la clase media ha generado un cambio importante en los patrones de consumo de alimentos, principalmente. A la par del crecimiento de la fuerza laboral y de los ingresos disponibles, los alimentos de conveniencia, tales como congelados y enlatados así como los servicios de entrega

a domicilio, se han vuelto muy populares. Es por ello que las tiendas de conveniencia⁴ se han convertido en un importante canal de compra de comestibles tanto en las ciudades como en los pueblos pequeños.

La creciente integración entre México y Estados Unidos también ha traído consigo cambios en los hábitos de consumo. Las preferencias por marcas norteamericanas como Kirkland (vitaminas), Nature Valley (barras de granola) y Cape Cod (papas pre – cocidas) se han puesto en evidencia debido a su mayor presencia en las góndolas de los supermercados tanto en zonas pudientes como en los suburbios. Esta tendencia se da particularmente con mayor fuerza en los consumidores de clase media y media – alta quienes han comenzado a centrarse menos en el precio y más en la marca y la novedad.

Por otro lado, los compradores mexicanos han comenzado a adoptar el comercio electrónico en los últimos años. Entre 2000 y 2012, los hogares incrementaron su gasto online de 49,9 pesos a 1 254 pesos; asimismo, se espera que esta cifra alcance 1 870 pesos para 2015. Esto es consecuencia básicamente de la rápida expansión del uso del internet en el país, además del crecimiento de la banca formal y el uso de tarjetas de crédito y débito. Los productos y servicios más comprados en línea son pasajes de avión y autobús, entradas para espectáculos, reservaciones de hotel, equipos electrónicos, ropa, computadoras, software y libros.

Por último, el consumo ético recién está empezando a ser popular entre los mexicanos, sobre todo entre los consumidores de clase media y alta con visión cosmopolita. El consumo de alimentos orgánicos sigue siendo bastante limitado y la gran mayoría de la producción del país se exporta; sin embargo, la mayoría de comida orgánica consumida en México proviene de fuera del país. Los principales alimentos orgánicos importados incluyen panadería y productos lácteos, bebidas, cereales, salsas, aceites y repostería, así como semillas, los cuales se han convertido en una alternativa viable para quienes buscan dietas más saludables. En la Ciudad de México las principales tiendas orgánicas se encuentran ubicadas en barrios acomodados como La Condesa, Polanco, Lomas de Chapultepec y Coyoacán.

VIII. Cultura de Negocios⁵

Hacer negocios en México requiere esfuerzo y tiempo. Se impone establecer una relación personal y de confianza con la otra parte. Será necesario visitar varias veces el país. La toma de decisiones es lenta.

⁴ Tiendas de conveniencia: Formato que ofrecen casi exclusivamente alimentos procesados y bebidas azucaradas. En las zonas urbanas de México las cadenas más populares son Oxxo y 7- Eleven.

⁵ Cfr. Banesto

Por razones de estructura de edad de la población y formación empresarial, en el mundo de negocios mexicano predominan los ejecutivos jóvenes. Lo más probable es que se tenga que negociar con personas entre treinta y cuarenta años.

Debido a las estructuras de la distribución y las dificultades logísticas, es difícil llegar al cliente final. Lo más aconsejable es nombrar un representante (agente o importador-distribuidor) y evitar darle exclusividad, por lo menos al principio de la relación.

A pesar de la progresiva liberalización comercial, el acceso al mercado desde el punto de vista legal y administrativo puede resultar complicado. Conviene constatar que se está en condiciones de cumplir las Normas Oficiales Mexicanas (NOM). El funcionamiento de Aduanas es lento y, a veces discrecional. Es necesario contratar los servicios de un agente de aduanas diligente y experimentado.

En el trato, tanto a nivel personal como profesional, prima la educación y la cordialidad. Por ello se evita decir directamente "no". Aunque se piense que la propuesta no es adecuada se dirá que el producto es bueno y que tiene posibilidades en un mercado de tanto potencial. El caso es no desagradar al visitante extranjero.

La conversación empieza con una charla informal antes de entrar en materia de negocios. A lo largo de la reunión se van mezclando temas profesionales con comentarios personales. Las negociaciones no se atienen a unos temas previamente pactados. No es necesario establecer una agenda previa de temas a tratar.

El ritmo de la conversación es lento y el tono de voz más bajo que en Europa o Estados Unidos. Utilizan los silencios para pensar sobre lo que se va a decir o responder a preguntas que implican alguna decisión: Acelerar el ritmo o interrumpir los silencios es contraproducente.

En las negociaciones es necesario buscar el equilibrio; no conviene tomar siempre la iniciativa, pero tampoco dejarse llevar. Es contraproducente utilizar tácticas de presión. Aunque aparentemente son abiertos a nuevas ideas y conceptos, en realidad son bastante conservadores y rara vez cambian sus opiniones. A los empresarios y altos ejecutivos mexicanos les gusta demostrar su poder adoptando posiciones firmes y dando sensación de seguridad en sus planteamientos. Es preferible reconocer su poder y no enfrentarse a ellos.

En operaciones importantes se negocia con directivos y altos funcionarios que tienen buena formación empresarial y técnica. Una vez que se ha llegado al acuerdo, es conveniente realizar un contrato aunque no son partidarios de contratos muy detallados; considerar los contratos como objetivos a alcanzar no como compromisos de obligado cumplimiento.

IX. Links de interés

- **Servicio de Administración Tributaria de México**
www.sat.gob.mx
- **Diario Oficial de la Federación Mexicana**
www.dof.gob.mx
- **Secretaría de Economía de México**
www.economia.gob.mx
- **Instituto Nacional de Estadística, Geografía e Informática**
www.inegi.gob.mx
- **Banco Nacional de México – Bancomext**
www.bancomext.com
- **Sistema de Información Empresarial Mexicano**
www.siem.gob.mx
- **Cámara Nacional de Comercio de la Ciudad de México (CANACO)**
www.ccmexico.com.mx
- **Comisión Federal de Mejora Regulatoria**
www.cofemer.gob.mx
- **Banco de México**
www.banxico.org.mx
- **Secretaría de Agricultura, Ganadería, Desarrollo Rural, pesca y Alimentación (SAGARPA)**
www.sagarpa.gob.mx
- **Secretaría de Medio Ambiente y Recursos Naturales (SEMARNAT)**
www.semarnat.gob.mx
- **Secretaría de la Defensa Nacional (SEDENA)**
www.sedena.gob.mx
- **Secretaría de Salud (SALUD)**
www.salud.gob.mx

- **Secretaría de Educación Pública (SEP)**
www.sep.gob.mx
- **Servicio Nacional de Sanidad, Inocuidad y Calidad Agroalimentaria (SENASICA)**
www.senasica.gob.mx

X. Eventos Comerciales

Expo Promueble

ExpoPromueble 2014

Feria especializada en herramientas, maquinaria y tecnología para la industria del mueble; cuenta con la asistencia de los más prestigiosos proveedores de madera e insumos.

22 – 25 de enero 2014

Centro BANAMEX – México D.F.



Expo Internacional Naturista ANIPRON

Feria que reúne a profesionales y empresas que apuestan por el estilo de vida natural y respetuoso con el Medio Ambiente para que muestren sus productos y servicios. Este evento expone desde alimentos y bebidas orgánicas, hasta ropa y calzado elaborados con fibras naturales o productos de belleza e higiene ecológicos.

14 – 16 de febrero 2014

Mexico World Trade Center – México D.F.



SAIE México 2014

Feria especializada en materiales, herramientas, maquinaria y soluciones tecnológicas para la industria de la construcción.

19 – 22 de febrero 2014

Mexico World Trade Center – México D.F.



Expo Manufactura Monterrey

Feria especializada en la industria automotriz, aeroespacial, siderúrgica, electrónica y metalmecánica que muestra lo último en productos y servicios.

04 – 06 de marzo 2014

Cintermex - Monterrey



PUEBLA VIVE
EXPERIENCIA TEX

EXINTEX 2014

Feria textil internacional más importante de México y una de las principales de América Latina

11 – 16 de marzo 2014

Centro Expositor - Puebla

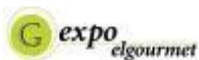


Expo Plásticos

Feria catalogada como una de las mejores exposiciones internacionales de soluciones en plástico para la industria en general

25 - 28 de marzo 2014

Expo Guadalajara – Guadalajara



Expo El Gourmet

Salón especializado en la gastronomía donde se dan cita empresas vinculadas al sector de alimentación, hotelería y restauración para mostrar sus productos y servicios

03 - 05 de octubre 2014

Centro Banamex – México D.F.

XI. Bibliografía

- **The Federation of International Trade Associations (FITA)**
www.fita.org
- **Fondo Monetario Internacional (FMI)**
www.imf.org
- **Euromonitor International**
www.euromonitor.com
- **Instituto Nacional de Estadística, Geografía e Informática**
www.inegi.gob.mx
- **Banco Nacional de México – Bancomext**
www.bancomext.com
- **Cámara Nacional de Comercio de la Ciudad de México (CANACO)**
www.ccmexico.com.mx
- **Banco de México**
www.banxico.org.mx
- **Secretaría de Agricultura, Ganadería, Desarrollo Rural, Pesca y Alimentación**
www.sagarpa.gob.mx
- **Secretaría de Medio Ambiente y Recursos Naturales (SEMARNAT)**
www.semarnat.gob.mx