



GUÍA DE MERCADO  
MULTISECTORIAL

México

## Contenido

---

1.	Resumen Ejecutivo.....	2
2.	Información General .....	3
3.	Situación económica y de coyuntura .....	4
	3.1. Análisis de las Principales Variables Macroeconómicas .....	4
	3.2. Evolución de los Principales Sectores Económicos.....	5
	3.3. Nivel de Competitividad .....	6
4.	Comercio Exterior de Bienes y Servicios.....	7
	4.1. Intercambio Comercial de México con el Mundo.....	7
	4.2. Intercambio Comercial de México con el Perú.....	8
5.	Acceso al Mercado .....	11
	5.1. Medidas Arancelarias .....	11
	5.2. Medidas No Arancelarias .....	13
6.	Oportunidades Comerciales .....	14
	6.1. Preferencias Obtenidas en Acuerdos Comerciales .....	14
	6.2. Productos con Potencial Exportador.....	14
7.	Tendencias del Consumidor .....	18
8.	Cultura de Negocios .....	21
9.	Links de Interés.....	22
10.	Eventos Comerciales .....	23
11.	Bibliografía.....	24

## 1. Resumen Ejecutivo

México se encuentra ubicada en América del norte. Limita al norte con Estados Unidos y por el sur con Guatemala y Belice. Es limitrofe con el Mar Caribe por el este y el Océano Pacífico por el oeste.

Con respecto a la extensión territorial, México ocupa la posición 15ª en el mundo y cuenta con una superficie total de 1,964,375 Km<sup>2</sup>, que se distribuyen en 1,943,945 km<sup>2</sup> de tierra y 20,430 Km<sup>2</sup> de agua. Asimismo, es el décimo país más poblado del mundo, con aproximadamente 130 millones de habitantes, la mayoría de los cuales tiene como lengua materna el español (92.7%). Además, tiene una longitud de costa que se extiende a lo largo de 4,389 km. Mide aproximadamente 1.5 veces el tamaño del Perú.

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 8.8 millones de personas. Aproximadamente una cuarta parte de la población vive en la Ciudad de México y sus alrededores. Otras ciudades importantes, en cuanto a población, son Jalisco (8 millones 348 mil 151), Veracruz (8 millones 62 mil 579) y Puebla (6 millones 583 mil 278).

Según la OECD, México ya es la undécima mayor economía del mundo (en cuanto al PIB medido según la paridad del poder de compra). En las últimas tres décadas, el país ha experimentado enormes cambios estructurales. De una economía dependiente del petróleo a principios de la década de 1990 a un centro manufacturero después del TLCAN a mediados de esa misma década.

La tasa potencial de crecimiento de México es de aproximadamente 2.6%. Sin embargo, el FMI espera que aumente entre 3% a 3.5% en el mediano plazo debido a la entrada en vigor del TMEC, el nuevo Tratado de libre comercio entre México, Estados Unidos y Canadá que sustituyó al TLCAN desde el primero de julio del 2020.

Se confirmaron los primeros casos de COVID-19 en febrero de 2020. En respuesta, el gobierno implementó una serie de medidas para contener la propagación del coronavirus. Sin embargo, varios estados aplicaron medidas de confinamiento en diferentes niveles.

La pandemia coronavirus (COVID-19) empujó a la economía a una severa recesión, debido a la economía altamente abierta del país con gran exposición al comercio, turismo, cadenas mundiales de suministro, precios del petróleo y las remesas. Según las estimaciones del PBI al cierre del 2020, se esperaba una caída del 6.63% y se estimaba que para el año 2021, México crecería 3.02% (IMF). Sin embargo, los últimos datos acumulados del INEGI, la economía mexicana se contrajo 8.5%, la mayor caída desde la Gran Depresión de 1932.



## 2. Información General

México se encuentra ubicada en América del norte. Limita al norte con Estados Unidos y por el sur con Guatemala y Belice. Es limítrofe con el Mar Caribe por el este y el Océano Pacífico por el oeste.

En cuanto a su distribución administrativa, cuenta con 32 estados federados: Aguascalientes, Baja California, Baja California Sur, Campeche, Chiapas, Chihuahua, Coahuila, Colima, Cuidad de México, Durango, Guanajuato, Guerrero, Hidalgo, Jalisco, México, Michoacán, Morelos, Nayarit, Nuevo León, Oaxaca, Puebla, Querétaro, Quintana Roo, San Luis Potosí, Sinaloa, Sonora, Tabasco, Tamaulipas, Tlaxcala, Veracruz, Yucatán y Zacatecas.



Con respecto a la extensión territorial, México ocupa la posición 15ª en el mundo y cuenta con una superficie total de 1,964,375 Km², que se distribuyen en 1,943,945 km² de tierra y 20,430 Km² de agua. Asimismo, es el décimo país más poblado del mundo, con aproximadamente 130 millones de habitantes, la mayoría de los cuales tiene como lengua materna el español (92.7%). Además, tiene una longitud de costa que se extiende a lo largo de 4,389 km. Mide aproximadamente 1.5 veces el tamaño del Perú.

El país azteca se encuentra en el Anillo de Fuego, un cinturón de volcanes activos y epicentros sísmicos que bordean el Océano Pacífico. Aproximadamente el 90% de los terremotos y el 75% de los volcanes del mundo ocurren dentro del anillo. También posee la cueva submarina más larga del mundo y la segunda cueva más larga del mundo, después de Mammoth Cave en los Estados Unidos.

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 8.8 millones de personas. Aproximadamente una cuarta parte de la población vive en la Ciudad de México y sus alrededores. Otras ciudades importantes, en cuanto a población, son Jalisco (8 millones 348 mil 151), Veracruz (8 millones 62 mil 579) y Puebla (6 mil 583 mil 278).

Con una tasa de crecimiento anual de casi 1.04%, se estima que la población aumentó a 5.0 millones de habitantes en el año 2020. Del total de población, el 26.01% se encuentra en el rango de 0 y 14 años, el 16.97% se ubicó entre 15 y 24 años, el 49.35% se ubicó entre 25 y 64 años y el restante 7.67% en el rango de 65 años a más. El 80.7% de la población del país reside en áreas urbanas y la mayor parte de la población se encuentra en el centro del país, entre los estados de Jalisco y Veracruz.

Cabe resaltar que la población es relativamente joven. La edad mediana es de 29.3 años y la esperanza de vida es de 76.9 años. Con respecto a la religión, el 82.7% de la población cree en el catolicismo, el 1.6% es Pentecostal, el 1.4% es testigo de Jehová y el 5% lo conforman varios grupos evangélicos. El 7.4% cree en otra o ninguna religión.

### 3. Situación económica y de coyuntura

Según la OECD, México ya es la undécima mayor economía del mundo (en cuanto al PIB medido según la paridad del poder de compra). En las últimas tres décadas, el país ha experimentado enormes cambios estructurales. De una economía dependiente del petróleo a principios de la década de 1990 a un centro manufacturero después del TLCAN a mediados de esa misma década.

La tasa potencial de crecimiento de México es de aproximadamente 2.6%. Sin embargo, el FMI espera que aumente entre 3% a 3.5% en el mediano plazo debido a la entrada en vigor del TMEC, el nuevo Tratado de libre comercio entre México, Estados Unidos y Canadá que sustituyó al TLCAN desde el primero de julio del 2020.

El actual gobierno introdujo importantes reformas estructurales desde 2012, cuyo objetivo es mejorar el crecimiento, el bienestar y la distribución del ingreso. La primera oleada de reformas, impulsada por los compromisos políticos multipartidistas en el Pacto por México, produjo un progreso notable en un conjunto de áreas y colocó a México a la vanguardia de los reformadores entre los países de la OCDE.

De otro lado, se confirmaron los primeros casos de COVID-19 en febrero de 2020. En respuesta, el gobierno implementó una serie de medidas para contener la propagación del coronavirus. Sin embargo, varios estados aplicaron medidas de confinamiento en diferentes niveles.

El déficit presupuestario fue del 1.7% del PIB en 2019. Se espera que el déficit se amplíe al 4.9% al término del 2020 debido al aumento de gastos causados por la crisis combinada junto con una reducción de los ingresos. En el mediano plazo, el gobierno estima reducir a un tercio la deuda pública, equivalente al 53.7% del PIB.

#### 3.1. Análisis de las Principales Variables Macroeconómicas<sup>1</sup>

**Cuadro N° 1**  
**Principales Indicadores Macroeconómicos en México**

Indicadores	2017	2018	2019	2020	2021*
PBI (variación %)	2.12	2.14	-0.15	-6.63	3.02
PBI Per cápita (US\$)	9,367	9,797	10,118	10,406	10,767
Desempleo (variación %)	3.42	3.33	3.27	5.33	3.51
Inflación (variación %)	6.77	4.83	2.83	2.44	3.00

Fuente: FMI / Proyectado (\*)

Elaboración: PROMPERÚ

#### a. Producto Bruto Interno Total

El consumo, la inversión y las exportaciones contribuyen como un todo al crecimiento del PBI. El consumo se elevó en 0.4% durante el 2019 pero se espera una disminución del 9.7% para el 2020 como consecuencia del bloqueo y las medidas de distanciamiento social. El tipo de interés de la política monetaria se ha reducido a 4.0 % debido a un panorama económico incierto.

La pandemia coronavirus (COVID-19) empujó a la economía a una severa recesión, debido a la economía altamente abierta del país con gran exposición al comercio, turismo, cadenas mundiales de suministro, precios del petróleo y

<sup>1</sup> Euromonitor: México country profile

las remesas. Según las estimaciones del PBI al cierre del 2020, se esperaba una caída del 6.63% y se estimaba que para el año 2021, México crecería 3.02% (IMF). Sin embargo, los últimos datos acumulados del INEGI, la economía mexicana se contrajo 8.5%, la mayor caída desde la Gran Depresión de 1932.

Se estima que el PIB real de México se recuperaría para el año 2021 a una tasa de crecimiento de 3.5% en 2021 y promediaría alrededor del 2,3% anual entre el 2024 y 2027.

## b. Nivel de empleo

La tasa de desempleo fue del 3.27% durante el año 2019 y se incrementó a 5.33% al término del 2020. El salario mínimo de México, que se ajusta anualmente, se elevó un 16.2% durante el año 2019. Además, el 61% de la población ocupada se concentró en el sector servicios, el 26,5% en el sector industrial y el 12% en actividades primarias.

Según el Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI), la PEA se redujo en 12 millones desde abril del 2020, debido al inicio del confinamiento producto de la pandemia. Con la posterior reapertura económica, aproximadamente 10 millones han reingresado a la contabilidad de la PEA de acuerdo a los últimos datos del mes de febrero de 2021.

## c. Inflación

Los precios disminuyeron a 2.83% en 2019 y la tendencia se mantuvo hasta llegar a 2.44% al término del 2020, situándose dentro del rango objetivo del Banco de México (+/- 3%). La desaceleración de la inflación al cierre del año estuvo ligada a una caída en los precios de alimentos. El país azteca ha logrado mantener sus metas de inflación pese a la crisis de covid-19.

## d. 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 pesos mexicanos y soles peruanos (PEN).

1.00 USD	=	20.429017 MXN	
Dólar Estadounidense		Pesos mexicanos	
1.00 USD = 20.429017 MXN	<-->	1 MXN = 0.0489487 USD	
1.00 PEN	=	5.4964771 MXN	
Sol Peruano		Pesos mexicanos	
1.00 PEN = 5.4964771 MXN	<-->	1 MXN = 0.181911 PEN	

Fuente: XE.com

Elaboración: PROMPERÚ

## 3.2. Evolución de los Principales Sectores Económicos

El sector agrícola emplea al 12,3% de la fuerza laboral. Los cítricos, tomates, pimientos, algodón, café y caña de azúcar son los principales productos de exportación del sector. Los incentivos al sector se evidencian en el fomento a la gran agricultura. Solo el 5% de sector es rentable.

El sector petrolero provee al gobierno aproximadamente un tercio del presupuesto nacional a través de PEMEX, la empresa estatal productora, transportista, refinadora y comercializadora de petróleo y gas natural del país. Es la séptima petrolera más grande en el mundo. Debido a la fuerte inversión en el sector de los últimos años, se espera que la producción aumente hasta en un 45% para el año 2030.

El sector manufacturero aporta el 20.8 % del PIB y proporciona empleo al 16.6% de la fuerza laboral. Las principales industrias incluyen la producción de televisores de pantalla plana y automóviles. Además, en los últimos años se ha evidenciado un rápido crecimiento industria aeroespacial.

México produce alrededor de 3.5 millones de automóviles al año y exporta 80% a Estados Unidos y Canadá. También suministran el 40% de todos los componentes utilizados en los automóviles ensamblados en Estados Unidos.

El sector turismo juega un rol importante dentro de la economía del país. México fue el 7º destino turístico más visitado mundial en 2018 según la Organización Mundial del Turismo de la ONU. Emplea alrededor del 17.8% de la fuerza laboral y se espera que el nuevo aeropuerto de la Ciudad de México pueda incentivar a la reactivación del sector, a pesar de las recesiones y restricciones de viaje.

El sistema bancario concentra el 80% de los activos totales del sistema en los principales siete bancos del país. Además, como en varios países de Latinoamérica, una gran parte de la población todavía no utiliza el sistema formal de la banca. A pesar de ello, los servicios relacionados tecnologías de la información (TI), han crecido rápidamente en los últimos años.

### 3.3. Nivel de Competitividad

El informe Doing Business, elaborado por el Banco Mundial, analiza 10 variables con el objetivo de medir la facilidad para hacer negocios en un país. Se evalúa como la legislación incentiva la creación de empresas y el desarrollo de las mismas.

El 27 de agosto del 2020, la dirección del Banco Mundial anunció irregularidades de datos en el Doing Business 2018 y Doing Business 2020, publicados en octubre de 2017 y 2019. El nuevo informe corregido estaba previsto para su publicación en marzo del 2021. Sin embargo, al cierre de esta guía aún no se ha publicado el informe Doing Business 2021. Por lo tanto, los datos corresponden al del año previo.

Según las conclusiones del informe de clasificación global de los datos de Doing Business 2020, las diez economías con mayor puntaje fueron: Nueva Zelanda (86.8), Singapur (86.2), Hong Kong (85.3), Dinamarca (85.3), República de Corea (84), Estados Unidos (84), Georgia (83.7), Reino Unido (83.5), Noruega (82.6) y Suecia (82).

Una normativa sólida y transparente, la aplicación de sistemas electrónicos en la declaración de impuestos, una eficiente transferencia de propiedades y una adecuada concesión de permisos de construcción son características comunes entre las principales economías del ranking. Otra conclusión del reporte muestra que, en los países en desarrollo, el costo de apertura de un negocio ha decrecido desde que el ranking inicio sus publicaciones.

En la región Asia Oriental y Pacífico, el ritmo de las reformas ha disminuido a pasar que es “relativamente fácil” hacer negocios. Pese a ello, cinco economías de la región se encuentran en el top 25 del mundo. Singapur (2), Hong Kong (3), Malasia (12), Taiwán (15) y Tailandia (21) son las principales. Caso contrario se observa en América Latina ya que, salvo Guatemala<sup>2</sup>, ninguna economía mostró mejoras y tampoco se ubicaron en el top 50 del ranking. Chile y México se encuentran en el puesto 59 y 60 respectivamente.

En la siguiente tabla se presenta la clasificación global de los datos de Doing Business 2020, que mide la “Facilidad de hacer negocios” (entre 190 economías) y la clasificación por cada tema, para países comparables.

<sup>2</sup> Mejoró su posición del puesto 98 al 96.

**Cuadro N°2**  
**Ranking de Facilidad para Hacer Negocios 2020**

Criterios	México	Perú	Canadá	Estados Unidos	Guatemala	Panamá	Colombia
<b>Facilidad de hacer negocios</b>	<b>60</b>	<b>76</b>	<b>23</b>	<b>6</b>	<b>96</b>	<b>86</b>	<b>67</b>
Apertura de un negocio	107	133	3	55	99	51	95
Manejo de permisos de construcción	93	65	64	24	118	100	89
Obtención de electricidad	106	88	124	64	46	51	82
Registro de propiedades	105	55	36	39	89	87	62
Obtención de crédito	11	37	15	4	15	25	11
Protección al inversor	61	45	7	36	153	88	13
Pago de impuestos	120	121	19	25	104	176	148
Comercio transfronterizo	69	102	51	39	82	59	133
Cumplimiento de contratos	43	83	100	17	176	141	177
Resolución de Insolvencia	33	90	13	2	157	113	32

Fuente: Doing Business 2020. Banco Mundial

#### 4. Comercio Exterior de Bienes y Servicios

##### 4.1. Intercambio Comercial de México con el Mundo

La proximidad al mercado de exportación de Estados Unidos de América representa una ventaja competitiva. A ello se suma que México ha impulsado estratégicamente el libre comercio al suscribir 12 acuerdos con 46 países desde su incorporación al TLCAN en 1994. Es parte de los nuevos 11 miembros del Acuerdo para la Asociación Transpacífica (CPTPP), que se creó formalmente en marzo de 2018. La UE y México han llegado a un acuerdo para la reducción de aranceles a las importaciones agrícolas.

Las exportaciones aumentaron un 2,2% en 2019 y se prevé una fuerte disminución del 20,4% para 2020 debido a la desaceleración causada por la pandemia. Las exportaciones representaron el 36,6% del PIB en 2019 y Estados Unidos es el principal mercado de destino debido a que representa aproximadamente el 80% de las exportaciones durante el mismo periodo. China es el principal competidor de México en el mercado estadounidense.

La mayoría de las exportaciones a los Estados Unidos se producen en fábricas (maquiladoras) que se ubican en la frontera con el fin de minimizar los costos de transporte. Una semana es el tiempo promedio de entrega de mercancía de México a Estados Unidos. Los productos chinos tardan entre 20 días y 2 meses. Es por ello que se ha posicionado como un importante exportador mundial de automóviles, televisores de pantalla plana y en general de productos de alta y mediana manufactura.

Para impulsar el comercio se están mejorando la infraestructura de transporte. En las carteras de proyectos a considerar se encuentra la construcción de un nuevo aeropuerto en la Ciudad de México (US\$ 12.500 millones) y mejoras en una red de más de 100 puertos (US\$ 5.000 millones). Se espera que el acuerdo de libre comercio entre México, Canadá y Estados Unidos fomente el comercio regional.



**Cuadro N° 3**  
**Intercambio Comercial de bienes México – Mundo**  
(Cifras en millones de US\$)

Información Comercial de México							
Indicadores	2015	2016	2017	2018	2019	Var % 2019/2018	Var% Prom. 2019/2015
Exportaciones	380,789	373,904	409,476	450,920	460,704	2.2	4.9
Importaciones	395,232	387,065	420,369	464,277	455,289	-1.9	3.6
Balanza Comercial	-14,443	-13,160	-10,893	-13,356	5,414	-----	-----
Intercambio Comercial	776,021	760,969	829,846	915,197	915,993	0.1	4.2

Fuente: Trade Map - Elaboración: PROMPERÚ

#### 4.2. Intercambio Comercial de México con el Perú

El comercio de bienes entre Perú y México decreció en -15.5% en 2020, llegando a US\$ 1 918 millones. Este comercio ha sido históricamente deficitario para nuestro país. El último año el déficit fue de US\$ 1,007 millones, el menor debido a contexto de pandemia. En el último quinquenio, las exportaciones peruanas a México decrecieron a una tasa promedio anual de 4.7% y en 2020 totalizaron US\$ 445 millones. Este comportamiento en las exportaciones peruanas está relacionado con las mayores ventas de neumáticos radiales, concentrados de cinc, minerales de cobre y uvas, que se exportaron en conjunto por un valor total de US\$ 188 millones durante el año 2020.

**Cuadro N° 4**  
**Intercambio Comercial Perú - México**  
(Cifras en millones de US\$)

Información Comercial de México							
Indicadores	2016	2017	2018	2019	2020	Var % 2020/2019	Var% Prom. 2020/2016
Exportaciones	466	418	445	478	455	-4.7	-0.6
Importaciones	1,624	1,722	1,867	1,793	1,463	-18.4	-2.6
Balanza Comercial	-1,158	-1,304	-1,422	-1,315	-1,007	-----	-----
Intercambio Comercial	2,090	2,140	2,312	2,271	1,918	-15.5	-2.1

Fuente: SUNAT - Elaboración: PROMPERÚ

Según el cuadro No 5, las exportaciones por sectores muestran un aumento de las exportaciones no tradicionales en 8.6%. Este incremento es consecuencia de mayores colocaciones de productos del sector químico (US\$ 104 millones / +39%) y agrario (US\$ 122 millones / +14.4%).

Con respecto al sector textil (US\$ 21 millones / -32.3%), pesquero (US\$ 26 millones / +9%), sidero-metalúrgico (US\$ 11 millones / +5.4%) y metal mecánico (US\$ 25 millones / -18.9%), se registraron variaciones con diferente tendencia, pero poco significativas.

Por otra parte, las exportaciones tradicionales han tenido una variación importante, con un decrecimiento de 29.4 % debido a que se registraron menores envíos de productos de cobre (US\$ 45 millones / -36.5 %) además de los envíos del petróleo y derivados (US\$ 5 millones / -89.7 %).

Cuadro N° 5

Exportaciones por Sectores Económicos (Cifras en millones de US\$)			
Sector	2019	2020	Var. % 20/19
<b>Total Tradicional</b>	<b>167</b>	<b>118</b>	<b>-29.4</b>
Cobre	70	45	-36.5
Hierro	0	0	0.0
Plata	0	0	0.0
Plomo	0	0	0.0
Zinc	33	51	57.3
Oro	0	0	0.0
Estaño	5	9	74.1
Resto	0	0	0.0
Harina de pescado	0	0	10,000.0
Aceite de pescado	0	0	94.2
Petroleo crudo	0	0	0.0
Petroleo y derivados	53	5	-89.7
Algodón	0	0	0.0
Azúcar	0	0	0.0
Café	4	4	-8.2
Agro resto	1	0	-77.5
<b>Total No Tradicional</b>	<b>311</b>	<b>338</b>	<b>8.6</b>
Agropecuario	106	122	14.4
Textil	30	21	-32.3
Pesquero	24	26	9.0
Químico	75	104	39.0
Metal-mecánico	30	25	-18.9
Sidero-metalúrgico	11	11	5.4
Minería no metálica	10	10	-3.8
Maderas y papeles	21	17	-19.0
Piel y cueros	0	0	98.1
Varios (inc. joyería)	3	3	-16.3
<b>TOTAL</b>	<b>478</b>	<b>455</b>	<b>-4.7</b>

Fuente: SUNAT - Elaboración: PROMPERÚ

Como se observa en el cuadro No 6, destacan productos no tradicionales de los sectores agro, químico y pesquero hacia México. Los primeros 6 productos no tradicionales exportados al mercado mexicano representan el 49.2% de participación.

Los neumáticos radiales, los ajos frescos y la harina de pota registraron crecimientos de 121.2%, 174% y 96.2% respectivamente mientras que los productos más dinámicos fueron los cebos, glicerol y láminas de plástico autoadhesivos.

Cuadro N°6

México: Principales productos no tradicionales (Cifras en millones de US\$)					
Nro.	Partida	Descripción	2019	2020	Var %
1	4011101000	Neumáticos radiales	24	54	121.2
2	0806100000	Uvas frescas	30	40	35.8
3	0904211090	Las demás paprika (capsicum annum)	30	27	-8.6
4	0307430000	Jibias (sepias), globitos y calamares	19	20	6.3
5	0703209000	Ajos frescos	7	18	174.0
6	4803009000	Papel celulósico	7	7	6.4
7	1801001900	Cacao en grano	8	6	-22.7
8	3920209000	Las demás placas, láminas, hojas y tiras de polímeros de propileno	8	5	-28.3
9	2301209000	Harina de pota	2	4	96.2
10	3920690000	Las demás placas, láminas, hojas y tiras de los demás poliésteres	3	4	37.2
		Otros	175	152	-13.2
		<b>Total</b>	<b>311</b>	<b>338</b>	<b>8.6</b>

Fuente: SUNAT - Elaboración: PROMPERÚ

## 5. Acceso al Mercado

### 5.1. Medidas Arancelarias

Las mercancías que ingresan o salen de México están sujetas al pago de impuestos y, al cumplimiento de regulaciones y restricciones no arancelarias, los cuales se verifican de acuerdo con su fracción arancelaria.

México aplica el Sistema Armonizado de Aduanas y la clasificación arancelaria se determina por la Ley de los Impuestos Generales de Importación y de Exportación (LIGIE<sup>3</sup>). Los aranceles se calculan en ad-valorem sobre el valor CIF de los productos, excepto en aquellos 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 en el “Programa de Maquiladoras”.

Para ingresar al mercado mexicano, ciertos productos del sector textiles y agrícola se necesita de una licencia de importación. El organismo a cargo de dicha emisión es la Secretaría de Economía. Se requiere además de un certificado de origen. En el caso de los textiles, los requerimientos de importación son más estrictos que en otros sectores.

Se debe cumplir con diversos requisitos en el proceso de importación como:

- Inscribirse en Padrón de Importadores, Padrón de Importadores de Sectores Específicos o Padrón de Exportadores Sectorial.
- Contratar los servicios de un agente o apoderado aduanal para que en su nombre realice los trámites correspondientes.
- El único trámite que se puede realizar sin la necesidad de contratar los servicios de un agente aduanal es la importación de mercancías por pasajeros internacionales, siempre y cuando el valor de las mercancías, excluyendo la franquicia, no exceda del equivalente en moneda nacional a mil dólares (este monto se incrementa durante los periodos vacacionales, consulte el apartado de pasajeros para mayor información).
- Cumplir con las restricciones y regulaciones que la Ley de los Impuestos Generales de Importación y de Exportación señalen para la mercancía.
- Pagar los impuestos al comercio exterior

Si la mercancía que desea ingresar no es para su venta o comercialización, o desea realizar la importación de mercancía por una sola ocasión, puede realizar la importación sin estar inscrito en el padrón de importadores. Lo mismo aplica cuando se trate de operaciones vía mensajería, paquetería o servicio postal.

Por el Acuerdo de Integración con México, vigente desde 2012, Perú tiene un acceso preferencial de más de 12,000 productos como bienes manufacturados, langostinos, flores, conservas de pescado, galletas, dulces y vinos que ingresan libres de arancel. Pese a ello, para algunas partidas negociadas México ofrece un cupo agregado que limita el alcance de las preferencias arancelarias.

Para conocer el arancel, los cupos de importación y otras medidas que afectan las importaciones de México, se pueden acceder a la siguiente página: [www.siicex-caaarem.org.mx](http://www.siicex-caaarem.org.mx). Para contar con un agente aduanal, puede ponerse en contacto con la Confederación de Asociaciones de Agentes Aduanales de la República Mexicana (CAAAREM) [www.caaarem.org.mx](http://www.caaarem.org.mx) o con la Confederación Latinoamericana de Agentes Aduanales [www.claa.org.mx](http://www.claa.org.mx)<sup>4</sup>.

<sup>3</sup> La LIGIE fue publicada en el Diario Oficial de la Federación el 18 de enero de 2002 y entró en vigor el 1 de abril del mismo año. Tiene sus antecedentes inmediatos en la Ley del Impuesto General de Importación (LIGI) y en la Ley del Impuesto General de Exportación, las cuales estuvieron vigentes hasta el 31 de marzo de 2002, ya que la LIGIE las abrogó. La LIGIE se basa en el Convenio del Sistema Armonizado de Designación y Codificación de Mercancías (Harmonized System of Tariff Nomenclature, HS), el cual entró en vigor el 1 de enero de 1988; este convenio forma parte de la Organización Mundial de Aduanas.

<sup>4</sup> 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.



A continuación, se detallan algunos de los principales productos importados por México desde Perú, con los respectivos aranceles que este país le aplica a nuestro país y al mundo. También se muestran los competidores para cada producto.

Cuadro N° 7

México: Preferencias arancelarias para principales productos no tradicionales						
Ranking	Partida	Descripción	Posición Perú como proveedor	Principales competidores (% Part.)	Arancel NMF	Preferencia Arancelaria
1	4011101000	Neumáticos radiales	23	Estados Unidos (37.1 %) Corea del Sur (17.2 %) China (16.1 %)	15.0%	0.0%
2	0806100000	Uvas frescas	2	Estados Unidos (61.4 %) Perú (20.2 %) Chile (18.4 %)	15.0%	0.0%
3	0904211090	Paprika	2	China (56.0 %) Perú (25.5 %) Brasil ( 7.3 %)	20.0%	20.0%
4	0307430000	Jibias (sepias), globitos y calamares	1	Perú (51.9 %) China (32.1 %) Estados Unidos ( 9.4 %)	15.0%	1.0%
5	0703209000	Ajos frescos	2	Chile (66.3 %) Perú (26.9 %) Estados Unidos ( 6.8 %)	10.0%	0.0%
6	4803009000	Papel celulósico	32	Estados Unidos (67.4 %) China ( 6.0 %) Alemania ( 3.5 %)	0.0%	0.0%
7	1801001900	Cacao en grano	5	Ecuador (55.4 %) Costa de Marfil (18.6 %) Colombia ( 9.7 %)	0.0%	0.0%
8	3920209000	Las demás placas, láminas, hojas y tiras de polímeros de propileno	6	Estados Unidos (50.3 %) China ( 9.0 %) India ( 7.9 %)	0.0%	0.0%
9	2301209000	Harina de papa	3	Chile (47.1 %) Estados Unidos (31.6 %) Perú (21.2 %)	15.0%	4.3%
10	3920690000	Las demás placas, láminas, hojas y tiras de los demás políesteres	37	Estados Unidos (40.6 %) China (22.1 %) Corea del Sur (21.7 %)	0.0%	0.0%

Fuente: Market Access Map - Elaboración: PROMPERÚ

## 5.2. Medidas No Arancelarias

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 referente a los textiles y prendas de vestir, accesorios y ropa de casa. Se publicó en el Diario Oficial de la Federación Mexicana el 21 de junio de 2006. Los nuevos requisitos entraron en vigor el 23 de febrero de 2012 (<http://www.aduanas-mexico.com.mx/claa/ctar/normas/nm004bsc.htm>).

Los requisitos modificados se aplican a productos textiles donde el componente textil sea superior al 50% en masa. Esto incluye todas las prendas de vestir, así como accesorios asociados y ropa de hogar; sin embargo, ciertos productos desechables y los hogares están excluidos de los requisitos de etiquetado. Las excepciones incluyen guantes para el horno, paños de limpieza desechables, pañales desechables, toallas sanitarias, bastoncillos de algodón, toallitas húmedas y materiales utilizados para el embalaje y empaquetado, así como mantas eléctricas, juguetes fabricados con materiales textiles, máscaras, muebles, pulseras para relojes, escudos, banderas, cremalleras y/o cierres, botones y hebillas de materias textiles.

Con la nueva enmienda, todas las referencias a norma NMX-A-099-INNTEX-2005 han sido sustituidos por NMX-A-099-INNTEX-2007 (Terminología y clasificación de fibras y filamentos textiles) y NMX-A-240-INNTEX 2004 ha sido sustituida por la NMX-A-240-INNTEX-2009 (textiles prendas de vestir símbolos de la industria en las instrucciones de cuidado de artículos textiles-Especificaciones).

- La norma oficial mexicana establece que la información comercial debe acompañar tanto a las prendas de vestir y accesorios. 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.

### Otros impuestos Aplicados al Comercio

El Impuesto al Valor Agregado (IVA) se aplica a la importación y a 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.

## 6. Oportunidades Comerciales<sup>5</sup>

### 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. Esta información debe complementarse con la “Lista de México”, es decir, con la relación de productos beneficiados y publicados en el Ministerio de Comercio Exterior y Turismo del Perú (MINCETUR en Comercio Exterior / Acuerdos Comerciales/México/Textos del Acuerdo).

El Acuerdo de Integración Comercial con México permitió al Perú diversificar sus exportaciones en condiciones preferenciales, así como incrementó la inversión mexicana en el país. A partir del febrero del 2012, el 87% de las exportaciones peruanas ingresaron libre de aranceles y menos del 2% de las líneas arancelarias se encuentran en tratamientos mayores a 10 años.

Por otro lado, Chile, Colombia, México y Perú forman parte de la Alianza del Pacífico, área de integración que busca progresivamente la libre circulación de bienes, servicios, capitales y personas entre los países miembros. También suscribieron el Protocolo Adicional del Acuerdo Marco, en febrero de 2014, con el fin de profundizar sobre los acuerdos comerciales bilaterales entre los cuatro países miembros de la Alianza del Pacífico. Asimismo, se busca generar mayores oportunidades para los operadores económicos, especialmente PYMES, e impulsar cadenas de valor regionales, con miras a que los cuatro países puedan proyectarse de manera más competitiva hacia otros mercados internacionales, especialmente a los del Asia – Pacífico.

### 6.2. Productos con Potencial Exportador

De acuerdo a la metodología utilizada por el departamento de inteligencia de mercados de PROMPERU, se identificaron los productos potenciales exportables, por sector, en México. Esta metodología requiere el cálculo de la tasa de crecimiento y la participación promedio estandarizadas de las importaciones (del periodo comprendido en los últimos 5 años). De este modo, si ambas variables, tanto la tasa de crecimiento como la participación, son positivas el producto se clasifica como producto estrella; si el crecimiento es positivo y la participación negativa, el producto se clasifica como prometedor. De otra parte, si el crecimiento es negativo y la participación es positiva el producto se clasifica como consolidado, y en el caso en que ambos valores son negativos el producto se considera como estancado.

A continuación, se presenta una lista de potenciales productos peruanos, de los sectores agro, textil, pesca y manufacturas diversas, para la exportación hacia México.

---

<sup>5</sup> [www.acuerdoscomerciales.gob.pe](http://www.acuerdoscomerciales.gob.pe)

Cuadro N° 8

México: Productos no tradicionales con potencial exportador Sector Agro					
Partida	Descripción	Clasificación	Importaciones 2019 (US\$ Millones)	Arancel Perú	Principales competidores (% Part.)
080610	Uvas frescas	ESTRELLA	171	0%	Estados Unidos (61.4 %) Chile (18.4 %)
090421	Frutos del género Capsicum o del género Pimenta, secos, sin triturar ni pulverizar	ESTRELLA	62	20%	China (100 %)
070320	Ajos frescos o refrigerados	ESTRELLA	28	0%	Chile (66.3 %) Estados Unidos ( 6.8 %)
180100	Cacao en grano, entero o partido, crudo o tostado	ESTRELLA	114	0%	Ecuador (55.4 %) Costa de Marfil (18.6 %) Colombia ( 9.7 %)
081190	Frutos comestibles, sin cocer o cocidos en agua o vapor, congelados, incl. con adición de azúcar	PROMETEDOR	14	0%	Estados Unidos (45.4 %) China (16.6 %)
090111	Café sin tostar ni descafeinar	ESTRELLA	47	20%	Brasil (60.8 %) Viet Nam (18.8 %) Colombia ( 8.7 %)
080450	Guayabas, mangos y mangostanes, frescos o secos	PROMETEDOR	6	2%	Tailandia (37.7 %) Estados Unidos ( 7.6 %)
070920	Espárragos, frescos o refrigerados	PROMETEDOR	2	5%	Estados Unidos ( 4.0 %)

Fuente: Market Access Map - Elaboración: PROMPERÚ

Las exportaciones de productos del sector agro no tradicional representaron el 36.0% del total durante el año 2020, seguidas por exportaciones de productos químicos por 30.9%.

Los envíos de productos peruanos del agro sumaron US\$ 122 millones durante el 2020. El Acuerdo de Libre Comercio firmado con México, así como la Alianza del Pacífico, ha permitido que Perú pueda introducir recientemente productos representativos que no eran exportados con anterioridad a este mercado.

Productos que poseen un importante dinamismo en las importaciones mundiales mexicanas son las uvas frescas y el cacao en grano. Por otro lado, los envíos peruanos de uvas, ajos y mandarinas a México han registrado importantes crecimientos de 35,8%, 174% y 91,6% respectivamente.



Cuadro N° 8

México: Productos no tradicionales con potencial exportador Sector Pesca					
Partida	Descripción	Clasificación	Importaciones 2019 (US\$ Millones)	Arancel Perú	Principales competidores (% Part.)
030489	Filetes de pescado congelados	ESTRELLA	7	5.7%	Viet Nam (57.5 %) Nicaragua (24.3 %) Japón ( 10.0 %)
030749	Sepia y calamar	ESTRELLA	25	0.0%	China (30.4 %) Estados Unidos (11.6 %) Chile ( 2.7 %)
030389	Pescado congelado	PROMETEDOR	2	0.0%	Canadá (76.3 %) España ( 9.3 %) Estados Unidos ( 7.5 %)
030499	Congelados de carne de pescado	ESTRELLA	7	5.7%	Viet Nam (56.8 %) Estados Unidos (34.8 %) China ( 6.6 %)
030799	Moluscos	ESTRELLA	10	0.0%	Chile (13.8 %) China ( 7.9 %) Estados Unidos ( 0.2 %)
160416	Preparaciones y conservas de anchoa, entera o en trozos	PROMETEDOR	1	0.0%	España (81.4 %) Marruecos ( 7.6 %) Italia ( 5.7 %)
160554	Sepia y el calamar, preparados o conservados	PROMETEDOR	2	5.7%	China (65.2 %) España (33.3 %) Japón ( 1.4 %)

Fuente: Market Access Map - Elaboración: PROMPERÚ

El consumo mundial de pescado per cápita batió un récord de 20.5 kg por año. Ante una mayor demanda de seguridad alimentaria y nutricional, se espera que el consumo siga creciendo durante los próximos años hasta los 21.5 kg per cápita al 2030.

La producción total de pescado también aumentará a 204 millones de toneladas para el año 2030. La acuicultura crecerá en 46% según el informe *El estado mundial de la pesca y la acuicultura*<sup>6</sup>.

Los envíos peruanos del sector pesca no tradicional a México ascienden a US\$ 26 millones y registraron un crecimiento de 9% durante el año 2020. Los principales productos pesqueros importados por México son los filetes congelados de bagre (US\$ 102 millones), filetes de salmón (US\$ 98 millones), camarones y langostinos (US\$ 32 millones).

<sup>6</sup> FAO 2020

Cuadro N° 8

México: Productos no tradicionales con potencial exportador Sector Textil					
Partida	Descripción	Clasificación	Importaciones 2019 (US\$ Millones)	Arancel Perú	Principales competidores (% Part.)
610510	Camisas de punto, de algodón, para hombres o niños	ESTRELLA	76	0%	China (15.7 %) India (14.6 %) Viet Nam (12.5 %)
611030	Suéteres "jerseys", "pullovers", cardiganes, chalecos y artículos simil., de punto de fibras	ESTRELLA	249	10%	China (46.1 %) Bangladesh (12.4 %) Honduras ( 6.6 %)
610910	T-shirts y camisetas, de punto, de algodón	ESTRELLA	411	25%	Honduras (14.1 %) Estados Unidos (13.0 %) Bangladesh (11.7 %)
620442	Vestidos de algodón, para mujeres o niñas	ESTRELLA	20	17%	India (32.8 %) China (26.1 %) Marruecos ( 8.8%)
611120	Prendas y complementos "accesorios" de vestir, de punto, de algodón, para bebés	ESTRELLA	58	25%	China (38.1 %) India (13.6 %) Camboya (11.6 %)
610442	Vestidos de punto, de algodón, para mujeres o niñas	PROMETEDOR	15	20%	China (26.2 %) Bangladesh (18.3 %) India (15.9 %)
610462	Pantalones, pantalones con peto, calzones y pantalones cortos de punto, de algodón, para mujeres	ESTRELLA	34	7%	China (27.3 %) Bangladesh (14.8 %) Viet Nam (11.6 %)
611020	Suéteres "jerseys", "pullovers", cardiganes, chalecos y artículos simil., de punto de algodón	ESTRELLA	163	21.43%	China (27.8 %) Bangladesh (13.9 %) Viet Nam (10.3 %)
611130	Prendas y complementos "accesorios" de vestir, de punto, de fibras sintéticas, para bebés	PROMETEDOR	14	25%	China (68.3 %) Camboya ( 8.4 %) Viet Nam ( 4.4 %)
610230	Abrigos, chaquetones, capas, anoraks, cazadoras y artículos simil., de punto de fibras sintéticas	ESTRELLA	35	0%	China (78.0 %) Viet Nam ( 3.7 %) Myanmar ( 3.2 %)

Fuente: Market Access Map - Elaboración: PROMPERÚ

La ropa para niños y deportiva representan las categorías con mayor crecimiento. A ello se suman tendencias en uso y consumo como slow fashion, mix and match y la moda circular. La necesidad de personalización de los millennials impulsa el uso combinado de prendas y artículos de lujo con marcas de moda de gama media. Productos reciclados, eco amigables y orgánicos también son tomados en cuenta por los consumidores más jóvenes. Si bien estas tendencias iniciaron antes del 2019, han tomado un fuerte impulso desde el inicio de la cuarentena en varios países del mundo.

Los envíos de productos peruanos textiles sumaron US\$ 21 millones durante el año 2020. Los principales productos exportados a México son las camisas de punto de algodón para niños (US\$ 2.39 millones); los suéteres "jerseys", "pullovers", cardiganes, chalecos (US\$ 2.08 millones) y los T-shirts y camisetas, de punto, de algodón (US\$ 0.96 millones).

El arancel aplicado al Perú en estos productos fluctúa entre 0% y 25%, dependiendo del tipo de producto. Los mayores proveedores son China, India y Bangladesh.

Cuadro N° 8

México: Productos no tradicionales con potencial exportador Sector Manufacturas					
Partida	Descripción	Clasificación	Importaciones 2019 (US\$ Millones)	Arancel Perú	Principales competidores (% Part.)
401110	Neumáticos	ESTRELLA	1356	0%	Estados Unidos (37.1 %) Corea del Sur (17.2 %) China (16.1 %)
480300	Papel para higiene personal (papel higiénico, toallitas para desmaquillar, toallas, servilletas)	ESTRELLA	104	0%	Estados Unidos (70.3 %) Turquía (10.0 %) Indonesia ( 7.4 %)
392069	Placas, láminas, hojas y tiras de poliéster	PROMETEDOR	37	0%	Estados Unidos (40.6 %) China (22.1 %) Corea del Sur (21.7 %)
392092	Placas, láminas, hojas y tiras, de poliamida	PROMETEDOR	25	0%	Estados Unidos (72.4 %) Chile ( 9.8 %) Suiza ( 2.7 %)
392061	Placas, láminas, hojas y tiras, de policarbonatos	PROMETEDOR	36	0%	Estados Unidos (55.8 %) China ( 22.5 %) Japón ( 5.0 %)
392310	Cajas, cajones, jaulas y artículos similares de plástico	ESTRELLA	1193	0%	Estados Unidos (86.3 %) Alemania ( 3.5 %) China ( 1.9 %)
740811	Alambre de cobre refinado	ESTRELLA	755	0%	Estados Unidos (98.3 %) España ( 1.3 %)
701090	Bombonas, botellas, frascos, bocalas y demás recipientes	ESTRELLA	77	0%	India (31.3 %) China (28.1 %) Estados Unidos (17.4 %)
790111	Cinc en bruto sin alear	PROMETEDOR	20	0%	Canadá (85.4 %) Estados Unidos (14.6 %)
700721	Vidrio contrachapado	ESTRELLA	70	0%	China (30.9 %) Estados Unidos (19.7 %) Colombia (15.7 %)

Fuente: Market Access Map - Elaboración: PROMPERÚ

A mediados del 2020, la OMC estimó que la disminución del comercio global debido a la pandemia sería de aproximadamente 32%. En junio, el BCRP proyectó en su último reporte de inflación, una caída del PBI de aproximadamente 12.5%, siendo el sector de manufactura y construcción los más golpeados. Un mes después, entró en vigencia el T-MEC y con ello se renovó el Tratado de Libre Comercio de América del Norte (TLCAN) firmado en 1994.

En el sector manufacturas diversas destacan como principales productos estrella los neumáticos radiales, papel celulósico, cajas de plástico, alambre de cobre refinado y vidrio contrachapado. Se espera que el T-MEC pueda actuar como puerta de entrada para la oferta exportable nacional debido al impacto profundo y transversal que tendrá en el sector manufacturas en los mercados de norte américa.

## 7. Tendencias del Consumidor

De acuerdo a datos de Euromonitor, México es el segundo mayor mercado de consumo de América Latina, después de Brasil. Para e 2030, la población de México alcanzará los 148 millones de habitantes. De similar modo, el grupo etéreo que mayor dinamismo mostrará será el compuesto por ancianos entre 70 y 79 años, cuya población se duplicará para 2030, y que muestra importantes oportunidades para productos saludables y suplementos vitamínicos, así como para servicios de salud y de turismo.

Euromonitor en su reporte “Las 10 principales tendencias globales de consumo para 2021” identifican nuevos hábitos de los consumidores como consecuencia de la pandemia. Las principales tendencias se pueden dividir en las siguientes:

### Cuidado a la salud y medio ambiente

Los consumidores están priorizando productos de empresas que interioricen los problemas de salud y la sociedad. La sostenibilidad ambiental, la lucha contra la desigualdad social y la producción enfocada en el entorno contribuyen al aumento del valor de la marca.

Esta nueva re priorización de indicadores por parte de los consumidores se ha enfocado en combatir los riesgos ambientales. Antes de la pandemia, las tendencias se enfocaban en el menor uso de plástico (64.3%) y el cambio climático (61%). Además, durante el 2020, el 73% de los profesionales estimó que el tema sostenible es indispensable para en la demanda de productos actuales. Por último, el 44% de los consumidores optará por marcas más baratas en la nueva normalidad.

### En busca de la convivencia

Los consumidores jóvenes prefieren la interacción digital, mientras que los adultos, el contacto presencial. La nostalgia por la convivencia del pasado obliga a las empresas a ser flexibles en los canales de compra. El 68% de los consumidores mayores de 60 prefiere hablar con personas.

El deseo de la convivencia puede incentivar el uso de algunos canales digitales que los reemplacen en cierta medida. Las empresas con operaciones presenciales o basadas en relaciones personales podrían fomentar el autoservicio y las operaciones sin soporte. Al mismo tiempo se espera una disminución en el consumo en la medida en que se mantenga la crisis sanitaria.

### Oasis al aire libre

Como consecuencia de las restricciones de circulación y las cuarentenas prolongadas, los ciudadanos buscan socializar en comunidades con baja densidad poblacional. Se estima que el 64% de profesionales estima que el trabajo remoto se mantendrá en el largo plazo. Los artículos de jardinería incrementarían sus ventas hasta alcanzar los 110,000 millones de dólares (mdd) al 2021 mientras que para el año 2024 se espera que superen los 125,000 mdd.

Además, se espera que os negocios acercarán su oferta a espacios abiertos. Según el informe “La adaptación puede ser complicada y costosa y dependiente del clima, pero las estructuras al aire libre y los sistemas de calefacción e iluminación compensarán la mayor demanda de lugares seguros y estéticos que puedan seguir atrayendo a los consumidores”.

### Realidad 'phygital'

La realidad phygital es un híbrido entre los mundos físico y virtual donde se consume, juega y trabaja, en persona o en línea. La realidad aumentada y la realidad virtual contribuyen a la obtención de experiencias en el proceso de compra. Según se observa en el informe, el 60% de las personas menores de 30 años, el 55% del grupo entre los 30 y 44 años y más del 20% de más de 60 años ya han experimentado una virtualidad que continuará impulsando el comercio electrónico.



Por medio de los dispositivos móviles se viene impulsando la tendencia phygital. Un 87% de los consumidores tienen un smartphone y los negocios físicos o virtuales comienzan a implementar dinámicas con QR, menús virtuales, pagos electrónicos y probadores virtuales. El objetivo es replicar experiencias virtuales dentro y fuera de casa. Experiencias seguras a través de plataformas virtuales desarrollarán la lealtad de los clientes.

### **Flexibilidad con el tiempo**

Las soluciones que contribuyan a maximizar el tiempo del consumidor, con mayor flexibilidad y con acceso desde o cerca de sus casas, logrará un mejor posicionamiento en el contexto actual.

Según el reporte de Euromonitor, “el 51% de los consumidores escogieron el “tiempo para mí mismo” entre sus principales prioridades de vida durante 2020”, mientras que en 2016 era sólo superior al 20%. Además, el 46% de los consumidores valora las experiencias virtuales en línea.

La reubicación física de los negocios y el servicio de atención de 24 horas permitirá la implementación de estrategias priorizando el horario de los consumidores.

### **Inquietos y rebeldes**

El escepticismo de los consumidores se ha traducido en una crisis de confianza en este contexto de alta incertidumbre. Como consecuencia, la toma de decisiones de consumo de productos o servicios está altamente influenciada por la “venganza”.

Las redes sociales resultan un canal importante para manifestar la insatisfacción actual. El marketing empresarial que pueda canalizar esas demandas a demás actores de la sociedad podrá posicionarse al satisfacer la necesidad de voz en influencia.

### **Obsesionados por la seguridad**

Manteniendo el sentido de un mayor seguridad y bienestar, los consumidores evitan el contacto han aumentado la demanda de productos de higiene en general. Por ello y para satisfacer esa demanda de seguridad se debe implementar innovaciones como el envío por delivery a través de drones. Un 44% de los consumidores manifiesta que se sentiría cómodo con esta forma de envío.

### **Resiliencia y bienestar mental**

Las consecuencias económicas y psicológicas del COVID-19 y de las cuarentenas han redefinido el concepto o idea del sentido de bienestar y tranquilidad familiar. Una actual perspectiva de vida demanda mayor estabilidad.

En este sentido se espera un incremento de la demanda de productos que contribuyan a la resiliencia y bienestar mental. Para poder afrontar las circunstancias adversas e incrementar la autoconfianza ante crisis futuras se espera un mayor dinamismo en servicio o productos que cubran los pasatiempos diarios. La venta de juguetes espera tener un repunte interesante en los próximos meses.

### **Ahorradores reflexivos**

Los nuevos consumidores mantienen la necesidad de demanda con un mayor valor agregado orientado a cubrir las necesidades de mejorar la salud en general.

Las nuevas propuestas empresariales que ofrezcan una buena relación calidad precio deben ser reforzadas con nuevos trasfondos sensibles. También se debe mantener una fuerte relación con la salud y bienestar, autocuidado y bienestar mental. Los atributos que antes se consideraba dentro del concepto Premium forman parte de la nueva normalidad.

### Nuevos espacios de trabajo

El trabajo remoto ha redefinido los espacios de trabajo y las formas de consumo desde casa. Las nuevas disposiciones de trabajo consideran el balance entre el quehacer diario y la productividad laboral. Las necesidades de comunicación, flexibilidad y agilidad se apoyan en la adopción de nuevas tecnologías que involucran nuevos retos tanto de los trabajadores como de los empleadores.

La constante incertidumbre obliga a los negocios a priorizar las necesidades de consumo dentro de un contexto de respeto al medio ambiente para reforzar el sentido seguridad.

### 8. Cultura de Negocios

Tener conocimiento sobre la cultura de un país, antes de hacer negocios, es una muestra de respeto y consideración y suele ser profundamente apreciada. Aquellos que comprenden la cultura tienen más oportunidad de desarrollar relaciones de negocios exitosas y de largo plazo.

Hacer negocios en México significa tener acceso preferencial tanto a Estados Unidos como a Canadá. La conexión entre estos 3 mercados ha significado un alineamiento a la de sus socios comerciales a la hora de tomar decisiones. A pesar de ello, se debe considerar que la mayoría de las familias mexicanas son tradicionales y verticales.

Muchas empresas mexicanas son familiares y es la cabeza de familia quien toma las decisiones. No es necesario establecer una agenda previa de temas a tratar. Las reuniones en la mañana pueden extenderse hasta pasada la hora de almuerzo y convertirse en una reunión de negocios.

Con el objetivo de construir confianza es común que se agenden varias reuniones ya que en las primeras no se suelen tratar temas vinculados a los negocios. Demostrar honradez e integridad es indispensable para la construcción de relaciones. Los mexicanos prefieren hacer negocios sólo con personas que ellos conocen.

Generalmente se evita decir directamente “no” y se reemplaza por «tal vez» o «ya veremos». Aunque se piense que la propuesta no es adecuada se dirá que el producto es bueno. Las negociaciones incluirán mucho «regateo» y por ello conviene dejar un amplio margen de negociación. La toma de decisiones es lenta. Acelerar el ritmo o interrumpir los silencios es contraproducente.

## 9. Links de Interés

Cuadro N° 12

Entidad	Enlace
Banco Central de México	<a href="https://www.banxico.org.mx/">https://www.banxico.org.mx/</a>
Servicio de Administración Tributaria de México	<a href="http://www.sat.gob.mx">www.sat.gob.mx</a>
Sistema de Información Empresarial Mexicano	<a href="http://www.siem.gob.mx">www.siem.gob.mx</a>
Instituto Nacional de Estadística, Geografía e Informática	<a href="http://www.inegi.gob.mx">www.inegi.gob.mx</a>
Secretaría de Economía de México	<a href="http://www.sat.gob.mx">www.sat.gob.mx</a>
Embajada de México en Perú	<a href="https://embamex.sre.gob.mx/peru/index.php">https://embamex.sre.gob.mx/peru/index.php</a>
Servicio Nacional de Sanidad, Inocuidad y Calidad Agroalimentaria - SENASICA	<a href="http://www.senasica.gob.mx">www.senasica.gob.mx</a>
Secretaría de Medio Ambiente y Recursos Naturales - SEMARNAT	<a href="http://www.semarnat.gob.mx">www.semarnat.gob.mx</a>
Secretaría de Agricultura, Ganadería, Desarrollo Rural, pesca y Alimentación - SAGARPA	<a href="http://www.sagarpa.gob.mx">www.sagarpa.gob.mx</a>
Comisión Federal de Mejora Regulatoria	<a href="http://www.cofemer.gob.mx">www.cofemer.gob.mx</a>
Cámara Nacional de Comercio de la Ciudad de México - CANACO	<a href="http://www.ccmexico.com.mx">www.ccmexico.com.mx</a>
Sistema de Información Empresarial Mexicano	<a href="http://www.siem.gob.mx">www.siem.gob.mx</a>
Banco Nacional de México - Bancomext	<a href="http://www.bancomext.com">www.bancomext.com</a>
Servicio de Administración Tributaria de México	<a href="http://www.sat.gob.mx">www.sat.gob.mx</a>
Secretaría de Salud - SALUD	<a href="http://www.salud.gob.mx">www.salud.gob.mx</a>

## 10. Eventos Comerciales

Cuadro N° 13

Evento	Sector	Lugar	Fecha	Enlace
Exintex	Textil	Puebla	Del 26 al 29 de octubre de 2021	<a href="https://exintex.com/">https://exintex.com/</a>
Fabtech	Manufacturas	Monterrey	Del 04 al 06 de mayo de 2021	<a href="http://www.mexico.fabtechexpo.com">www.mexico.fabtechexpo.com</a>
Expo Manufactura	Manufacturas	Monterrey	Del 13 al 15 de abril de 2021	<a href="http://www.expomanufactura.com.mx">www.expomanufactura.com.mx</a>
JOYA	Joyería	Guadalajara	Del 13 al 15 de abril de 2021	<a href="http://www.expojoya.com.mx">www.expojoya.com.mx</a>
Expo Pack	Plásticos	Ciudad de México	Del 08 al 11 de junio de 2021	<a href="http://www.expopack.com.mx">www.expopack.com.mx</a>
Expo Pack	Plásticos	Guadalajara	Del 15 al 17 de junio de 2021	<a href="http://www.expopack.com.mx">www.expopack.com.mx</a>
INA PAACE	Manufacturas	Ciudad de México	Del 21 al 23 de julio de 2021	<a href="http://www.paaceautomechanika.com">www.paaceautomechanika.com</a>
Tecno Mueble	Muebles	Guadalajara	Del 18 al 21 de agosto de 2021	<a href="http://www.tecnomueble.com.mx">www.tecnomueble.com.mx</a>
Expo Nacional Ferretera	Construcción	Guadalajara	Del 09 al 11 de setiembre de 2021	<a href="http://www.expoferretera.com.mx">www.expoferretera.com.mx</a>
Food Technology Summit & Expo	Alimentos	Ciudad de México	Del 29 al 30 de setiembre de 2021	<a href="http://www.ftsexpo.com">www.ftsexpo.com</a>
Food Industry Meetings	Alimentos	Toluca	Del 20 al 21 de octubre de 2021	<a href="http://www.mexico.foodindustry.meetings.com">www.mexico.foodindustry.meetings.com</a>
Expo Plásticos	Plásticos	Guadalajara	Del 10 al 12 de noviembre de 2021	<a href="http://www.expoplasticos.com.mx">www.expoplasticos.com.mx</a>
Feria Internacional del Libro	Editorial	Guadalajara	Del 27 de noviembre al 05 de diciembre de 2021	<a href="http://www.fil.com.mx">www.fil.com.mx</a>
Anpic	Marroquería y calzado	Guanajuato	Del 26 al 28 de mayo de 2021	<a href="http://www.anpic.com">www.anpic.com</a>
Modama	Calzado	Guadalajara	Del 19 al 21 de enero de 2021	<a href="http://www.modama.com.mx">www.modama.com.mx</a>
Expo Antad & Alimentaria	Alimentos	Guadalajara	Del 14 al 16 de octubre de 2021	<a href="http://www.alimentaria-mexico.com">www.alimentaria-mexico.com</a>
Expo Cihac	Construcción	Ciudad de México	Del 26 al 30 de octubre de 2021	<a href="http://www.expocihac.com">www.expocihac.com</a>

Fuente: Auma

Elaboración:  
PROMPERÚ

## 11. Bibliografía

Trademap

[www.trademap.org](http://www.trademap.org)

Euromonitor International

[www.euromonitor.com](http://www.euromonitor.com)

Superintendencia Nacional de Administración Tributaria - Perú

[www.sunat.gob.pe](http://www.sunat.gob.pe)

CIA, The World Factbook

[www.cia.gov](http://www.cia.gov)

Fondo Monetario Internacional (FMI)

[www.imf.org](http://www.imf.org)

Global Trade

<http://www.gtis.com/GTA/>

Market Access Map

[www.macmap.org](http://www.macmap.org)

Doing Business

[www.doingbusiness.org](http://www.doingbusiness.org)

Acuerdos Comerciales del Perú

[www.acuerdoscomerciales.gob.pe](http://www.acuerdoscomerciales.gob.pe)