

# Hábitat en México

## A. CIFRAS CLAVE

El sector del hábitat engloba principalmente los sectores de alfombra, mueble e iluminación.

En México se caracteriza por la concentración de la producción en pocas empresas, y el predominio de la exportación frente a la importación.

El principal segmento de oportunidad para las exportaciones de las empresas españolas es el segmento medio-alto, centrado en el diseño y exclusividad. En concreto, las líneas de productos españoles que predominan en el mercado mexicano son los **muebles de exterior** y la **sillería**.

| Variable   | 2021      | 2022      | 2023   |
|--|-----------|-----------|--------|
| <b>Crecimiento del PIB (%)</b>                                   | 4,7 %     | 3,1 %     | 2,4 %  |
| <b>Var. PIB Industria manufacturera*</b>                         | +3,0 %    | +6,1 %    | -1,0 % |
| <b>Var. PIB Fabricación de muebles, colchones y persianas*</b>   | +21,7 %   | -8,0 %    | -5,0 % |
| <b>Producción bruta de alfombras, blancos y similares (MUSD)</b> | 690.297   | 664.486   | -      |
| <b>Producción bruta de muebles, colchones y persianas (MUSD)</b> | 5,366,910 | 5.001.739 | -      |
| <b>Producción bruta de accesorios de iluminación (MUSD)</b>      | 694.238   | 800.610   | -      |
| <b>Exportaciones mobiliario y alfombras (MUSD)</b>               | 13.315    | 15.114    | 13.070 |
| <b>Importaciones mobiliario y alfombras (MUSD)</b>               | 4.931     | 5.535     | 4.628  |

\* Variación anual a precios de 2018.

Fuente: Elaboración propia con datos de INEGI y Trademap, utilizando el tipo de cambio promedio del periodo - Fecha valor a 48 horas de Cierre de Jornada del año 2023 de BANXICO, 1 USD = 17,7337 MXN.



## B.2.1. Exportaciones e importaciones

La **balanza comercial del sector es positiva**, a pesar de la apreciación del peso frente al dólar en 2023. El crecimiento de las exportaciones se debe al peso de la producción local de mobiliario, que se prevé que **aumente entre un 3 % y 5 % en 2024**. Esta ventaja competitiva sitúa a **México como el sexto exportador de muebles del mundo** después de Brasil, Turquía y Estados Unidos, según la Organización Mundial del Comercio. El estado de Jalisco es el principal productor de mobiliario del país, destacando la producción de **sillas de oficina y tapizadas**.

Los principales factores que han impactado en la industria nacional son la **inflación de la materia prima**, entre un 7 % y un 10 %, y la **profesionalización de la mano de obra** en el sector, debido a la dificultad de encontrar trabajadores por la ocupación de gran parte de la Población Económicamente Activa (PEA) en otros sectores de actividad.

### IMPORTACIONES Y EXPORTACIONES DE LOS CAPS. 57, 94, 9405

(Valor en millones de USD)

|                      | 2018       | 2019       | 2020      | 2021       | 2022       | 2023       |
|----------------------|------------|------------|-----------|------------|------------|------------|
| <b>Importaciones</b> |            |            |           |            |            |            |
| (57) Alfombras       | 212,771    | 204,471    | 153,844   | 185,052    | 203,480    | 224,007    |
| (94) Muebles         | 4.004,016  | 3.758,785  | 3.019,519 | 4.053,974  | 4.612,096  | 4.404,246  |
| (9405) Iluminación   | 782,693    | 661,090    | 502,693   | 692,347    | 719,925    | -          |
| <b>Exportaciones</b> |            |            |           |            |            |            |
| (57) Alfombras       | 68,564     | 88,612     | 75,810    | 76,313     | 131,803    | 170,986    |
| (94) Muebles         | 10.598,021 | 10.296,728 | 9.112,154 | 11.065,214 | 12.783,516 | 12.899,321 |
| (9405) Iluminación   | 2.363,202  | 2.127,257  | 1.990,363 | 2.173,499  | 2.199,639  | -          |

Fuente: Elaboración propia a partir de datos de Trademap.

En cuanto al origen de las importaciones, China ha adquirido gran peso durante los últimos años hasta situarse como el primer proveedor de mobiliario e iluminación en 2022 y 2023. Los productos provenientes de este país destacan por su posicionamiento en el segmento bajo, compitiendo en precio con los productos fabricados en México.

### IMPORTACIONES MEXICANAS DE LOS CAP. 57, 94, 9405, POR ORÍGENES (2022)

(Valor en millones de USD)

|                    | 1 <sup>er</sup> lugar    | 2.º lugar                  | 3 <sup>er</sup> lugar   | España               |
|--------------------|--------------------------|----------------------------|-------------------------|----------------------|
| (57) Alfombras     | EE. UU.<br>(79,310 USD)  | China<br>(32,919 USD)      | India<br>(14,638 USD)   | 13.º<br>(1,270 USD)  |
| (94) Muebles       | China<br>(1.964,616 USD) | EE. UU.<br>(1.407,519 USD) | Canadá<br>(134,043 USD) | 6.º<br>(105,068 USD) |
| (9405) Iluminación | China<br>(518,150 USD)   | EE. UU.<br>(126,497 USD)   | Italia<br>(11,301 USD)  | 4.º<br>(9,312 USD)   |

Fuente: Elaboración propia a partir de datos de Trademap.



### B.3. Principales actores

- **Asociación de Fabricantes de Muebles de Jalisco A.C. (AFAMJAL).** Institución empresarial del sector mueblero más importante del país. Organiza Expo Mueble Internacional y Tecno Mueble Internacional.
- **Asociación Mexicana de Proveedores de la Industria Maderera y Mueblera (AMPIMM).** Representa a importadores y distribuidores de componentes, materias primas, maquinaria y proveedores de otros servicios.
- **Secretaría de Medio Ambiente y Recursos Naturales (SEMARNAT).** Diseña, ejecuta y coordina las políticas públicas en materia de recursos naturales.
- **Cámara de la Industria Mueblera del Estado de Jalisco (CIMEJAL).** Organismo de conexión entre la industria mueblera y el Gobierno.
- **Asociación Mexicana de Interiorismo Corporativo (AMIC).** Agrupa a empresas líderes en el sector de interiorismo corporativo.
- **PROFEPA.** Órgano administrativo de la SEMARNAT centrado en el cumplimiento de la legislación.

## C. LA OFERTA ESPAÑOLA

La percepción del producto español en México es positiva y se asocia directamente a precios elevados y alta calidad. No obstante, se sitúa con un **perfil por debajo de la oferta de productos italianos**, de manera que los esfuerzos en el diseño y la exclusividad han de ser mayores para capturar la demanda en el sector medio-alto en México.

Entre los productos de la oferta española actual en México destacan, por encima del resto, la sillería, el mobiliario de *contract* y de exterior. En estos subsectores las empresas españolas con mayor presencia en México son **Andreu World, Point, Vondom, Zara Home España S.A., Comercial Malasa S.L.U, Muebles Dica S.L., KETTAL S.L., Satys Interiors, SkyLine Design, Gandía Blasco, Isimar, Slide, Capdell, Ofifran, Grupo Forma 5 S.L.U, Inclass, Actiu Berbegal, Calcher Global Solutions, Ondarreta y Dynamobel, GESAB S.A.U o JDM SILLERIA S.L.**

No obstante, existen también empresas españolas en el subsector de iluminación con gran penetración en el mercado como **Marsset, Lladró, Santa & Cole, Antares Iluminación, LAMP S.A.U., Arkoslight S.L., Vibia Lighting, Decorluc** y en el subsector de alfombras como **Nani Marquina, Punt Mobles, Now Carpets y Alarwool.**

Según los expertos el aspecto diferencial se basa en la utilización de distintos materiales, el diseño, exclusividad y la presencia comercial en México, a través de filiales. Este último elemento resalta debido a la dificultad de la gestión de *stocks* a través de intermediarios en el mercado mexicano y el control de los procesos en las aduanas.

## D. OPORTUNIDADES DEL MERCADO<sup>5</sup>

El mercado medio-alto y alto se encuentra en 2024 en un **periodo complicado**, debido principalmente a la disminución en la venta de departamentos y la incertidumbre política. En concreto, en el año 2023 comenzó a deteriorarse, con una **disminución del gasto** en el sector hábitat por parte de las rentas medias y altas. Este hecho ha dificultado la importación de productos de oferta media dentro del segmento alto. No obstante, por parte de los desarrolladores inmobiliarios se espera que 2024 sea un año de reactivación importante en el sector inmobiliario, especialmente en el segmento residencial alto.

Según los expertos, a la hora de **seleccionar las marcas nuevas** que van a importar, existe una distinción relevante entre: la marca, la colección y el producto. Cuando seleccionan una empresa por la marca buscan una dimensión más amplia que incluye el estilo de la compañía y no sus productos aislados. Por otro lado, en ocasiones únicamente se fijan en una colección de una compañía, pero destacan la importancia de presentar perspectivas de futuro y continuidad. Por último, la selección de una empresa por un producto concreto es algo más complicado y puntual.

Otro de los aspectos que destacan es la relevancia de la **participación en ferias** y las **misiones inversas a España** para conocer los productos. La feria más destacada de México es Expo Mueble Internacional, y fuera del país cabe

<sup>5</sup> Las oportunidades planteadas en este apartado de la ficha están basadas en las conversaciones mantenidas con los responsables de mobiliario de Casa Palacio, responsable de arquitectura de Axel Duhart y responsable de Vondom en México durante el mes de febrero de 2024.

mencionar la elevada presencia de empresas importadoras mexicanas en las ferias de Milán y París. En contraposición, los expertos indican la reducida utilidad del uso de catálogos y los escasos resultados comerciales derivados de las misiones comerciales directas a México, en las que no se puede apreciar el producto físico.

En relación con la oferta de productos, destaca el **peso de los cambios de tendencias**, especialmente en las tiendas departamentales. En términos generales, en las temporadas clásicas se priorizan los productos provenientes de EE. UU. y España, mientras que en las temporadas donde predominan los motivos naturales se escogen productos asiáticos. Según los expertos, en muchas ocasiones los **productos neutros son más sencillos de posicionar**. Y por su parte, las marcas con prácticas comerciales más respetuosas con el medio ambiente muestran una tendencia creciente, aunque todavía no se presentan como un factor de decisión de compra por parte del cliente.

La **temporada con mayor volumen de ventas** en México es el segundo semestre del año, debido a las promociones que llevan a cabo las tiendas departamentales en septiembre, octubre y noviembre. En términos generales, en el primer semestre se ofrecen novedades y productos vanguardistas, y en el segundo predominan los productos promocionales, más atractivos en términos de precio.

En cuanto a la comunicación de las marcas importadas, destaca la relevancia de la negociación de **gastos de comunicación conjuntos** con el distribuidor o tienda departamental, para la promoción de los productos, el desarrollo de eventos o la elaboración de materiales de *marketing* en su conjunto. Con ello, resaltan de manera positiva los descuentos, por parte del proveedor, sobre las exhibiciones llevadas a cabo por los socios comerciales en México. Y para la comercialización en el canal *contract*, los expertos inciden en la relevancia de disponer de una red de **arquitectos colaboradores**, ya que son estos quienes diseñan las especificaciones para hostelería y el resto del canal. De manera que los arquitectos, con el proyecto solicitado del cliente, son los que prescriben las empresas de mobiliario. Por su parte, en relación con la distribución, señalan a su vez la dificultad de conseguir *partners* distribuidores que tengan la capacidad para **disponer de stock en México**.

## E. CLAVES DE ACCESO AL MERCADO

### E.1. Distribución

La presencia de las marcas en México suele canalizarse a través de tiendas departamentales, tiendas multimarca y filiales con tiendas propias. Habitualmente el diseñador y el despacho de arquitectura prescriben, pero no importan ni comercializan los productos, aunque pueden existir excepciones para algún proyecto en concreto.

- **Tiendas departamentales:** Los actores principales en México son **Liverpool** y **Palacio de Hierro**. Estas compañías centralizan las compras, para posteriormente venderlas en sus establecimientos. En el caso de Palacio de Hierro, en torno a un 70 % de los productos son nacionales y un 30 % importados. La venta de productos a estas cadenas se puede llevar a cabo directamente, o bien con un distribuidor local que se encarga de la importación y la gestión de los productos en las instalaciones de la tienda departamental.
- **Tiendas especializadas:** Destacan empresas como **GAIA**, **Alameda**, **Casa de las Lomas**, **Moblum**, **Casa Palacio** o **MOBICA** (canal *online*). En el caso de Casa Palacio, el 70 % de los productos son importados, pero en las áreas de las grandes marcas el volumen de importación asciende al 90 %. Y el origen de estos varía; el 70 % de la importación de muebles tiene origen asiático, pero la marca es europea y el 20 % de EE. UU. Estas tiendas mayoritariamente compran producto terminado y la intervención en los diseños es escasa, centrada en los tamaños, colores y materiales, pero no en prototipos o producción.
- **Prescriptores:** Incluyen a los estudios de arquitectura e interiorismo. Eligen a los proveedores (fabricantes o importadores de mobiliario) para llevar a cabo, tanto proyectos en el canal *contract* (hostelería, centros comerciales, oficinas...) como venta directa a clientes finales. Según los expertos en el sector, los prescriptores tratan de colaborar con diseñadores, sin embargo, la competencia en este ámbito es muy fuerte y los principales diseñadores del país tienen contratos con los mismos distribuidores.
- **Tiendas propias y showrooms:** Las empresas con mayor presencia en el mercado mexicano disponen de tiendas propias para la venta de sus productos. **Isimar** y **Vondom** formarían parte de este tipo de canal.

## E.2. Legislación aplicable y otros requisitos

La información sobre barreras arancelarias puede consultarse en la Plataforma de IMAR Sistemas:

- Todas las fracciones arancelarias pertenecientes al **capítulo 57** tendrán las siguientes restricciones:
  - Deberán presentar un **permiso automático** ante la Secretaría de Economía, a través de la ventanilla digital.
  - Estas mercancías NO podrán ser objeto del régimen de depósito fiscal y es causa de suspensión en el Padrón de Importadores de Sectores Específicos.
  - Estas mercancías pueden importarse al amparo de un Programa IMMEX, cumpliendo los requisitos específicos del Art. 5 del Decreto IMMEX.
  - Cuando se importe en definitiva y se declare un valor en aduana inferior al precio estimado, se deberá acompañar al pedimento la constancia de depósito o garantía expedida por la institución de crédito o casa de bolsa autorizada. El importe garantizado deberá ser igual a las contribuciones y, en su caso, cuotas compensatorias que se causarían por la diferencia entre el valor en aduana declarado y el precio estimado.
  - La NOM específica para estos productos es la **NOM-004-SE-2021** sobre Información comercial-Etiquetado de productos textiles, prendas de vestir, sus accesorios y ropa de casa.
  - La fracción arancelaria está incluida en el Anexo 10 de las RGCE: Sectores y fracciones arancelarias
- Dentro del **capítulo 94**, aquellas fracciones pertenecientes a las subpartidas 9401.51, 9401.59, 9403.30, 9403.40, 9403.50, 9403.81, 9403.89, 9403.90 y la partida 9406, todas ellas de artículos fabricados con o que contienen madera, bambú o ratán; tendrán las siguientes restricciones:
  - Los productos nuevos laqueados, barnizados, pintados, aceitados o con otro recubrimiento de acabado necesitarán un **registro de verificación** en la Secretaría de Medio Ambiente y Recursos Naturales. Estas mercancías deberán pasar inspección ante la PROFEPA ([https://www.profepa.gob.mx/innovaportal/v/546/1/mx/procedimiento\\_administrativo\\_de\\_inspeccion\\_en\\_materia\\_ambiental.html](https://www.profepa.gob.mx/innovaportal/v/546/1/mx/procedimiento_administrativo_de_inspeccion_en_materia_ambiental.html)).
  - Los productos usados, o nuevos sin laquear, barnizar, pintar, aceitar u otro recubrimiento de acabado están sujetos, además del registro de verificación anterior, a un **certificado fitosanitario** por parte de la SEMARNAT otorgado por la Dirección General Forestal.
  - Trámite SEMARNAT-08-009, Autorización, permiso o certificado de importación, exportación o reexportación de ejemplares, partes y derivados de la vida silvestre. Únicamente aplicable para los productos derivados de especies silvestres listadas en la Convención Internacional de Especies Amenazadas de Fauna y Flora Silvestre (CITES).
  - Deberán cumplir los incisos 5.1 y 5.2 del Capítulo 5 sobre información comercial de la NOM-050- SCFI-2004, excepto el inciso 5.2.1 (f).
- Nuevamente dentro del capítulo 94, aquellas fracciones que pertenecen a las subpartidas 9401.30, 9401.40, 9401.71, 9401.79, 9401.80, 9403.60, 9403.70, 9404.10, 9404.29 y 9404.30 deberán cumplir los incisos 5.1 y 5.2 del Capítulo 5 sobre información comercial de la NOM-050-SCFI-2004, excepto el inciso 5.2.1 (f). A su vez, las fracciones que pertenecen a las subpartidas 9403.10 y 9403.20 deberán cumplir lo referido en el capítulo 5 sobre información comercial de la NOM-024-SCFI-2013.
- En cuanto a las fracciones pertenecientes a la partida **9405**, la normativa actualmente es bastante confusa, pero según SIAVI, las NOM a cumplir varían según la subpartida:
  - Los productos pertenecientes a las subpartidas 9405.10 y 9405.30 deberán cumplir la NOM-003- SCFI-2014, únicamente si son portátiles y de más de 24V.
  - En cuanto a los productos pertenecientes a la subpartida 9405.20, deberán cumplir la NOM-003- SCFI-2014, deberán pasar inspección ante la PROFEPA ([https://www.profepa.gob.mx/innovaportal/v/546/1/mx/procedimiento\\_administrativo\\_de\\_inspeccion\\_en\\_materia\\_ambiental.html](https://www.profepa.gob.mx/innovaportal/v/546/1/mx/procedimiento_administrativo_de_inspeccion_en_materia_ambiental.html)) y los productos usados, o nuevos sin laquear, barnizar, pintar, aceitar u otro recubrimiento de acabado, deberán pasar inspección en el punto de entrada y tener el Certificado Fitosanitario emitido por la SEMARNAT (<https://www.gob.mx/tramites/ficha/certificado-fitosanitario-de-importacion/SEMARNAT451>).

- Los productos que pertenecen a la subpartida 9405.40 deberán consultar la NOM-001-SCFI-1993, NOM-003-SCFI-2014, NOM-064-SCFI-2000 y NOM-031-ENER-2012 a la hora de realizar sus importaciones.
- Los productos pertenecientes a la subpartida 9405.50 deberán cumplir los incisos 5.1 y 5.2 del Capítulo 5 sobre información comercial de la NOM-050-SCFI-2004, excepto el inciso 5.2.1 (f).
- Los tableros electrónicos dentro de la subpartida 9405.60 deberán cumplir la NOM-001- SCFI-1993.
- Desde 2020, los requisitos de seguridad deben cumplir con [PROY-NOM-064-SE-2020](#).

Para todas las partidas y subpartidas de los capítulos mencionados, el **IVA aplicable será del 16 %**. Más allá de esta normativa, otras barreras no reglamentarias que cabe identificar pueden ser la **incompatibilidad en medidas**, ya que en algunas ocasiones los productos mexicanos suelen medirse en pulgadas y pies en vez de en metros.

### E.2.1. Recomendaciones

- Problemática con el etiquetado de los productos, especialmente los que están desmontados en varias partes.
- Periodos limitados de días libres de las navieras. Se suelen incurrir en sobre costes.
- Importación productos partida 9405 (Iluminación): Dificultad de certificar los productos de iluminación.
- Problemática con la caducidad de los padrones de importación.

### E.3. Ferias

- **Expo Mueble Internacional:** (<https://expomuebleinternacional.com.mx/>) Ubicación: Expo Guadalajara, Guadalajara, Muebles y Diseño, del 21 al 23 de septiembre.
- **HABITAT EXPO 2024:** (<https://www.habitatexpo.com/>) Ubicación: World Trade Center CDMX, Interiorismo, diseño y arquitectura, del 20 al 22 de mayo.
- **Expo CIHAC:** (<https://www.expocihac.com/es/home.html>) Ubicación: Centro Citibanamex, CDMX, Construcción,
- **Design Week México:** (<https://designweekmexico.com/en/cartelera/mes/2024-02/>) Ubicación: Espacio CDMX, Diseño, 14 de octubre.
- **Obra Blanca Expo:** (<https://obrablancaexpo.com/>) Ubicación: Expo Santa Fe, CDMX, acabados para la Construcción, del 12 al 14 de octubre.
- **DECOESTYLO:** (<https://www.decoestylo.com.mx/>) Ubicación: World Trade Center, CDMX, Decoración y Regalo, del 26 al 30 de julio.
- **ZONAMACO:** (<https://zonamaco.com/>) Ubicación: Centro Citibanamex, CDMX, Construcción,

## F. INFORMACIÓN ADICIONAL

- **Mexico Design** (<https://www.mexicodesign.com>). Arquitectura, Diseño, Interiorismo y Arte, trimestral.
- **Obras** (<https://obrasweb.mx/>). Construcción, Interiorismo y Arquitectura, mensual.
- **Arquine** (<https://www.arquine.com/>). Arquitectura y Diseño, trimestral.
- **Ambientes** (<https://www.revistaambientes.com/>). Decoración, Interiorismo y Arquitectura, mensual.
- **Entremuros** (<https://www.reforma.com/entremuros/>). Arquitectura y Diseño, mensual.
- **Architectural Digest** (<https://www.admagazine.com/>). Arquitectura y Diseño, mensual.
- **Sector mueblero** (<https://www.sectormueblero.com.mx/>) editorial y espacio comercial para el sector del mueble.
- **ARCHDAILY** (<https://www.archdaily.mx/mx>) Weblog de arquitectura, urbanismo y diseño
- **INEGI** (<https://www.inegi.org.mx/>) Instituto Nacional de Estadística y Geografía

## G. CONTACTO

---

La **Oficina Económica y Comercial de España en Ciudad de México** está especializada en ayudar a la internacionalización de la economía española y la asistencia a empresas y emprendedores en **México**.

Entre otros, ofrece una serie de **Servicios Personalizados** de consultoría internacional con los que facilitar a dichas empresas: el acceso al mercado de México, la búsqueda de posibles socios comerciales (clientes, importadores/distribuidores, proveedores), la organización de agendas de negocios en destino, y estudios de mercado ajustados a las necesidades de la empresa. Para cualquier información adicional sobre este sector contacte con:

Avda. Presidente Masaryk 473,  
Polanco, 11530  
Ciudad de México – México  
Teléfono: (+52) 55 9138 6040  
Email: [mexico@comercio.mineco](mailto:mexico@comercio.mineco)  
<http://Mexico.oficinascomerciales.es>

---

Si desea conocer todos los servicios que ofrece ICEX España Exportación e Inversiones para impulsar la internacionalización de su empresa contacte con:

### Ventana Global

913 497 100 (L-J 9 a 17 h; V 9 a 15 h) 97 10 10 9 a 17 h  
[informacion@icex.es](mailto:informacion@icex.es)

Para buscar más información sobre mercados exteriores [siga el enlace](#)

---

**INFORMACIÓN LEGAL:** Este documento tiene carácter exclusivamente informativo y su contenido no podrá ser invocado en apoyo de ninguna reclamación o recurso.

ICEX España Exportación e Inversiones no asume la responsabilidad de la información, opinión o acción basada en dicho contenido, con independencia de que haya realizado todos los esfuerzos posibles para asegurar la exactitud de la información que contienen sus páginas.

### AUTORA

Lucía Izco Gómara

Oficina Económica y Comercial  
de España en Ciudad de México  
[mexico@comercio.mineco.es](mailto:mexico@comercio.mineco.es)  
Fecha: 22/04/2024

NIPO: 22424012X

[www.icex.es](http://www.icex.es)



FICHAS SECTOR MÉXICO



**ICEX** España  
Exportación  
e Inversiones