

**PERÚ**Ministerio
de Comercio Exterior
y TurismoComisión de Promoción del
Perú para la Exportación y
el Turismo—PROMPERÚDirección de las Oficinas Comerciales del
Perú en el Exterior**ANEXO 5****OFICINA COMERCIAL DEL PERÚ EN MÉXICO****FICHA MERCADO PRODUCTO
(ROPA DE BEBÉ)****1. Nomenclatura arancelaria**

Sección:	XI	Materias textiles y sus manufacturas
Capítulo:	61	Prendas y complementos (accesorios), de vestir, de punto
Partida:	6111	Prendas y complementos (accesorios), de vestir, de punto, para bebés.
SubPartida:	611120	- De algodón.
Fracción:	61112001	De algodón.

2. Denominación o nombre comercial en el país de destino

Ropa de Bebé

3. Requisitos de acceso al mercado (aranceles, requisitos sanitarios y fitosanitarios, certificaciones, otros)**Arancel de Importación**

- Fracción arancelaria: 6111
- Arancel a la importación: 0 %

Nota Alianza del Pacífico: A partir del 1° de mayo de 2016, la importación de esta mercancía, originaria de Colombia, Chile y Perú, estará sujeta al arancel preferencial 0%.

Del 1 de enero al 31 de diciembre del 2005 al 2007, prendas y complementos de vestir clasificados en esta fracción arancelaria, originarios y provenientes de Perú, con la preferencia arancelaria establecida en el Art. Primer del Decreto para la aplicación del ACE No. 8 suscrito con Perú, publicado el 3/IX/2002 (Art. 5 del Acuerdo 16/I/2006).

4. Tendencias del mercado (no incluir estadísticas de comercio exterior)

La moda infantil es un negocio de miles de millones en México superando tanto a la moda femenina como masculina, a pesar de la constante disminución de la tasa de fertilidad de las mujeres mexicanas, el aumento de los ingresos disponibles para gastar en los niños y la creciente sensibilidad de los menores a las últimas tendencias de la moda, impulsaron el desempeño positivo de la categoría en 2016, especialmente entre la creciente clase media aspiracional del país, que es "particularmente sensible a las marcas".

La industria de la moda infantil en México alcance los 61.300 millones en 2021. Aunque se espera que la tasa de natalidad continúe disminuyendo (2.0 niños por mujer en 2021), la ropa infantil continuará registrando un desempeño positivo, provocado por el creciente interés de los padres en el gasto de sus hijos, especialmente a medida que se vuelven cada vez más sensibles a las últimas tendencias internacionales de moda, gracias a su presencia en redes sociales como Facebook e Instagram.

**PERÚ**Ministerio
de Comercio Exterior
y TurismoComisión de Promoción del
Perú para la Exportación y
el Turismo—PROMPERÚDirección de las Oficinas Comerciales del
Perú en el Exterior

5. Estacionalidad de la producción local

Las marcas mexicanas trabajan en lanzar productos con diseños y formas novedosas para los niños, quienes se han vuelto más activos en la compra de su ropa. De hecho, 42% de las decisiones en la materia son resultado de un consenso entre los padres y el niño, 25% de las veces es sólo decisión del niño y 32% sólo de los padres, según un estudio elaborado por la Consultora TNS.

El principal obstáculo para innovar en este mercado es la poca oferta de telas con diseños y colores especiales para niños. En México hay 10.5 millones de niños menores de 4 años y 11.0 millones de niños de entre 5 y 11 años, según datos del Instituto Nacional de Estadística y Geografía (Inegi).

6. Principales puntos de ingreso del producto al mercado (puertos / aeropuertos)

• ACCESO MARÍTIMO

México, posee una gran infraestructura portuaria que le permite y le facilita sus operaciones comerciales con el resto del mundo, cuenta con 22 puertos ubicados estratégicamente sobre el Océano Atlántico y Pacífico. Los cuatro principales puertos del país, por los que pasa el 60% del tráfico marítimo de mercancías, son Puerto Altamira y Puerto Veracruz en el Golfo de México, y Puerto Manzanillo y Puerto Lázaro Cárdenas en la costa en la costa del Pacífico, mucho de su tráfico se dirige a los puertos de: Altamira, Veracruz, Manzanillo, Progreso, Lázaro Cárdenas, y Ensenada.

• ACCESO AEREO

México tiene la red más extensa de aeropuertos de América Latina, con aeropuertos en cada ciudad de más de 500.000 habitantes. Cuenta con 82 aeropuertos de los cuáles 48 con servicio aduanero a lo largo de su territorio y 1,839 pistas, 228 de estas se encuentran pavimentadas. La oferta aérea para exportación desde Colombia está compuesta por servicios cargueros y por cupos en vuelos de pasajeros. La ruta para carga entre Colombia y México se orienta principalmente hacia el Aeropuerto Internacional de la Ciudad de México. En lo que respecta a tarifas, existe una asociación encargada de regular todo lo concerniente a transporte aéreo, la IATA, por sus siglas en inglés, Internacional Air Transport Association es la encargada de poner tarifas máximas, las cuales deben ser cumplidas por las aerolíneas o de lo contrario serán sancionadas.

7. Descripción de la cadena de distribución y comercialización del producto en el mercado (identificar los principales actores en cada eslabón de la cadena).

Este mercado se divide en dos segmentos, medio-bajo y medio-alto/ alto. En el segmento medio-bajo los consumidores compran productos baratos y de precio medio, principalmente a través de tiendas de abarrotes o cadenas minoristas que ofrecen precios bajos y facilidades de crédito. Por su parte, el segmento medio-alto compra productos premium, a través de las principales tiendas departamentales y boutiques. Los compradores del segmento medio-alto esperan productos de altísima calidad y con gran diferenciación de la competencia, mientras que el precio no es tan importante.

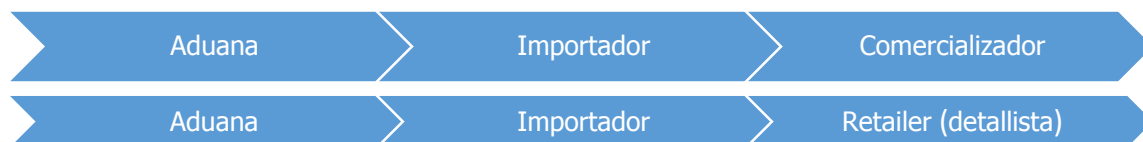


PERÚ

Ministerio
de Comercio Exterior
y Turismo

Comisión de Promoción del
Perú para la Exportación y
el Turismo—PROMPERÚ

Dirección de las Oficinas Comerciales del
Perú en el Exterior



8. Criterios de los actores claves de los canales de distribución y comercialización para la selección de proveedores (en orden de importancia)

- Precio
- Calidad del producto
- Disponibilidad del producto
- Tiempos de entrega

9. Presencia de la oferta peruana en el mercado (temporadas, puntos de venta)

Se están realizando apoyos en agendas de negocios y presentación con posibles compradores para tener presencia en las principales boutiques y franquicias de México. Actualmente marcas peruanas se están posicionando en el mercado mexicano, envían productos, telas e hilados de algodón pima para la producción de ropa de bebé.

10. Actividades de promoción idóneas para promover el producto.

- Desarrollo De agendas de negocios especializadas de acuerdo a la oferta exportable y el perfil del producto específico.
- Participación en ferias y eventos especializados del sector confecciones en México como INTERMODA GUADALAJARA, que cuenta con dos versiones al año (enero y Julio) y en EXPO TU BEBÉ Y TÚ, Expo Maternidad y Bebé Monterrey.
- Desarrollar contacto permanente con importadores locales, es importante que el exportador peruano viaje constantemente a México para fidelizar a sus clientes, así como tener presencia en las negociaciones.

**PERÚ**Ministerio
de Comercio Exterior
y TurismoComisión de Promoción del
Perú para la Exportación y
el Turismo—PROMPERÚDirección de las Oficinas Comerciales del
Perú en el Exterior

Anexo de Precios de referencia en los diferentes canales según origen del producto

Punto de venta	Unidad (Caja, Kg, otro)	Precio (US\$ por unidad)	Origen del producto	Fecha de toma de información	Características o forma de presentación	Foto
Importación de Costa Rica	Tonelada	7,857	Costa Rica	Diciembre 2019	Empaquetado por pieza	N/A
Importación de Guatemala	Tonelada	13,609	Guatemala	Diciembre 2018	Empaquetado por pieza	N/A
Importación de Perú	Tonelada	13,000	Perú	Diciembre 2019	Empaquetado por pieza	N/A

* La Secretaría de Economía renovó en 2019 los aranceles de entre el 10 y el 25% a las importaciones textiles.