

Nota Sectorial

El sector del hábitat en México



Esta Nota sectorial ha sido elaborada por
José Ares López

Bajo la supervisión de la Antena Igape México

Noviembre 2022



EXENCIÓN DE RESPONSABILIDAD: La información y los contenidos incluidos en este documento no tienen carácter vinculante, pues se trata de un servicio ofrecido con un carácter informativo y divulgativo. Tampoco representan la opinión de la Antena Igape México, que no se responsabiliza del uso que pueda hacerse de ellos.

Índice General

1.	Resumen ejecutivo	5
2.	Definición del sector	5
3.	Análisis de la Demanda	6
4.	Análisis de la Oferta	7
4.1.	Tamaño de mercado	7
4.2.	La oferta española y gallega	8
4.3.	Principales actores en el canal detallista	8
5.	Canales de distribución	9
6.	Perspectivas del sector	10
7.	Oportunidades en el mercado para empresas gallegas	10
8.	Información práctica	11
8.1.	Ferias	11
8.2.	Asociaciones	11

1. Resumen ejecutivo

La presente nota sectorial sobre el desarrollo sector del hábitat en México tiene como objetivo ofrecer una visión general de dicho sector en cuanto a su demanda, oferta y perspectivas de evolución del sector, así como las oportunidades de mercado presentes para las empresas gallegas.

México es el país con una mayor actividad y evolución a lo que el mercado inmobiliario se refiere. En el año 2020 el sector de la construcción representó un 6,7% del PIB del país con 1.565.860 millones de pesos de valor. Hablamos sobre esto por que el sector del hábitat es un sector profundamente heterogéneo, con gran variedad de productos de una gran diversidad de materiales que depende directamente de la construcción

A pesar de estas cifras tan significativas en el sector de la construcción, este y el del hábitat son dos sectores que se han visto sumamente afectados por la crisis sanitaria del covid-19, viendo reducida su actividad en un 17% respecto al año 2019 y anteriores previo a la pandemia. Son dos sectores realmente importantes para la economía mexicana. De todas formas, el auge de nuevas ciudades en el país como Querétaro, León, Mérida, etc. De menor tamaño que las grandes urbes históricas como Ciudad de México, Guadalajara, Monterrey, pero con gran potencial que están generando una gran actividad en construcción

La oferta inmobiliaria en general está muy enfocada en Ciudad de México dado que es el centro financiero y neurálgico nacional, según datos de la ADI (Asociación de Desarrolladores Inmobiliarios) en el año 2020 de las 246 obras proyectadas en toda la República Mexicana, 155 tendrían lugar en Ciudad de México, de los 18.972 millones de dólares proyectados para la inversión, 12 mil millones estarían destinados a los proyectos en Ciudad de México, un 65% de la inversión total. A pesar de esto también hay otras ciudades que conviene destacar, en el aspecto industrial, Monterrey ha crecido a un gran nivel y a día de hoy concentra el 20% de la demanda inmobiliaria en este apartado, en el apartado residencial y comercial, ciudades como Guadalajara, Querétaro y Puebla han experimentado gran desarrollo. En materia de turismo y vacacional, a mayores de los lugares más tradicionales como la Riviera Maya y Acapulco, la zona de Baja California Sur (Los Cabos) está haciéndose con una gran cuota, especialmente gracias al interés que esta despertando entre el público norteamericano.

2. Definición del sector

Esta nota sectorial se centrará en analizar el sector del hábitat en México, este sector integra sectores del mueble, textil hogar, iluminación, cerámica, baño, exteriores, mobiliario urbano, etc. En esta nota pondremos el foco especialmente en muebles (en sus diferentes modalidades), iluminación y alfombras ya que son los segmentos de mayor interés y volumen en el mercado del hábitat.

Por lo tanto, para los datos que se aportarán a lo largo de esta nota nos centraremos en los siguientes capítulos arancelarios clasificados según el Sistema Armonizado de clasificación arancelaria (HS):

- 57. Alfombras y demás revestimientos para el suelo, de materias textiles,
- 58. Tejidos especiales, superficies textiles con pelo insertado, encajes, tapicería, pasamanería.
- 59. Tejidos impregnados, recubiertos, revestidos o estratificados, artículos técnicos de materias textiles.
- 60. Tejidos de punto.
- 94. Muebles.

3. Análisis de la Demanda

La demanda inmobiliaria comienza a mostrar señales de recuperación en México gracias principalmente a la mejora de la situación en sus dos mercados más importantes, Monterrey y Ciudad de México. Tras todo el período de contingencia ocasionado por la Covid-19. De acuerdo con el Reporte Inmobiliario 2021 de Lamudi, el cual, ofrece una fotografía del sector inmobiliario en la capital tras un año y medio de contingencia sanitaria, la demanda inmobiliaria creció 38% durante el primer cuatrimestre del año, comparado con el mismo periodo de 2020. Lo cual es muy relevante y va muy ligado al sector del hábitat, dado que a mayor demanda inmobiliaria, mayor construcción y mayor necesidad de dotar de habitabilidad y comodidad a esos espacios.

Con el Covid se ha venido produciendo un problema para los edificios de corporativos debido a que la gente está teletrabajando y ya no se usan, una de las soluciones que se está planificando ya desde hace tiempo es la reconversión de estos espacios corporativos en edificios de usos mixtos, y a su vez promoviendo la construcción de edificios de este tipo. De acuerdo con la Secretaría de Desarrollo Urbano y Vivienda (Seduvi), los próximos desarrollos de usos mixtos, que se construyan, deberán repensar los modelos de oficina, que se trate de espacios más flexibles e incluso adaptables a coworking, ya que el trabajo híbrido o remoto se mantendrá en muchas empresas.

En cuanto al tipo de construcción proyectada para 2021 según la demanda estimada por la Asociación de Desarrolladores Inmobiliarios (ADI), esta se concentrará principalmente en edificios de usos mixtos y residencial.

Aquí en México, tendremos dos tipos de clientes para este sector, los particulares y por otro lado tendríamos lo que denominaríamos como canal contract, lo cual pueden ser clientes institucionales o corporativos, es decir sector público o privado. Dentro de este canal contract confluyen una serie de actores que lo identifican claramente: el agente prescriptor, el mercado del contract, el cliente contract y los proveedores. En el caso de los agentes prescriptores estos son generalmente arquitectos, estudios de decoración e interiorismo y empresas especializadas en proyectos integrales con un papel decisivo en la selección y compra de los productos destinados a los proyectos en los que participan.

Por otra parte, el consumidor mexicano se caracteriza por ser muy marquista y dar un peso importante a las recomendaciones dentro de su decisión de compra. Entre estas fuentes suelen tener gran importancia las recomendaciones de amistades bien posicionadas social y económicamente hablando, así como las apariciones en diferentes medios de publicidad. Son muy seguidores de las últimas tendencias europeas y americanas dado

que productos con este origen van asociados a un determinado prestigio en su compra. Es una gran población, en donde la demanda es grande y creciente, así como variable.

4. Análisis de la Oferta

4.1 TAMAÑO DE MERCADO

A pesar de que la población actual en México ronda los 130 millones de personas censadas, la realidad es que el mercado objetivo para este sector es mucho menor, dado que además de que, en ningún caso, en ningún país el mercado es igual al número de habitantes, menos va a ocurrir en un país como México, dónde las rentas están tan desigualmente distribuidas. Lo bueno aún así para las empresas gallegas, es que es un país con un alto porcentaje de población de renta elevada, que es el nicho de mercado, dónde por precio y producto resulta más atractivo el producto gallego y español. Cabe decir que es el nicho donde todas las empresas extranjeras quieren posicionarse, y es un mercado realmente saturado, sobre todo en las grandes urbes como Ciudad de México, Monterrey, Guadalajara y Puebla. Un segmento que está aumentando es el segmento medio alto, sobre todo en ciudades en construcción como Querétaro, Mérida, León o Torreón.

En cuanto al tamaño del mercado mexicano, gracias a la Encuesta Anual de la Industria Manufacturera de 2018, elaborada por el Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI), examinando la clase 337 (“Fabricación de muebles, colchones y persianas”) extraemos los siguientes datos:

Tabla 1: Fabricación de muebles, colchones y persianas, México 2018.

TAMAÑO DE MERCADO		
Producción total (mil.)	Inversión total (mil.)	Personal ocupado
4.314.778,40	48.417,60	170.814

Fuente: INEGI, censos económicos 2018

En lo referente a las importaciones, según datos de Trademap, en el año 2020 se importaron muebles (94) por un valor de 2.600.000 miles de USD, productos de iluminación (9405) por valor de 504.000,75 miles de USD y alfombras (57) por valor de 131.000,58 miles de USD.

En la siguiente tabla se observa a los dos principales países proveedores de cada producto, con el valor de sus importaciones desde México, así como la posición de España en el ranking de proveedores, con datos del año 2020.

Tabla 2: Importaciones en México, año 2020.

IMPORTACIONES EN MÉXICO, 2020			
Muebles (94)	Estados Unidos (1.250.000) miles de	China (850.000 miles de USD)	España (55.000 miles de USD)
Alfombras (57)	China (350.000,75 miles de USD)	Estados Unidos (105.000,287 miles de USD)	España (6.134 miles de USD)
Iluminación (9405)	Estados Unidos (80.000 miles de USD)	China (30.000 miles de USD)	España (400 miles de USD)

Fuente: Trademap

4.2 LA OFERTA ESPAÑOLA Y GALLEGA

Según datos del Banco de España, en el año 2020 España fue el tercer exportador más importante de la UE a México, y el segundo inversor mundial en México, solo superado por Estados Unidos. En cuanto al sector hábitat, México ocupa la décima posición dentro de las exportaciones españolas, por un valor de 99.154,71 miles de euros en el año 2020. El producto español está muy bien valorado en el mercado mexicano, el posicionamiento por diseño resulta la mejor opción, ya que por precio es imposible competir con el producto nacional o con artículos procedentes de China. Como empresas españolas destacadas en el sector tenemos: Andreu World, Sellex, Isimar, Punt, Escofet, Gandía Blasco, Expormim, Actiu, Lamp y Daisalux.

En cuanto a la oferta gallega, aquí desglosamos a continuación algunas de ellas con presencia en el mercado mexicano.

- GRUPO RAMÓN GARCÍA
- SANTOS EQUIPAMIENTO DE INTERIORES
- ASSEMBLY AND CREATIONS (MONTAJES Y CREACIONES DEL NORTE)
- GRUPO MALASA
- MUEBLES ALESDI
- MUEBLES HERMIDA
- ARTURO ALVÁREZ
- AGGARO DESIGN

- EUROLATON
- GREEN DROP GLOBAL CONSULTING (GRUPO ATLANTE)

4.3 PRINCIPALES ACTORES

En el mercado mexicano destacamos los siguientes actores a tener en cuenta:

- **Secretaría de economía:** se encarga de las políticas generales de industria, comercio exterior e interior, abasto y precios del país.
- **SEMARNAT:** es la Secretaría de Medio Ambiente y Recursos Naturales es el despacho del poder ejecutivo federal encargado de la garantía del desarrollo sostenible y el equilibrio ambiental.
- **CANACINTRA:** Organismo que representa al sector industrial de México. Tiene como objetivo fomentar la competitividad y productividad de las empresas.
- **Asociación Mexicana de Proveedores de la Industria Maderera y Mueblera (AMPIMM):** Tiene como finalidad representar a importadores y distribuidores de componentes, materias primas y maquinaria, así como a empresas que proporcionan servicios a la industria maderera y de fabricación de muebles.
- **Prescriptores (interioristas y arquitectos):** Tienen una gran influencia y poder de decisión en la elección del mobiliario y demás artículos que forman parte de un proyecto, especialmente en el canal contract pero también en la construcción de viviendas y el cliente final.

5. Canales de distribución

El canal de distribución del sector del hábitat en México es bastante simple que se basa en la toma de decisiones dentro de un proyecto, proveedores, prescriptores y la desarrolladora del proyecto son los agentes que intervienen en ello.

Los prescriptores (arquitectos e interioristas) que son quienes acostumbran tener el poder de decisión dentro de un proyecto, son quienes eligen a los proveedores (fabricantes o importadores de mobiliario) que le van a suministrar los productos para llevar a cabo un proyecto contratado por constructoras, empresas del canal contract (hotelería, centros comerciales, oficinas...) o cliente final. Definitivamente son el núcleo y el nexo del proyecto y a través de ellos se puede acceder a información acerca de futuros proyectos.

Además de esto, muchos prescriptores y empresas del canal contract se muestran reticentes en muchos casos a importar productos, por lo que muchas empresas toman la decisión de establecer plantas de producción en México, ya que así no solo se evita importar el producto, si no que también permite disminuir costes y por ende el precio.

En cuanto a los tipos de canales de distribución, podemos distinguir los siguientes:

- **Tiendas departamentales:** Este tipo de distribución está dominada claramente por Liverpool y Palacio de Hierro. Estas cadenas centralizan sus compras, que son tanto de productos nacionales como de producto extranjero importado. La venta a estos comercios se puede realizar directamente o a través de un importador o representante, que suele agrupar varias marcas, normalmente por país de origen.

Este tipo de canales están dirigidos a consumidores de clase media-alta, sin embargo, no es el mejor canal para productos de alto diseño o lujo.

- **Tiendas especializadas:** Este tipo de establecimientos especializados en mobiliario y decoración suelen ser también empresas diseñadoras de muebles que abren una tienda o varias para dar salida a sus productos en el mercado. Empresas como Gaia, Alameda, Casa de las Lomas, Moblum, Casa Palacio o Mobica por ejemplo.

Sin embargo, también resulta común encontrarse con tiendas propias y showrooms de las principales marcas internacionales con presencia en México, en muchos casos estas exposiciones ocupan gran espacio y agrupa colecciones de varias firmas internacionales, algunos ejemplos de este tipo de establecimientos sería IHO Espacios y Blend Design.

Por otra parte, en este año 2021, IKEA ha abierto su primera tienda en el país en CDMX, resultando ser todo un éxito, tienen prevista la apertura de su segunda tienda en el país para inicios de 2022 y también estará ubicada en la capital, a falta de ver como continuará su expansión por el país, sin duda puede provocar grandes cambios y revolucionar el mercado actual.

6. Perspectivas del sector

Entre las principales tendencias del sector a tener en cuenta a corto y medio plazo en este mercado, nos encontramos con las siguientes:

- ❖ **Rapidez de entrega como valor diferencial:** con el incremento de consumo a través de gigantes del e-commerce, los consumidores han internalizado que el espacio entre el click y el disfrute del producto es mínimo. Hasta el punto que se ha erigido como valor diferencial el cash&carry: compra hoy y disfrútalo mañana. Por lo tanto vemos como son muy importantes los factores **personalización** y **logística**, el donde, el que, cuando quieras y como lo quieras.
- ❖ **Teletrabajo:** la crisis sanitaria ha provocado que los hogares han pasado de ser lugares de pernocta a convertirse en el centro de la vida diaria al pasar tanto tiempo allí, eso ha motivado que la gente cada vez más piense en remodelar esos espacios e invertir más dinero en ellos puesto que le van a dar más uso. Sobre todo, los productos de oficina y de exteriores han sido los más beneficiados.
- ❖ **Salto a canales digitales:** Imprescindible hoy en día tener posibilidad de venta online, un buen catálogo, una buena página web, buena presencia en redes sociales y buen posicionamiento ayuda a construir una identidad digital fuerte y por ende a aumentar las ventas.
- ❖ **Especialización y micronicho:** Debido a la disminución en las solicitudes de crédito que han experimentado los bancos en el último año, la competencia para ofrecer créditos se disparó, esto hará que los compradores potenciales tengan mayor facilidad para acceder a una hipoteca y esto resulte en un mayor dinamismo en el sector.

7. Oportunidades en el mercado para empresas gallegas

Las empresas familiares se han visto en problemas a la hora de afrontar estos rápidos cambios que tenían (o no) planificados al medio/largo plazo, como son los envíos directos a particulares en lugar de grandes superficies; con empresas de larga trayectoria, la digitalización, el liderazgo en costes. Estas amenazas han puesto contra las cuerdas a los negocios que aún pelean contra el crecimiento de los gigantes del mueble. Así como la dificultad añadida de lidiar con el legado familiar y las decisiones puramente empresariales, completamente ajeno al modelo de negocio de las grandes firmas. Por lo tanto, una aproximación más rápida a los modelos de negocio que más éxito tienen actualmente, ayudará a reducir el impacto negativo de esto.

Personalización. Los consumidores quieren tener mayor poder de decisión sobre los productos que adquieren. Ampliar la variedad en el catálogo, abre la puerta a valoraciones y estas valoraciones de los clientes son realmente importantes, los clientes quieren sentir que el producto está hecho y entregado ad hoc.

Logística. Uno de los pilares de la nueva normalidad. Los tiempos de espera son vitales y marcan la diferencia entre comprar un producto u otro. El nuevo consumidor está dispuesto a pagar más por tener el producto antes.

Se antoja clave, la actitud eco friendly cada vez más arraigada en la sociedad, la idea de comprar productos más sostenibles está calando hondo y tendrá cada vez mayor relevancia. Aquellas empresas que durante su proceso de producción sean más respetuosos con el medio ambiente y utilicen productos más ecológicos y por ende vendan productos que se puedan catalogar como respetuosos con el medio ambiente probablemente tengan más oportunidades de éxito que aquellas que no lo hagan.

8. Información práctica

8.1 FERIAS

- **Hábitat Expo 2022**
WTC en Ciudad de México (19 al 21 de mayo, 2022), <https://www.habitatexpo.com/>
Encuentro que reúne a los líderes del diseño presentando las tendencias en interiorismo, diseño y arquitectura, donde más de 300 proveedores presentan su oferta a 17,000 visitantes. Reunidos durante tres días, los profesionales se dan la oportunidad de hacer negocios cara a cara y así conocer el rumbo de la industria.
- **Deconarq**
Cancún ICC (24 de agosto al 26 de agosto, 2022), <https://deconarq.com.mx/>
Deconarq, es la vitrina de exposición y referente del mercado de la construcción, obra, arquitectura e interiorismo que regresa como punto de enlace entre profesionales y proveedores en uno de los lugares de mayor crecimiento en Mexico: Quintana Roo.

- **Expo Mueble Internacional**
Expo Guadalajara (16 al 19 de febrero, 2022), <https://expomuebleinternacional.com.mx/en/home-exmi2021/>
Encuentro que reúne en 3 pabellones a más de 400 expositores del sector de muebles a nivel internacional.
- **Decostyle**
WTC Ciudad de México (25 al 29 de julio, 2022), <https://www.decoestilo.com.mx/>
Feria de productos de interiorismo, decoración y regalos.
- **Expo Lightning America**
Centro Citibanamex Ciudad de México (08 al 10 de noviembre, 2022), <https://www.expolightingamerica.com/es-mx.html>
Feria de productos de iluminación, el más importante de México.
- **Obra Blanca Expo**
Expo Santa Fé Ciudad de México (11 al 13 de octubre, 2022), <https://www.obrablancaexpo.com/>
Una exposición especializada en la oferta de materiales y tecnología de acabados que le dan el toque final a los espacios arquitectónicos y de interiores. Un encuentro en la Ciudad de México centrado en la experiencia del visitante y la profesionalización de una industria cada vez más completa y sofisticada.

8.2 ASOCIACIONES

- **Asociación de Desarrolladores Inmobiliarios (ADI)**
<https://adi.org.mx>
- **Asociación Mexicana de Profesionales Inmobiliarios (AMPI)**
<https://ampi.org/>
- **Asociación de Profesionales en Comercialización Inmobiliaria (APCI)**
<https://www.apcimexico.com/web>
- **Consejo de Profesionales Inmobiliarios de México (COPIM)**
<https://copim.org.mx/>
- **Unión de Profesionales Inmobiliarios de México (UPIM)**
<https://upim.org/>