

## Nota Sectorial

### O sector do hábitat en México



Esta Nota sectorial foi elaborada por  
José Ares López

Baixo a supervisión da Antena Igape México

Novembro 2022



EXENCIÓN DE RESPONSABILIDADE: A información e os contidos incluídos neste documento non teñen carácter vinculante, pois se trata de un servizo ofrecido cun carácter informativo e divulgativo. Tampouco representan a opinión da Antena Igape México, que non se responsabiliza do uso que poida facerse deles.

## Índice Xeral

1.	Resumo executivo.....	5
2.	Definición do sector.....	5
3.	Análisis da Demanda.....	6
4.	Análisis da Oferta.....	7
	4.1. Tamaño do mercado.....	7
	4.2. A oferta española e galega.....	8
	4.3. Principais actores no canal detallista.....	8
5.	Canles de distribución.....	9
6.	Perspectivas do sector.....	10
7.	Oportunidades no mercado para empresas galegas.....	10
8.	Información práctica.....	11
	8.1. Ferias.....	11
	8.2. Asociacións.....	11

## 1. Resumo executivo

A presente nota sectorial sobre o desenvolvemento sector do hábitat en México ten como obxectivo ofrecer unha visión xeral de dito sector en canto a súa demanda, oferta e perspectivas de evolución do sector, así como as oportunidades de mercado presentes para as empresas galegas.

México é o país cunha maior actividade e evolución no que ao mercado inmobiliario se refire. No ano 2020 o sector da construción representou un 6,7% do PIB do país con 1.565.860 millóns de pesos de valor. Falamos sobre isto porque o sector do hábitat é un sector profundamente heteroxéneo, con gran variedade de produtos de unha gran diversidade de materiais que depende directamente da construción.

A pesar destas cifras tan significativas no sector da construción, este e o sector hábitat son dous sectores que se viron sumamente afectados pola crisis sanitaria do covid-19, vendo reducida súa actividade nun 17% respecto ó ano 2019 e anteriores previo á pandemia. Son dous sectores realmente importantes para a economía mexicana. De todas formas, o auxe de novas cidades no país como Querétaro, León, Mérida, etc. De menor tamaño que as grandes urbes históricas como Cidade de México, Guadalajara, Monterrey, pero con gran potencial que están xenerando unha gran actividade en construción.

A oferta inmobiliaria en xeneral está moi enfocada en Cidade de México dado que é o centro financeiro e neuráxico nacional, según datos da ADI (Asociación de Desarrolladores Inmobiliarios) no ano 2020 das 246 obras proxectadas en toda a República Mexicana, 155 terán lugar en Cidade de México, dos 18.972 millóns de dólares proxectados para a inversión, 12 mil millóns estarían destinados ós proxectos en Cidade de México, un 65% da inversión total. A pesar disto tamén hai outras cidades que convén destacar, no aspecto industrial, Monterrey creceu a un gran nivel e a día de hoxe concentra o 20% da demanda inmobiliaria e neste apartado, no apartado residencial e comercial, cidades como Guadalajara, Querétaro e Puebla experimentaron gran desenvolvemento. En materia de turismo e vacacional, a maiores dos lugares máis tradicionais coma Riviera Maya e Acapulco, a zona de Baja California Sur (Os Cabos) estase a facer cunha gran cuota, especialmente gracias ó interese que está despertando entre o público norteamericano.

## 2. Definición do sector

Esta nota sectorial centrase en analizar o sector do hábitat en México, este sector integra sectores do moble, textil hogar, iluminación, cerámica, baño, exteriores, mobiliario urbano, etc. Nesta nota pondremos o foco especialmente en mobles (nas súas diferentes modalidades), iluminación e alfombras posto que son os segmentos de maior interese e volumen no mercado do hábitat.

Polo tanto, para os datos que se aportarán ó longo desta nota centrarémonos nos seguintes capítulos arancelarios clasificados segundo o Sistema Armonizado de clasificación arancelaria (HS):

- 57. Alfombras e demais revestimentos para o chan, de materias textiles,
- 58. Textidos especiais, superficies textiles con pelo insertado, encaixes, tapicería, pasamanería.
- 59. Textidos impregnados, recubertos, revestidos ou estratificados, artigos técnicos de materias textiles.
- 60. Textidos de punto.
- 94. Mobles.

### 3. Análisis da Demanda

A demanda inmobiliaria comeza a mostrar sinais de recuperación en México grazas principalmente á mellora da situación nos seus dous mercados máis importantes, Monterrey e Cidade de México. Tras todo o período de continxencia ocasionado pola Covid-19. De acordo co Reporte Inmobiliario 2021 de Lamudi, o cal, ofrece unha fotografía do sector inmobiliario na capital tras un ano e medio de continxencia sanitaria, a demanda inmobiliaria creceu un 38% durante o primer cuatrimestre do ano, comparado co mesmo período de 2020. O cal é moi relevante e va moi ligado ó sector do hábitat, dado que a maior demanda inmobiliaria, maior construción e maior necesidade de dotar de habitabilidade e comodidade a esos espazos.

Ca Covid se viñeron producindo uns problemas para os edificios de corporativos debido a que a xente está teletraballando e xa non se usan, unha das solucións que se está planificando xa desde fai tempo é a reconversión destes espazos corporativos en edificios de usos mixtos, e a súa vez promovendo a construción de edificios deste tipo. De acordo ca Secretaría de Desenvolvemento Urbano e Vivenda (Seduvi), os próximos desenvolvementos de usos mixtos, que se constrúan, deberán repensar os modelos de oficina, que se trate de espazos máis flexibles e incluso adaptables a coworking, xa que o traballo híbrido ou remoto manterase en moitas empresas.

En canto ao tipo de construción proxectada para 2021 segundo a demanda estimada pola Asociación de Desenvolvementos Inmobiliarios (ADI), esta concentrarase principalmente en edificios de usos mixtos e residencial.

En México, teremos dous tipos de clientes para este sector, os particulares e por outro lado teríamos o que denominaríamos como canal contract, o cal poden ser clientes institucionais ou corporativos, é dicir, sector público ou privado. Dentro deste canal contract conflúen unha serie de actores que o identifican claramente: o axente prescriptor, o mercado do contract, o cliente contract e os provedores. No caso dos axentes prescriptores estes son xeneralmente arquitectos, estudos de decoración e interiorismo e empresas especializadas en proxectos integrais cun papel decisorio na selección e compra dos produtos destinados ós proxectos nos que participan.

Por outra parte, o consumidor mexicano caracterízase por ser moi marquista e dar un peso importante ás recomendacións dentro da súa decisión de compra. Entre estas fontes solen ter gran importancia as recomendacións de amizades ben posicionadas social e economicamente falando, así como as aparicións en diferentes medios de publicidade. Son moi seguidores das últimas tendencias europeas e americanas dado que

produtos con esta orixe van asociados a un determinado prestixio na súa compra. É unha gran poboación, donde a demanda é grande e crecente, así como variable.

## 4. Análisis da Oferta

### 4.1 TAMAÑO DO MERCADO

Aínda que a poboación actual en México ronda os 130 millóns de persoas censadas, a realidade é que o mercado obxectivo para este sector é moito menor, dado que ademais de que, en ningún caso, en ningún país o mercado é igual ao número de habitantes, menos vai a ocorrer nun país como México, dónde as rentas están tan desigualmente distribuídas. O bo aínda así para as empresas galegas, é que é un país cun alto porcentaxe de poboación de renda elevada, que é o nicho de mercado, onde por precio e produto resulta máis atractivo o produto galego e español. Cabe dicir que é o nicho onde tódalas empresas extranxeiras queren posicionarse, e é un mercado realmente saturado, sobre todo nas grandes urbes como Cidade de México, Monterrei, Guadalajara e Poblá. Un segmento que está aumentando é o segmento medio alto, sobre todo en cidades en construción como Querétaro, Mérida, León ou Torreón.

En canto ó tamaño do mercado mexicano, gracias á Enquisa Anual da Industria Manufactureira de 2018, elaborada polo Instituto Nacional de Estadística e Xeografía (INEGI), examinando a clase 337 (“Fabricación de mobles, colchóns e persianas”) extraemos os seguintes datos:

Táboa 1: Fabricación de mobles, colchóns e persianas, México 2018.

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

Fonte: INEGI, censos económicos 2018

No referente ás importacións, según datos de Trademap, no ano 2020 se importaron mobles (94) por un valor de 2.600.000 miles de USD, produtos de iluminación (9405) por valor de 504.000,75 miles de USD e alfombras (57) por valor de 131.000,58 miles de USD.

Na seguinte táboa se observa ós dous principais países provedores de cada produto, co valor das súas importacións desde México, así como a posición de España no ránking de provedores, con datos do ano 2020.

Táboa 2: Importacións en México, ano 2020.

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

Fonte: Trademap

#### 4.2 A OFERTA ESPAÑOLA E GALEGA

Segundo datos do Banco de España, no ano 2020 España foi o terceiro exportador máis importante da UE a México, e o segundo investidor mundial en México, segundo só a por Estados Unidos. En canto ao sector hábitat, México ocupa a décima posición dentro das exportacións españolas, por un valor de 99.154,71 miles de euros no ano 2020. O produto español está moi ben valorado no mercado mexicano, o posicionamento por diseño resulta a mellor opción, posto que por precio é imposible competir co produto nacional ou con artigos procedentes de China. Como empresas españolas destacadas no sector temos: Andreu World, Sellex, Isimar, Punt, Escofet, Gandía Blasco, Expormim, Actiu, Lamp y Daisalux.

En canto á oferta galega, aquí desglosamos a continuación algunhas delas con presenza no 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
- STAC
- GREEN DROP GLOBAL CONSULTING (GRUPO ATLANTE)

#### 4.3 PRINCIPAIS ACTORES

No mercado mexicano destacamos os seguintes actores a ter en conta:

- **Secretaría de economía:** encárgase das políticas xeneráis da industria, comercio exterior e interior, abasto e precios do país.
- **SEMARNAT:** é a Secretaría de Medio Ambiente e Recursos Naturais e é o despacho do poder executivo federal encargado da garantía do desenvolvemento sostenible e o equilibrio ambiental.
- **CANACINTRA:** Organismo que representa ao sector industrial de México. Ten como obxectivo fomentar a competitividade e produtividade das empresas.
- **Asociación Mexicana de Proveedores da Industria Madeireira e Mobleira (AMPIMM):** Ten como finalidade representar a importadores e distribuidores de compoñentes, materias primas e maquinaria, así como a empresas que proporcionan servizos á industria madeireira e de fabricación de mobles.
- **Prescriptores (interioristas e arquitectos):** Teñen unha gran influencia e poder de decisión na elección do mobiliario e demais artigos que forman parte dun proxecto, especialmente na canle contract pero tamén na construción de vivendas e o cliente final.

## 5. Canles de distribución

A canle de distribución do sector do hábitat en México é bastante simple e baséase na toma de decisións dentro dun proxecto, provedores, prescriptores e a desarrolladora do proxecto son os axentes que interveñen nelo.

Os prescriptores (arquitectos e interioristas) que son quen acostumbran ter o poder de decisión dentro dun proxecto, son quen elixen ós provedores (fabricantes ou importadores de mobiliario) que lle van a suministrar os produtos para levar a cabo un proxecto contratado por constructoras, empresas da canle contract (hotelería, centros comerciais, oficinas...) ou cliente final. Definitivamente son o núcleo e o nexo do proxecto e a través deles pódese acceder a información acerca de futuros proxectos.

Ademáis disto, moitos prescriptores e empresas da canle contract se mostran reticentes en moitos casos a importar produtos, polo que moitas empresas toman a decisión de establecer plantas de produción en México, posto que así non só se evita importar o produto, senón que tamén permite disminuir costes e por ende o prezo.

En canto ós tipos de canles de distribución, podemos distinguir os seguintes:

- **Tendas departamentais:** Este tipo de distribución está dominada claramente por *Liverpool e Palacio de Hierro*. Estas cadeas centralizan súas compras, que son tanto de produtos nacionais como de produto extranxeiro importado. A venda a estos comercios pódese realizar directamente ou a través dun importador ou representante, que sole agrupar varias marcas, normalmente por país de orixe.  
Este tipo de canles están dirixidos a consumidores de clase media-alta, sen embargo, non é a mellor canle para produtos de alto deseño o luxo.
- **Tendas especializadas:** Este tipo de establecementos especializados en mobiliario e decoración solen ser tamén empresas deseñadoras de mobles que abren unha tenda ou varias para dar saída a seus



produtos no mercado. Empresas como Gaia, Alameda, Casa das Lomas, Moblum, Casa Palacio ou Móbica por exemplo.

Sen embargo, tamén resulta común encontrarse con tendas propias e showrooms das principais marcas internacionais con presenza en México, en moitos casos estas exposicións ocupan gran espazo e agrupa coleccións de varias firmas internacionais, algúns exemplos deste tipo de establecementos serían IHO Espacios e Blend Design.

Por outra parte, en 2021 IKEA abriu súa primeira tenda no país en CDMX, resultando ser todo un éxito, así que abriu a súa segunda tenda no país a inicios de 2022 e tamén esta ubicada na capital, a falta de ver como continuará súa expansión polo país, sen dúbida pode provocar grandes cambios e revolucionar o mercado actual.

## 6. Perspectivas do sector

Entre as principais tendencias do sector a ter en conta a curto e medio prazo neste mercado, nos encontramos cas seguintes:

- ❖ **Rapidez de entrega como valor diferencial:** co incremento de consumo a través de xigantes do e-commerce, os consumidores internalizaron que o espazo entre o *click* e o disfrute do produto é mínimo. Hasta o punto que se erixiu como valor diferencial o *cash&carry*: compra hoxe e desfrútao mañán. Polo tanto vemos como son moi importantes os factores **personalización** e **loxística**, o onde, o que, cando queiras e como o queiras.
- ❖ **Teletraballo:** a crisis sanitaria provocou que os hogares pasaran de ser lugares de pernocta a converterse no centro da vida diaria ó pasar tanto tempo alí, eso motivou que a xente cada vez máis pense en remodelar esos espazos e investir máis diñeiro neles posto que lle van a dar máis uso. Sobre todo, os produtos de oficina e de exteriores foron os máis beneficiados.
- ❖ **Salto a canles dixitais:** Imprescindible hoxe en día ter posibilidade de venta online, un bo catálogo, unha boa páxina web, boa presenza en redes sociais e bon posicionamento axuda a construír unha identidade dixital forte e por ende a aumentalas vendas.
- ❖ **Especialización e micronicho:** Debido á diminución nas solicitudes de crédito que experimentaron os bancos no último ano, a competencia para ofrecer créditos disparouse, isto fará que os compradores potenciais teñan maior facilidade para acceder a unha hipoteca e isto resulte en un maior dinamismo no sector.

## 7. Oportunidades no mercado para empresas galegas

As empresas familiares víronse en problemas á hora de afrontar estes rápidos cambios que tiñan (ou non) planificados a medio/longo prazo, como son os envíos directos a particulares en lugar de grandes superficies; con empresas de longa traxectoria, a dixitalización, o liderazgo en costes. Estas ameazas puxeron contra as cordas ós negocios que aínda pelexan contra o crecemento dos xigantes do moble. Así como a dificultade engadida de lidiar co legado familiar e as decisións puramente empresariais, completamente alleo ó modelo de negocio das grandes firmas. Polo tanto, unha aproximación máis rápida ós modelos de negocio que máis éxito teñen actualmente, axudará a reducir o impacto negativo disto.

Personalización. Os consumidores queren ter maior poder de decisión sobre os produtos que adquiren. Ampliar a variedade no catálogo, abre a porta a valoracións e estas valoracións dos clientes son realmente importantes, os clientes queren sentir que o produto está feito e entregado *ad hoc*.

Loxística. Un dos pilares da nova normalidade. Os tempos de espera son vitais e marcan a diferenza entre comprar un produto ou outro. O novo consumidor está disposto a pagar máis por ter o produto antes.

Clave, a actitude *eco friendly* cada vez máis arraigada na sociedade, a idea de comprar produtos máis sostibles está calando fondo e terá cada vez maior relevancia. Aquelas empresas que durante seu proceso de produción sexan máis respetuosas co medio ambiente e utilicen produtos máis ecolóxicos e por ende vendan produtos que se podan catalogar como respetuosos co medio ambiente probablemente teñan máis oportunidades de éxito que aquelas que non o fagan.

## 8. Información práctica

### 8.1 FEIRAS

- **Hábitat Expo 2022**  
WTC en Cidade de México (19 a 21 de maio, 2022), <https://www.habitatexpo.com/>  
Encontro que reúne ós líderes do deseño presentando as tendencias en interiorismo, deseño e arquitectura, onde máis de 300 provedores presentan súa oferta a 17,000 visitantes. Reunidos durante tres días, os profesionais danse a oportunidade de facer negocios cara a cara e así coñecer o rumbo da industria.
- **Deconarq**  
Cancún ICC (24 de agosto a 26 de agosto, 2022), <https://deconarq.com.mx/>  
Deconarq, é a vitrina de exposición e referente do mercado da construción, obra, arquitectura e interiorismo que regresa como punto de enlace entre profesionais e provedores nun dos lugares de maior crecemento en Mexico: Quintana Roo.
- **Expo Moble Internacional**  
Expo Guadalajara (16 a 19 de febreiro, 2022), <https://expomuebleinternacional.com.mx/en/home-exmi2021/>  
Encontro que reúne en 3 pabellóns a máis de 400 expositores do sector de mobles a nivel internacional.
- **Decostyle**  
WTC Cidade de México (25 a 29 de xullo, 2022), <https://www.decoestilo.com.mx/>  
Feria de produtos de interiorismo, decoración e regalos.
- **Expo Lightning America**  
Centro Citibanamex Cidade de México (08 a 10 de novembro, 2022), <https://www.expolightingamerica.com/es-mx.html>  
Feira de produtos de iluminación, o máis importante de México.
- **Obra Blanca Expo**

Expo Santa Fé Cidade de México (11 a 13 de outubro, 2022), <https://www.obrablancaexpo.com/>  
Unha exposición especializada na oferta de materiais e tecnoloxía de acabados que lle dan o toque final ós espazos arquitectónicos e de interiores. Un encontro na Cidade de México centrado na experiencia do visitante e a profesionalización dunha industria cada vez máis completa e sofisticada.

## 8.2 ASOCIACIÓNS

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