



MEKSİKA



MOBİLYA SEKTÖRÜ PAZAR ARAŞTIRMASI RAPORU

Tarih: 15.06.2026

Raporu Hazırlayan: **Meksiko Ticaret Müşavirliği**

MEKSİKA MOBİLYA SEKTÖRÜ PAZAR ARAŞTIRMASI RAPORU

1. Ülke Pazarında Mobilya Sektörü

1.1 İlgili Sektörde Üretim

Meksika mobilya sektörü, üretim hacmi, ihracat kapasitesi ve ticari faaliyet düzeyi bakımından ülkenin önde gelen imalat sanayi kollarından biridir. Son yıllarda ABD-Çin ticaret gerilimleri, küresel tedarik zincirlerinde yaşanan dönüşüm ve nearshoring eğiliminin güçlenmesiyle birlikte ülkenin sektördeki konumu daha da önem kazanmıştır. Özellikle son o yıllık dönemde Çin'de yükselen işçilik maliyetleri ve Kuzey Amerika pazarına yakınlık avantajı, Meksika'yı uluslararası mobilya üreticileri açısından cazip bir üretim merkezi haline getirmiştir.

Mobilya üretimi başta Jalisco, Nuevo León, Coahuila, Chihuahua, Baja California ve Meksika Eyaleti olmak üzere ülkenin sanayileşmiş bölgelerinde yoğunlaşmaktadır. Özellikle Guadalajara'nın bulunduğu Jalisco eyaleti, üreticiler, yan sanayi firmaları, tasarım merkezleri ve tedarikçilerden oluşan güçlü kümelenme yapısıyla sektörün merkezi konumundadır. Eyalet, döşemeli mobilyalar ve ofis sandalyeleri üretiminde öne çıkarken, yaklaşık 3 bin işletmeye ve 27 bin kişilik istihdama ev sahipliği yapmaktadır. Genel olarak sektörde faaliyet gösteren işletmelerin büyük çoğunluğu mikro ve küçük ölçekli firmalardan oluşmaktadır. Jalisco eyaletinde bulunan Ocotlán kenti ise "Meksika'nın Mobilya Başkenti" olarak anılmakta olup, 250'nin üzerinde mobilya firmasına ev sahipliği yapmakta ve ülkenin önde gelen üretim ve ihracat merkezlerinden biri olarak kabul edilmektedir.

Mobilya sektörünün üretim yapısı incelendiğinde, yalnızca mobilya, yatak ve ilgili ürünlerin üretimine yönelik faaliyet gösteren 30 bini aşkın ekonomik birimin bulunduğu görülmektedir. Sektör; büyük ölçekli sanayi kuruluşlarının yanı sıra ahşap işleme, döşeme, ofis mobilyaları ve özel tasarım üretiminde uzmanlaşmış çok sayıda küçük ve orta ölçekli işletmeden oluşmaktadır. Bu yapı, sektörün hem iç pazara hem de ihracat pazarlarına yönelik esnek üretim kapasitesini desteklemektedir.

Meksika'da mobilya sektörünün üretim altyapısı güçlü bir hammadde ve orman ürünleri sanayisi ile desteklenmektedir. Ülke yıllık yaklaşık 2 milyon metreküp çam kerestesi üretimiyle Latin Amerika'nın önde gelen üreticileri arasında yer almakla birlikte, ahşap ürünleri tüketiminin önemli bir bölümü halen ithalat yoluyla karşılanmaktadır. Özellikle MDF, yonga levha, işlenmiş ahşap ürünleri ve bazı yüksek kaliteli mobilya bileşenlerinde dışa bağımlılık devam etmektedir.

Meksika mobilya pazarı 2025 yılı itibarıyla yaklaşık 8,9 milyar dolar büyüklüğe ulaşmış olup, 2026 yılında 9,25 milyar dolara yükselmesi ve önümüzdeki yıllarda istikrarlı büyümesini sürdürmesi beklenmektedir. Artan kentleşme, yükselen gelir düzeyi, konut talebindeki artış ve tüketici tercihlerindeki değişim sektörün büyümesini destekleyen temel unsurlar arasında yer almaktadır. Ayrıca hükümet tarafından desteklenen konut projeleri ve sosyal konut politikaları özellikle yatak odası ve oturma grubu mobilyalarına yönelik talebi artırmaktadır. Pazar segmentleri incelendiğinde oturma ve yemek odası mobilyalarının toplam pazarın yaklaşık üçte birini oluşturduğu, yatak odası mobilyalarının ise en hızlı büyüyen ürün gruplarından biri olduğu görülmektedir.

Son yıllarda hibrit ve uzaktan çalışma modellerinin yaygınlaşmasıyla birlikte ev-ofis mobilyalarına yönelik talep de artış göstermektedir. Bunun yanında turizm ve otelcilik yatırımları, otel mobilyaları ve proje bazlı üretim segmentlerinde yeni fırsatlar yaratmaktadır. Perakende satışlarda uzmanlaşmış mağazalar önemli paya sahip olmakla birlikte e-ticaret kanallarının hızlı büyümesi sektörün satış yapısını dönüştürmektedir. Bu çerçevede çok kanallı satış stratejileri yaygınlaşmakta; IKEA, Home Depot, Coppel ve Liverpool gibi büyük perakende zincirleri mağaza ağlarını genişletirken yerel tedarik oranlarını artırmaya ve dijital satış altyapılarını güçlendirmeye yönelik yatırımlar gerçekleştirilmektedir.

Üretimin önemli bir bölümü ihracata yöneliktir. Meksika, dünyanın önde gelen mobilya ihracatçıları arasında yer almakta olup, 2025 yılı itibarıyla mobilya ihracatının yaklaşık 13,6 milyar dolar seviyesine ulaştığı değerlendirilmektedir. İhracatın yaklaşık %95'i ABD'ye, %3'ü ise Kanada'ya gerçekleştirilmektedir. Bu durum, sektörün Kuzey Amerika pazarına yüksek düzeyde entegre olduğunu ve ABD talebine bağımlı bir yapı sergilediğini göstermektedir. İhracatta özellikle koltuk, kanepeler ve sandalyeler öne çıkmakta; Meksika bu ürün gruplarında dünyanın önde gelen tedarikçileri arasında yer almaktadır. Özellikle Nuevo León, Chihuahua, Coahuila, Baja California ve Tamaulipas eyaletleri ihracat odaklı üretimde öne çıkmakta olup, ABD sınırına yakın konumları sayesinde Kuzey Amerika tedarik zincirleriyle yüksek düzeyde entegre üretim merkezleri haline gelmiştir.

Öte yandan ülke aynı zamanda önemli bir mobilya ithalatçısıdır. 2025 yılı itibarıyla mobilya ithalatının yaklaşık 8,9 milyar dolar seviyesinde gerçekleştiği tahmin edilmektedir. İthalatta başlıca tedarikçiler ABD, Çin, Kanada, Brezilya ve Şili olurken; İspanya ve İtalya gibi Avrupa ülkeleri özellikle tasarım odaklı, yüksek kaliteli ve üst gelir grubuna hitap eden ürünlerde öne çıkmaktadır. Bu durum, standart ürün segmentlerinde yoğun rekabet yaşanırken, katma değeri yüksek ve tasarım ağırlıklı ürünler için belirli fırsatların bulunduğu işaret etmektedir.

Yaklaşık 30 bin firmanın faaliyet gösterdiği sektörde doğrudan istihdamın 150 bin kişi seviyesinde olduğu, yalnızca mobilya imalat sanayinde ise 50 bini aşkın kişinin çalıştığı tahmin edilmektedir. Son yıllarda yıllık ortalama %10 seviyesinde büyüme kaydeden sektör; güçlü iç talep, artan konut yatırımları, turizm ve otelcilik projeleri ile nearshoring kaynaklı yeni yatırımlar sayesinde büyümesini sürdürmektedir. USMCA kapsamında sağlanan avantajlar, ABD pazarına yakınlık ve Asyalı rakiplere kıyasla daha kısa teslim süreleri, Meksika'nın küresel mobilya tedarik zincirindeki konumunu güçlendirmektedir. Bu çerçevede Meksika, yalnızca önemli bir tüketim pazarı değil, aynı zamanda Kuzey Amerika pazarına yönelik stratejik bir üretim, ihracat ve tedarik merkezi olarak öne çıkmaktadır.

1.2 Ortalama Üretici Fiyatları

Meksika mobilya pazarında fiyatlar; ürün segmenti, kullanılan malzeme kalitesi, marka konumlandırması ve ürünün standart veya özel üretim olmasına bağlı olarak önemli ölçüde farklılık göstermektedir. 2025 yılı itibarıyla piyasada gözlemlenen ortalama fiyat aralıkları aşağıda yer almaktadır:

Düşük Fiyatlı / Kitlesele Tüketim Segmenti: Kanepe ve oturma grupları: Yaklaşık 340-680 ABD Doları aralığında fiyatlandırılmaktadır. Yatak odası mobilyaları: Temel yatak, şifonyer ve benzeri ürünlerden oluşan takımların fiyatları 225-510 ABD Doları arasında değişmektedir.

Orta ve Üst-Orta Segment: Daha yüksek kaliteli malzeme ve işçilik içeren ürünlerde, tekil mobilya parçalarının fiyatları genel olarak 565-1.980 ABD Doları aralığında seyretilmektedir.

Ergonomik ve Premium Ofis Mobilyaları: Kurumsal kullanıma yönelik üst segment ergonomik ofis koltuklarında birim fiyatlar 1.400 ABD Dolarının üzerine çıkabilmektedir. Özellikle uluslararası markaların ürünlerinde fiyat seviyeleri önemli ölçüde yükselmektedir.

Özel Tasarım ve Siparişe Dayalı Üretim: Müşterinin talebine göre gerçekleştirilen özel üretim marangozluk ve mobilya projelerinde fiyatlar; kullanılan ahşap türü, tasarım özellikleri ve proje büyüklüğüne bağlı olarak değişmektedir.

Küçük ölçekli uygulamalarda maliyetler yaklaşık 100 ABD Doları seviyesinden başlarken, kapsamlı özel üretim projelerinde 2.500 ABD Doları ve üzeri seviyelere ulaşabilmektedir.

Genel olarak değerlendirildiğinde, Meksika mobilya pazarında fiyat rekabetinin yoğun olduğu ekonomik segmentin yanı sıra, tasarım odaklı, yüksek kaliteli ve özel üretim ürünlere yönelik katma değeri yüksek bir pazar da bulunmaktadır. Özellikle üst gelir grubuna hitap eden konut projeleri, oteller ve kurumsal ofisler premium segmentteki talebi desteklemektedir.

1.3 Mobilya Sektöründeki Ulusal Üretici Firmalar ve Üretici Birlikleri/Dernekleri

Meksika'nın mobilya endüstrisi, küçük, geleneksel üreticilerden büyük ölçekli endüstriyel üreticilere kadar geniş bir firma yelpazesine sahip olup oldukça parçalı ve çeşitli bir üretim tabanına sahiptir. Yerli üretimin önemli bir kısmı, genellikle daha küçük ahşap mobilya atölyeleri tarafından yapılmakta olup, daha büyük şirketler şehirli tüketicilere yönelik modern ve çağdaş tasarımlara odaklanmaktadır.

Yerel üretim, pazarda önemli bir rol oynamaktadır. El Puerto de Liverpool ve Palacio de Hierro gibi büyük mağazalar, stoklarının önemli bir kısmını (bazı durumlarda yaklaşık %70) yurt içinden temin etmektedir.

Jalisco Mobilya Üreticileri Birliği (AFAMJAL) sektörün en önemli üretici birliğidir. AFAMJAL'a göre, sektörde 30.000'den fazla aktif şirket bulunmaktadır. Jalisco şehri mobilya üretiminde önde gelmektedir. Şehirde 2.825 şirket bulunmaktadır. Bu şirketlerin %88'i mikro işletme, %10'u küçük işletmedir.

1.4 Mobilya Sektöründe Perakende ve Toptan Satış

Meksika mobilya sektörünün perakende ve toptan satış ortamı, dijitalleşme, değişen tüketici davranışları ve artan yerli ve uluslararası rekabet nedeniyle önemli bir dönüşüm geçirmektedir.

Meksika’da mobilya perakendeciliği aşağıda belirtilen oluşumlar aracılığıyla gerçekleştirilmektedir:

Büyük Mağazalar: El Puerto de Liverpool ve Palacio de Hierro gibi büyük mağaza zincirleri, mobilya satışlarında merkezi bir rol oynamaktadır. Bu perakendeciler, ürünleri toplu olarak satın alıp kendi mağaza ağlarına dağıtan merkezi satın alma sistemleri aracılığıyla faaliyet göstermektedir. Ürünleri hem yerli hem de ithal ürünleri kapsamaktadır. Tedarikçiler, bu perakendecilerle doğrudan etkileşimde bulunabilir veya ithalat, lojistik ve mağaza içi yönetimden sorumlu yerel distribütörler aracılığıyla çalışabilirler.

Uzman Mobilya Perakendecileri: GAIA ve Casa Palacio gibi uzman perakendeciler, genellikle orta ila üst segmenti hedefleyen seçkin mobilya ürünlerine odaklanmaktadır. Bu şirketler ağırlıklı olarak bitmiş ürünler satın almakta, boyut, malzeme ve renklerin özelleştirilmesi dışında tasarıma sınırlı müdahalede bulunmaktadır. Üst segmentlerde, ithal ürünlere güçlü bir şekilde güvenilmektedir.

E-ticaret Platformları: Mobilya perakendeciliğinde dijital kanallar giderek daha önemli hale gelmektedir. MercadoLibre, Amazon ve Walmart Mexico gibi önde gelen platformlar, çevrimiçi mobilya satışlarının önemli bir bölümünü oluşturmaktadır. E-ticaretin büyümesi, tüketicilerin rekabetçi fiyatlar ile kolaylıkla daha geniş ürün seçeneğine ulaşma yönünde değişen tercihlerini yansıtmaktadır.

Toptan Satış Dinamikleri: Meksika mobilya sektöründeki toptan satış faaliyetleri öncelikli olarak merkezi perakende tedarik sistemleri içinde yer almaktadır. Büyük mağazalar, üreticilerden veya aracılar aracılığıyla büyük hacimlerde mal satın alarak önemli toptan alıcılar olarak hizmet vermektedir. Ayrıca, yerel distribütörler ithalatı kolaylaştırma, lojistiği yönetme ve yabancı ürünleri yerel perakendecilere tedarik etme konularında kritik bir rol oynamaktadır.

Diğer Dağıtım Kaynakları: Geleneksel dağıtım yöntemlerinin yanı sıra diğer dağıtım kanalları da pazara katkı sağlamaktadır:

- Süpermarketler ve hipermarketler, rekabetçi fiyatlı mobilyalar sunmak için yüksek müşteri sayısından ve ölçek ekonomilerinden yararlanmaktadır.
- Doğrudan satış ve bağımsız perakendeciler, genellikle premium ürünlere ve kişiselleştirilmiş müşteri ilişkilerine odaklanarak niş pazarlara hitap etmektedir.

2. Ülkenin Sektörde Dış Ticareti

2.1 Mobilya Sektöründe Ülkenin En Fazla İthalat Gerçekleştirdiği İlk 10 Ülke

	Ülke Adı	İthalat Değeri (\$) 2024	Oran (%) (İthalat Değeri/Toplam İthalat)
1	Çin	1.627.980	41,77%
2	Amerika Birleşik Devletleri	1.165.271	29,90%
3	Güney Kore	143.561	3,68%
4	Almanya	126.000	3,23%
5	Vietnam	124.961	3,21%
6	Kanada	115.432	2,96%
7	İtalya	104.592	2,68%
8	İspanya	74.935	1,92%
9	Polanya	52.294	1,34%
10	Japonya	47.034	1,21%
21	Türkiye	9.232	0,24%

Kaynak: TradeMap

2.2 Mobilya Sektöründe Ülkenin En Fazla İhracat Gerçekleştirdiği İlk 10 Ülke

	Ülke Adı	İhracat Değeri (\$)	Oran (%) (İhracat Değeri/Toplam İhracat)
1	Amerika Birleşik Devletleri	9.991.849	93,80%
2	Kanada	516.807	4,85%
3	Brezilya	17.168	0,16%
4	Guatemala	16.332	0,15%
5	Avusturya	16.258	0,15%
6	Arjantin	11.396	0,01%
7	Dominik Cumhuriyeti	11.305	0,11%
8	Kosta Rika	7.604	0,07%
9	Almanya	7.093	0,07%
10	El Salvador	6.326	0,06%
-	Türkiye		

Kaynak: TradeMap

2.3 Mobilya Sektöründe Ülkenin Altılı Tarife Bazında En Fazla İthalat Yaptığı Ürünler (10 ürün)

Gümrük Tarife Kodu (6 Basamaklı)	Ürün Adı	İthalat Değeri (\$) 2024	TR'den İthalatı (\$)	TR'den İthalatının Payı (%)
9401.90	Koltuk parçaları	1.625.998	609,00	0,04%
9403.20	Metal mobilyalar (ofisler, koltuklar ve tıbbi, cerrahi, dış hekimliği veya veteriner mobilyaları hariç)	324.122	496,00	0,15%
9403.90	Mobilya parçaları, n.e.s. (koltuklar ve tıbbi, cerrahi, dış veya veteriner hariç)	271.555		0%
9401.61	Kaplamalı koltuklar, ahşap çerçeveli (yatak olabilenler hariç)	193.394	206	0,11%
9404.90	Yatak takımları ve benzeri döşemelik eşyalar, yaylı veya doldurulmuş veya içi doldurulmuş	191.657	163	0,09%
9401.20	Motorlu taşıtlar için koltuklar	182.112	3.245	1,78%
9403.60	Ahşap mobilyalar (ofisler, mutfaklar ve yatak odaları ile koltuklar hariç)	175.117	157	0,09%
9401.30	Yüksekliği ayarlanabilir döner koltuklar (tıbbi, cerrahi, dış hekimliği veya veterinerlik hariç)	125.705		0%
9403.70	Plastikten yapılmış mobilyalar (tıbbi, dış hekimliği, cerrahi veya veterinerlik ve koltuklar hariç)	108.771	123	0,11%
9401.71	Kaplamalı koltuklar, metal çerçeveli (uçak veya motorlu taşıtlar için koltuklar, döner koltuklar hariç)	107.863	71	0,07%

Kaynak: TradeMap

2.4 Mobilya Sektöründe Ülkenin Altılı Tarife Bazında En Fazla İhracat Yaptığı Ürünler (10 ürün)

Ürün Adı	Tarife Pozisyonu (6 Basamaklı)	İhracat Değeri (\$)	TR'ye İhracatı (\$)	TR'ye İhracatının Payı (%)
9401.99	Koltuk parçaları, ahşap olmayan, n.e.s.	6.412.122		0%
9401.61	Kaplamalı koltuklar, ahşap çerçeveli (yatak olabilenler hariç)	781.495		0%
9403.20	Metal mobilyalar (ofisler, koltuklar ve tıbbi, cerrahi, dış hekimliği veya veteriner mobilyaları hariç)	475.696		0%
9403.60	Ahşap mobilyalar (ofisler, mutfaklar ve yatak odaları ile koltuklar hariç)	469.742		0%
9401.39	Yüksekliği ayarlanabilir döner koltuklar (ahşap, tıbbi, cerrahi, dış hekimliği hariç)	315.387		0%
9403.91	Mobilya parçaları, ahşap, n.e.s. (koltuklar veya tıbbi, cerrahi, dış hekimliği veya veterinerlik hariç)	282.244		0%
9403.99	Mobilya parçaları, ahşap olmayan, n.e.s. (koltuklar veya tıbbi, cerrahi, dış hekimliği veya veterinerlik hariç)	274.751		0%
9401.20	Motorlu taşıtlar için koltuklar	256.751		0%
9402.90	Ameliyat masaları, muayene masaları ve diğer tıbbi, dış hekimliği, cerrahi veya veterinerlik mobilyaları	186.271		0%
9403.40	Mutfaklar için ahşap mobilyalar (koltuklar hariç)	165.258		0%

Kaynak: TradeMap

3. Sektörde Ülkemizden İhracat (Değer ve Miktar)

3.1 Sektörde Ülkemizin Ülkeye İhracatı (1.000 \$)

	Gümrük Tarife Kodu (6 Basamaklı)	Ürün Adı	2021	2022	2023	2024	2025
1	9401.20	Motorlu Taşıtlarda Kullanılan Oturmaya Mahsus Mobilyalar	1.311	1.937	2.794	3.149	5.610
2	9402.90	Tıpta, Cerrahide, Diş Hekimliğinde Ve Veterinerlikte Kullanılan Diğer Mobilyalar Ve Aksam Ve Parçala	443	1.173	1.332	2.230	1.134
3	9403.70	Plastik Maddelerden Mobilyalar	373	414	367	668	404
4	9403.60	Ahşaptan Diğer Mobilyalar	1.163	380	180	147	303
5	9401.80	Oturmaya Mahsus Diğer Mobilyalar	63	108	292	210	297
6	9401.61	Ahşap İskeletli Oturmaya Mahsus İçleri Doldurulmuş, Kaplanmış Diğer Mobilyalar	28	177	184	66	231
7	9401.99	Oturmaya Mahsus Mobilyaların Aksam Ve Parçaları; Ahşaptan Olanlar Hariç	0	1.853	1.505	88	143
8	9403.50	Yatak Odalarında Kullanılan Ahşaptan Mobilyalar	287	282	275	216	127
9	9405.92	Aydınlatma Cihazları, Sabit Bir Işık Kaynağına Sahip Işıklı Panolar, Işıklı İsim Tabelaları, Vb. Eşy	8	6	52	158	112
10	9406.90	Prefabrik Yapılar; Ahşaptan Olanlar Hariç	292	0	436	24	76
TOPLAM			6.440	7.306	8.247	7.799	8.905

2025 yılı değer bazında sıralanmıştır.

3.1 Sektörde Ülkemizin Ülkeye İhracatı (Miktar kg)

	Gümrük Tarife Kodu (6 Basamaklı)	Ürün Adı	2021	2022	2023	2024	2025
1	9401.20	Motorlu Taşıtlarda Kullanılan Oturmaya Mahsus Mobilyalar	464.558	443.205	519.349	517.386	711.775
2	9402.90	Tıpta, Cerrahide, Diş Hekimliğinde Ve Veterinerlikte Kullanılan Diğer Mobilyalar Ve Aksam Ve Parçala	79.045	168.719	146.146	227.649	117.290
3	9403.70	Plastik Maddelerden Mobilyalar	78.241	81.294	73.883	127.663	79.479
4	9403.60	Ahşaptan Diğer Mobilyalar	139.712	49.500	23.907	23.462	43.284
5	9403.50	Yatak Odalarında Kullanılan Ahşaptan Mobilyalar	83.785	74.373	81.631	65.795	33.744
6	9401.80	Oturmaya Mahsus Diğer Mobilyalar	15.880	20.942	38.803	28.091	33.003
7	9401.61	Ahşap İskeletli Oturmaya Mahsus İçleri Doldurulmuş, Kaplanmış Diğer Mobilyalar	3.301	20.965	25.635	8.001	21.024
8	9406.90	Prefabrik Yapılar; Ahşaptan Olanlar Hariç	258.180		197.861	19.176	17.000
9	9403.99	Diğer Mobilyaların Aksam Ve Parçaları; Ahşaptan Olanlar Hariç		1.636	7.707	13.569	16.573
10	9401.99	Oturmaya Mahsus Mobilyaların Aksam Ve Parçaları; Ahşaptan Olanlar Hariç		730.745	563.111	7.667	12.058
TOPLAM			1.994.174	1.756.286	1.816.517	1.155.821	1.114.127

2025 yılı miktar bazında sıralanmıştır.

4. Sektörde İhracat Yoluyla Pazara Giriş

Meksika'nın mobilya pazarı, istikrarlı ekonomik büyüme, hızlı kentleşme ve artan orta gelirli nüfus sayesinde, yabancı şirketler için önemli fırsatlar sunmaktadır. Bu dinamikler, modern, fonksiyonel ve uygun fiyatlı ev mobilyalarına olan talebi artırırken, tüketici tercihlerinin çeşitlenmesini de desteklemektedir. Büyük metropollerdeki küçük konutlar, yerden tasarruf sağlayan ve çok fonksiyonlu mobilyalara olan talebi arttırmaktadır. Çevre dostu ürünlere ilgi artarken, yüksek gelirli tüketicilere yönelik özgün ve kaliteli mobilyalar arayan bir üst segment de bulunmaktadır.

Meksika'nın mobilya sektörü, ihracat odaklı üretim yapısına rağmen, belirli pazar segmentlerinde ithalata bağımlılığını sürdürmektedir. Meksika verilerine göre, sektörün ihracat değeri ithalatı aşmaktadır; bu durum, ülkenin uluslararası pazarlarda rekabetçi bir üretim merkezi olduğunu göstermektedir. Ancak, demonte mobilyalar, tasarım odaklı ürünler ve yerel olarak üretilmeyen özel ürünler gibi kategorilerde ithalat iç pazarda önemli bir rol oynamaya devam etmektedir. Bu durum, yabancı ihracatçılar için niş segmentlere odaklanma veya kalite, tasarım ve fiyatlandırmada farklılaşarak rekabet etme fırsatları sunmaktadır.

Meksika'da dağıtım kanalları hızla gelişmekte olup e-ticaret güçlü bir büyüme göstermektedir. Çevrimiçi perakende platformları, yabancı firmaların tüketicilere doğrudan ulaşmasını ve pazara giriş engellerini azaltmasını sağlamaktadır. Geleneksel kanallar ise önemini korumaktadır. Yerel distribütörler, perakendeciler veya ticari acentelerle ortaklık kurmak hâlâ kritik önem taşımaktadır. Bu iş birlikleri, mevzuata uyumu kolaylaştırmakta, lojistiği iyileştirmekte ve tüketici davranışları ile pazar trendleri hakkında değerli bilgiler sunmaktadır.

4.1 Sektör İçin Hedef Bölgeler/Şehirler/Eyaletler

Orta Meksika'nın orta bölgesi, 2025 yılında satışların %39'unu oluşturarak pazarda önemli bir paya sahip olmuştur. Bu başarıda başkent Meksika Şehri'nin yüksek nüfusu ve güçlü satın alma gücü belirleyici rol oynamıştır. Bölgenin çeşitli müşteri tabanı, perakendecilere varlıklı bölgelerde üst düzey showromlar, banliyölerde ise uygun fiyatlı mobilya sunma imkânı sağlamıştır. Devlet destekli konut projeleri ve sıfır faizli konut projelerindeki artış dolayısıyla mobilya talebini de arttırmıştır. E-ticaret ise Meksika Şehri çevresindeki dağıtım merkezlerinden faydalanarak daha düşük maliyetli mobilyalar ile 24 saat teslimat garantisi sunabilmektedir. Tüm bu faktörler, Orta Meksika'yı ev mobilyası pazarının stratejik merkezi haline getirmiştir.

Meksika Şehri bölgesinin, artan konut yoğunluğu, iç mekân iyileştirmelerine olan ilgiyi artırmaktadır. İmarcıların ortak çalışma alanları ve çatı katı bahçeleri eklemesi, eğlence ve çalışma için uygun modüllere ve çok fonksiyonlu mobilyalara olan talebi artırmaktadır. Yakın bölgelere taşınan expatlar, mobilyalı kiralık konutlara ve daha yüksek kalite standartlarına olan talebi artırmaktadır. Dijital nesil, sanal showroom'ları kullanarak yurt dışındaki alıcıların yatırım amaçlı daireleri uzaktan döşeyebilmektedir. Sonuç olarak, Meksika Şehri'ndeki ev mobilyası pazarının ulusal büyüme ortalamasının üzerinde performans göstermesi beklenmektedir.

Kuzey Meksika, üretimin yakın bölgelere kaydırılması stratejisiyle 2027 yılına kadar 60 milyar ABD dolarını aşabilecek endüstriyel doğrudan yabancı yatırım çekmeyi planlamaktadır. Kuzey Meksika, ülkenin ev mobilyası pazarında önemli bir büyüme merkezi haline gelmektedir. Tijuana ve Monterrey gibi sınır şehirlerinde, bu bölgelere çalışmaya gelen expatlar için, ofis ve konut mobilyası talebi artmaktadır. Bu durum, ergonomik oturma grupları ve anahtar teslim paketlere olan ilgiyi de yükseltmektedir. Amerika Birleşik Devletleri'ne uzanan lojistik koridorları, ihracatçıların USMCA kuralları kapsamında bitmiş mobilyaların Amerika Birleşik Devletleri'ne gönderilmesini kolaylaştırmaktadır. Home Depot, müteahhitlere ve ev sahiplerine hizmet vermek üzere Meksika genelinde 165 yeni mağaza açmayı planlamaktadır.

4.2 Sektörde Önde Gelen Firmalar ve Pazarın Yapısı

Meksika mobilya sektörü hâlâ parçalı bir yapıya sahip olmasına rağmen hem uluslararası hem de yerli firmaların çeşitli perakende formatlarında faaliyet gösterebilmeleri sayesinde rekabetin arttığı bir pazar özelliği göstermektedir. Büyük yatırımlar, dijital dönüşüm ve çok kanallı/bütünleşik (omnichannel) stratejilerin büyümesiyle piyasa konsolidasyonu giderek artmaktadır.

Lider yabancı yatırımcılar arasında yer alan IKEA, büyük yatırımları ve operasyonel ölçeğiyle Meksika'da güçlü bir uluslararası oyuncu konumundadır. Büyüme stratejisi; lojistik ve envanter yönetimini geliştiren büyük formatlı mağazalar, merkezi dağıtım ve ülke çapında büyüyen e-ticarete dayanmaktadır. Home Depot ise özellikle tadilat ile ilgili alışverişlerde mobilyayı, inşaat ve ev geliştirme ürünlerini entegre eden çözümler sunarak piyasada önemli bir rol üstlenmektedir.

Yerli şirketler de pazarda önemli bir paya sahiptir. Coppel, düşük ve orta gelirli tüketicilere sunduğu kapsamlı kredi sistemiyle mobilya erişimini artırmakta ve pazarını genişletmektedir. El Puerto de Liverpool ise çevrimiçi ve çevrimdışı envanter sistemlerini entegre ederek hızlı dijitalleşme sayesinde büyük şehirlerde hızlı teslimat hizmetleri sunmakta ve rekabet avantajı sağlamaktadır.

Piyasanın dağıtım yapısı çok kanallıdır. Özel mobilya mağazaları, ürün deneme ve tasarım danışmanlığı gibi kişiye özel deneyimler sunarak toplam gelirin önemli bir bölümünü elde etmeye devam etmektedir. E-ticaret ise, artan internet erişimi ve değişen tüketici tercihleri sayesinde en hızlı büyüyen kanal olma özelliğini sürdürmektedir. Büyük perakende formatları, özellikle ev merkezleri, tadilat odaklı talebi hedeflerken; doğrudan tüketiciye satış yapan markalar, genç ve teknolojiye yatkın tüketicilere ulaşmak için dijital platformlar ile sosyal medyayı kullanmaktadır.

Sektörde rekabet artık yalnızca ölçekle sınırlı kalmamakta, aynı zamanda stratejik farklılaşma ile de şekillenmektedir. Teslimat hızı, müşteri hizmetleri ve sürdürülebilirlik temel stratejik faktörlerin başında gelmektedir. Bu kapsamda, şirketler özellikle çevre bilinci yüksek tüketicileri çekmek için çevre dostu sertifikalı materyallere ve montaj ile kurulum gibi katma değeri yüksek hizmetlere yatırım yapmaktadır. Bununla birlikte, kişiselleştirilmiş önerilerde yapay zekâ ve ürün görselleştirmede artırılmış gerçeklik gibi teknolojiler, müşteri deneyimini ve operasyonel verimliliği artırmada giderek daha önemli hale gelmektedir.

Sonuç olarak, Meksika mobilya piyasası şu anda parçalı bir yapıya sahip olsa da, lider firmalar fiziksel ve dijital kanalları entegre ederek, tedarik zincirlerini optimize ederek ve değişen tüketici tercihlerine hızla yanıt vererek piyasayı daha konsolide hale getirmektedir. Bu nedenle, daha küçük veya teknolojik olarak daha az gelişmiş firmalar, artan fiyat şeffaflığı ve ithalat rekabeti nedeniyle daha fazla baskı altında kalmaktadır.

4.2.1 İlgili Oda/Birlik/Dernek/STKlar ve İletişim Bilgileri

Kuruluş Adı	İlgili Kişi	E-posta	Websitesi
Jalisco Furniture Manufacturers Association (AFAMJAL)	Mercedes Abundis Sánchez - Başkan	informes@afamjal.com.mx	https://afamjal.com.mx/
Jalisco State Furniture Industry Chamber (CIMEJAL)	Jorge Ríos Gutiérrez - Başkan	gerencia@cimejal.com.mx	https://cimejal.com.mx/
Mexican Association of Suppliers to the Wood and Furniture Industry (AMPIMM)	Giorge Soares Junior - Başkan	comunicacion@ampimm.org	https://www.ampimm.org/
Mexican Association of Corporate Interior Design (AMIC)	Oliver Jaimes - Başkan	https://www.amicmexico.org.mx/	info@amicmexico.org.mx
National Chamber of the Transformation Industry (CANACINTRA)	Miguel Ángel Verzas González – Mobilya Sektör Başkanı	https://canacintra.org.mx/sectores/sector-industrial-mueblero/	smueblero@canacintra.org.mx

4.2.2 Varsa İthalatçı Firma Bilgisi Alınabilecek Açık Kaynaklar

TradeMap'e göre, HS Kodu 9401, 9402, 9403 ve 9404 altında ürün ithal eden Meksikalı şirketler şunlardır:

GARDEN PLUS 2000 SA DE CV	Furniture Manufacturing International, S. de R.L. de C.V.	Marmol Guadalajara
Aceros Perforados y Mallas S.A. de C.V.	FUSION CONFORT SA DE CV	Marmoles Everstone
-ADANAI MUEBLES SA DE CV	GARDEN PLUS 2000 SA DE CV	Mármoles Tlaquepaque
Alliance Rock-Tenn México, S. A. de C.V.	GC Pae II, S.A. de C.V.	Matamoros Holdings, S. de R.L. de C.V.
Alumbrado Citadino, S.A. de C.V.	Gebesa Nacional, S.A. de C.V.	Materiales Termicos Ecológicos S.A. de C.V.

American Specialties Group, S. De R.L. De C.V. - Asi	Grandes Superficies De México, S.A. De C.V. - Hipermercados Carrefour, S.A. De C.V.	Maytag Comercial, S. De R.L. De C.V. - Maytag
American Standard B&K México, S. de R.L. de C.V.	Grupo Chianti	Mor-Can Internacional, S. De R.L. De C.V. - Mjm International
Amex de México S.A. de C.V.	GRUPO INDUSTRIAL SALTILLO, S.A.B. DE C.V	MOTORCAR PARTS DE MEXICO SA DE CV
Amex Upholstery, S de R.L de C.V	HANSUH AUTOMOTIVE MEXICO SA DE CV	Mpe Inc de Mexico, S. de R.L. de C.V.
Amway de México, S. de R.L. de C.V.	Harsco Industrial Ikg De Mâ©xico, S.A. De C.V. - Electroforjados Nacionales, S.A. De C.V.	MSM Manufacturing de México, S. de R.L. de C.V.
Applica de Mexico, S. de R.L. de C.V.	Hergom Mexico, S.A. de C.V.	MUEBLES BOAL SA DE CV
Arc Internacional México, S.A. de C.V.	Herman Miller México, S.A. de C.V.	MUEBLES MCG OCOTLAN SA DE CV
Ball Metal Beverage Trading Mexico, S. de R.L. de C.V.	Hill-Rom de México, S. de R.L. de C.V.	Muebles Para Niños de Baja, S.A. de C.V.
BENCHPRO SA DE CV	Hilti Mexicana, S.A. de C.V.	Munekata Mexicana, S.A. de C.V.
Betterware de México, S.A. de C.V.	Hirsh De México S. De R.L. De C.V. - Hirsh Industries	Octavio Manuel Ortega Estrada
Bratech Mexico, S.A. de C.V.	Hoffman Schroff Manufacturing, S. de R.L. de C.V.	Oficemart SA DE CV
Builder Construction Team	Home Depot México, S. De R.L. De C.V. - Home Depot Mexico, S. De R.L. De C.V.	Oneida Mexicana, S.A. de C.V.
Bush Industries de México, S.A. de C.V.	Home Interiors de México, S. de R.L. de C.V.	Operadora Omx, S.A. De C.V. - Office Max
Bvlgari Commercial México, S.A. de C.V.	Hortiplant Invernaderos, S.A. de C.V.	Orcon de México, S.A. de C.V.
Cardinal Brands Fabricacion, S.A. de C.V.	House of Fuller, S. de R.L. de C.V.	Osram de México, S.A. de C.V.
Catalogomedicomx.com	Hubbell De Mexico, S. De R.L. De C.V. - Hubbel De México, S.A. De C.V.	Pacific Resources Export LTD México, S.A. de C.V.
Citelum México, S.A. de C.V.	Hydril, S.A. de C.V.	Palliser de México, S. de R.L. de C.V.
Cocinas de Granito	Hylsa, S.A. de C.V.	Paramount Bed México, S.A. de C.V.
Cocinas Industriales Kitchen Studio	Ideal Automotive Puebla, S.A. de C.V.	Plásticos Técnicos Mexicanos S.A. de C.V.
Cocinas Industriales Kitchen Studio	Idurgo, S.A. de C.V.	Productos Infantiles Century, S. de R.L. de C.V.
Codicome del Sureste, S.A. de C.V.	Impco, S. De R.L. De C.V. - Impco, S De R.L. De C.V.	PROYECTO ARQUITECTONICO EN MADERAS SA DE CV
Comercializadora Premier, S.A. de C.V.	INDUSTRIA DE ASIENTO SUPERIOR, S.A. DE C.V.	PS Exportadora Latinoamericana, S.A. de C.V.
Concepto Mobiliario Urbano	INDUSTRIA DE MUEBLES VIROVA SA DE CV	Quiroproductos de Cuauhtémoc, S. de R.L. de C.V.

Conceptos Corporativos De México, S.A. De C.V. - Conceptos Corporativos Teknion	INDUSTRIAS IDEAL, S.A. DE C.V.	Rac México, S. de R.L. de C.V.
Corning Mexicana, S.A. De C.V. - Corning Mexicana, S.A. De C.V.	Industrias Quetzal, S. De R.L. De C.V. - Cocinas Quetzal	Representaciones Y Servicios Internacionales, S.A. De C.V. - Rysi
D'Acero S. de R.L. de C.V.	Inoxidables Atizapan	Rittal, S.A. de C.V.
Dauromex, S.A.P.I. de C.V.	Intermetro De Acuña, S. De R.L. De C.V. - Ali Group Metro	Sacmi Molds & Dies México, S.A. de C.V.
Despensas y Arcones Corporativos DACO	Intermetro de México, S. de R.L. de C.V.	Santre Industrial
Dynametrika Industria, S.A. de C.V.	International Houseware Solutions, S.A. de C.V.	Sociedad Distribuidora de Mejoramiento del Hogar y Construcción, S.A.P.I. de C.V.
Electrolux Comercial, S.A. de C.V.	Inval, S.A.	SOLUCION INTEGRAL DE MANUFACTURA S DE RL DE CV
Equipaje en Movimiento, S.A. de C.V.	ITEKNIA EQUIPAMIENTO SA DE CV	South Shore Juárez, S. de R.L. de C.V.
Espacio Dies	Johnson And Son, S.A. de C.V.	Springs Window Fashions Sales Company de México, S. de R.L. de C.V.
Eun México, S.A. De C.V. - Eun	Kinnarps, S.A. de C.V.	Steelcase De México, S. De R.L. De C.V. - Steelcase
Euro Games Technology México, S. de R.L. de C.V.	Lake Michigan Feathers and Down, S.A. de C.V.	Studio Ceri Mex, S.A. de C.V.
EXHIBIDORES UNIVERSALES S DE RL DE CV	Latín Hotel, S.A. de C.V.	TAKATA DE MEXICO SA DE CV
Exhibidores Universales, S. de R.L. de C.V.	La-Z-boy Muebles, S. de R.L. de C.V.	Tramontina De México, S.A. De C.V. - Tramontina
FETASA TIJUANA, S.A. DE C.V.	LEAR MEXICAN TRIM OPERATIONS DE S. R.L. DE C.V.	Unox México, S. de R.L. de C.V.
Fibercon de Mexico, S.A. de C.V.	M3 Mobili y M3 Arquitectos	Urban Home Design, S.A. de C.V.
Fisterra Energy México, S. de R.L. de C.V.	Maquilados Tecnicos, S.A. de C.V.	World Kitchen México, S de R.L. de C.V.
FURNITURE MANUFACTURING INTERNATIONAL S DE RL DE CV	MARLIN DESIGN SA DE CV	Zara Home México, S.A. de C.V.

Meksika'daki firmaları ürün ismi, firma ismi, sektör, eyalet ve Ticaret Odaları bazında ücretsiz olarak arama imkanı sunan Meksika Ekonomi Bakanlığına ait Firma Bilgi Sistemi (<https://siem.economia.gob.mx/>) üzerinden İngilizce ve İspanyolca dillerinde arama yapılabilmektedir. Meksika İthalatçılar ve İhracatçılar Birliği'nin internet adresinde (<https://anierm.org.mx/directorio/>) ithalatçı, ihracatçı ve hizmet sektörlerinde faaliyet gösteren firmaların iletişim bilgileri bulunmaktadır. Ayrıca “Directorios Industriales” (<https://www.dirind.com/>) internet adresinde de çeşitli sektörlerde firma bilgileri mevcuttur.

4.3 Sektörün İthalatında Zorunlu Belgeler

Meksika, ithalatta menşe şahadetnamesi istemekte ve bu belge zorunludur.

Vergilendirme amacıyla tüm Meksikalı ithalatçıların, Maliye ve Kamu Kredisi Bakanlığı (Secretaría de Hacienda y Crédito Público, SHCP) tarafından tutulan Resmi İthalatçılar Listesi'ne (Padrón de Importadores) kayıtlı olması gerekmektedir. İthalat işlemlerinin yürütülmesi için gerekli en önemli belge, gümrük işlemleri için gerekli olan Gümrük Beyannamesi Formu'dur (Pedimento). Bu belgenin yanı sıra eşyanın ithalatında Ticari Fatura (İspanyolca), Konşimento, Paketleme Listesi (varsa) düşük değerli mallar için ek vergilerin ödenmesi garantisini gösteren belgeler ve (varsa) Meksika ürün güvenliği ve performans yönetmeliklerine uygunluğu gösteren belgelerin sunulması gerekmektedir. Meksika gümrük mevzuatı gümrük belgelerinin hazırlanması/ibrazı konusunda sıkıdır.

Meksika'nın gümrük mevzuatı ve teknik gereklilikleri oldukça karmaşık olup ithalat işleminde gerekli çok sayıda belgenin ve izinlerin alınması uzun sürmektedir. Gümrük mevzuatı katı hükümler içerdiğinden, bu izin ve belgelerin zamanında ve eksiksiz şekilde gümrük idaresine sunulması önemlidir. Belgelendirme işlemleri tamamlandıktan ve başvuru yapıldıktan sonra malın gümrükten hemen çekilebileceğine veya belge kontrolü/fiziki denetim şartıyla çekilebileceğine otomatik seçim mekanizması ile karar verilmektedir. Ancak söz konusu otomatik seçim mekanizmasının sonucu ne olursa olsun, gümrük idareleri sıklıkla belge kontrolü veya fiziki inceleme yapabilmektedir. Hatalı veya eksik belgelendirme; İspanyolca dilinde etiketleme zorunluluğuna uyulmaması; tarım ve gıda ürünlerinin ithalatında bitki sağlığı şartlarına, hayvansal ürünlerin ve kimyasalların ithalatında sağlık sertifikası ve izin şartlarına uyulmaması; ürünün gümrük tarife kodunun veya isminin hatalı beyan edilmesi gibi durumlarda yüksek para cezaları veya mala el koyulması söz konusu olabilmektedir.

Meksika, ürün sınıflandırmasında Harmonize Sistemi (HS) kullanmaktadır. Meksika Gümrük Kanunu'nda 2014 yılında yapılan bir değişiklik ile 2015 yılından itibaren gümrük işlemlerinin gümrük komisyoncusu aracılığıyla yapılması zorunluluğu kaldırılmıştır. Ancak, Meksika gümrüklerindeki işlemlerin hantallığı ve bürokrasinin fazlalığı, yeterli geçiş süreci tanınmadan ya da önceden haber verilmeksizin yapılan özellikle şekil şartlarına ilişkin mevzuat değişiklikleri, aynı mevzuat maddesinin değişik gümrük kapılarında farklı yorumlanması ve dil engeli gibi sebeplerle bu pazara ihracat yapmak isteyen firmalarımızın tecrübeli gümrük acenteleri ile çalışması önem arz etmektedir.

4.4. Sektörde sevk öncesi inceleme zorunluluğu var mıdır? Varsa yetkilendirilmiş gözetim şirketleri hangileridir?

Dünya Ticaret Örgütü "Sevk Öncesi İnceleme Anlaşması (Agreement on Preshipment Inspection-PSI)" dahilinde, Meksika'da Sevk Öncesi İnceleme (SÖİ) uygulaması bulunmamaktadır.

4.5 Sektördeki Önemli Fuarlar (milli katılım olup olmadığı) ve Tarihleri

Mobilya sektöründe Meksika’da düzenlenen en önemli fuarlar:

Expo Mueble Internacional (Latin Amerika’nın en önemli mobilya fuarlarından biridir), 19-22 Ağustos 2026, Expo Guadalajara, Jalisco, <https://expomuebleinternacional.com.mx>

Habitat Expo (Meksika’nın iç mimari ve tasarım endüstrisinin önemli buluşma noktalarından biridir) <https://www.habitatexpo.com/>

Expo Tu Casa (Meksika’da ev dekorasyonu ve mobilya sektörünün önde gelen fuarlarından biridir) <https://expotucasa.mx/>

Expo Mueblera AFAMO (Meksika’nın mobilya sektörünü bir araya getiren önemli bir ticaret fuarıdır) https://afamo.com.mx/?page_id=6388

Türk firmalarının Meksika pazarında tanınırlıklarını artırmak için fuarlara ve ticaret heyetlerine katılım sağlamaları, sektörde ilgili fuarları ziyaret etmeleri, pazarlama faaliyetlerini yerel bir ortakla birlikte yürütmeleri, sektör dergilerine reklamlar vermeleri ve genel olarak proaktif bir tutum izlemeleri önem taşımaktadır.

Meksika pazarına yönelik ihracatçı firmaların dikkat etmeleri gereken bir diğer husus, Meksika’nın genel olarak sabır, devamlılık ve güven gerektiren pazarlar olması, Meksikalı işadamlarının uzun süreli ilişkiler kurmaya önem verdikleridir.

Meksika ile iş yapmayı düşünen Türk firmalarının, İspanyolca dilini iyi konuşabilen dış ticaret elemanlarına sahip olması çok önemli bir avantaj sağlayacaktır. Ancak pazardaki alıcılar ve firmalar ile iyi bir bağlantı kurulması için dış ticaret elemanlarının gelmesi, fuarda ya da bir görüşmede kartvizit alıp verilmesi ve sonrasında sadece e-posta ile haberleşilmesi yeterli gelmemekte, firmalarımız hemen umutsuzluğa kapılmaktadır. Bizzat yöneticiler ile birlikte pazarın ve potansiyel alıcıların en az 3-4 kez ziyaret edilmesi ve hatta hediyeler getirilmesi son derece önemlidir. Bir şekilde tanışıp uzun vadede bağlantı kurulduktan sonra numunelerin gönderilmesi, test edilmesi, gerekirse firmanın Türkiye’ye davet edilmesi ve üretim ile ilgili bilgilendirilmesi ve güven içinde bir ilişki kurulması önemlidir. Alıcı firma ürünün kalitesini, üretim koşullarını ve firmayı değerlendirdikten sonra fiyatın konuşulması çok daha doğru olacaktır.

4.6 Sektör firmalarına hitap eden ve gerçekleştirilmesi planlanan ticaret heyetleri

06-09 Mayıs 2024 tarihleri arasında İnegöl Mobilya Sanayicileri Derneği organizasyonunda Meksika Şehri'nde UR-GE Heyeti gerçekleşmiştir.

2026 yılının ilk yarısında mobilya sektöründe henüz planlanmış bir ticaret heyeti bulunmamaktadır.

4.7 Varsa Sektörde İhale Yayımlayan Kamu Kurumları ile İlgili Bilgiler

Meksika'da kamu ihaleleri “ComprasMx” (<https://comprasmx.buengobierno.gob.mx/>) sistemi üzerinden duyurulmaktadır. Şirketler, Meksika Hükümeti ile ihale sözleşmesi yapmak için aşağıdakileri aşamaları tamamlamalıdır:

- ComprasMx web sitesine giriş > “Compras MX'te İhaleye Katılacaklar, Tedarikçiler ve Müteahhitlerin Kaydı”nın seçilmesi> Hüküm ve koşulları gözden geçirilmesi
- “Yabancı Tedarikçiler (Bireyler veya Tüzel Kişiler)”in seçilmesi > “Kaydı Başlat”ı seçilerek gerekli tüm verileri ve belgelerin ilgili alanlara girilmesi
- Kamu Yönetimi Bakanlığı'ndan (SFP) dijital sertifika başvurusu yapmak için gerekli dosyanın eklenmesi > Gerekli tüm bilgileri içeren kayıt formunun gönderilmesi> İşlemlerin tamamlanması, hesap bilgileri ile dijital sertifika temini için 1 ila 2 iş günü beklenmesi> ComprasMx'e erişimin onaylanması

İhale şartlarının ve taahhütlerin iyi analiz edilmesi gerekmekte olup; ihale şartları kurumlara, ürün ve hizmet türüne, miktarına ve bedeline göre değişiklik göstermektedir.

Meksika Devleti'ne bağlı eyaletler ise kendi bütçesine ve ihale açma yetkisine haizdir. Diğer taraftan, eyaletlerin açtığı ihalelerin çoğu ulusal firmalara yöneliktir. Eyaletler bazında ihale şartları, taahhüt ve gereksinimler değişebildiğinden; hukuki sorumluluk ve yasal mevzuat hakkında destek alınabilmesini teminen Meksika'da yerleşik bir avukat ile çalışılması tavsiye edilmektedir. İhale web sayfası bulunan eyaletler aşağıda belirtilmektedir:

- Aguascalientes: <https://egobierno2.aguascalientes.gob.mx/servicios/LicitacionesEstatales/ui/dependencia.aspx?i=64>
- Baja California: <https://tramites.ebajacalifornia.gob.mx/Compras/Licitaciones>
- Baja California Sur: <https://compranet.bcs.gob.mx:8443/APP/portal>
- Chihuahua: <https://contrataciones.chihuahua.gob.mx/>
- Colima: <https://secop.col.gob.mx/>
- Campeche: <https://safin.campeche.gob.mx/convocatorias/estatales>
- Coahuila: <https://www.sefincoahuila.gob.mx/sistemas/Secop/>
- Chiapas: <https://oficialiamayor.chiapas.gob.mx/home/licitaciones>
- Mexico City: <https://www.secogob.cdmx.gob.mx/convocatorias/licitaciones>
- Durango: <https://comprasestatal.durango.gob.mx/consulta/ProcedimientosDeContratacion>

- Guerrero: <https://compranet.guerrero.gob.mx/expedientespublicos.aspx>
- Guanajuato: https://transparencia.guanajuato.gob.mx/transparencia/informacion_publica_licitaciones.php
- Hidalgo: <https://oficialiamayor.hidalgo.gob.mx/Licitaciones>
- Jalisco: https://compras.jalisco.gob.mx/requisition/tree?operational_destiny_id=2
- México State: https://transparenciafiscal.edomex.gob.mx/convocatorias_licitaciones
- Michoacán: <https://cadpe.michoacan.gob.mx/licitaciones/>
- Morelos: <https://compras.morelos.gob.mx/licitaciones-2025>
- Nayarit: https://sop.nayarit.gob.mx/?page_id=2123
- Nuevo León: <https://www.nl.gob.mx/es/licitaciones-publicas>
- Oaxaca: <https://www.oaxaca.gob.mx/administracion/licitaciones/>
- Puebla: <https://licitaciones.puebla.gob.mx/>
- Querétaro: <https://municipiodequeretaro.gob.mx/licitaciones/>
- Quintana Roo: <https://sefiplan.qroo.gob.mx/site/Licitaciones>
- Sinaloa: <https://compranet.sinaloa.gob.mx/>
- San Luis Potosí: <https://sitio.sanluis.gob.mx/SanLuisPotoSi/LicitacionesyAdjudicaciones>
- Sonora: <https://compranetv2.sonora.gob.mx/inicio/portal-licitaciones>
- Tabasco: <https://tabasco.gob.mx/licitaciones-de-adquisiciones>
- Tlaxcala: <https://tsjtlaxcala.gob.mx/licitaciones/>
- Tamaulipas: <https://www.tamaulipas.gob.mx/obraspublicas/licitaciones/>
- Veracruz: <https://www.veracruz.gob.mx/infraestructura/licitacionesyadquisiciones/>
- Yucatán: <https://adquisiciones.yucatan.gob.mx/inicio>
- Zacatecas: <https://funcionpublica.zacatecas.gob.mx/licitaciones>

Meksika genelinde toplam 2.478 belediye bulunmakta olup, belediyeler de ihale yöntemi ile hizmet ve ürün alımı gerçekleştirmektedir. Her belediyenin kendine ait bir kamu ihale web sitesi bulunmamaktadır.

Meksika Federal Belediyeler veri tabanından (<http://www.snim.rami.gob.mx/>) belediyeler hakkında detaylı bilgiye, Federal ve Belediye Gelişim Ulusal Enstitüsü'nün internet adresinden (<http://siglo.inafed.gob.mx/siprofed/index.php>) belediyeler için federal gelişim programlarına ulaşılabilir.

4.8 Ülkenin Ülkemiz ve Diğer Ülkelerle STA/Tercihli Ticaret Anlaşmaları Hakkında Bilgi

Meksika'nın toplam 50 ülkeyle 14 adet Serbest Ticaret Anlaşması (STA), 31 ülke veya idari bölge ile 30 adet Yatırımların Karşılıklı Korunması ve Teşviki Anlaşması (YKTK) ve 9 adet sınırlı kapsam anlaşması (Ekonomik Tamamlama Anlaşmaları ve Kısmi Kapsam Anlaşmaları) bulunmaktadır. Meksika ticaretinin %81'ini STA imzaladığı ülkelerle yürütmekte ve STA'lar ile 1.3 milyar nüfusa ulaşmaktadır.

Bununla birlikte, ülkemiz ile Meksika arasında bir STA bulunmamaktadır.

SERBEST TİCARET ANLAŞMALARI		
Taraflar	İmza Tarihi	Yürürlüğe Giriş Tarihi
Meksika-ABD-Kanada	17 Aralık 1992	1 Ocak 1994
Meksika-Kosta Rika	5 Nisan 1994	1 Ocak 1995
Meksika-Bolivya	10 Eylül 1994	1 Ocak 1995
Meksika-Şili	17 Nisan 1998	1 Ağustos 1999
Meksika-EFTA(AELC)	27 Kasım 2000	1 Temmuz 2001
Meksika-AB (TLCUEM)	23 Mart 2000	1 Temmuz 2000
Meksika-İsrail	10 Nisan 2000	1 Temmuz 2000
Meksika-Uruguay	15 Kasım 2003	15 Temmuz 2004
Meksika-Japonya	17 Eylül 2004	1 Nisan 2005
Meksika-Kolombiya	5 Nisan 2011	2 Ağustos 2011
Meksika-Orta Amerika (Kosta Rika, El Salvador, Guatemala, Honduras ve Nikaragua)	22 Kasım 2011	1 Eylül 2012
Meksika-Peru	6 Nisan 2011	1 Şubat 2012
Meksika-Panama	3 Nisan 2014	1 Temmuz 2015
Meksika- CPTPP (Avustralya, Kanada, Şili, Japonya, Malezya, Yeni Zelanda, Peru, Singapur ve Vietnam)	8 Mart 2018	14 Ocak 2019

2022 yılında Güney Kore ile STA müzakereleri başlamıştır. Ekvator ile STA müzakereleri ise 11 Nisan 2024 tarihinde diplomatik ve ticari ilişkilerin dondurulmasından dolayı askıya alınmıştır.

ABD, Kanada ve Meksika arasında 1 Ocak 1994 tarihinden bu yana yürürlükte olan Kuzey Amerika Serbest Ticaret Anlaşması'nın (NAFTA) güncellenmesine yönelik olarak Ağustos 2017'de başlayan müzakereler 30 Kasım 2018 tarihinde tamamlanarak söz konusu güncel Anlaşma imzalanmış ve Meksika Senatosu tarafından 19 Haziran 2019 tarihinde onaylanmıştır. Revize anlaşma metninde değişiklik yapılmasını öngören protokol ise 10 Aralık 2019 tarihinde Meksika'da imzalanmıştır. Söz konusu ABD-Meksika-Kanada Anlaşması 1 Temmuz 2020 tarihinde üç ülkede yürürlüğe girmiştir. ABD'de "USMCA", Meksika'da "T-MEC" ve Kanada'da "CUSMA" olarak kısaltılan ve NAFTA'yı revize eden söz konusu Anlaşma ile finansal hizmetler, makroekonomik politikalar ve döviz kurunun güçlendirilmesi, çevrenin

korunması, “de minimis” sevkiyat değerlerinin yükseltilmesi, fikri mülkiyet hakları, jenerik ilaçların üretimini sağlayan 10 yıllık patent hakkı süresinin kaldırılması ile internet hizmetlerinde üçüncü taraf içeriği başlıklarında değişiklik yapılmıştır.

ABD-Meksika tarım ürünleri ticaretinde gümrük vergilerinin sıfırlanması, farklı gümrük tarifeleri uygulanan tüm otomobillerde en az %40 oranında saat başına en az 16 ABD Doları kazanan işçiler tarafından üretilen parçaların kullanılması, Meksika İş Kanunu'nun işçilere toplu sözleşme hakkı tanınması ve işçi haklarının korunması hükümlerini içerecek şekilde güncellenmesi, otomobil endüstrisinde kullanılan parçalarda %75, çelik ve alüminyum ürünlerinin otomotiv üretiminde kullanılmasında ise %70 bölge menşe kriteri getirilmesi doğrudan Meksika'ya etkileyen hükümlerdir. Anılan Anlaşma'nın Meksika'nın ABD'ye yakınlığı ve son dönemde pandemi nedeniyle daha fazla gündeme gelen bölgeselleşmenin etkisiyle Meksika'ya yönelik “nearshoring” yatırımları da artırmaktadır.

Meksika, Kolombiya, Şili ve Peru arasında 28 Nisan 2011 tarihinde kurulan Pasifik İttifakı, toplamda 226 milyon nüfusu, 2.12 trilyon ABD Doları bir ekonomik büyüklüğü (dünya payı %2,4) ve 615 milyar ABD Doları ihracatı (dünya payı %3,2) kapsamaktadır. Pasifik İttifakı'nın dört üyesi toplamda dünyanın 9'uncu büyük ekonomisi, 6'ncı büyük ihracatçısı ve Latin Amerika ve Karayipler (LAK) GSYİH'sinin %42'sini ve LAK içerisindeki toplam ticaretin yaklaşık %59'unu temsil etmektedir. Pasifik İttifakı üyeleri arasında, 1 Mayıs 2016 itibarıyla gümrük tarifelerinin %92'si kaldırılmış olup; geriye kalan %8'lik ürünlerdeki tarifeler ise çok sınırlı ürün istisnaları haricinde 2030 yılına kadar kademeli olarak kaldırılacaktır. 2023 yılı Mart ayı itibarıyla gümrük tarifesi indirimlerinin %98'i tamamlanmıştır.

5 Ekim 2015 tarihinde Pasifik Okyanusu'na kıyısı olan Meksika dâhil 12 ülke arasında imzalanan Trans-Pasifik Ortaklık Anlaşması, 2017 yılında ABD'nin süreçten çekilmesi ile 30 Aralık 2018 tarihinden itibaren CPTPP adı altında 11 ülke (Meksika, Japonya, Singapur, Yeni Zelanda, Kanada, Avustralya, Vietnam, Malezya, Şili, Peru, Brunei) arasında devam etmektedir. 1 Ocak 2019 tarihinde Avustralya, Kanada, Meksika, Yeni Zelanda ve Singapur; 1 Nisan 2019'da ise Japonya ikinci düzey vergi indirimini uygulamaya başlamıştır. Anlaşma, 14 Ocak 2019 tarihinde Vietnam'da ve 19 Eylül 2021 tarihinde Peru'da yürürlüğe girmiştir. Singapur ile dijital ticaret anlaşması Şubat 2022'de imzalanmış ve 14 Haziran 2022'de yürürlüğe girmiştir. 30 Kasım 2022'de Uruguay'ın CPTPP'ye katılım başvurusu resmi olarak sunulmuştur. Ayrıca, Ukrayna ile dijital ticaret anlaşması 20 Mart 2023 tarihinde imzalanmıştır. CPTPP toplamda dünya nüfusunun %11'ini, dünya ekonomisinin %17'sini, dünya ticaretinin %25'ini kapsamaktadır.

Meksika ile AB arasında 2000 yılından bu yana yürürlükte olan STA'nın 30 Mayıs 2016'da başlayan güncelleme müzakereleri 28 Nisan 2020 tarihinde tamamlanmıştır. Modernize edilmiş yeni nesil Anlaşma, enerji ve hammaddeler, sürdürülebilir kalkınma (Paris İklim Anlaşması'nın etkili bir şekilde uygulanması gibi), küçük ve orta ölçekli işletmeler, iyi düzenleme uygulamaları, şeffaflık ve yolsuzlukla mücadele gibi yeni disiplinleri içermektedir. Anlaşma ile AB ve Meksika arasındaki mal ticaretinde gümrük vergilerinin tüm ürünler için sıfırlanması, gümrük işlemlerinin basitleştirilmesi ve yatırımların korunması hedeflenmektedir. Hizmetler, telekomünikasyon, e-ticaret ve anlaşmazlıkların halli konularında da ilerlemeler beklenmektedir.

4.9 Varsa Tercihli Tarifeden Yararlanmak İçin Gereken Belgeler

Meksika'nın taraf olduğu Serbest Ticaret Anlaşmaları kapsamında sağlanan tercihli gümrük vergisi uygulamalarından yararlanılabilmesi için, ihracatçı ve ithalatçıların ilgili anlaşmalarda yer alan menşe kuralları ve diğer yükümlülöklere uygun hareket etmeleri gerekmektedir. Bu çerçevede, mobilya sektöründe tercihli tarife uygulamasından faydalanılabilmesi için aşağıdaki belge ve şartların yerine getirilmesi aranmaktadır:

- Menşe Şahadetnamesi:

Tercihli gümrük vergisi uygulamalarından yararlanılabilmesi için menşe şahadetnamesi temel belgelerden biridir. Söz konusu belge, ürünün USMCA/T-MEC, Meksika-Japonya Ekonomik Ortaklık Anlaşması ve diğer Serbest Ticaret Anlaşmaları kapsamında belirlenen menşe kurallarını karşıladığını tevsik etmektedir.

Mobilya sektöründe tüm ürünler için geçerli tek bir yerel katkı oranı bulunmamaktadır. Ürünün tercihli rejim kapsamında menşe statüsü kazanması, ilgili anlaşmada öngörölen tarife pozisyonu değışikliği (tariff shift) veya bölgesel değeri içeriği (Regional Value Content - RVC) kriterlerinin sağlanmasına bağlıdır.

USMCA/T-MEC kapsamında 94. Fasıl altında yer alan mobilya ürünlerinde, işlem değeri yöntemi kullanıldığında ürün değeri'nin asgari %60'ının anlaşma tarafı ölkeler kaynaklı girdilerden oluşması; net maliyet yöntemi kullanıldığında ise bu oranın en az %50 olması gerekmektedir. Söz konusu oranlar ve hesaplama yöntemleri, USMCA/T-MEC Menşe Kuralları hükümlerinde düzenlenmiştir.

İlgili anlaşmaya bağlı olarak, ürünün menşe kurallarını karşıladığını gösteren ilave belgelerin de ibraz edilmesi gerekebilmektedir. Bu kapsamda; üretimde kullanılan parça ve bileşenlere ilişkin satın alma faturaları, girdilerin menşeyini gösteren belgeler, üretim sürecine ilişkin muhasebe kayıtları ve maliyet hesaplamaları talep edilebilmektedir.

Meksika'da menşe belgelerine ilişkin işlemler Ekonomi Bakanlığı ile Tek Pencere Sistemi (Ventanilla Única) üzerinden yürütölmekte olup, düzenlenen belgeler genel olarak düzenlenme tarihinden itibaren dört yıl süreyle saklanmakta ve denetime konu olabilmektedir. Bununla birlikte, bazı serbest ticaret anlaşmaları kapsamında resmi bir menşe şahadetnamesi yerine ihracatçı tarafından düzenlenen menşe beyanı yeterli olabilmekte; bu uygulama özellikle USMCA/T-MEC kapsamında ticari işlemlerin kolaylaştırılmasına katkı sağlamaktadır.

- Ticari Fatura

Ticari fatura, ihracatçı ve ithalatçı arasındaki ticari işlemi, işlemin türünü, göndericinin, alıcının ve alıcıların ayrıntılarını ve malların değeri, tanımı, miktarları, menşe ölkesi vb. gibi ayrıntıları içerecek şekilde açıklamaktadır. Eğer varsa, menşe belgesinin ibraz edildiği de belirtilmelidir. Gümrük makamları bazı durumlarda tercihli tarifenin uygulanmasında düşük değeri'leme veya sahtekarlığı önlemek için malların değeri'ni belgeleyen bir değeri' beyanı isteyebilmektedir.

- Meksika teknik standartlarına uygunluk belgesi (NOM):

Meksika pazarına sunulan mobilya ürünlerinin, ilgili Meksika Resmî Standartlarına (Normas Oficiales Mexicanas - NOM) uygun olduğunun belgelendirilmesi gerekmektedir. Bu kapsamda ürünlerin yapısal dayanıklılık ve stabilite şartlarını karşılaması, ev kullanımına uygun güvenli malzemelerden üretilmiş olması, toksik madde içermemesi ve ilgili ürün gruplarında yangın dayanımı gibi güvenlik kriterlerini sağlaması beklenmektedir.

Ayrıca ürün etiketlerinde kullanılan malzemelere ilişkin bilgilerin, üretici bilgilerinin ve menşe ülkesinin açık ve doğru şekilde belirtilmesi gerekmektedir. İlgili standartlara uygunluğun sağlanması, ürünlerin Meksika pazarına girişinde ve dağıtım kanallarında yer alabilmesi açısından önem taşımaktadır.

İthalat aşamasında, ürünün tabi olduğu NOM düzenlemelerine bağlı olarak uygunluk değerlendirmesi, test raporları veya yetkili kuruluşlar tarafından düzenlenen uygunluk belgelerinin ibraz edilmesi talep edilebilmektedir. Bu nedenle ihracatçı firmaların, ürünlerinin tabi olduğu teknik düzenlemeleri önceden tespit ederek gerekli sertifikasyon süreçlerini tamamlamaları önem arz etmektedir.

- Gümrük Makamlarına Kayıt

Meksika'da tercihli tarifelerden yararlanmak isteyen şirketler Ekonomi Bakanlığı'na kayıtlı olmalı ve varsa *Sektörel İhracatçılar Kaydı* ve diğer gümrük düzenlemeleri gibi tüm düzenleyici gerekliliklere uymak zorundadır.

- İthalat İzni:

İthalatçı tarafından Meksika Gümrük İdaresine sunulan ve ithal edilecek ürünleri detaylandıran resmi belge olan ithalat izin belgesi tercihli tarifeyi uygulamak için kullanılmaktadır. İthalatçının bilgilerini, ürünün tanımını ve malların değerini içermektedir.

4.10 Sektörde Standartlar

Meksika'da mobilya sektörü; ürün güvenliği, etiketleme, ticari bilgilendirme, tüketicinin korunması, çevresel sürdürülebilirlik ve bitki sağlığına ilişkin çeşitli Meksika Resmî Standartları (Normas Oficiales Mexicanas - NOM) kapsamında düzenlenmektedir. Söz konusu standartlar, Ekonomi Bakanlığı (Secretaría de Economía), Çevre ve Doğal Kaynaklar Bakanlığı (SEMARNAT) ve diğer ilgili kamu kurumları tarafından yayımlanmaktadır.

Mobilya sektörünü ilgilendiren başlıca teknik düzenlemeler aşağıda yer almaktadır:

- **NOM-050-SCFI-2004:** Ürünlerin etiketlerinde ve ambalajlarında İspanyolca olarak yer alması gereken ticari bilgileri düzenlemektedir.
- **NOM-024-SCFI-2013:** Kullanım talimatları, garanti koşulları ve tüketici bilgilendirme esaslarını belirlemektedir.

- **NOM-117-SCFI-1995 / 2005:** Seri üretim ve özel sipariş mobilyaların satış, teslimat ve garanti koşullarına ilişkin bilgilendirme esaslarını düzenlemektedir.
- **NOM-129-SCFI-1995:** Ev tipi mobilyalarda güvenlik, dayanıklılık, stabilite ve kullanılan malzemelere ilişkin kriterleri belirlemektedir.
- **NOM-167-SCFI-2009:** Mobilya ve aksesuarlarında dayanıklılık, güvenlik ve özellikle çocuk güvenliğine yönelik teknik gereklilikleri düzenlemektedir.
- **NOM-004-SCFI-2006:** Döşemeli mobilyalarda kullanılan tekstil ve deri ürünlerine ilişkin etiketleme kurallarını kapsamaktadır.
- **NOM-018-SCFI-2000:** Mobilya ve aksesuarlarına ilişkin ticari bilgilendirme ve etiketleme hükümlerini düzenlemektedir.
- **NOM-007-SCFI-1993:** Elektrikli veya elektronik bileşen içeren mobilyalar için elektriksel güvenlik şartlarını belirlemektedir.

Ahşap veya orman ürünleri içeren mobilyalarda ise çevresel ve bitki sağlığına ilişkin ilave düzenlemeler uygulanmaktadır. Bu kapsamda Çevre ve Doğal Kaynaklar Bakanlığı (SEMARNAT) ile Ulusal Sağlık, Güvenlik ve Tarımsal Gıda Kalitesi Servisi (SENASICA) tarafından yürütülen mevzuat hükümlerine uyulması gerekmektedir.

Özellikle ahşap mobilya ve ahşap ambalaj malzemelerinin ithalatında aşağıdaki düzenlemeler önem taşımaktadır:

- **NOM-016-SEMARNAT-2013:** Yeni biçilmiş kereste ithalatına ilişkin bitki sağlığı kurallarını düzenlemektedir.
- **NOM-059-SEMARNAT-2010:** Tehlike altındaki bitki ve hayvan türlerinin korunmasına ilişkin hükümler içermektedir.
- **NOM-144-SEMARNAT-2017:** Ahşap ambalaj malzemelerinin zararlı organizmaların yayılmasını önlemek amacıyla uygulanması gereken bitki sağlığı işlemlerini düzenlemektedir. Bu kapsamda uluslararası ISPM-15 standardına uygun işlem görmüş ahşap ambalajlar ile IPPC işaretinin kullanılması zorunludur.

Ahşap mobilya ithalatında ayrıca Federal Çevre Koruma Savcılığına (PROFEPA) kayıt yaptırılması gerekmektedir. Bu uygulama, kullanılan ahşabın yasal kaynaklardan elde edildiğinin, nesli tehlike altında bulunan türlerin kullanılmadığının ve uluslararası yükümlülüklerle, özellikle Nesli Tehlike Altındaki Yabani Hayvan ve Bitki Türlerinin Uluslararası Ticaretine İlişkin Sözleşme (CITES) hükümlerine uygunluğunun denetlenmesini amaçlamaktadır.

Genel olarak Meksika pazarına sunulan mobilya ürünlerinin, NOM-050-SCFI-2004 kapsamında öngörülen etiketleme ve tüketici bilgilendirme yükümlülüklerini yerine getirmesi, ilgili ürün gruplarında güvenlik ve kalite standartlarına uygunluğunun belgelenmesi ve ahşap ürünlerde çevresel ile bitki sağlığı mevzuatına uyum sağlaması gerekmektedir. Bu nedenle ihracatçı firmaların ürün bazında uygulanacak NOM standartlarını önceden tespit ederek gerekli sertifikasyon ve uygunluk süreçlerini tamamlamaları önem arz etmektedir.

4.11 Sektörde Etiketleme

Meksika pazarında satışa sunulan mobilya ürünlerinin, ilgili ticari bilgilendirme mevzuatı ve Meksika Resmî Standartları (NOM) kapsamında İspanyolca etiketleme yükümlülüklerine uygun olması gerekmektedir. Söz konusu yükümlülükler, hem yerli üretim hem de ithal mobilya ürünleri için geçerlidir.

Etiketlerde yer alan bilgilerin tüketiciler tarafından kolayca görülebilir, okunabilir ve anlaşılabilir olması gerekmektedir. Ürün etiketleri aracılığıyla tüketicilere ürünün özellikleri, menşei, üreticisi veya ithalatçısı ile kullanım koşulları hakkında doğru ve yeterli bilgi sunulması amaçlanmaktadır.

Meksika mevzuatı uyarınca, mobilya ürünlerinin etiketlerinde asgari olarak aşağıdaki bilgilerin yer alması gerekmektedir:

- Üretici veya Meksika'daki ithalatçının adı ve adresi,
- Ürünün marka adı,
- Menşe ülke bilgisi,
- Ürünün temel üretim malzemeleri (ahşap, MDF, metal, tekstil, deri vb.),
- Ürün ölçüleri (metrik sistem cinsinden),
- Kullanım, montaj ve bakım talimatları (uygulanabildiği ölçüde),
- Garanti koşulları veya garantiye ilişkin bilgilendirme (uygulanabildiği ölçüde),
- Ürünün ambalaj üzerinden görülemeyen durumlarda ürün tanımı ve açıklaması.

Bunun yanı sıra, ürünün niteliğine bağlı olarak güvenlik uyarıları, bakım önerileri, taşıma talimatları ve tüketicinin bilinçli kullanımına yönelik diğer bilgilere de etiket üzerinde yer verilebilmektedir. Özellikle demonte mobilyalarda montaj talimatlarının İspanyolca olarak sunulması ve gerekli güvenlik uyarılarının açık şekilde belirtilmesi önem arz etmektedir.

Etiketleme yükümlülükleri, başta **NOM-050-SCFI-2004** olmak üzere ilgili ticari bilgilendirme standartları çerçevesinde düzenlenmekte olup, ürünlerin Meksika gümrüklerinden sorunsuz şekilde geçebilmesi ve iç pazarda satışa sunulabilmesi için bu gerekliliklere uygunluk sağlanması gerekmektedir.

4.12 Sektörde Ambalajlama

Mobilya sektöründe ambalajlama, ürünlerin depolama, yükleme, taşıma ve dağıtım süreçlerinde zarar görmesini önlemek açısından kritik öneme sahiptir. Uygun ambalajlama uygulamaları; ürün güvenliğinin sağlanması, lojistik maliyetlerinin azaltılması ve müşteri memnuniyetinin artırılması bakımından tedarik zincirinin önemli bir unsurunu oluşturmaktadır.

➤ Birincil (Doğrudan) Ambalajlama

Birincil ambalajlama, mobilya ürünü veya ürünü oluşturan parçalarla doğrudan temas eden koruyucu malzemeleri kapsamaktadır. Mobilya sektöründe yaygın olarak köpük koruyucular,

balonlu naylon, plastik örtüler, kumaş kılıflar ve köşe koruyucular kullanılmaktadır. Bu malzemeler özellikle cam yüzeyler, cilalı ahşap parçalar, metal yüzeyler ve döşemeli ürünlerin çizilme, kirlenme, nem ve hafif darbelere karşı korunmasını sağlamaktadır.

➤ İkincil (Gruplandırılmış) Ambalajlama

İkincil ambalajlama, ürün parçalarının taşıma ve depolama süreçlerini kolaylaştıracak şekilde bir araya getirilmesini ifade etmektedir. Bu kapsamda dayanıklı karton kutular, plastik muhafazalar ve özel koruyucu ambalaj çözümleri kullanılmaktadır. Özellikle demonte mobilyalarda masa ayakları, raf sistemleri, bağlantı elemanları ve montaj kitleri etiketlenmiş kutular içerisinde birlikte paketlenmektedir. Koltuk, gardırop ve masa gibi büyük hacimli ürünlerde ise ürün parçaları koruyucu malzemelerle sabitlenerek sevkiyata hazır hale getirilmektedir.

➤ Üçüncül (Taşıma ve Sevkiyat) Ambalajlama

Üçüncül ambalajlama, ürünlerin toplu halde taşınmasına yönelik uygulamaları kapsamaktadır. Bu aşamada paletler, ahşap sandıklar ve konteynerler kullanılmaktadır. Mobilya ürünleri, yükleme ve boşaltma işlemlerini kolaylaştırmak ve taşıma sırasında oluşabilecek hasar riskini azaltmak amacıyla paletler üzerine yerleştirilmekte ve sabitlenmektedir. Karayolu, demiryolu, denizyolu ve havayolu taşımacılığında ürünlerin güvenli şekilde istiflenebilmesi için streç film, bağlama kayışları ve diğer sabitleme ekipmanlarından yararlanılmaktadır.

Mobilya ürünlerinin uluslararası ticaretinde kullanılan ahşap palet ve ambalaj malzemelerinin, zararlı organizmaların yayılmasını önlemeye yönelik uluslararası bitki sağlığı kurallarına uygun olması gerekmektedir. Bu kapsamda Meksika'ya yapılan ihracatta kullanılan ahşap ambalajların, ISPM-15 standardına uygun olarak işlem görmüş olması ve ilgili işaretlemeleri taşıması önem arz etmektedir. Bu husus, özellikle ahşap içerikli mobilya ürünlerinin ithalatında gümrük ve bitki sağlığı kontrolleri açısından önem taşımaktadır.

4.13 Lojistik (nakliye süresi, en fazla tercih edilen taşıma modları, güzergahlar v.b.)

Meksika'nın stratejik coğrafi konumu, gelişmiş liman altyapısı ve Kuzey Amerika pazarlarına yakınlığı, ülkeyi bölgesel bir lojistik merkezi haline getirmektedir. Yaklaşık 11.000 kilometrelik kıyı şeridine sahip olan ülkede denizyolu taşımacılığı dış ticaret açısından önemli bir rol oynamakta olup, yıllık 300 milyon tonun üzerinde yük elleçlenmektedir. Ülkede faaliyet gösteren 117 liman ve çok sayıda uluslararası denizcilik şirketi, Amerika, Avrupa, Asya ve Afrika pazarlarıyla ticaretin sürdürülmesine imkân sağlamaktadır.

Mobilya sektöründe lojistik süreçler; hammadde temini, depolama, ambalajlama, taşımacılık ve nihai teslimat aşamalarını kapsayan entegre bir tedarik zinciri yapısına dayanmaktadır. Ahşap, metal, bağlantı elemanları, tekstil ve döşemelik malzemeler gibi girdilerin üretim merkezlerine ulaştırılması ile tamamlanmış ürünlerin iç ve dış pazarlara sevki, sektörün rekabet gücü açısından kritik öneme sahiptir.

Meksika'nın başlıca deniz limanları arasında Pasifik kıyısındaki Manzanillo, Lázaro Cárdenas ve Ensenada ile Meksika Körfezi kıyısındaki Veracruz limanları öne çıkmaktadır. Manzanillo ve Lázaro Cárdenas limanları ağırlıklı olarak Asya ile yapılan ticarete kullanılırken, Veracruz Limanı Avrupa, Türkiye, Latin Amerika ve ABD'nin doğu kıyılarıyla gerçekleştirilen ticarete önemli bir giriş noktası konumundadır.

Türkiye'den Meksika'ya yapılan sevkiyatlarda en sık kullanılan liman Veracruz olup, taşıma süresi aktarma limanlarına bağlı olarak genellikle 20 ila 45 gün arasında değişmektedir. Doğrudan seferlerin sınırlı olması nedeniyle yüklerin önemli bir bölümü İspanya, İtalya veya diğer Avrupa limanları üzerinden aktarmalı olarak taşınmaktadır. Bu durum teslim sürelerinin uzamasına neden olabilmektedir. Bazı durumlarda ise Türk ürünleri ABD üzerinden yeniden ihraç edilerek Meksika pazarına ulaşmaktadır.

Asya kaynaklı ithalatta Çin'den Meksika'ya denizyolu taşıma süreleri ortalama 20-25 gün, Hindistan'dan ise 28-30 gün arasında değişmektedir. Avrupa ülkelerinden Veracruz Limanı'na yapılan sevkiyatlarda taşıma süresi genel olarak 15-20 gün seviyesindedir. Limanlara ulaşan ürünlerin ülke içindeki dağıtımını ise teslimat noktasının konumuna bağlı olarak ilave 3-7 gün sürebilmektedir.

Mobilya ürünlerinin hacimli ve hassas yapısı nedeniyle sektörde özel lojistik çözümler kullanılmaktadır. Ürünlerin çizilme, kırılma ve deformasyona karşı korunması amacıyla köpük koruyucular, oluklu mukavva, köşe koruyucular ve streç ambalajlama sistemlerinden yararlanılmaktadır. Özellikle demonte mobilyalarda parçaların takibi ve korunması lojistik süreçlerin önemli bir unsurunu oluşturmaktadır.

Taşımacılık maliyetleri çoğu zaman hacimsel ağırlık esasına göre hesaplandığından, yükleme alanının etkin kullanımı büyük önem taşımaktadır. Bu nedenle sektörde 40 feet High Cube konteynerlerin kullanımı yaygındır. Ayrıca taşıma sırasında oluşabilecek hasar riskine karşı yük sigortası uygulamaları sıklıkla tercih edilmektedir.

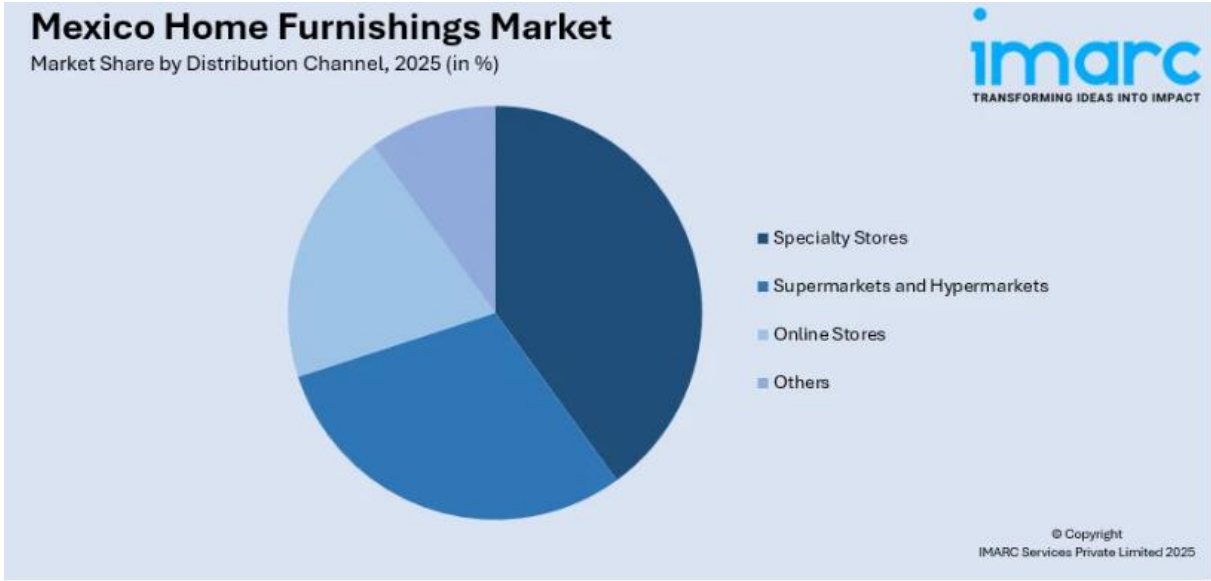
Meksika'da mobilya sektöründe en yaygın taşıma modu karayoludur. Toplam lojistik hareketlerinin yaklaşık %70-80'i karayolu ile gerçekleştirilmektedir. Karayolu taşımacılığı, ülke genelinde yaygın erişim imkânı sunması ve son teslimat süreçlerinde esneklik sağlaması nedeniyle tercih edilmektedir. Yurtiçi teslimatlar genellikle 1-3 gün içerisinde gerçekleştirilirken, ABD'ye yapılan sevkiyatlarda gümrük işlemlerine bağlı olarak taşıma süreleri ortalama 3-5 gün arasında değişmektedir.

Demiryolu taşımacılığı ise toplam taşımaların yaklaşık %10-15'ini oluşturmakta olup, özellikle kuzey sınırlarına ve ABD pazarına yönelik yüksek hacimli yüklerin taşınmasında kullanılmaktadır. Daha düşük maliyet avantajı sunmasına rağmen karayoluna kıyasla daha sınırlı bir esnekliğe sahiptir.

Havayolu taşımacılığı ise yüksek maliyetleri nedeniyle mobilya sektöründe oldukça sınırlı kullanılmakta ve genellikle acil teslimat gerektiren veya yüksek katma değerli ürünlerle sınırlı kalmaktadır.

Sektörün lojistik ağı; Guadalajara, Ocotlán, Mexico City ve Meksika Eyaleti gibi başlıca üretim merkezleri ile ABD sınırına uzanan ihracat koridorları etrafında şekillenmektedir. Bununla birlikte hacimli ve standart dışı yükler, hasar riski ve son kullanıcıya teslimat süreçlerinin karmaşıklığı sektörün temel lojistik zorlukları arasında yer almaktadır. Bu nedenle birçok firma, ürünün teslimatı, montajı ve kurulumu hizmetlerini de içeren "white glove" (özel teslimat ve kurulum) çözümlerine yönelmekte olup, lojistik hizmet kalitesi sektörde önemli bir rekabet unsuru haline gelmektedir.¹

4.14 Dağıtım Kanalları



Meksika mobilya pazarında dağıtım kanalları; uzmanlaşmış mobilya mağazaları, büyük perakende zincirleri, e-ticaret platformları, doğrudan satış kanalları ve yerel üreticilerden oluşmaktadır. Sektör ağırlıklı olarak perakende odaklı bir B2C (işletmeden tüketiciye) yapıda faaliyet göstermektedir. Son yıllarda dijitalleşmenin etkisiyle çevrimiçi satışların payı artmakla birlikte, fiziksel mağazalar tüketicilerin satın alma kararlarında belirleyici rolünü korumaktadır.

Dağıtım kanalları incelendiğinde, uzmanlaşmış mobilya mağazalarının yaklaşık %38 ile en büyük paya sahip olduğu görülmektedir. Bu kanalı yaklaşık %30 pay ile süpermarket ve hipermarketler takip etmektedir. E-ticaret kanallarının payı yaklaşık %20 seviyesine ulaşmış olup, doğrudan satışlar, yerel üreticiler ve diğer dağıtım kanalları ise toplam pazarın yaklaşık %12'sini oluşturmaktadır.

Meksika'nın orta bölgesi ve özellikle Mexico City metropol alanı, mobilya perakendesinin en yoğun olduğu bölge konumundadır. Ülkenin önde gelen mobilya markaları, zincir mağazaları ve dekorasyon perakendecileri bu bölgede yoğunlaşmakta olup, bölge aynı zamanda sektörün en önemli dağıtım ve lojistik merkezi olarak öne çıkmaktadır.

Tüketiciler, ürünleri yerinde inceleme, malzeme kalitesini değerlendirme, konforunu test etme ve satış danışmanlarından bilgi alma imkânı sunduğu için uzmanlaşmış mağazaları tercih

¹ <https://www.shipbob.com/blog/white-glove-delivery/>

etmektedir. Mobilya ürünlerinin hacimli, uzun ömürlü ve yüksek tutarlı satın alımlar olması nedeniyle mağaza deneyimi, diğer birçok tüketim ürününe kıyasla daha büyük önem taşımaktadır. Bu nedenle showroamlar, tüketicilerin satın alma kararlarında belirleyici unsurlar arasında yer almaya devam etmektedir.

Bununla birlikte, özellikle büyük şehirlerde e-ticaret kanalları hızlı bir büyüme göstermektedir. Evlere teslimat hizmetlerinin gelişmesi, dijital ödeme sistemlerinin yaygınlaşması ve tüketicilerin daha geniş ürün yelpazesine erişim isteği çevrimiçi satışları desteklemektedir. Sektörde giderek yaygınlaşan çok kanallı (omnichannel) satış modeli kapsamında firmalar, fiziksel mağazalarını dijital platformlarla entegre ederek müşterilere hem mağazada hem de çevrimiçi ortamda kesintisiz bir alışveriş deneyimi sunmaktadır.

Meksika mobilya perakende pazarı oldukça parçalı bir yapıya sahiptir. Ülke genelinde yaklaşık 21 bin mobilya mağazası ve 44 binden fazla ekonomik birim faaliyet göstermektedir. Bu durum, büyük ulusal ve uluslararası zincirlerin yanı sıra çok sayıda küçük ve orta ölçekli işletmenin de pazarda etkin şekilde yer aldığını göstermektedir. Dağıtım ağının ülke geneline yayılmış olması, farklı gelir gruplarına ve tüketici tercihlerine hitap eden çeşitli satış modellerinin bir arada faaliyet göstermesine imkân sağlamaktadır.

Sektörde faaliyet gösteren başlıca perakende zincirleri arasında IKEA, Liverpool, Coppel, Sears, Home Depot, Muebles Dico ve Ashley Furniture öne çıkmaktadır. Söz konusu firmalar, fiziksel mağaza ağlarının yanı sıra çevrimiçi satış platformlarına yaptıkları yatırımlarla pazar paylarını artırmaya çalışmakta ve dağıtım kanallarının dönüşümünde önemli rol oynamaktadır.

4.15 E-Ticaret (Sınır Ötesi E-Ticaret/E-İhracat)

Meksika'da mobilya sektöründe e-ticaret, son yıllarda dijitalleşmenin hızlanması ve tüketicilerin çevrimiçi alışverişe olan ilgisinin artmasıyla birlikte önemli ölçüde büyüme göstermiştir. Tüketiciler satın alma kararı öncesinde ürünleri araştırmak, fiyat karşılaştırması yapmak, kullanıcı değerlendirmelerini incelemek ve alternatif ürünleri değerlendirmek amacıyla dijital platformları yoğun şekilde kullanmaktadır. Bu durum, mobilya sektöründe çevrimiçi görünürlüğün ve dijital pazarlama faaliyetlerinin önemini artırmıştır.

E-ticaretin gelişmesiyle birlikte üretici ve dağıtıcı firmalar, fiziksel mağaza ağlarının ötesine geçerek daha geniş bir müşteri kitlesine ulaşma imkânı elde etmiştir. Özellikle büyük şehirlerde internet kullanımının yaygınlaşması, güvenli ödeme sistemlerinin gelişmesi ve evlere teslimat hizmetlerinin iyileşmesi, çevrimiçi mobilya satışlarının artmasını destekleyen temel unsurlar arasında yer almaktadır.

Mobilya sektöründe başarılı e-ticaret uygulamalarının temelinde çok kanallı (omnichannel) satış stratejileri yer almaktadır. Firmalar, fiziksel mağazalar, showroamlar ve dijital satış platformlarını entegre ederek müşterilere kesintisiz bir alışveriş deneyimi sunmayı hedeflemektedir. Tüketiciler çoğu zaman ürünü çevrimiçi ortamda araştırmakta, fiziksel mağazada incelemekte ve satın alma işlemini dijital veya fiziksel kanallar üzerinden tamamlamaktadır. Bu nedenle kullanıcı deneyimi, teslimat süreleri, ödeme seçenekleri, satış

sonrası hizmetler ve internet sitelerine duyulan güven, satın alma kararlarında belirleyici faktörler arasında yer almaktadır.

Sınır ötesi e-ticaretin gelişmesi, Meksikalı mobilya üreticilerinin uluslararası pazarlara erişimini de kolaylaştırmıştır. Özellikle ABD pazarı, coğrafi yakınlık ve ticari entegrasyon avantajları sayesinde Meksikalı firmalar açısından en önemli e-ihracat destinasyonu konumundadır. Uluslararası pazaryerleri (marketplace), dijital reklamcılık ve sosyal medya pazarlaması uygulamaları, firmaların sınır ötesi satışlarını artırmalarına katkı sağlamaktadır.

E-ticaretin yaygınlaşması aynı zamanda üreticilerin aracıları azaltarak doğrudan tüketiciye satış (Direct-to-Consumer – D2C) modellerine yönelmelerini teşvik etmektedir. Bu model sayesinde firmalar müşteri verilerine daha kolay erişebilmekte, marka bilinirliğini artırabilmekte ve kârlılıklarını geliştirebilmektedir.

Bununla birlikte, mobilya sektöründe e-ticaret faaliyetleri bazı yapısal zorlukları da beraberinde getirmektedir. Mobilya ürünlerinin hacimli ve ağır olması, yüksek nakliye maliyetleri, montaj gereksinimleri ve iade süreçlerinin karmaşıklığı sektörün karşılaştığı temel sorunlar arasında yer almaktadır. Özellikle sınır ötesi satışlarda lojistik maliyetleri ve teslimat süreleri firmaların rekabet gücünü doğrudan etkileyebilmektedir. Bu nedenle şirketler, depolama, sevkiyat, son kullanıcı teslimatı ve iade yönetimi süreçlerini optimize etmeye yönelik yatırımlar yapmaktadır.

Genel olarak değerlendirildiğinde, e-ticaret ve e-ihracat kanalları Meksika mobilya sektörünün büyümesinde giderek daha önemli bir rol oynamakta olup, dijital dönüşümün hız kazanmasıyla birlikte önümüzdeki dönemde sektörün rekabet yapısını şekillendiren temel unsurlardan biri olmaya devam edecektir.²

² chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcglclefindmkaj/https://8982035.fs1.hubspotusercontent-na1.net/hubfs/8982035/Publicaciones/documentos/publico/AMVO_EstudioVentaOnline_Muebles_2023_VP%C3%BAblica.pdf

4.15.1 Ülkedeki Pazaryerleri

Meksika mobilya perakende pazarı, uluslararası zincirler, yerel markalar ve çevrimiçi pazaryerlerinin bir arada faaliyet gösterdiği rekabetçi bir yapıya sahiptir. Özellikle son yıllarda e-ticaretin büyümesiyle birlikte dijital satış kanallarının önemi artmış, birçok firma fiziksel mağazalar ile çevrimiçi platformları entegre eden çok kanallı satış stratejilerine yönelmiştir. Sektörde faaliyet gösteren başlıca perakendeciler ve e-ticaret platformları aşağıda yer almaktadır.

Şirket	Açıklaması	Web Sitesi
IKEA México	<i>Uygun fiyatlı ev mobilyaları, dekorasyon ürünleri ve ev aksesuarları alanında faaliyet göstermekte olup, fiziksel mağazalar ve e-ticaret kanalları üzerinden satış yapmaktadır.</i>	https://www.ikea.com/mx
Liverpool	<i>Meksika'nın önde gelen mağazalar zincirlerinden biri olup, mobilya, ev dekorasyonu ve yaşam alanlarına yönelik geniş ürün yelpazesi sunmaktadır.</i>	https://www.liverpool.com.mx
Amazon	<i>Farklı satıcıları bir araya getiren çevrimiçi pazaryeri platformu olup, ekonomik segmentten premium segmente kadar geniş bir mobilya ürün portföyüne sahiptir.</i>	https://www.amazon.com.mx
Mercado Libre	<i>Yeni ve ikinci el mobilya ürünlerinin satışına imkân sağlayan, Latin Amerika'nın en büyük e-ticaret platformlarından biridir.</i>	https://www.mercadolibre.com.mx
GAIA Design	<i>Modern ve tasarım odaklı mobilya ürünleri sunan, doğrudan tüketiciye satış (D2C) modeliyle faaliyet gösteren Meksikalı bir markadır.</i>	https://www.gaiadesign.com.mx
Casa Palacio	<i>Üst gelir grubuna hitap eden lüks ve premium segmentte ev ve ofis mobilyaları ile dekorasyon ürünleri sunmaktadır.</i>	https://www.casapalacio.com.mx
The Home Depot México	<i>Ev geliştirme, bahçe ürünleri ve fonksiyonel mobilya kategorilerinde faaliyet gösteren önemli perakende zincirlerinden biridir.</i>	https://www.homedepot.com.mx
Coppel	<i>Geniş mağaza ağı ve tüketici finansmanı seçenekleriyle orta ve alt gelir grubuna yönelik mobilya satışı gerçekleştirmektedir.</i>	https://www.coppel.com
Walmart México	<i>Fiziksel mağazaları ve e-ticaret kanalları üzerinden ekonomik fiyat segmentinde yüksek hacimli mobilya ve ev ürünleri satışı yapmaktadır.</i>	https://www.walmart.com.mx

4.15.2 Özel Günler, Bayramlar v.b.

Tarih	Özel Gün	Önem
1 Ocak	Yılbaşı	Ulusal tatil
17 Mart	Benito Juárez'in Doğum Günü Anması	Ulusal tatil
17 Nisan	Paskalya Kutsal Perşembe	Dini bayram
18 Nisan	Paskalya Kutsal Cuma	Dini bayram
1 Mayıs	İşçi Bayramı	Ulusal tatil
5 Mayıs	Puebla Savaşı Yıldönümü	Ulusal tatil
16 Eylül	Bağımsızlık Günü	Ulusal tatil
2 Kasım	Ölümler Günü	Dini bayram
17 Kasım	Meksika Devrim Günü	Ulusal tatil
29 Kasım	Black Friday	Özel gün
25 Aralık	Noel	Dini bayram

4.15.3 En Çok Kullanılan Sosyal Medya Platformları

Meksika mobilya ve ev dekorasyonu sektöründe sosyal medya platformları, marka bilinirliğinin artırılması, müşteri kazanımı, ürün tanıtımı ve tüketici etkileşiminin güçlendirilmesi açısından önemli pazarlama araçları haline gelmiştir. Tüketiciler, mobilya satın alma kararı öncesinde sosyal medya ve dijital platformlar üzerinden ürün araştırması yapmakta, dekorasyon fikirleri edinmekte, fiyat karşılaştırmaları gerçekleştirmekte ve kullanıcı yorumlarını incelemektedir.

Sektörde faaliyet gösteren firmalar, dijital pazarlama stratejileri kapsamında farklı sosyal medya platformlarından yararlanmakta olup, her platform farklı hedef kitlelere ve kullanım amaçlarına hitap etmektedir.

Instagram, mobilya ve dekorasyon sektöründe en etkili platformlardan biri olup, ürün görselleri, yaşam alanı tasarımları, dekorasyon önerileri ve marka hikâyelerinin paylaşılmasında yaygın olarak kullanılmaktadır. Özellikle görsel odaklı yapısı sayesinde tüketicilerin ürünleri gerçek yaşam alanlarında görmesine olanak sağlamaktadır.

TikTok, kısa video içerikleri aracılığıyla özellikle genç tüketicilere ulaşmak amacıyla kullanılmaktadır. Ürün tanıtımları, dekorasyon dönüşüm videoları, montaj süreçleri ve içerik üreticileriyle gerçekleştirilen iş birlikleri platformun öne çıkan kullanım alanlarıdır.

Pinterest, tüketicilerin dekorasyon fikirleri araştırdığı ve ürün keşfi gerçekleştirdiği önemli platformlardan biridir. Mobilya markaları açısından ilham verici içeriklerin paylaşılması ve potansiyel müşterilerin satın alma sürecine yönlendirilmesi bakımından stratejik öneme sahiptir.

Facebook, hedefli reklam kampanyaları, promosyon faaliyetleri, müşteri iletişimi ve çevrimiçi satış yönlendirmeleri açısından önemini korumaktadır. Özellikle belirli yaş gruplarına yönelik reklam çalışmalarında ve müşteri hizmetleri faaliyetlerinde yaygın olarak kullanılmaktadır.

Bunun yanı sıra, dijital görünürlüğün artırılması açısından arama motorlarında üst sıralarda yer almak da mobilya sektöründe önemli bir rekabet unsurudur. Bu kapsamda firmalar, Arama Motoru Optimizasyonu uygulamaları aracılığıyla internet sitelerinin görünürlüğünü artırmaya çalışmaktadır. Etkin çalışmalar; arama sonuçlarında daha üst sıralarda yer alınmasına, kullanıcı deneyiminin geliştirilmesine, internet sitesi trafiğinin artırılmasına ve potansiyel satış fırsatlarının çoğalmasına katkı sağlamaktadır.

Son yıllarda sosyal medya platformları ile e-ticaret uygulamalarının entegrasyonunun artması, tüketicilerin ürünleri doğrudan sosyal medya üzerinden inceleyebilmesine ve satın alma süreçlerine yönlendirilebilmesine imkân tanımaktadır. Bu durum, sosyal medya kanallarını yalnızca bir tanıtım aracı olmaktan çıkararak satış süreçlerinin de önemli bir parçası haline getirmiştir. Mobilya sektöründe dijital pazarlama faaliyetlerinin önümüzdeki dönemde önemini artırarak sürdürmesi beklenmektedir.

4.15.4 E-Ticaretteki Gümrük Vergileri ve Muafiyetleri

Meksika'ya gerçekleştirilen mobilya ithalatında başlıca mali yükümlülükler; Genel İthalat Vergisi (Impuesto General de Importación - IGI), Katma Değer Vergisi (Impuesto al Valor Agregado - IVA) ve Gümrük İşlem Ücretinden (Derecho de Trámite Aduanero - DTA) oluşmaktadır. Uygulanacak vergi oranları ürünün GTİP'ine, menşe ülkesine ve varsa ilgili Serbest Ticaret Anlaşmaları kapsamındaki tercihli rejimlerden yararlanıp yararlanmadığına bağlı olarak değişiklik göstermektedir.

Genel İthalat Vergisi (IGI): Genel İthalat Vergisi, ürünün gümrük tarife pozisyonuna göre belirlenen temel ithalat vergisidir. Mobilya ve mobilya parçalarında uygulanan gümrük vergisi oranları ürün grubuna bağlı olarak değişmekte olup, genel olarak %5 ile %35 arasında değişebilmektedir. Meksika'nın taraf olduğu Serbest Ticaret Anlaşmaları kapsamında menşe şartlarını sağlayan ürünler ise tercihli veya sıfır gümrük vergisi uygulamalarından yararlanabilmektedir.

Katma Değer Vergisi (IVA): Mobilya ithalatında genel KDV oranı %16 olarak uygulanmaktadır. KDV, ürünün gümrük kıymeti ile ithalat sırasında tahsil edilen diğer vergi ve harçlar üzerinden hesaplanmaktadır.

Gümrük İşlem Ücreti (DTA): Gümrük İşlem Ücreti, ithalat işlemleri sırasında gümrük hizmetlerinden yararlanılması karşılığında alınan bir harç niteliğindedir. İthalatçı gerçek veya tüzel kişiler tarafından ödenmekte olup, ilgili mevzuatta belirlenen oran ve esaslar çerçevesinde tahsil edilmektedir.

Tercihli Ticaret Anlaşmaları ve Muafiyetler: Meksika'nın çok sayıda ülke ile yürürlükte bulunan Serbest Ticaret Anlaşmaları kapsamında, ilgili menşe kurallarını sağlayan ürünler daha

düşük gümrük vergisi oranlarından veya tam muafiyetten yararlanabilmektedir. Bu nedenle ihracatçı firmalar açısından ürünlerin menşe şartlarını karşılaması ve gerekli belgelerin eksiksiz şekilde düzenlenmesi önem taşımaktadır.

Son Dönem Tarife Düzenlemeleri: 2025-2026 döneminde Meksika Hükümeti, yerli üretimin korunması ve ithal ürünler karşısında rekabet gücünün artırılması amacıyla Genel İthalat ve İhracat Vergisi Kanunu kapsamında çeşitli tarife pozisyonlarında vergi artışlarına gitmiştir. Bu düzenlemelerden, özellikle Meksika ile tercihli ticaret anlaşması bulunmayan ülkelerden ithal edilen bazı mobilya ve ilgili ürün grupları da etkilenmiştir.

E-ticaret yoluyla gerçekleştirilen satışlarda da ürünün niteliği, değeri ve ithalat şekline bağlı olarak genel ithalat mevzuatı hükümleri uygulanmakta olup, ürünlerin gümrük vergileri, KDV ve diğer ilgili yükümlülüklerle tabi olması söz konusu olabilmektedir. Bu nedenle sınır ötesi e ticaret faaliyetlerinde güncel gümrük mevzuatının ve vergi düzenlemelerinin yakından takip edilmesi önem arz etmektedir.³

4.15.5 E-Ticarete Yönelik Düzenlemeler

Meksika'da mobilya sektöründe e-ticaret, tüketicinin korunmasını, işlem güvenliğini ve vergi yükümlülüklerine uyumu garanti altına almayı amaçlayan çeşitli yasal çerçevelerle düzenlenmektedir.

- Tüketicinin Korunmasına İlişkin Federal Kanun (LFPC): Bu yasa, mobilya sektörü de dahil olmak üzere mal ve hizmet tedarikçilerinin ürünleri hakkında açık ve doğru bilgi vermelerini gerektirmektedir.
- Özel Kişilerin Elindeki Kişisel Verilerin Korunması Kanunu (LFPDPPP): Çevrimiçi işlemler kişisel verilerin toplanmasını gerektirdiğinden bu kanun şirketlerin verilerini toplamak, saklamak ve kullanmak için kullanıcıların açık rızasını almasını gerektirmektedir. Ayrıca, bu bilgileri yetkisiz erişime karşı korumak için güvenlik önlemlerini uygulama sorumluluğunu da belirlemektedir.
- Ticaret Kanunu: Elektronik sözleşmelerin geçerliliğini ve elektronik imzaların kullanımını tanıyarak elektronik yollarla gerçekleştirilen ticari işlemleri düzenler. Mobilya sektöründeki dijital işlemler için yasal kesinlik sağlamaktadır.
- Elektronik İmza Kanunu (LFEA): Gelişmiş elektronik imzanın kullanımına ilişkin koşulları ve gereklilikleri belirleyerek bu imzaya otografik imza ile aynı geçerliliği vermektedir. Mobilya ve aksesuarları ticaretinde elektronik işlemlerin doğrulanması için kullanımı esastır.
- Vergi Yükümlülükleri: E-ticaretle uğraşan şirketler Maliye Bakanlığı Vergi İdaresi'ne (SAT) kaydolmalı ve Vergi Numarası (RFC) almalıdır. Ayrıca elektronik fatura düzenlemeleri ve katma değer vergisi ve gelir vergisi gibi vergi beyannameleri vermeleri gerekmektedir.

³ <https://www.whitecase.com/insight-alert/mexico-proposes-significant-customs-and-tariff-reforms-part-2026-economic-package>

- Elektronik Ticarete Etik Kurallar: Federal Tüketiciyi Koruma Kurumu (PROFECO) tarafından 2021 yılında yayınlanan bu yönetmelik, elektronik yollarla yürütülen ticari faaliyetlerde uyulması gereken asgari standartları belirleyerek adil ve şeffaf ticari uygulamaları teşvik etmektedir.
- Meksika Resmi Standartları (NOM): Pazarlanan ürünlere bağlı olarak mal ve hizmetlerin kalite ve güvenliğini garanti altına almak için uymaları gereken spesifikasyonları ve özellikleri belirleyen belirli NOM'lar geçerli olabilir.

4.15.6 E-Ticarete Yönelik Lojistik Hizmetleri (Hızlı kargo ve sipariş karşılama hizmetleri (fulfillment) sunan firmalar v.b.)

E-ticaretin hızlı büyümesiyle birlikte lojistik hizmetleri, Meksika mobilya sektörünün en önemli rekabet unsurlarından biri haline gelmiştir. Mobilya ürünlerinin hacimli, ağır ve nispeten kırılğan yapısı nedeniyle, sektörde standart kargo hizmetlerinin ötesinde depolama, sipariş karşılama (fulfillment), özel taşıma, son kullanıcı teslimatı ve kurulum hizmetlerini içeren kapsamlı lojistik çözümler kullanılmaktadır.

Mobilya sektöründe lojistik süreçler; ürünlerin depolanması, siparişlerin hazırlanması, paketlenmesi, sevkiyata uygun hale getirilmesi, müşteriye teslim edilmesi ve gerektiğinde iade süreçlerinin yönetilmesini kapsamaktadır. Özellikle e-ticaret satışlarında teslimat kalitesi ve süresi, müşteri memnuniyetini doğrudan etkileyen faktörler arasında yer almaktadır.

Son yıllarda üreticiler ve perakendeciler, dağıtım merkezleri ile üçüncü taraf lojistik hizmet sağlayıcıları (3PL) arasında daha entegre çalışma modelleri geliştirmektedir. Bu kapsamda çapraz yükleme (cross-docking), gerçek zamanlı stok takibi, sipariş yönetimi sistemleri ve dijital satış platformlarıyla entegre lojistik çözümleri yaygınlaşmaktadır. Söz konusu uygulamalar, teslimat sürelerinin kısaltılmasına, operasyonel maliyetlerin azaltılmasına ve sipariş süreçlerinin daha etkin yönetilmesine katkı sağlamaktadır.

Fulfillment hizmetleri, özellikle e-ticaret faaliyetlerinde önemli bir rol üstlenmektedir. Bu hizmetler kapsamında ürünler merkezi depolarda muhafaza edilmekte, siparişler işlenmekte, paketlenmekte ve müşterilere sevk edilmektedir. Böylece firmalar, lojistik operasyonlarını dış kaynak kullanımı yoluyla daha verimli yönetebilmekte ve ölçek ekonomilerinden yararlanabilmektedir.

Mobilya sektöründe son kullanıcıya teslimat (last-mile delivery) aşaması, lojistik zincirinin en maliyetli ve karmaşık bölümlerinden biri olarak değerlendirilmektedir. Bu nedenle birçok lojistik sağlayıcı, standart teslimat hizmetlerinin yanı sıra ürünün müşterinin adresine taşınması, ev veya iş yerinde kurulumu ve montajını da içeren "white glove" (özel teslimat ve kurulum) hizmetleri sunmaktadır. Bu hizmetler özellikle yüksek değerli, büyük hacimli ve montaj gerektiren mobilya ürünlerinde yaygın olarak tercih edilmektedir.

Meksika'da e-ticaret ve fulfillment hizmetleri sunan başlıca lojistik firmaları arasında DHL México, FedEx México, Estafeta, UPS México ve Mercado Envíos öne çıkmaktadır. Bu firmalar yalnızca küçük paket taşımacılığı değil, aynı zamanda büyük hacimli ürünlerin dağıtımını, yük taşımacılığı, son kullanıcı teslimatı ve tersine lojistik (reverse logistics) hizmetleri

de sunmaktadır. Söz konusu hizmetler, mobilya sektörünün özel ihtiyaçlarına uyarlanabilmekte ve firmaların ülke genelindeki dağıtım faaliyetlerini desteklemektedir.

E-ticaret hacmindeki artışın devam etmesiyle birlikte, sipariş karşılama merkezleri, depo otomasyonu, son kullanıcı teslimat çözümleri ve dijital lojistik teknolojilerine yönelik yatırımların önümüzdeki dönemde de artarak sürmesi beklenmektedir. Bu durum, lojistik hizmetlerinin mobilya sektöründe yalnızca operasyonel bir faaliyet olmaktan çıkarak önemli bir rekabet avantajı unsuruna dönüşmesine katkı sağlamaktadır.

4.16 Tanıtım ve Pazarlama

Meksika mobilya sektörü son yıllarda iç talebin artması, konut sektöründeki büyüme ve pandemi sonrası tüketim harcamalarındaki toparlanmanın etkisiyle istikrarlı bir gelişim göstermiştir. Sektör, büyük ölçüde küçük ve orta ölçekli işletmelerden oluşmakta olup ekonomik segmentten premium tasarım ürünlerine kadar geniş bir ürün çeşitliliğine sahiptir. Tüketici alışkanlıklarında yaşanan dijital dönüşüm, firmaların pazarlama ve satış stratejilerini de önemli ölçüde etkilemiş; özellikle e-ticaret kanallarının gelişmesiyle birlikte dijital pazarlama faaliyetleri sektörün temel tanıtım araçlarından biri haline gelmiştir.

Günümüzde mobilya sektöründe tanıtım faaliyetleri büyük ölçüde dijital platformlar üzerinden yürütülmektedir. Instagram, Pinterest, Facebook ve TikTok gibi sosyal medya platformları, ürünlerin görsel olarak sergilenmesi, marka bilinirliğinin artırılması ve hedef kitlelere ulaşılması açısından yaygın olarak kullanılmaktadır. Özellikle dekorasyon fikirleri, yaşam alanı tasarımları ve ürün kullanım örneklerinin paylaşılması tüketicilerin satın alma kararlarını etkileyen önemli unsurlar arasında yer almaktadır.

Dijital pazarlama stratejileri kapsamında hedefli reklam kampanyaları, içerik pazarlaması uygulamaları, blog içerikleri, video tanıtımları ve sosyal medya içerik üreticileriyle gerçekleştirilen iş birlikleri yaygın olarak kullanılmaktadır. Bu uygulamalar sayesinde firmalar tüketicilerle daha güçlü bağlar kurabilmekte, marka sadakati oluşturabilmekte ve ürünlerini daha geniş kitlelere ulaştırabilmektedir.

Çevrimiçi pazaryerleri de tanıtım ve satış faaliyetlerinde önemli bir rol üstlenmektedir. Mercado Libre, Amazon México ve benzeri platformlar, firmalara ülke genelindeki tüketicilere erişim imkânı sunarken, özellikle küçük ve orta ölçekli işletmeler için önemli bir satış ve pazarlama kanalı oluşturmaktadır.

Sektörde promosyon kampanyaları ve özel satış dönemleri de pazarlama faaliyetlerinin önemli bir parçasıdır. Özellikle Meksika'nın en büyük indirim kampanyalarından biri olan Buen Fin ile çevrimiçi alışveriş odaklı Hot Sale dönemlerinde mobilya satışlarında önemli artışlar yaşanmaktadır. Bu dönemlerde firmalar indirimler, taksit seçenekleri, finansman destekleri ve paket kampanyalar aracılığıyla satışlarını artırmayı hedeflemektedir.

Dijitalleşmenin artmasına rağmen fiziksel mağaza deneyimi mobilya sektöründe önemini korumaktadır. Tüketicilerin ürünleri yakından inceleme, malzeme kalitesini değerlendirme ve kullanım konforunu test etme isteği nedeniyle showroomlar ve deneyim mağazaları satın alma sürecinde belirleyici rol oynamaktadır. Son yıllarda bazı firmalar artırılmış gerçeklik (AR)

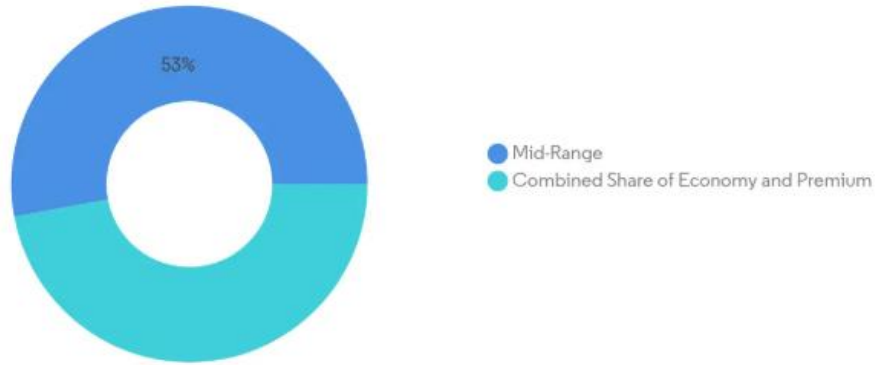
uygulamaları, sanal oda tasarımları ve interaktif ekranlar gibi teknolojileri kullanarak mağaza deneyimini geliştirmeye çalışmaktadır.

Sektörde fuarlar ve ihtisas etkinlikleri de önemli tanıtım ve pazarlama araçları arasında yer almaktadır. Özellikle Guadalajara'da düzenlenen Expo Mueble Internacional, ülkenin en önemli mobilya fuarı olarak kabul edilmekte olup, yerli ve yabancı üreticiler, tedarikçiler, distribütörler ve satın almaları bir araya getirmektedir. Bunun yanı sıra Hábitat Expo ve Expo TuCasa gibi etkinlikler de mobilya, iç mimari, dekorasyon ve yaşam alanları sektörlerinde faaliyet gösteren firmalar için önemli tanıtım platformları oluşturmaktadır.

Bununla birlikte sektör; düşük maliyetli ithal ürünlerle rekabet, artan lojistik maliyetleri ve değişen tüketici beklentileri gibi çeşitli zorluklarla karşı karşıyadır. Öte yandan sürdürülebilir üretim, çevre dostu malzemeler, kişiselleştirilebilir ürünler ve yerel tasarım anlayışına yönelik artan talep sektör açısından önemli fırsatlar sunmaktadır. Bu çerçevede, çok kanallı satış stratejilerini benimseyen ve ürünlerinin tasarım, kalite, sürdürülebilirlik ve yerel üretim özelliklerini etkin şekilde vurgulayabilen firmaların pazarda rekabet avantajı elde etmesi beklenmektedir.

4.17 Sektörde Tüketici /Alıcı Tercihleri ve Son Trendler

Mexico Home Furniture Market: Market Share by Price Range, 2025



Source: Mordor Intelligence



Günümüzde Meksikalı tüketiciler, modern ve çağdaş tasarıma sahip mobilyalara daha fazla ilgi göstermektedir. Özellikle büyük şehirlerde yaşayan tüketiciler arasında modüler, çok amaçlı ve farklı yaşam alanlarına uyarlanabilen mobilyalara yönelik talep artmaktadır. Depolama alanı sağlayan, kolay taşınabilen ve birden fazla kullanım amacına hizmet eden ürünler, sınırlı yaşam alanlarının daha verimli kullanılmasına imkân sağlaması nedeniyle tercih edilmektedir.

Son yıllarda sürdürülebilirlik de satın alma kararlarında önemli bir unsur haline gelmiştir. Çevre dostu üretim süreçleri, geri dönüştürülebilir malzemeler ve sürdürülebilir kaynaklardan elde edilen hammaddeler kullanılarak üretilen mobilyalara yönelik talep giderek artmaktadır.

Özellikle genç tüketiciler ve yüksek gelir grubundaki alıcılar, çevresel etkileri daha düşük ürünlere yönelme eğilimi göstermektedir.

Meksika'nın güçlü el işçiliği ve tasarım geleneği de tüketici tercihlerini etkileyen unsurlar arasında yer almaktadır. Yerel tasarım anlayışını yansıtan, özgün ve yüksek kaliteli ürünler hem yerli tüketiciler hem de yabancı alıcılar tarafından ilgi görmektedir. Geleneksel üretim tekniklerinin modern tasarım anlayışıyla birleştirildiği ürünler, pazarda farklılaşma imkânı sunmaktadır.

E-ticaret kanallarının yaygınlaşması, tüketicilerin daha geniş ürün yelpazesine erişimini kolaylaştırmış ve satın alma davranışlarını önemli ölçüde değiştirmiştir. Çevrimiçi platformlar üzerinden ürün karşılaştırması yapabilmek, fiyat avantajlarından yararlanabilmek ve evlere teslimat hizmetlerinden faydalanabilmek imkânı, dijital kanallara olan ilgiyi artırmaktadır. Bununla birlikte mobilya ürünlerinin fiziksel olarak incelenme ihtiyacı nedeniyle tüketiciler çoğu zaman çevrimiçi ve fiziksel mağaza deneyimini bir arada kullanmaktadır.

Pazar segmentasyonu incelendiğinde, premium ve sürdürülebilir mobilya segmentlerinde büyümenin hızlandığı görülmektedir. Özellikle genç profesyoneller, yüksek gelir grupları ve tasarım odaklı tüketiciler; kaliteli malzeme, özgün tasarım, uzun kullanım ömrü ve çevre dostu özelliklere sahip ürünlere daha fazla önem vermektedir.

Malzeme tercihleri açısından değerlendirildiğinde ahşap, Meksika pazarında en çok tercih edilen hammaddelerden biri olmaya devam etmektedir. Ahşabın doğal görünümü, dayanıklılığı ve geleneksel tasarım anlayışıyla uyumu tüketiciler tarafından olumlu karşılanmaktadır. Bununla birlikte, dayanıklılık, bakım kolaylığı ve maliyet avantajı nedeniyle polimer bazlı malzemeler, kompozit ürünler ve farklı malzemelerin birlikte kullanıldığı hibrit çözümler de giderek daha fazla tercih edilmektedir.

Önümüzdeki dönemde sürdürülebilirlik, kişiselleştirme, akıllı depolama çözümleri, modüler tasarımlar ve dijital satış kanallarıyla entegre alışveriş deneyimlerinin Meksika mobilya sektöründeki başlıca tüketici eğilimleri olmaya devam etmesi beklenmektedir. Özellikle çevre dostu üretim, yerel tasarım unsurları ve fonksiyonelliği ön plana çıkaran markaların pazarda rekabet avantajı elde edeceği değerlendirilmektedir.

4.18 Sektörde Vergiler (gümrük vergisi, katma değer vergisi, özel tüketim vergisi, ilave gümrük vergisi, anti-damping vergisi vb.)

Meksika'ya mobilya ithalatında uygulanan başlıca mali yükümlülükler; Genel İthalat Vergisi (Impuesto General de Importación - IGI), Katma Değer Vergisi (Impuesto al Valor Agregado - IVA) ve Gümrük İşlem Ücretinden (Derecho de Trámite Aduanero - DTA) oluşmaktadır. Uygulanacak vergi oranları ürünün GTİP'ine, menşe ülkesine ve varsa ilgili Serbest Ticaret Anlaşmaları kapsamında tercihli rejimlerden yararlanıp yararlanmadığına bağlı olarak değişiklik göstermektedir.

Genel İthalat Vergisi (IGI): Genel İthalat Vergisi, ürünün gümrük tarife pozisyonuna göre belirlenen temel ithalat vergisidir. Mobilya ve mobilya parçalarında uygulanan gümrük vergileri ürün grubuna göre değişmekte olup, genel olarak %5-%35 arasında değişebilmektedir. Meksika'nın taraf olduğu Serbest Ticaret Anlaşmaları kapsamında menşe kurallarını sağlayan ürünler ise tercihli veya sıfır gümrük vergisi uygulamalarından yararlanabilmektedir.

Katma Değer Vergisi (IVA): Mobilya ithalatında genel KDV oranı %16'dır. KDV, ürünün gümrük kıymeti ile ithalat sırasında tahsil edilen diğer vergi ve harçlar üzerinden hesaplanmaktadır.

Gümrük İşlem Ücreti (DTA): Gümrük İşlem Ücreti, ithalat işlemleri sırasında gümrük hizmetlerinden yararlanılması karşılığında alınan bir harç niteliğindedir. İthalatçı gerçek veya tüzel kişiler tarafından ödenmekte olup, ilgili mevzuatta belirlenen oran ve esaslar çerçevesinde tahsil edilmektedir.

Yerli Sanayiye Korumaya Yönelik Tarife Uygulamaları: Meksika Hükümeti tarafından yerli üretimin korunması ve sanayinin rekabet gücünün artırılması amacıyla zaman zaman çeşitli tarife düzenlemeleri yapılmaktadır. Bu kapsamda, 22 Nisan 2024 tarihinde yayımlanan ve 23 Nisan 2024 tarihinde yürürlüğe giren "Genel İthalat ve İhracat Vergileri Kanunu Tarifesinde Değişiklik Yapılmasına Dair Karar" ile 544 tarife pozisyonunda geçici vergi düzenlemeleri gerçekleştirilmiştir.

Söz konusu düzenleme; çelik, alüminyum, tekstil, hazır giyim, ayakkabı, ahşap ve ahşap mamulleri, plastik ürünler, kimyasallar, kağıt ve karton ürünleri, seramik, cam ürünleri, elektrik ekipmanları, müzik aletleri ve **mobilya** gibi çeşitli sektörleri kapsamakta olup, uygulamanın geçerlilik süresi iki yıl olarak belirlenmiştir. Mobilya sektörü açısından değerlendirildiğinde, söz konusu düzenleme Meksika'nın yerli üretimi destekleme yönündeki sanayi politikalarının bir göstergesi niteliğindedir.

Yine bununla birlikte, Meksika, 1 Ocak 2026'dan itibaren arasında serbest ticaret anlaşması olmayan ülkelere gelen mobilya ithalatına %35'e kadar gümrük vergisi getirmiştir.

Anti-Damping ve Ticaret Politikası Önlemleri: Meksika, yerli üreticilerin zarar gördüğünün tespit edilmesi halinde belirli ürün gruplarına yönelik anti-damping vergileri ve diğer ticaret politikası önlemleri uygulayabilmektedir. Mobilya sektöründe halihazırda tüm ürün gruplarını kapsayan genel bir anti-damping uygulaması bulunmamakla birlikte, ithalata yönelik koruma

tedbirleri ve vergi düzenlemeleri dönemseller olarak değişebilmektedir. Bu nedenle ihracatçı firmaların güncel ticaret politikası uygulamalarını yakından takip etmeleri tavsiye edilmektedir.

4.19 Varsa Sektöre Yönelik ve Genel Tarife Dışı Engeller

Meksika'da mobilya sektöründe ithalat ve ihracat faaliyetleri yalnızca gümrük vergilerine tabi olmayıp, ürün güvenliği, tüketicinin korunması, teknik uygunluk, etiketleme ve bitki sağlığı alanlarında uygulanan çeşitli tarife dışı önlemlere de tabidir. Bu düzenlemeler, iç pazarda kalite standartlarının korunması, tüketicilerin bilgilendirilmesi ve çevresel risklerin önlenmesi amacıyla uygulanmaktadır.

Sektörde karşılaşılan başlıca tarife dışı engeller arasında Meksika Resmî Standartlarına (Normas Oficiales Mexicanas - NOM) uyum zorunluluğu yer almaktadır. Mobilya rnlerinin ilgili NOM düzenlemeleri kapsamında ngrlen güvenlik, dayanıklılık, etiketleme ve tüketicilerle bilgilendirme Şartlarını karşılaması gerekmektedir. Özellikle rn etiketlerinin İspanyolca hazırlanması ve mevzuatta belirtilen bilgileri içermesi zorunludur.

Mobilya rnlerinde kullanılan ahşap ve orman ürünleri açısından bitki sağlığı ve çevresel koruma düzenlemeleri de önemli bir tarife dışı engel niteliği taşımaktadır. Ahşap içerikli ürünlerde kullanılan hammaddelerin yasal kaynaklardan elde edildiğinin belgelenmesi, bazı ürünlerde bitki sağlığı sertifikalarının ibraz edilmesi ve ilgili çevresel mevzuata uyulması gerekmektedir. Ayrıca ahşap ambalaj malzemelerinin ISPM-15 standardına uygun Şekilde işlenmiş olması ve gerekli işaretlemeleri taşınması zorunludur.

Meksika'da uygulanan uygunluk değerlendirme, test ve sertifikasyon süreçleri de ithalat işlemlerinde ek maliyet ve süre yaratabilmektedir. Ürünün niteliğine bağlı olarak laboratuvar testleri, teknik incelemeler veya uygunluk belgeleri talep edilebilmektedir. Bu durum özellikle pazara ilk kez giriş yapacak firmalar açısından ilave hazırlık gerektirmektedir.

Bunun yanı sıra, gümrük işlemlerinde talep edilen belge ve kayıt yükümlülükleri, ithalatçıların Tek Pencere Sistemi (Ventanilla Única) zerinden yürütmek zorunda olduğu işlemler ve ürün bazında değişebilen teknik gereklilikler de pazara giriş süreçlerini etkileyebilmektedir. Özellikle ahşap mobilya ve ahşap içerikli ürünlerde SEMARNAT, SENASICA ve PROFEPA tarafından yürütülen denetim ve kontrol mekanizmaları ithalat sürecinin önemli bir parçasını oluşturmaktadır.

Sektörde karşılaşılan bir diğer husus ise lojistik ve dağıtım kaynaklı operasyonel engellerdir. Mobilya rnlerinin hacimli ve ağır yapısı nedeniyle taşıma maliyetleri yüksek olabilmekte, ürünlerin depolanması ve son kullanıcıya ulaştırılması özel lojistik çözümleri gerektirebilmektedir. Özellikle e-ticaret kanallarında iade süreçleri ve son teslimat hizmetleri firmalar açısından ek maliyet yaratabilmektedir.

Bununla birlikte, söz konusu düzenlemeler genel olarak uluslararası ticaret uygulamalarına paralel olup, gerekli sertifikasyon, etiketleme ve mevzuat uyum süreçlerini önceden planlayan firmalar açısından açılması mümkün gereklilikler olarak değerlendirilmektedir. Bu nedenle Meksika pazarına giriş yapmayı planlayan ihracatçıların, ürünlerinin tabi olduğu teknik düzenlemeleri ve belge gerekliliklerini önceden tespit ederek gerekli hazırlıkları tamamlamaları önem arz etmektedir.

5. Sektörde İhracatçılarımızı Bekleyen Fırsatlar (Örnek: artan talep, e-ticaretin yaygınlaşması, ülkemizle yapılan Serbest Ticaret Anlaşması v.b.)

Meksika mobilya sektörü, büyüyen iç pazar, gelişen e-ticaret ekosistemi, artan konut yatırımları ve Kuzey Amerika tedarik zincirlerindeki dönüşüm sayesinde Türk firmaları açısından önemli fırsatlar sunmaktadır. Yaklaşık 130 milyonluk nüfusu ve büyüyen orta sınıfı ile Meksika, Latin Amerika'nın en büyük tüketim pazarlarından biri olup, mobilya talebinin önümüzdeki yıllarda istikrarlı şekilde artması beklenmektedir.

Mobilya pazarının 2030 yılına kadar yıllık ortalama %4-5 oranında büyümesini sürdürmesi öngörülmektedir. Artan kentleşme, konut projeleri, yükselen gelir seviyeleri ve değişen tüketici tercihleri bu büyümeyi destekleyen temel unsurlar arasında yer almaktadır. Özellikle orta ve üst gelir gruplarına yönelik tasarım odaklı ve katma değeri yüksek ürün segmentlerinde önemli fırsatlar bulunmaktadır.

Turizm sektöründeki yatırımlar, otel projeleri, yeni ofis alanları ve konut inşaatları da mobilya talebini artıran önemli faktörler arasında yer almaktadır. Bu gelişmeler özellikle otel, restoran, kafe, ofis ve proje bazlı uygulamalara yönelik kontrat mobilyaları segmentinde yeni iş fırsatları yaratmaktadır. Türk firmalarının otel, restoran ve ticari projelere yönelik özel üretim ve proje bazlı çözümler konusundaki deneyimleri, Meksika pazarında rekabet avantajı sağlayabilecek unsurlar arasında değerlendirilmektedir.

Meksika'nın dünyanın önde gelen mobilya ihracatçıları arasında yer alması ve güçlü bir üretim altyapısına sahip olması, yalnızca nihai ürün satışında değil, aynı zamanda mobilya üretiminde kullanılan ara malı ve yan sanayi ürünlerinde de fırsatlar yaratmaktadır. Mobilya aksesuarları, bağlantı elemanları, ray ve menteşe sistemleri, döşemelik kumaşlar, MDF ve yonga levha ürünleri, dekoratif yüzey malzemeleri ve üretim teknolojileri gibi alanlarda Türk firmalarının Meksikalı üreticilerle iş birliği geliştirme potansiyeli bulunmaktadır.

E-ticaret pazarındaki hızlı büyüme de Türk firmaları açısından önemli bir fırsat alanı oluşturmaktadır. Meksika'da çevrimiçi mobilya satışlarının son yıllarda hızlı büyüme kaydettiği ve tüketicilerin dijital kanalları daha yoğun kullanmaya başladığı görülmektedir. Amazon México, Mercado Libre ve diğer dijital platformlar, pazara girişte geleneksel dağıtım kanallarına alternatif bir satış imkânı sunmaktadır. Özellikle tasarım odaklı, niş ve katma değerli ürünlerde sınır ötesi e-ticaret kanallarının etkin şekilde kullanılması mümkündür.

Bunun yanında, ABD-Çin ticaret gerilimleri ve küresel tedarik zincirlerinde yaşanan dönüşüm sonucunda hız kazanan nearshoring eğilimi, Meksika'yı Kuzey Amerika pazarı için stratejik bir üretim üssü haline getirmiştir. USMCA kapsamında faaliyet gösteren üreticilerin sayısındaki artış, mobilya ve yan sanayi sektörlerinde yeni tedarikçi arayışlarını da beraberinde getirmektedir. Bu durum, Türk firmalarının Meksika'daki üreticilere yönelik hammadde, yarı mamul, aksesuar ve ekipman tedarikçisi olarak pazara girmeleri önemli fırsatlar sunmaktadır.

Son olarak, Meksikalı tüketiciler arasında sürdürülebilirlik, kaliteli işçilik, özgün tasarım ve kişiselleştirilebilir ürünlere yönelik ilginin artması, Türk mobilya sektörünün güçlü olduğu alanlarla örtüşmektedir. Özellikle ahşap mobilyalar, döşemeli ürünler, ev dekorasyonu, otel mobilyaları ve tasarım odaklı ürün gruplarında Türk markalarının pazarda rekabet avantajı elde edebileceği değerlendirilmektedir. Bu çerçevede Meksika, yalnızca nihai ürün ihracatı

açısından değil; mobilya yan sanayi ürünleri, proje bazlı çözümler, e-ticaret kanalları ve Kuzey Amerika tedarik zincirlerine entegrasyon bakımından da Türk firmaları için önemli fırsatlar barındıran stratejik bir pazar niteliği taşımaktadır.

6. Sektörde İhracatçılarımızı Bekleyen Tehditler (Örnek: yoğun rekabet ortamı, korumacı politikalar, tüketici tercihlerinde farklılıklar, ekonomik dalgalanmalar, siyasi istikrarsızlık v.b.)

Meksika mobilya pazarı önemli fırsatlar sunmakla birlikte, Türk ihracatçıları açısından dikkate alınması gereken çeşitli risk ve zorlukları da barındırmaktadır. Bunların başında, sektördeki yoğun rekabet ortamı gelmektedir. Meksika'da güçlü yerel üreticilerin yanı sıra Çin, Vietnam ve diğer Asya ülkelerinden gelen düşük maliyetli ürünler de pazarda önemli bir yer tutmaktadır. Özellikle standart ve fiyat odaklı ürün segmentlerinde rekabet oldukça yüksektir.

Meksika'nın gelişmiş yerel üretim altyapısı ve güçlü dağıtım ağına sahip olması, pazara yeni giriş yapacak firmalar açısından rekabet baskısını artırmaktadır. Yerli üreticilerin yanı sıra IKEA, Ashley Furniture ve diğer uluslararası markaların pazardaki varlığı da rekabet koşullarını güçlendirmektedir.

Ticaret politikaları ve korumacı uygulamalar da ihracatçılar açısından yakından takip edilmesi gereken unsurlar arasında yer almaktadır. Son yıllarda Meksika Hükümeti, yerli sanayiye desteklemek amacıyla çeşitli sektörlerde gümrük vergisi artışları, ithalat denetimleri ve ticaret politikası önlemleri uygulamaya başlamıştır. Özellikle damping önleme tedbirleri, tarife artışları ve teknik düzenlemelerin sıkılaştırılması gibi uygulamalar, yabancı tedarikçilerin pazara giriş koşullarını etkileyebilmektedir.

Bunun yanında, Meksika ekonomisinin ABD ekonomisi ile yüksek düzeyde entegre olması nedeniyle, ABD ekonomisinde yaşanabilecek yavaşlamalar veya ticaret politikalarındaki değişiklikler mobilya sektörünü doğrudan etkileyebilmektedir. Özellikle USMCA (ABD-Meksika-Kanada Anlaşması) kapsamında yapılacak olası gözden geçirme süreçleri ve ticaret politikası değişiklikleri, bölgesel tedarik zincirlerinde belirsizlik yaratabilmektedir.

Sektör aynı zamanda ekonomik dalgalanmalara duyarlıdır. Faiz oranlarındaki değişimler, enflasyon, döviz kuru hareketleri ve tüketici güvenindeki dalgalanmalar, konut yatırımları ve dayanıklı tüketim mallarına yönelik harcamaları etkileyerek mobilya talebinde değişikliklere yol açabilmektedir.

Tüketici tercihleri ve pazar dinamikleri de ihracatçılar açısından dikkate alınması gereken bir diğer husustur. Meksikalı tüketiciler fiyat rekabetinin yanı sıra tasarım, işlevsellik ve yaşam alanlarına uygunluk kriterlerine önem vermektedir. Özellikle büyük şehirlerde daha küçük yaşam alanlarına uygun, modüler ve çok amaçlı mobilyalara yönelik talep artmaktadır. Bu nedenle pazarda başarılı olmak isteyen firmaların ürünlerini yerel tüketici beklentilerine ve yaşam alışkanlıklarına uygun şekilde konumlandırmaları önem taşımaktadır.

Sektörde belirli ölçüde kayıt dışı faaliyetlerin bulunması da rekabet koşullarını etkileyen unsurlar arasında yer almaktadır. Özellikle küçük ölçekli üreticilerin faaliyet gösterdiği bazı

segmentlerde kayıt dışılık nedeniyle fiyat rekabeti artabilmekte ve pazar koşulları daha karmaşık hale gelebilmektedir.

Lojistik maliyetleri ve teslimat süreleri de Türkiye'den ihracat yapan firmalar açısından dezavantaj yaratabilmektedir. İki ülke arasındaki coğrafi mesafe, doğrudan denizyolu bağlantılarının sınırlı olması ve sevkiyatlarda sıklıkla aktarma yapılması nedeniyle taşıma maliyetleri ve teslim süreleri rakip ülkelere kıyasla daha yüksek olabilmektedir. Özellikle Meksika'ya coğrafi olarak daha yakın olan ABD'li ve bazı Latin Amerikalı tedarikçiler bu konuda avantajlı konumda bulunmaktadır.

Sonuç olarak, Meksika mobilya pazarı önemli büyüme potansiyeli sunmakla birlikte; yoğun rekabet, korumacı eğilimler, ekonomik dalgalanmalar, lojistik maliyetler ve değişen tüketici tercihleri nedeniyle ihracatçı firmaların pazara giriş stratejilerini dikkatli şekilde planlamaları gerekmektedir. Yerel iş ortaklarıyla çalışılması, ürünlerin tüketici beklentilerine uygun şekilde konumlandırılması ve katma değerli segmentlere odaklanması, söz konusu risklerin azaltılmasına katkı sağlayabilecektir.

7. Mobilya Sektöründe İhracatın Artırılması için Firmalara Öneriler

Meksika mobilya sektörü, hem ithalat hem de yerli üretim açısından son derece gelişmiş ve rekabetçi bir yapıya sahiptir. Bu, Türk ihracatçıları için önemli fırsatlar yaratırken, aynı zamanda doğru pazar giriş stratejilerini belirlemeyi de zorunlu kılmaktadır. Meksika'nın büyüyen inşaat sektörü, artan konut projeleri ve genişleyen turizm yatırımları, özellikle oteller, ofisler ve modern yaşam alanları için mobilya talebini artırmaktadır.

Türk mobilya şirketlerinin uzun vadeli, proaktif pazar giriş stratejileri benimsemeleri, fiyat rekabetinin ötesine geçerek; tasarım, kalite ve katma değerle öne çıkmaları gerekmektedir. Lojistik, ihracat stratejisinde kilit bir rol oynamaktadır. Türkiye ile Meksika arasındaki uzun mesafe, taşıma maliyetlerini ve teslimat sürelerini artırdığından, ülkede yerleşik ağlara sahip distribütörlerle işbirliği yapılması veya depo açılması fayda sağlayacaktır.

Bu bağlamda, Meksika'da yerleşik bir şirket kurulması, montaj tesisi veya dağıtım merkezi kurulması, dışsal riskleri azaltmayı, maliyet yapısını iyileştirmeyi, operasyonel esnekliği artırmayı, ulusal düzenlemelere uyumu kolaylaştırmayı ve uzun vadeli rekabetçiliklerini güçlendirmeyi sağlayacaktır.

Ayrıca, Meksika pazarındaki başarı büyük ölçüde iş ilişkilerine ve satış kanallarına bağlıdır. Fuarlara katılmak ve iç mimarlar, gayrimenkul geliştiricileri ve perakende zincirleri ile ortaklıklar kurmak; marka bilinirliğini artırmak ve güven oluşturmak için kritik öneme sahiptir. Aynı zamanda, ürünler Meksikalı tüketicilerin dayanıklılık, işlevsellik ve satış sonrası hizmeti karşılayacak şekilde uyarlanmalıdır.

Son olarak, dijitalleşmenin artan etkisi göz önüne alındığında, e-ticaret platformları ve sosyal medya kanalları aktif bir şekilde kullanılmalıdır.

8. Belirtilmesinde Fayda Görülen Diğer Hususlar

Meksika mobilya sektörü, ana ihracat pazarı olan ABD pazarına büyük ölçüde bağımlıdır, bu da onu ABD ticaret politikalarındaki değişikliklere ve uluslararası gerginliklere karşı özellikle savunmasız hale getirmektedir. Kuzey Amerika genelinde tedarik zinciri entegrasyonu, birçok Meksikalı şirketin ABD.'den hammadde ve yarı mamul ürün ithalatına, ABD.'li üreticilerin ise ürünleri Meksika'da monte etmesine dayanmaktadır. Bu karşılıklı bağımlılık, herhangi bir gümrük vergisi artışını nihai ürün fiyatlarına yansıtabilir, hem üreticileri hem de tüketicileri etkileyerek talep üzerinde baskı oluşturabilir.

Sektör, özellikle Çin ve Vietnam'dan gelen güçlü uluslararası rekabetle karşı karşıyadır. Bu ülkeler daha düşük üretim maliyetleri ve ölçek ekonomilerinden faydalanarak yerli üretimi tehdit etmeye başlamıştı. Buna karşılık, Meksika, 1 Ocak 2026'dan itibaren arasında serbest ticaret anlaşması olmayan ülkelere gelen mobilya ithalatına %35'e kadar gümrük vergisi uygulaması getirmiştir.

İlave gümrük tarifelerinin uygulanması ve Trump yönetimi sırasında alınan önlemler, Meksika mobilya ihracatının maliyetlerini artırabilir ve sektörün rekabetçiliğini etkileyebilir.

9. Genel Değerlendirme

Meksika'daki mobilya endüstrisi, ulusal imalat sektörünün stratejik bir direğini oluşturmakta ve ülkenin ihracatındaki rolünü giderek daha fazla pekiştirmektedir. Meksika, dünyanın önde gelen on mobilya ihracatçısından biridir. Sektörün ihracatında, Birleşik Devletler, Kanada, Guatemala, Dominik Cumhuriyeti ve Kolombiya önde gelmektedir. Ulusal üretim, Jalisco, Meksiko Şehri, Nuevo León ve Guanajuato gibi eyaletlerde yoğunlaşmıştır. Sektördeki en önemli firmalardan bazıları şunlardır:

- IKEA Mexico
- Liverpool (El Puerto de Liverpool)
- Sears Mexico
- Grupo Famsa
- Coppel
- Walmart de México y Centroamérica
- Home Depot Mexico
- Ashley Furniture HomeStore Mexico
- Muebles Dico
- Muebles América

Sektör, Çin ve Amerika Birleşik Devletleri gibi ülkelere gelen düşük maliyetli ithalat baskısı, yüksek lojistik maliyetleri ve üretim süreçlerini modernize etme ihtiyacı gibi önemli yapısal zorluklarla karşı karşıya bulunmakla birlikte, konut talebindeki artış, kentleşme oranının artması, büyüyen orta sınıf, ülkede yabancı şirketlerin doğrudan yatırımları sonucu ofis ve mobilyalı evlere artan talep, orta üst segmentin gelir düzeyinin çok yüksek olması, e-ticaret satışlarının yaygınlaşması sonucu fırsatları da beraberinde getirmektedir.

10. Yararlı Adresler

- **KURULUŞLAR**

AFAMJAL - Jalisco Mobilya Üreticileri Derneği (En öne çıkanlardan biri, üreticileri bir araya getiriyor, sektörü destekliyor ve Expo Mueble Internacional gibi önemli fuarlar düzenliyor). <https://afamjal.com.mx/>

CIMEJAL - Jalisco Eyaleti Mobilya Sanayi Odası

(1999'dan beri tedarikçilere, üreticilere, mobilya satıcılarına ve girişimcilere destek vermektedir).

<https://cimejal.com.mx/>

AMPIMM - Meksika Ağaç ve Mobilya Endüstrisi Tedarikçileri Derneği

(Endüstriye hammadde tedarik eden firmaları bir araya getirir).

<https://www.ampimm.org/>

CANACINTRA- Dönüştürme Sanayi Ulusal Odası -Mobilya Şubesi

(Farklı türlerde mobilya üreten üreticileri bir araya getirir ve sektörün ülke çapında büyümesini ve rekabet gücünü artırmayı amaçlar).

<https://canacintra.org.mx/sectores/sector-industrial-mueblero/>

AFAMO- Ocotlán Mobilya Üreticileri Derneği

<https://afamo.com.mx/>

- **FUARLAR**

- Expo Mueble Internacional (Latin Amerika'nın en önemli mobilya fuarlarından biridir)
<https://expomuebleinternacional.com.mx/>
- Habitat Expo (Meksika'nın iç mimari ve tasarım endüstrisinin önemli buluşma noktalarından biridir)
<https://www.habitatexpo.com/>
- Expo Tu Casa (Meksika'da ev dekorasyonu ve mobilya sektörünün önde gelen fuarlarından biridir)
<https://expotucasa.mx/>
- Expo Mueblera AFAMO (Meksika'nın mobilya sektörünü bir araya getiren önemli bir ticaret fuarıdır)
https://afamo.com.mx/?page_id=6388

11. Kaynakça

- Office of the United States Trade Representative (USTR). USMCA Rules of Origin. <https://ustr.gov/sites/default/files/files/agreements/FTA/USMCA/Text/04-Rules-of-Origin.pdf>
- CamtoMX. Importar muebles: aranceles, NOMS y logística. <https://www.camtomx.com/es/blog/importar-muebles-aranceles-noms-logistica>
- Gamas. Intermodal: la solución inteligente para mover carga en México. <https://gamas.com.mx/intermodal-la-solucion-inteligente-para-mover-carga-en-mexico>
- iContainers. Transporte marítimo México. <https://www.icontainers.com/es/transporte-maritimo/mexico>
- ShipBob. White Glove Delivery. <https://www.shipbob.com/blog/white-glove-delivery/>
- IMARC Group. Mexico Home Furnishings Market. <https://www.imarcgroup.com/mexico-home-furnishings-market>
- AMVO. Estudio Venta Online Muebles 2023. https://8982035.fs1.hubspotusercontent-na1.net/hubfs/8982035/Publicaciones/documentos/publico/AMVO_EstudioVentaOnline_Muebles_2023_VP%C3%BAblica.pdf
- Seonet Digital. Marketing digital para mueblerías. <https://www.seonetdigital.com/es/blog/marketing-digital-para-mueblerias>
- Elite Anywhere. Furniture Marketing Tips TikTok & Instagram. <https://eliteanywhere.com/2025/07/16/furniture-marketing-tips-tiktok-instagram/>
- Blucactus. Estrategias de marketing para empresas de muebles y decoración. <https://www.blucactus.com.mx/estrategias-marketing-para-empresas-muebles-y-decoracion/>
- White & Case. Mexico proposes significant customs and tariff reforms – Part of 2026 economic package. <https://www.whitecase.com/insight-alert/mexico-proposes-significant-customs-and-tariff-reforms-part-2026-economic-package>
- Buho Logistics. Servicios de logística para muebles. <https://buhologistics.com/en/landing-pages/muebles>
- DHL. Shipping furniture and other big items. <https://www.dhl.com/discover/en-sg/ship-with-dhl/essential-guides/shipping-furniture-and-other-big-items>
- FedEx. How to ship furniture. <https://www.fedex.com/en-us/shipping/how-to-ship-furniture.html>
- WeShip. Paquetería y transporte. <https://www.weship.com/en/paqueteria>
- N Ferias. Mobiliario en México. <https://www.nferias.com/mobiliario/mexico/>
- Statista. Furniture market outlook – Mexico. https://www.statista.com/outlook/cmo/furniture/mexico?srsltid=AfmBOooO8ytcdeEjMZ7Bhk7b-Uv_945EssaRPFjXwGav9lwSk7pUmsa-#analyst-opinion
- Mordor Intelligence. Mexico Home Furniture Market. <https://www.mordorintelligence.com/es/industry-reports/mexico-home-furniture-market>
- FreightAmigo. Shipping furniture to Mexico: guide to import taxes and customs. <https://www.freightamigo.com/en/blog/logistics/shipping-furniture-to-mexico-a-comprehensive-guide-to-import-taxes-and-customs/>
- ECDB. Sample market data – Mexico furniture. <https://ecdb.com/resources/sample-data/market/mx/furniture>