



GUÍA DE MERCADO

Sector Servicios

MÉXICO 2019



I. Contenido

I.	Resumen Ejecutivo.....	3
II.	Información general.....	4
III.	Situación económica y de coyuntura.....	4
	3.1 Análisis de las Principales Variables Macroeconómicas	4
	a. Producto Bruto Interno total	6
	b. Nivel de empleo	6
	c. Inflación	6
	d. Tipo de cambio.....	6
	3.2 Los sectores de la economía mexicana	6
	a) Minería.....	7
	b) Software.....	7
	c) Marketing Digital	8
	d) Editorial.....	10
	e) Animación.....	12
IV.	Bibliografía	13

I. Resumen Ejecutivo

El mercado mexicano está compuesto por más de 124 millones de habitantes, lo que lo convierte en el mercado de habla hispana más grande de América seguido por Colombia y Argentina. Tiene un PBI superior a US\$1 billón, con un PBI per cápita de US\$8,200, y forma parte de una de las mayores zonas, junto a Canadá y Estados Unidos, de libre comercio del mundo.

A ello se suma el hecho de que es miembro fundador, junto a Colombia, Perú y Chile, de la Alianza del Pacífico, que en conjunto los cuatro países representan una población de 217 millones de personas un PBI de US\$2.1 billones, equivalente al 37% del producto de América Latina, y concentran el 50% del comercio. La Alianza del Pacífico también supone la eliminación de aranceles entre sus miembros, así como la libre circulación de personas.

En la economía mexicana el sector de servicios aporta más de 60% del PBI y emplea el mismo porcentaje de la población activa. Los sectores de la tecnología de punta, las informaciones y la programación informática están recibiendo un gran impulso, estimulados por la calidad de la fuerza laboral, los núcleos de desarrollo y los bajos costos operativos, que favorecen la creación de call centers.

El crecimiento acumulado en 2018, de 2% de acuerdo con una estimación hecha por el Instituto Nacional de Estadística y Geografía (Inegi) de México, resultó ligeramente menor al esperado por el consenso del mercado (2,1%), y al 2,3% registrado en 2017, con cifras desestacionalizadas. No obstante, con el crecimiento de 1,9% en el periodo de octubre a diciembre del año pasado, con estimación oportuna, suman 36 trimestres al alza en su comparación anual, de acuerdo con datos estadísticos.

Como se ha mencionado, entre los principales actores de la economía mexicana se encuentran sectores como la minería y los servicios, los cuales presentan oportunidades comerciales y de asociaciones estratégicas con partners que les ofrezcan complementariedad para mejorar su performance, ya sea en el mercado local o internacional. A continuación se ofrece una descripción de cómo se encuentran estos sectores. Se debe precisar que en el sector servicios se toma en cuenta a rubros que forman parte de los llamados servicios empresariales y/o corporativos.

II. Información general

El mercado mexicano está compuesto por más de 124 millones de habitantes, lo que lo convierte en el mercado de habla hispana más grande de América seguido por Colombia y Argentina. Tiene un PBI superior a US\$1 billones, con un PBI per cápita mayor a los US\$10 mil, y forma parte de una de las mayores zonas, junto a Canadá y Estados Unidos, de libre comercio del mundo.

A ello se suma el hecho de que es miembro fundador, junto a Colombia, Perú y Chile, de la Alianza del Pacífico, que en conjunto los cuatro países representan una población de 225 millones de personas un PBI de US\$2,065 miles de millones, equivalente a más del 40% del producto de América Latina, y concentran el 50% del comercio. La Alianza del Pacífico también supone la eliminación de aranceles entre sus miembros, así como la libre circulación de personas.



México tiene un Índice de Desarrollo Humano de 0,774 –en una escala de 0 a 1– lo que hace posible que se ubique en la casilla 74 de un total de 189 países y lo coloca en la categoría de país de alto desarrollo humano, no obstante la desigualdad en la distribución de rentas es alta; así el FMI calcula que el 10% de la población posee el 64% de la riqueza nacional.

III. Situación económica y de coyuntura

3.1 Análisis de las Principales Variables Macroeconómicas

En la economía mexicana el sector de servicios aporta más de 60% del PBI y emplea el mismo porcentaje de la población activa. Los sectores de la tecnología de punta, las informaciones y la programación informática están recibiendo un gran impulso, estimulados por la calidad de la fuerza laboral, los núcleos de desarrollo y los bajos costos operativos, que favorecen la creación de call centers.

Cuadro N°1: Principales Indicadores Económicos de México

Indicadores Económicos	2016	2017	2018	2019*	2020*
PBI (miles de millones de USD)	1,077.78	1,151.05	1,199.26	1,242.39	1,306.77
Crecimiento del PBI (%)	2.9	2	2.2	2.5	2.7
PBI per cápita (US\$ - miles)	8,815	9,319	9,614	9,866	10,282
Tasa de inflación (%)	2.8	6	4.8	3.6	3
Tasa de desempleo (%)	3.9	3.4	3.5	3.5	3.5

Fuente: FMI / (*) Proyectado / Elaboración: Inteligencia de Mercados PromPerú

En tanto, la industria aeroespacial ha crecido mucho, gracias al desarrollo de un núcleo en Querétaro, y la presencia de casi 190 compañías, incluyendo a Bombardier, Goodrich, el grupo Safran y Honeywell; juntas emplean a 30.000 personas. México también es uno de los diez productores automovilísticos más importantes en el mundo. Gracias a inversiones inmobiliarias, el sector de la construcción tiene un gran dinamismo. La industria emplea a 25% de la fuerza laboral y representa casi un tercio del PBI.

Cuadro N°2: Aporte de los principales sectores a la economía Mexicana

Repartición de la actividad económica por sector	Agricultura	Industria	Servicios
Empleo por sector (en % del empleo total)	13	25.9	61.1
Valor añadido (en % del PIB)	3.4	30	60.9
Valor añadido (crecimiento anual en %)	3.4	-0.6	3.4

Fuente: FMI / Elaboración: Inteligencia de Mercados PromPerú

Mientras la agricultura representa casi el 4% del PIB y emplea a más de 13% de la población activa. México se encuentra entre los mayores productores de café, azúcar, maíz, naranja, paltas y lima a nivel mundial. También es el quinto productor más importante de cerveza y el segundo exportador a nivel mundial. El país se encuentra entre los principales productores de minerales del mundo, incluyendo plata, fluorita, zinc y mercurio. Asimismo, sus reservas de gas y petróleo constituyen uno de sus bienes más preciados. México es el quinto productor de petróleo en el mundo mientras que la compañía petrolera PEMEX es la segunda empresa más poderosa en América Latina según el ránking Latin500. La ganadería y la pesca también son actividades económicas importantes en el sector alimentario. se aprecia de manera desagregada la composición del PBI mexicano expresado en millones de pesos a precios del 2013. De acuerdo con esta información del Instituto Nacional de Estadística y Geografía (Inegi) – Sistema de Cuentas Nacionales de México.

Cuadro N°3: Composición del PBI mexicano en Millones de Pesos a precios del 2013

Concepto	2016	2017	2018
	Anual	Anual	9 Meses
Producto interno bruto	17,788,824	18,157,002	18,338,891
Impuestos sobre los productos, netos	764,368	793,342	803,725
Valor agregado bruto	17,024,456	17,363,660	17,535,166
Actividades primarias	560,248	577,999	552,478
Agricultura, cría y explotación de animales, aprovechamiento forestal, pesca y caza	560,248	577,999	552,478
Actividades secundarias	5,406,772	5,389,199	5,411,594
Minería	1,034,812	950,056	914,389
Generación, transmisión y distribución de energía eléctrica, suministro de agua y de gas por ductos al consumidor final	268,654	267,554	274,601
Construcción	1,297,488	1,286,427	1,290,665
Industrias manufactureras	2,805,817	2,885,163	2,931,939
Actividades terciarias	11,057,435	11,396,462	11,571,094
Comercio al por mayor	1,464,864	1,524,597	1,535,608
Comercio al por menor	1,584,253	1,629,222	1,642,567
Transportes, correos y almacenamiento	1,123,104	1,169,810	1,200,282
Información en medios masivos	472,438	512,711	520,776
Servicios financieros y de seguros	793,873	839,953	874,598
Servicios inmobiliarios y de alquiler de bienes muebles e intangibles	1,972,343	2,003,323	2,045,934
Servicios profesionales, científicos y técnicos	355,026	356,462	354,225
Corporativos	100,886	102,392	103,095
Servicios de apoyo a los negocios y manejo de residuos y desechos, y servicios de remediación	608,051	643,949	663,627
Servicios educativos	673,474	681,621	677,319
Servicios de salud y de asistencia social	376,542	381,420	391,283
Servicios de esparcimiento culturales y deportivos, y otros servicios recreativos	76,034	77,551	78,564
Servicios de alojamiento temporal y de preparación de alimentos y bebidas	394,435	410,578	414,528
Otros servicios excepto actividades gubernamentales	361,191	360,423	354,321

Actividades legislativas, gubernamentales, de impartición de justicia y de organismos internacionales y extraterritoriales	700,921	702,449	714,365
--	---------	---------	---------

Fuente: INEGI. Sistema de Cuentas Nacionales de México. PBI Interno

a. Producto Bruto Interno total

El crecimiento acumulado en 2018, de 2% de acuerdo con una estimación hecha por el Instituto Nacional de Estadística y Geografía (Inegi) de México, resultó ligeramente menor al esperado por el consenso del mercado (2,1%), y al 2,3% registrado en 2017, con cifras desestacionalizadas. No obstante, con el crecimiento de 1,9% en el periodo de octubre a diciembre del año pasado, con estimación oportuna, suman 36 trimestres al alza en su comparación anual, de acuerdo con datos estadísticos.

b. Nivel de empleo

Con datos a octubre de 2018 en México, la tasa de ocupación fue de 96,8%, lo que implica que de cada 100 personas en edad laboral 97 sí están trabajando en alguna actividad económica. Sin embargo, de todos estos trabajadores en el país el 55.3% lo hace de manera informal, lo que implica que está en condiciones vulnerables de empleo por la naturaleza de la unidad para la que trabaja, que pueden incluir la ausencia de seguridad social y otras prestaciones o el pago de su salario de manera inconstante.

c. Inflación

La tasa anual de inflación en México fue de 4,83% en diciembre, según el Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI). La meta inflacionaria del Banco Central es de 3% +/- un punto porcentual. La última vez que el Índice Nacional de Precios al Consumidor (INPC) se ubicó dentro de este rango fue en diciembre de 2016, cuando se ubicó en 3.36%.

d. Tipo de cambio

La divisa oficial es el Peso Mexicano. A continuación se muestra el tipo de cambio en relación a los dólares americanos (USD) y soles peruanos (PEN)

<p>1, 00 USD = 19, 254 MXN 1 MXN = 0,0519373 USD 1, 00 PEN = 5, 79782 MXN</p>

Fuente: XE.com / Elaboración: Inteligencia de Mercados - PROMPERU

3.2 Los sectores de la economía mexicana

Como se ha mencionado, entre los principales actores de la economía mexicana se encuentran sectores como la minería y los servicios, los cuales presentan oportunidades comerciales y de asociaciones estratégicas con partners que les ofrezcan complementariedad para mejorar su performance, ya sea en el mercado local o internacional. A continuación se ofrece una descripción de cómo se encuentran estos sectores. Se debe precisar que en el sector servicios se toma en cuenta a rubros que forman parte de los llamados servicios empresariales y/o corporativos.

a) Minería

Como bien se mencionó en la descripción de la composición del PBI de México, el sector minero tiene una participación de alrededor del 5% en la economía mexicana, el país se ubica entre los 10 principales productores de 16 diferentes minerales: plata, bismuto, fluorita, celestita, wollastonita, cadmio, molibdeno, plomo, zinc, diatomita, sal, barita, grafito, yeso, oro y cobre. Ocupa el primer lugar en la producción de plata a nivel mundial.

Con US\$8 mil millones concentra casi la cuarta parte de la inversión extranjera directa (IED), de acuerdo con el Inegi, la Secretaría de Economía (SE) y la Cámara Minera de México (Camimex). En tanto, la Comisión Económica para América Latina y el Caribe (Cepal) calculó recientemente que los ingresos fiscales que recibe México por parte del sector minero representan 0,2% del PBI, la mitad del promedio regional, pese a que el país concentra el 20% de las exportaciones mineras y 15% de la IED entre los países latinoamericanos.

México tiene una cartera de más de 20 proyectos mineros hasta 2025 y que significan un gasto de capital de más de US\$7 mil millones. De esa veintena, se calcula que hacia el final de 2019 cuatro proyectos se logren concretar, lo que significará una inversión de alrededor de US\$703 millones.

Un reporte de BNamericas señala que las mineras que operan en México enfrentan importantes dificultades debido a la debilidad de los precios de los metales y la incertidumbre sobre las políticas del presidente Andrés Manuel López Obrador, quien prometió regulaciones sociales y ambientales más estrictas. Sin embargo, resalta que hasta la fecha no ha surgido una tendencia más general de cancelaciones de proyectos, pero es probable que las mineras se abstengan de realizar grandes inversiones adicionales en 2019, mientras no tengan una mejor idea de cómo serán las condiciones para ellas con la actual administración gubernamental.

No obstante a ello, las empresas del sector minero no dejan de invertir para mejorar su performance. En ese sentido, se destaca el caso de la Mina Peñasquito, de la canadiense Goldcorp, la cual utilizará la tecnología blockchain con el objetivo de mejorar la eficiencia operativa, logística, financiamiento y reducir los costos en la cadena de suministro de concentrados minerales de alto valor, desde la mina hasta el comprador final.

Cuando Mina Peñasquito –la quinta mina de plata más grande del mundo y la segunda más grande de México– realice la extracción de un mineral, cargará datos en una plataforma llamada MineHub de propiedad MineHub Technologies e IBM, incluidas prácticas de ética y sustentabilidad, lo que permitirá la verificación independiente desde los reguladores hasta los usuarios finales, según sea necesario.

El uso de la tecnología blockchain en el sector minero tiene el objetivo de mejorar la eficiencia operativa, logística, financiamiento y reducción de costos en la cadena de suministro de concentrados minerales de alto valor, desde la mina hasta el comprador final. Esta apuesta por la tecnología demuestra que el sector minero se suma a las megatendencias tecnológicas mundiales, por lo cual la oferta de servicios a este sector debe ir en este sentido.

b) Software

El sector de TI juega un papel clave en la estrategia de desarrollo de México, no sólo por su potencial de crecimiento, sino por el efecto favorable que tiene sobre otros sectores y sobre la competitividad de la economía en general. El sector de desarrollo de software y servicios de Tecnologías de la Información (TI) suma más de US\$11 mil millones.

Son números de un mercado idóneo, que a cada año trae más la atención de empresas de tecnología. Esas compañías buscan un ambiente favorable para producir con reducción de costos y ser más competitivas para atender las demandas mundiales.

Si bien México ofrece como principal ventaja un 33% de reducción de costos operacionales para el sector de TI, de acuerdo con la encuesta de la KPMG Competitive Alternatives de 2016, el país también destaca por su infraestructura en telecomunicaciones, formación de gran número de ingenieros, técnicos y especialistas en Tecnologías de la Información y una población bilingüe en crecimiento.

Además de todos esos elementos, la localización del país es estratégica para alcanzar algunos mercados consumidores de tecnología. Su posición geográfica todavía garantiza horarios similares con los principales centros de negocios de Estados Unidos, facilitando la comunicación durante el horario comercial y agilizando la toma de decisiones. En México existen 19 conglomerados de empresas en 16 estados, que contabilizan más de mil empresas, además de 30 parques tecnológicos especializados distribuidos en 20 regiones.

Por esos motivos, no es de sorprenderse que existan más de 4 mil empresas relacionadas al sector de TI en México, siendo que 25 de las 30 mayores empresas de desarrollo de software tienen sus operaciones en el país y 9 de las 15 empresas más calificadas en tercerización de servicios empresariales también.

De acuerdo con la Secretaría de Economía de México, la industria de TI en México está constituida por un importante universo de pequeñas y medianas empresas orientadas principalmente a la producción de servicios. Una proporción importante de la producción de software en el país es de autoconsumo o "in house", por lo que grandes empresas de otros sectores desarrollan o adaptan de forma interna los programas de software que usan y los servicios de TI que requieren.

En México también se incentiva el nacimiento y desarrollo de StartUps. México tiene uno de los ecosistemas de incubadoras y aceleradoras de StartUps más maduros de América Latina. Desde la creación de la INADEM (Instituto Nacional del Emprendedor) en 2013, el sector público incentiva el emprendimiento, financiando a nuevos empresarios locales. Esto también ha permitido que en México el 53% de las empresas tengan una patente, registro de marca o propiedad intelectual, lo que pone en evidencia el impulso de la economía del conocimiento y la innovación.

Además de eso, existe una conexión entre el mercado mexicano y Silicon Valley, que se inicia en el momento en que la empresa 500 Startups adquirió a la Mexican.vc, fundando varias StartUps locales en la Ciudad de México desde el 2012.

Así, México busca posicionarse como un gran centro de investigación, desarrollo y procesamiento de tecnologías que serán distribuidas en un ámbito mundial. México busca inversiones y crea políticas públicas que apoyan la llegada de nuevos negocios. México es el líder en Latinoamérica en inversiones de fondos de capital de riesgo privados en fases tempranas de las startups. Existen cerca de 120 fondos VC (Venture Capital) y muchos ejecutivos buscan convertirse en business angels invirtiendo en nuevas ideas empresariales, además de que se presentan como opciones más rentables que los productos bancarios. Según reseña el portal Economipedia citando datos del IE Business School, el 62% de las startups españolas eligen México como primer país para introducirse en el mercado de Latinoamérica. Este dato indica que el mercado mexicano está madurando y genera confianza en los extranjeros.

El ecosistema emprendedor de México se concentra en 3 núcleos principales: México DF (32%), Guadalajara (10%) y Monterrey (7%) y los sectores más potentes son las fintech, salud, educación y el IoT (Internet de las cosas) & Big Data. La banca, la salud y la educación del país presentan campos de mejora en muchos aspectos, necesitan desarrollarse y equipararse a las principales potencias mundiales. Por estos motivos, los emprendedores ven oportunidades de negocio en la mejora de la eficiencia de estos sectores gracias a la tecnología y además, aportan un alto valor a la sociedad.

c) Marketing Digital

Las agencias de marketing digital se han convertido en aliadas estratégicas de las marcas, el sector tiene presencia en México desde hace un poco más de un quinquenio, pero recién en los últimos tres años ha habido una explosión en el

sector. De hecho, 59% de las empresas de este segmento tiene un máximo de 36 meses en la industria, según datos que el portal Expansión reseña del estudio 'Panorama de las agencias digitales en México', elaborado por RD Station, agencia de marketing digital, y la firma brasileña de contenido online Rockcontent.

Este boom se encuentra en el incremento del número de usuarios en internet que según Statista, se espera que en México durante el 2019 haya más de 62 millones de consumidores digitales. Según la evaluación más reciente de la UIT sobre Medición de la sociedad de la información en 2018, México subió tres niveles y ocupa el puesto 78 de los 177 países incluidos en el informe. En ese sentido, el país es considerado como uno de los nueve más activos en América Latina en términos de conectividad, usuarios de internet y precios de servicios de telecomunicaciones, entre otros. Esto ha sido impulsado por una política de Estado que tiene como instrumento la Estrategia Digital Nacional un plan que busca promover la innovación tecnológica, a este esfuerzo se suman compañías de telecomunicaciones como AT&T que, de acuerdo con Euromonitor, está implementando varias mejoras en México para aumentar la preparación digital y para ello tiene un plan para implementar Wi-Fi en los mercados públicos de la Ciudad de México que permitirá a los consumidores pagar con tarjeta de crédito / débito, entre otros beneficios. También se anunció el lanzamiento de la primera red LTE-M que proporcionará cobertura de Internet de las cosas (IoT).

La conectividad en México se da principalmente a través de los dispositivos móviles, debido a las altas tasas de penetración de teléfonos inteligentes y tabletas, esta última en menor medida. En tanto, la conectividad en los hogares es menor, porque sólo el 42% de estos tienen acceso a internet. Según datos recogidos por Euromonitor del INEGI, en el país azteca el 64% de la población total tenía acceso a internet móvil en el 2017 mostrando un avance lento de solo un punto porcentual a partir de 2016. Sin embargo, la confianza de los consumidores en las compras en línea en México siguió creciendo a medida que aumentaban las experiencias positivas. El esfuerzo y las estrategias de los jugadores en línea para ofrecer mejores experiencias ha sido uno de los impulsores clave para motivar a los consumidores a pesar de todos los factores negativos que todavía están presentes en el mercado mexicano. Una de las principales barreras que enfrentan los jugadores en línea en México es la baja penetración de las tarjetas de crédito, pero este problema se resolvió mediante la inclusión de diferentes métodos de pago, por ejemplo, pagos con tarjetas de débito o en efectivo en tiendas de conveniencia.

Uno de los sectores que más ha aprovechado esta tendencia de digitalización ha sido el sector retail. De acuerdo con Euromonitor el rápido crecimiento de la venta retail on-line se puede ver por el hecho de que en 2014 la venta minorista por Internet fue el canal número 20 en términos de ventas de valor, mientras que en 2018 había alcanzado el lugar número 13. Este escalamiento se ha debido a que los minoristas en línea están invirtiendo en sus plataformas de ventas on-line.

Esta fuerte expansión de usuarios de internet ha hecho que las empresas recurran a las firmas de marketing digital para asegurar su posicionamiento ante las nuevas plataformas, debido a que los consumidores digitales se han convertido hoy en día en perfiles sumamente complejos, que determinan en gran parte la innovación.

Hoy, tanto las agencias que nacieron nativas digitales, como aquellas que se han transformado y ahora ofrecen este tipo de servicios, están creciendo su participación. En 2017 incrementaron su facturación 26% respecto al año anterior, de acuerdo con el 'Estudio de Inversión en Comunicación en Internet en México 2017', elaborado por PwC, IAB México y la Asociación Mexicana de Agencias de promoción (Amapro).

Sin embargo, muchas aún no logran consolidarse. El análisis de RD Station destaca que 45% de las agencias de marketing digital en México tienen entre dos y cinco colaboradores, 26% entre seis y 25 trabajadores y 18% cuenta con más de 26 empleados, un equipo bastante reducido y especializado que ha hecho posible que los salarios en el sector se ha incrementado entre 30 y 40% en los últimos tres años, sobre todo en el grupo de profesionales con habilidades operativas y tecnológicas. Esto genera nuevas oportunidades laborales para programadores, desarrolladores, expertos en herramientas tecnológicas, analistas de datos y hasta matemáticos y estadistas, ya que se han creado puesto como social selling manager, ecommerce project manager y operation manager E-Commerce.

Ahora, de acuerdo con el portal Expansión, para destacar en el mundo del marketing, la innovación es la clave porque no basta con incorporar tecnología para atraer y cautivar nuevos clientes. En ese sentido, las agencias de marketing digital deben centrarse en los pequeños datos, enfocarse en el comportamiento del usuario, de tal modo que se pueda ir más al detalle, como por ejemplo revisar que productos están adquiriendo sus clientes directos y, a partir de esto, generar estrategias de marketing especializadas.

Además, las agencias de Marketing Digital deberán atraer a los usuarios indecisos, por lo cual es importante que analicen las características de los consumidores que visitan su tienda en línea y, entonces, producir anuncios adaptados y personalizados a sus necesidades.

El uso de la realidad aumentada también es clave para que las marcas generen experiencias memorables para los consumidores, por lo cual las empresas buscarán crear modelos de customer journey basados en predecir comportamientos y mezclar la realidad con lo digital con el objetivo de cautivar a los usuarios.

De otro lado, el uso de las redes sociales como Instagram, Facebook y Whatsapp son herramientas útiles para el marketing digital, debido a que su uso es parte de la cotidianidad de las personas. La tarea será cautivar a las audiencias que ya no están interesadas en ver fotografías o leer datos curiosos, sino que ahora buscan contenidos informales, que muestren escenas del día a día y que les permitan estar más cerca de sus personajes favoritos.

En México, el 90% de las personas está consumiendo contenido audiovisual, por lo cual las marcas que no se suban a esta tendencia simplemente van a dejar ser relevantes en el mercado. La clave será generar clips cortos y directos, los internautas no necesitan una explicación, sino una respuesta clara y concisa. El uso de los programas automatizados que imitan el comportamiento humano, chatbots, también permite generar seguidores y concretar ventas; un ejemplo de su uso en el mercado mexicano es Cinépolis, con lo cual buscan mejorar la experiencia de sus clientes en Facebook. Todo esto sin dejar de lado a los influencers, que incrementan los seguidores y mejora la experiencia de los consumidores.

d) Editorial

El mercado editorial mexicano es muy particular debido a la alta participación del Estado, porque en México el Gobierno es, por ley, el único proveedor de libros de texto gratuitos, por lo cual tiene un gran protagonismo. Esto se debe a que para la impresión de libros, la Secretaría de Educación Pública cuenta con la Dirección General de Materiales e Informática Educativa que, a través del Programa para la Producción y edición de libros, materiales educativos y culturales, se encarga de la edición y producción de libros de texto gratuitos que se entregan en las aulas de educación básica. Mientras que la entidad encargada de distribuir los textos que usarán las escuelas es la Comisión Nacional de Textos Gratuitos (Conaliteg).

En el mercado mexicano hay un total de 406 editoriales entre públicas y privadas, según el registro del Sistema de Información Cultural (SIC) del Consejo Nacional para la Cultura y las Artes (Conaculta). Si bien este registro brinda información de la ubicación de las mismas y datos de contacto, no se precisa de una manera expresa cuáles son públicas o privadas.

Según datos al 2017 –los más recientes que se han encontrado– de la Cámara Nacional de la Industria Editorial Mexicana (CANIEM), los editores del sector privado registraron una producción de 134 millones de ejemplares, lo que representa un decremento de 2,2% con respecto al 2016; de esos 134 millones, 42 millones se destinaron a programas de Libros de texto gratuitos para Secundaria y al Programa Nacional de inglés (Proni). Por su parte, la producción de CONALITEG (Comisión Nacional de Libros de Texto Gratuito) que se distribuye de manera gratuita para la enseñanza básica, alcanzó los 159 millones de ejemplares, por lo que al sumarlas conjuntaron una producción de 294 millones de ejemplares; esto

representó una reducción en la producción del sector editorial privado de 4 millones de ejemplares, mientras que la CONALITEG incrementó su producción en 19 millones de unidades.

Entre estas grandes cifras es importante destacar los indicadores de venta de ejemplares, en 2017 las editoriales del sector privado en México registraron una venta de casi 136 millones de ejemplares. Esta cifra es la mínima observada en los últimos cinco años. Desde 2013, se han dejado de comercializar más de 11 millones de libros. Sin embargo, la venta de ediciones digitales continúa con incrementos anuales, registrándose en 2017 un aumento de 21%, debido al alza en la venta de ediciones de fondo y de novedad. Desde 2013, el incremento en la facturación de ediciones digitales ha sido de más de 120 millones de pesos (US\$6 millones). La facturación total, ediciones impresas más digitales, fue de 10.272 millones de pesos (US\$535 millones), de los cuales el 98,6% correspondió a la venta de ediciones impresas mientras que el 1,4% a libros digitales.

En lo que se refiere a la producción editorial por tipo de edición, en 2017 se produjeron 24,527 títulos, con una disminución de 2% con respecto al año anterior. Los títulos de novedad ascienden a 28% de la producción, mientras el 72% restante corresponde a reimpressiones. En cuanto a costos de la producción de ejemplares, en 2017 se invirtieron 2,891 millones de pesos (US\$150 millones) lo que representó un incremento de 1,2% respecto del año anterior; este aumento se presentó en el costo de producción de ediciones propias y coediciones, con una variación de 1,7% y 56,2%.

Número de editoriales por estado - México



Fuente: SIC – México

Elaboración: Inteligencia de Mercados - PromPerú

En cuanto a la clasificación temática de las ventas, al igual que los años anteriores, la de libros de educación básica fue la que obtuvo la mayor venta: en 2017, correspondiente a 43% de los ejemplares y a 41% del valor de facturación. En segundo lugar, se ubican las ediciones de enseñanza de la lengua inglesa, que participaron con 17%, tanto de los ejemplares como del valor de venta. Acumulados, los libros de enseñanza básica y de inglés representan 61% de la venta de ejemplares y 59% de la facturación del sector editorial privado. En tercer lugar, se ubican los libros de interés general –literatura, ficción, infantiles y juveniles o desarrollo personal–, con 23% de los ejemplares vendidos y alrededor de 22% de la venta.

En cuanto a los principales canales de comercialización del sector editorial privado se tiene:

- **Gobierno.** Históricamente este canal ha sido el principal comprador de ejemplares del sector privado. Sus compras sumaron 32% del total. En los últimos cinco años dichas compras se han mantenido por encima de los 40 millones de ejemplares. Por otra parte, es importante destacar que la venta que se hace por medio de este canal representa únicamente 10% de la facturación del sector.
- **Librerías.** Este canal se ha mantenido como el segundo más importante y en 2017 presentó un incremento de 1% respecto de 2016. Es el sector que aporta el 35,6% del total, la mayor facturación de las editoriales.
- **Escuelas.** Los ejemplares vendidos en escuelas significaron 17% y también aumentaron 1%.

Para el 2018 se estima que, en el total del canal de venta de librerías, se venderán 21,1 millones de ejemplares, equivalente a una venta en caja de 4,229 millones de pesos (US\$220 millones aproximadamente). El precio promedio general de venta al público es de \$200.19 (US\$10,5). Los datos auditados representan 124.080 ISBN distintos.

Un reporte publicado en el Huffington Post señala que el 45,3% de la población de más de 18 años que es alfabeta, que sabe leer y escribir, lee libros. Le siguen los periódicos con 4,4% y las páginas de internet, los foros y blogs con 41,8%, según datos del Módulo sobre lectura 2017 del Instituto Nacional de Estadística y Geografía (Inegi) y el formato favorito entre los lectores mexicanos de libros sigue siendo las versiones impresas, aunque los libros digitales van ganando terreno.

De los lectores de libros en México: el 86,7% prefiere los libros impresos, el 10,1% se inclina por las versiones digitales y el 3,2% prefiere combinar ambos formatos, según datos de 2017. El año inmediato anterior los porcentajes de lectura de libros electrónicos eran menores, de 6% en libros digitales.

e) Animación

En México, la creatividad y el ingenio también se hacen presentes en la creación de productos multimedia, animaciones, cómics y caricaturas, pues se calcula que esta industria tiene un crecimiento cercano al 18 por ciento anual. Se calcula que cada año egresan cerca de 500 estudiantes de universidades privadas en la licenciatura de Animación

El 2015 fue el año más prolífico de la animación en México en la historia. Se estrenaron cinco largometrajes de animación; pero datos de la Secretaría de Economía señalan que en este país se realizan inversiones para pequeños proyectos que van de tres a cinco millones de pesos (US\$270 mil), hasta 250 millones de pesos (US\$13 millones) en inyecciones financieras de fondos de inversión.

En los últimos cinco años, se estrenaron 15 proyectos de animación mexicanos y el 90% de estos recuperaron la inversión, de lo que se deduce que el público mexicano es familiar y cuando hay una película animada va toda la familia. El país azteca cuenta con una cartera de proyectos de animación que capta el interés de grandes conglomerados de la industria, tales como Cartoon Networks, estudio que ha llevado a su plataforma la serie “Villanos”, una creación de un estudiante

mexicano que presentó su proyecto a la división Latinoamérica de esta gran empresa y fue aceptado. Además, el proyecto denominado “Vikingos” es una coproducción de Cartoon Network LatAm y el estudio mexicano Mighty Animation.

Otro proyecto es el de “Molly and the Cryptos”, que se presentó a Gaumont Animation, lo adquirió y ahora está en coproducción con Tele 5 en Francia.

IV. Bibliografía

CANIEM - Se registra decremento del 2.2% en la producción editorial del sector privado en 2017

<http://www.caniem.com/es/blog/se-registra-decremento-del-22-en-la-produccion-editorial-del-sector-privado-en-2017>

Comstor – Perfil del sector TI en México

<https://blogmexico.comstor.com/perfil-del-sector-ti-en-mexico>

Diario de Yucatán - La animación es una industria en ebullición en México

<https://www.yucatan.com.mx/espectaculos/la-animacion-una-industria-ebullicion-mexico>

Economipedia - El ecosistema emprendedor en México

<https://economipedia.com/actual/el-ecosistema-emprendedor-en-mexico.html>

Forbes México – Así funciona el Blockchain en sectores como la minería

<https://www.forbes.com.mx/como-trabaja-el-blockchain-en-sectores-como-la-mineria/>

Huffington post – 10 cosas que no sabías de los mexicanos lectores y el Día Internacional del Libro

https://www.huffingtonpost.com.mx/2018/04/23/dia-internacional-libro-mexico-10-cosas_a_23417929/

Industria y Empresas - BlockChain llega a sector minero de México

<http://industriayempresas.com/2019/02/12/blockchain-llega-a-sector-minero-de-mexico/>

La Jornada – “Se mantiene la minería como pilar económico del país”

<https://www.jornada.com.mx/ultimas/2018/11/22/se-mantiene-la-mineria-como-pilar-economico-del-pais-9231.html>

Outlet Minero – Proyectos y la situación que enfrenta la minería en México para 2019

<http://outletminero.org/proyectos-y-la-situacion-que-enfrenta-la-mineria-en-mexico-para-2019/>

Santander Trade – México Política y Economía

<https://es.portal.santandertrade.com/analizar-mercados/mexico/politica-y-economia>

SG Revista – El sector TI en México

<https://sg.com.mx/revista/33/el-sector-ti-mexico>

Televisa News – Industria de la animación crece en Estados Unidos, Vancouver y México

<https://noticieros.televisa.com/ultimas-noticias/industria-de-animacion-crece-estados-unidos-vancouver-mexico/>