



Mercado de México



Noviembre 2021



CONTENIDO

Introducción	3
1. Características del mercado TI	4
2. Demandas del mercado	6
3. Posicionamiento de Uruguay en el mercado mexicano	6
4. Análisis FODA	7
4.1 Fortalezas	7
4.2 Oportunidades	7
4.3 Debilidades	8
4.4 Amenazas	8
5. Oportunidades para Uruguay	9
6. Estrategias para el ingreso	9

INTRODUCCIÓN

Dentro de los mercados internacionales en los que Uruguay tiene presencia, Estados Unidos es quien lidera, con una participación del 73% en el total de las exportaciones de 2019 de las empresas TI que integran Cuti. Este mercado se analiza en el documento “Mercado de los Estados Unidos”.

Además del de Estados Unidos, esta consultoría analizó otros mercados que pueden resultar interesantes para ampliar la presencia de las exportaciones de Cuti. Si bien el segundo destino de las exportaciones es el Reino Unido, consideramos que es más interesante analizar el mercado de México.

Las características de las exportaciones al Reino Unido son similares a las exportaciones a los Estados Unidos, las exportaciones a Argentina ocupan el tercer lugar pero es bien conocido que Argentina atraviesa una crisis de gran importancia. En cambio México podría transformarse en un nuevo mercado de importancia a partir de sus características de tamaño, idioma y cultura. Por estas razones estimamos que México es el mercado más prometedor para analizar.

Sus más de 130 millones de habitantes, lo convierten en el mercado más grande de hispanoamérica, y en un atractivo para las empresas de tecnología que buscan expandirse. Además de sus ventajas como mercado en sí mismo, también puede convertirse en la puerta de entrada a América del Norte, dada la cercanía y fuerte vínculo comercial con Estados Unidos.

En el año 2019 México alcanzó un peso relativo en el total de exportaciones de 2.7%, ocupando el cuarto puesto de principales destinos de las ventas al exterior de las empresas TI de Cuti, con un 9,4% de las empresas vendiendo a este destino. Esta participación se mantiene al considerar el promedio para el período entre 2016 y 2019.

Inés Arbiza
Miguel Brechner
Fernando Brum
Jessika Mosteiro

Noviembre 2021

1. CARACTERÍSTICAS DEL MERCADO TI

México se encuentra dentro de los cinco países exportadores de TIC¹ y uno de los principales destinos de inversión en software en América Latina². Está posicionado como un gran exportador tanto en América Latina, como en Norteamérica. A su vez, se ha demostrado su potencial en cuanto a la subcontratación de servicios, no solo de TI, sino también de contact y call centers³.

Para el año 2022 el gobierno mexicano presentó un presupuesto a destinar a las TIC 17.8% por encima de lo asignado en el año 2021, lo que representa el mayor gasto en esta industria desde el año 2015⁴. De este presupuesto presentado, pendiente de aprobación, el 34% estará destinado a las telecomunicaciones, un 32% a los servicios TIC y un 28% a equipos. Cabe destacar, que los servicios TIC incluyen servicios de consultoría administrada, de procesos, técnica y tecnología de la información, las licencias informáticas e intelectuales, los servicios de digitalización y los servicios de desarrollo de aplicaciones⁵.

Dentro de los planes de gobierno se encuentra el objetivo de reactivar las exportaciones TIC fomentando una mayor competitividad, sobre todo frente a los mercados de India, Colombia y Costa Rica, entre otros⁶.

En el marco de la pandemia la denominada “telesalud” tuvo un gran despliegue. Debido a las restricciones en cuanto a movilidad y las medidas aplicadas de distanciamiento social, los médicos de emergencia utilizaban una plataforma online a fin de atender a los pacientes. La telemedicina y en general IoT se presentan como alternativas a incorporar dentro de las organizaciones públicas y privadas⁷.

Se estima que el crecimiento del e-commerce desde el comienzo de la pandemia se ha incrementado en un 500%, posicionando a México como el segundo país de compras online, luego de Brasil. En este tipo de compras se destacan los dispositivos, accesorios y vestimenta.

Continuando con los efectos de la pandemia, el teletrabajo genera un nuevo mercado en lo que refiere a la conectividad y 5G, antes enfocado en soluciones empresariales y que ahora está virando hacia los hogares. Las nuevas exigencias por el incremento del uso de la conexión remota a través de VPN exigirá un cambio en el mercado.

¹Meza Orosco, N. TICs, oportunidades de desarrollo para México. Forbes México. <https://www.forbes.com.mx/tics-oportunidad-de-desarrollopara-mexico/>

² Conoce más sobre la industria TIC en México. Gobierno de México. <https://www.gob.mx/se/articulos/conoce-mas-sobre-la-industria-tic-enmexico>

³ Tecnologías de la información (TI). Secretaría de Economía. <http://www.2006-2012.economia.gob.mx/comunidad-negocios/industria-ycomercio/informacion-sectorial/tecnologias-de-la-informacion-ti>

⁴ Reyes Gaspar, A. Proyecto de Presupuesto TIC para 2022 crecerá 17.8%. Select. <https://www.selectestrategia.net/reporte-proyecto-depresupuesto-tic-para-2022-crecera-178>

⁵ Riquelme, R. (23 de enero de 2021). AMLO aumenta el presupuesto TIC por primera vez en su administración. El Economista. <https://www.economista.com.mx/tecnologia/AMLO-aumenta-el-presupuesto-TIC-por-primera-vez-en-su-administracion-20210123-0001.html>

⁶ (12 de abril de 2021). CANIETI presentó plan de crecimiento 2021 e informe anual. eSemanal. <https://esemanal.mx/2021/04/canieti-presentoplan-de-crecimiento-2021-e-informe-anual/>

⁷ Pérez Arebsú, L.B. (08 de junio de 2019). Tendencias de TI en el actual entorno en México. Tech Target. <https://searchdatacenter.techtarget.com/es/cronica/Tendencias-de-TI-en-el-actual-entorno-en-Mexico>

Se estima que esto también tendrá un efecto sobre las estrategias de seguridad, proyectando un incremento en la inversión de plataformas y ecosistemas por parte de las empresas⁸.

Luego de una caída en la industria de TI del orden del 8.7% en el año 2020, la consultora International Data Corporation (IDC) estima que para el 2021 la industria tendrá una importante recuperación, alcanzando un crecimiento de 6.6%⁹.

En la era post pandemia se espera que gran parte de la recuperación de las empresas de TI sea impulsada por los bancos y las telecomunicaciones. En cuanto a los primeros, se destaca que los servicios en línea mejoraron a causa de la necesidad de brindar atención a través de la web y mobile, en lugar de un régimen presencial.

En el 2021 se anunció una asociación entre la consultora Select, la Asociación Mexicana de la Industria de Tecnología de la Información (AMITI), la Cámara Nacional de Industria Electrónica de las Telecomunicaciones y Tecnologías de la Información (CANIETI) y el Consejo Nacional de Clústers de Software con la finalidad de construir un índice nacional de la industria TII0. Esta unión busca impulsar una transformación digital dentro del país a través de la identificación de tendencias, así como recabar información que sirva de sustento para políticas que fomenten la digitalización.

Dentro de las empresas se presentan grandes diferencias en términos de adopción de las TIC, empresas con más de mil empleados destinan en promedio USD 5.000 anuales en TIC por empleado, mientras que aquellas con un tamaño mediano gastan menos de USD 700 por empleado, este número desciende a USD 500 para micro y pequeñas empresas.

En México el comercio electrónico ascendió a 82.5 millones de usuarios de internet, y una proyección de 92.2 millones de usuarios para 2021, lo que representará 71.9% de penetración de la población¹¹.

⁸ Osoreo, M. (04 de marzo de 2021). Industria de TI en México crecerá 11,7% este año, proyecta IDC. TechTarget. <https://www.computerweekly.com/es/noticias/252497310/Industria-de-TI-en-Mexico-crecera-117-este-ano-proyecta-IDC>

⁹ (26 de mayo de 2020). Industria de TI en México alcanzará para 2021 un crecimiento de 6.6%: IDC. IDC. <https://www.idc.com/getdoc.jsp?containerId=prLA46624120>

¹⁰ (11 de agosto de 2021). Unión de Select, AMITI, CANIETI y mxTI busca acelerar la transformación digital de México. eSemanal. <https://esemanal.mx/2021/08/union-de-select-amiti-canieti-y-mxti-busca-acelerar-la-transformacion-digital-de-mexico/>

¹¹ Datos extraídos del Centro de Información de Uruguay XXI

2. DEMANDAS DEL MERCADO

Los principales productos importados por México en el año 2020 fueron: automóviles para el transporte de personas (8.0%), partes y accesorios de vehículos automóviles (5.7%), circuitos electrónicos integrados (4.9%), teléfonos celulares y demás aparatos de emisión (3.1%)¹².

Para el año 2022 se espera que más de la mitad de las entidades gubernamentales utilicen tecnologías de inteligencia artificial para capacitar a funcionarios en habilidades duras y blandas, para lo cual necesitarán contratar a proveedores.

Otro de los proyectos que se espera reforzar en el 2022 es la aceleración en el procesamiento de los datos en entidades gubernamentales para brindar respuestas de manera más rápida.¹³

En este aspecto uno de los principales desafíos consiste en los retos que enfrentan las entidades gubernamentales para retener personal competitivo y con las habilidades necesarias para atender la demanda de la ciudadanía.

3. POSICIONAMIENTO DE URUGUAY EN EL MERCADO DE MÉXICO

De acuerdo a datos para el año 2018, Uruguay ocupó la posición número 50 dentro del ranking de proveedores de México sobre un total de 222 países, alcanzando una participación del 0.08% de las importaciones mexicanas. Las ventas uruguayas hacia el mercado mexicano registraron en dicho año una participación del 3.7% del total exportado por nuestro país. Las exportaciones uruguayas hacia México se concentran en pocos productos, representando las ventas de arroz, madera, quesos y cueros, un 75% del total. Por su parte, Uruguay importa productos manufacturados desde México, dentro de los cuales se destaca la participación de vehículos¹⁴.

Particularmente, dentro de la industria TI, México no es de los principales destinos de las empresas tecnológicas uruguayas, pero hay casos exitosos como, por ejemplo, Vopero, Quanam, GoDoWorks y K2B.

¹² Informe país México de Uruguay XXI.

¹³ (09 de agosto de 2021). La ciudadanía precisa que el gobierno lleve a cabo su transformación digital: IDC. eSemanal. <https://esemanal.mx/2021/08/la-ciudadania-precisa-que-el-gobierno-lleve-a-cabo-su-transformacion-digital-idc/>

¹⁴ Informe país México de Uruguay XXI.

4. ANÁLISIS FODA

Una de las fortalezas identificadas es la cantidad de graduados en carreras vinculadas a las TIC. Según el informe publicado en el 2020 por el Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI), cerca de 1 millón de personas en México están formadas en ciencias de la computación y las tecnologías de la información y comunicación, siendo una amplia mayoría hombres (68%).

4.1 Fortalezas

Una de las fortalezas identificadas es la cantidad de graduados en carreras vinculadas a las TIC. Según el informe publicado en el 2020 por el Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI), cerca de 1 millón de personas en México están formadas en ciencias de la computación y las tecnologías de la información y comunicación, siendo una amplia mayoría hombres (68%).

Dentro de los formados en áreas TIC, la mayoría se desarrollan como profesionales y técnicos (55%), un 14% trabaja en tareas administrativas y un 10% en tareas vinculadas al comercio, el otro 21% está dividido entre funcionarios, directores y jefes, trabajadores industriales y artesanos y otras áreas.

Otra de las ventajas que presenta el mercado de México son los menores costos de la mano de obra, favorecido por la gran conectividad que permite la cercanía con Estados Unidos¹⁵, según la información proporcionada por el INEGI los trabajadores perciben en promedio \$69 pesos mexicanos (USD 3.33) por hora y trabajan en promedio 42 horas por semana.

4.2 Oportunidades

Una de las fortalezas identificadas es la cantidad de graduados en carreras vinculadas a Cuenta con una economía abierta, con una gran cantidad de tratados de libre comercio con países de todo el mundo. Además, se está negociando un nuevo tratado entre México, Estados Unidos y Canadá (T-MEC), donde se presentan temas como la transformación digital, con la economía y el comercio electrónico¹⁶, lo que puede abrir nuevas puertas a las empresas tecnológicas.

Es importante remarcar el giro que ha dado la pandemia en lo que respecta a la demanda de soluciones las empresas para la transformación digital¹⁷, los argumentos se han detallado previamente.

El incremento en la demanda de soluciones tecnológicas por parte de las entidades gubernamentales, que enfrentan el desafío de retener personal competitivo y con las habilidades necesarias para atender la demanda cada vez más exigente de la ciudadanía, tal como fuera mencionado en el apartado 2.

¹⁵ Bugeoging tech sector in México leads to thriving IT industry. Oxford Business Group. <https://oxfordbusinessgroup.com/overview/globaloutlook-proximity-us-and-burgeoning-tech-sector-have-led-thriving-it-industry>

¹⁶ (09 de marzo de 2020) Ven oportunidad para la industria TIC con T-MEC. eSemanal. <https://esemanal.mx/2020/03/ven-oportunidad-para-laindustria-tic-con-t-mec/>

¹⁷ (05 de octubre de 2017) ¿Cuánto vale el mercado de TI en México? Synnex Westcon-Comsor. <https://digital.la.synnex.com/cuanto-vale-elmercado-de-ti-en-mexico>

El mercado de los pagos electrónicos aún no ha sido muy desarrollado en México, lo que permitiría la inserción de mercados externos más avanzados en estos aspectos y que cuenten con la expertise para establecerse en el mercado.

La producción de software y servicios integrados tiene un gran potencial de desarrollo por la tercerización de servicios, solo el 25% de las empresas mexicanas lo aplican, por lo que queda mucho camino por recorrer.

4.3 Debilidades

Según el 60% de los directores de tecnología y empresarios vinculados con la industria TIC, el desabastecimiento de 5G es la mayor dificultad que presenta la industria tecnológica en México, pese a que en los últimos años ha tenido un importante crecimiento¹⁸. En este sentido se nota un estancamiento en la evolución tecnológica a causa de la poca conectividad, uno de los principales afectados son los proveedores de computadoras portátiles y de teléfonos inteligentes.

El punto anterior se vuelve más crítico al considerar la fuerte desigualdad que existe dentro del país en lo que refiere a la conectividad. La población ubicada en el centro de México cuenta con un acceso a internet y computadoras mayor al 20%, en tanto en la región del sureste, solo el 4% de la población accede a computadoras y un 6% a internet.¹⁹

De acuerdo a datos del INEGI, para el año 2020, un 60.6% del total de hogares tenían conexión a Internet, y un 44.2% contaban con al menos una computadora. Por otra parte, un 32.7% de los usuarios de Internet realizaron en dicho año transacciones vía Internet.

La evolución digital también ha demostrado cierto rezago en el país, con una penetración de la banda ancha inferior al promedio latinoamericano.

Otra de las debilidades identificadas es la falta de una agenda digital, con visión a largo plazo.

Si bien se ha avanzado en este aspecto y la pandemia ha demostrado la importancia del desarrollo de las TIC, el gobierno debe hacer más foco en el impulso del uso de las tecnologías.

4.4 Amenazas

De cara al desarrollo tecnológico, que debería impulsarse por los bancos y financieras, el poco desarrollo en ciberseguridad se presenta como una fuerte amenaza.

Parte del rezago en la digitalización se explica por la falta de percepción de los empresarios del valor práctico y utilidad, lo que lleva a que por desconfianza no recurren a este mecanismo y su desarrollo tecnológico sea escaso.

¹⁸ Riquelme, R. (14 de mayo de 2021). Desabasto de chips restringe crecimiento del mercado TIC en México. El Economista. <https://www.economista.com.mx/tecnologia/Desabasto-de-chips-restringe-crecimiento-del-mercado-TIC-en-Mexico-20210514-0057.html>

¹⁹ Políticas públicas para uso adecuado de las tecnologías de la información y comunicación para impulsar la competitividad de México. Visión México 2020. AMITI, CANIETI y Fundación México Digital.

5. OPORTUNIDADES PARA URUGUAY

México tiene una gran apertura comercial, posee un coeficiente de apertura del 60% por su capacidad de hacer negocios internacionales, contando con tratados de libre comercio con 46 países y 96% de su comercio beneficiándose de dichos TLCs²⁰.

El Tratado de Libre Comercio (TLC) México-Uruguay, que entró en vigor el 15 de julio de 2004, es el único TLC de México con un país del MERCOSUR, por lo que la relación comercial es estratégica para el posicionamiento de México en la región. Si bien el TLC con México ha favorecido sobre todo la venta de productos agrícolas, asimismo establece principios generales que podrían facilitar un mayor comercio de productos y servicios TIC, así como el arribo de nuevas inversiones al sector.

El TLC establece condiciones de seguridad jurídica y certidumbre para los inversionistas, bajo las disciplinas de trato nacional, trato de nación más favorecida, libertad de transferencias e indemnización en caso de expropiación, así como un mecanismo eficiente de solución de controversias entre un inversionista y el Estado para proteger las inversiones.

6. ESTRATEGIAS PARA EL INGRESO

Los casos exitosos de inserción en el mercado mexicano muestran estrategias diversas. Por una parte empresas que se han establecido con filiales, pasando luego a instalarse como empresas mexicanas, empresas que utilizan las TIC pero que se centran en mercados verticales y definieron estrategias de inserción apalancadas por inversiones y empresas que a partir de la experiencia de brindar servicios de TI a grandes cadenas han logrado acceso a dicho mercado.

El establecimiento en México por parte de empresas uruguayas abre también la oportunidad de vender desde México a Estados Unidos aprovechando los costos inferiores de mano de obra. Por otra parte, la inserción en otro país es en general costoso para empresas en el corto plazo pero con muy buenas perspectivas en el mediano y largo. Para empresas más pequeñas el ideal es tratar de establecerse conjuntamente con otras empresas uruguayas en formato de clusters.

Esta consultoría considera que no es posible encontrar un patrón de inserción exitosa, sino que cada segmento del mercado tiene particularidades muy específicas. Sin embargo, en todos los casos en principio sería posible descartar la opción de “atender” el mercado mexicano a partir de trasladar personal de las empresas uruguayas a ese destino. Esta estrategia es extremadamente sensible a las variaciones del tipo de cambio. Esta situación también se repite en varios mercados latinoamericanos.

En definitiva, las experiencias sugieren que para participar activamente en estos mercados es necesario establecer alianzas potentes o directamente contratar personal local y en algunos casos darle participación en la empresa filial. De hecho la empresa filial cuenta con un relativo grado de independencia de la empresa uruguaya y una participación accionaria mixta.

²⁰ Datos extraídos del Centro de Información de Uruguay XXI.