

# PMS

# Estudio de Mercado Servicios de Animación Digital en México

Junio 2013

Documento elaborado por la Oficina Comercial de Chile en Guadalajara, México- ProChile

# I.

**pro|CHILE**  
IMAGINA · CRECE · EXPORTA



# I. Tabla de contenido

<b>I. Tabla de contenido</b> .....	<b>2</b>
<b>II. Resumen Ejecutivo</b> .....	<b>4</b>
1. Nombre y descripción del servicio .....	4
2. Estrategia recomendada .....	4
2.1. Evaluación de oportunidades en el mercado para el servicio ( <i>en base análisis FODA</i> ) .....	4
2.2. Recomendaciones para el proveedor nacional .....	4
2.3. Análisis FODA .....	5
<b>III. Identificación del servicio</b> .....	<b>6</b>
1. Nombre del servicio .....	6
2. Descripción del servicio .....	6
<b>IV. Descripción general del mercado importador</b> .....	<b>6</b>
1. Tamaño del mercado .....	6
2. Crecimiento en los últimos 5 años .....	8
3. Estabilidad económica, política, institucional y seguridad jurídica del mercado .....	9
4. Política nacional y marco legislativo aplicable al sector servicios .....	9
5. Disponibilidad de instrumentos financieros locales para la adquisición de servicios desde el exterior .....	9
6. Políticas y normativas respecto de las compras públicas de servicios .....	10
7. Infraestructura y telecomunicaciones disponibles .....	11
8. Principales mega-proyectos programados o en ejecución que inciden en la demanda de servicios .....	12
9. Participación del sector privado en las principales industrias de servicios .....	13
<b>V. Descripción sectorial del mercado importador</b> .....	<b>13</b>
1. Comportamiento general del mercado .....	13
2. Estadísticas de producción y comercio del servicio .....	13
3. Proporción de servicios importados .....	14
4. Dinamismo de la demanda .....	14
5. Principales players del subsector y empresas competidoras .....	14
6. Marco legal y regulatorio del subsector .....	14
7. Tendencias comerciales del sector .....	15
<b>VI. Competidores</b> .....	<b>16</b>
1. Principales proveedores externos .....	16
2. Descripción de los servicios otorgados por competidores locales o externos .....	16
3. Segmentos y estrategias de penetración de competidores .....	17
4. Valores aproximados de servicios provistos u ofrecidos por competidores .....	17

VII. Obstáculos a enfrentar por los exportadores de servicios .....17

VIII. Indicadores de demanda para el servicio .....17

IX. Otra información relevante del mercado de destino .....18

X. Contactos relevantes.....18

XI. Opiniones de actores relevantes en el mercado.....19

XII. Recomendaciones de la Oficina Comercial sobre la estrategia comercial en el mercado .19

XIII. Fuentes de información (*Links*). .....20

# II. Resumen Ejecutivo

## 1. Nombre y descripción del servicio.

Servicios de Animación Digital: Cine, Televisión, Video Juegos, Programas Digitales para sectores no tradicionales.

## 2. Estrategia recomendada

- Dar a conocer los grados de especialización de la empresa, las características específicas que poseen y lo que los hace diferenciarse de otra empresa.
- Desarrollar nichos específicos de servicios de producción animada, que sean atractivos para industrias de desarrollo económico de sectores locales, como medicina, arquitectura y construcción, aeroespacio.
- Informarse sobre el mercado, conocer los proyectos que se están llevando a cabo y encontrar la complementariedad para vincular proyectos conjuntos.

### 2.1. Evaluación de oportunidades en el mercado para el servicio (*en base análisis FODA*)

México se está caracterizando como uno de los polos de producción en América Latina en la realización de proyectos para las grandes industrias de la animación digital, goza de la cercanía con Estados Unidos, lo que lo posiciona en un espacio estratégico, en cuanto a captación de proyectos a pedido, como para ofrecer o solicitar financiamientos para la finalización de sus proyectos, enfocados a cinematografía y videos.

Sin embargo, aun carece de una estructura organizacional que permita generar clusters de empresas especializadas que acaparen grandes proyectos en materias específicas como podría ser realidad aumentada.

Carecen de conocimientos matemáticos de programación, por lo que se “importa” talento de Europa del Este para cubrir esa necesidad.

### 2.2. Recomendaciones para el proveedor nacional

Acercamiento con las empresas mexicanas y compartir casos de éxito, para crear un escenario de proyectos conjuntos con la visión “ganar-ganar” a partir de los diversos niveles de especialización.

### 2.3. Análisis FODA

		Factores Internos		
		Fortalezas	Debilidades	
		<ul style="list-style-type: none"> <li>• Cercanía con empresas de EEUU y mayor acceso a proyectos.</li> <li>• Vinculación entre productores mexicanos en México y Productores latinos en EE.UU.</li> <li>• Impulso y apoyos gubernamentales para la financiación de proyectos de animación en cine.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Desventajas del proveedor nacional frente a proveedores locales y de terceros países.</li> <li>• El empresario mexicano no es proclive a compartir grandes proyectos.</li> </ul>	
Factores Externos	Oportunidades	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Bajos costos de producción de los servicios.</li> <li>• Alta capacidad humana y con conocimientos especializados.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Vinculación con el Sector Privado y conocimiento de los proyectos tanto empresariales como de Gobierno en fomento a la Industria.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Dar a conocer casos de éxito o niveles de especialización para que se puedan aterrizar grandes proyectos como empresas “latinoamericanas”</li> </ul>
	Amenazas	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Fuerte tendencia a la especialización en videojuegos, a comparación de Europa del Este que se especializan en estructuras matemáticas y programación de efectos, por ejemplo.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Diversificar los nichos de especialización, ofrecer variedad de servicios de animación.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Compartir los niveles de riesgos con las empresas mexicanas, ser socios en los grandes proyectos y mantenerse en las dificultades.</li> </ul>

# III. Identificación del servicio

## 1. Nombre del servicio

Servicio de Animación Digital

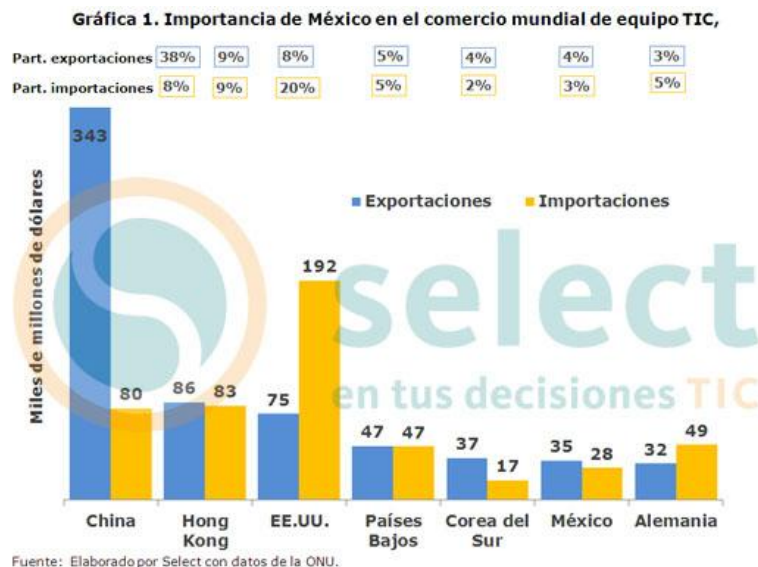
## 2. Descripción del servicio

Productos desarrollados por computadora como: aplicaciones de animación digitales, videojuegos y simuladores audiovisuales.

# IV. Descripción general del mercado importador

## 1. Tamaño del mercado

México se encuentra dentro de los top 10 países comercializadores del sector de producción y compra de equipo de tecnologías de la información. Según el siguiente gráfico, exportó USD\$35.000 millones e importó USD\$28.000 millones.

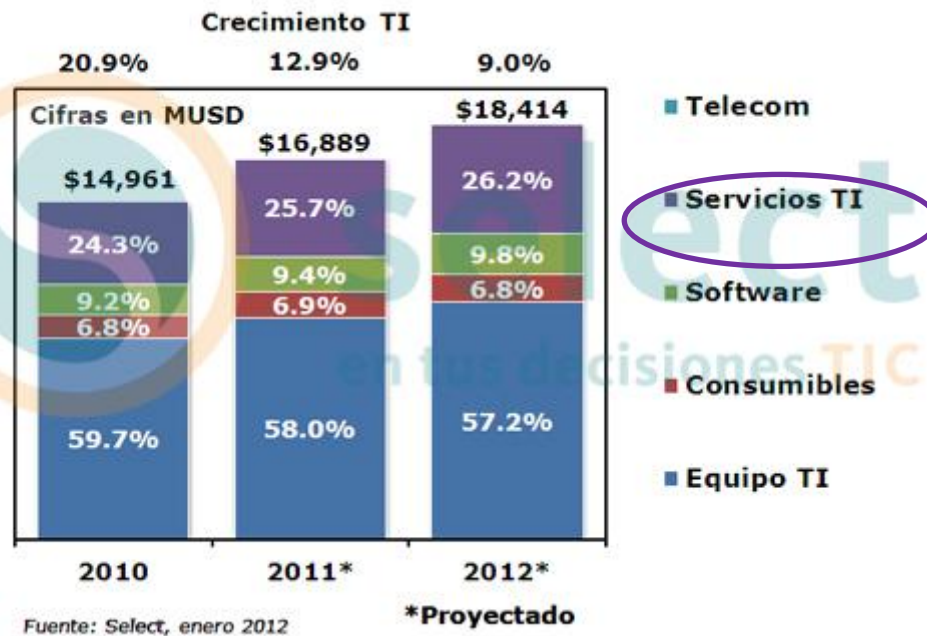


Fuente: Select - <http://www.select.com.mx/index.php>

En cifras totales del mercado de TIC's se registraron en 2011 USD\$38.007 millones; en proyecciones de los años 2012 \$USD46.665 millones y en 2013 USD\$52.052 millones. Con crecimiento de 11,9% y 6,6% respectivamente.

De acuerdo con el siguiente gráfico la distribución porcentual de los sectores más representativos de las Tecnologías de Información, excepto Comunicaciones, considera los Servicios de TI con la segunda posición.

EVOLUCION DEL MERCADO EN MEXICO



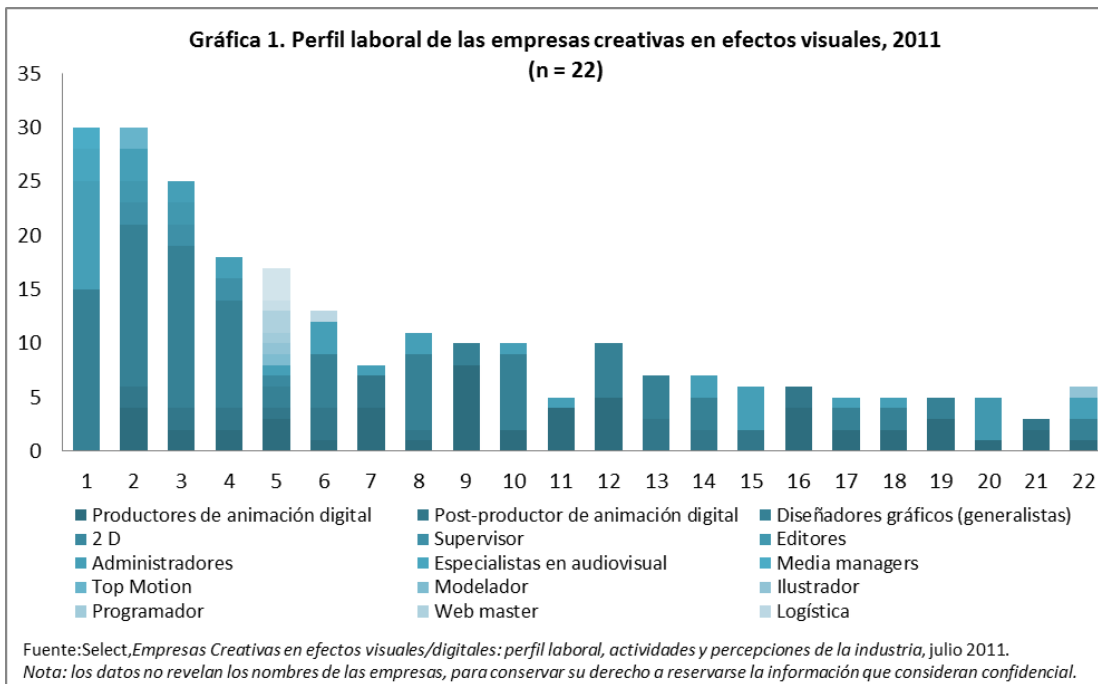
Fuente: Select, 2012 <http://www.select.com.mx/selectblog/?p=1627>

México a nivel Latinoamérica, lidera el sector de industrias creativas, con un valor facturado de alrededor de 4 mil millones de dólares; en este sector se concentran los servicios de animación. Además a la ciudad de Guadalajara, se le ha denominado ciudad creativa, gracias a las fuertes inversiones en este rubro.

Según una publicación de Select<sup>1</sup>, uno de los componentes primordiales de las empresas creativas en efectos visuales lo constituye la fuerza de trabajo. Si bien, estas empresas tienen un componente tecnológico visto a través del software y del equipamiento especializado que manejan, la mayor valorización de estos servicios y productos se mide con base en el valor creativo e innovador del artista visual.

<sup>1</sup> Erick Rodríguez. Servicios Visuales y Digitales: uso de hardware y software. En: <http://www.select.com.mx/selectblog/?p=1483>

A continuación, se muestra una gráfica realizada con base a 22 empresas; “donde se muestra la prevalencia relativamente superior de los diseñadores gráficos generalistas o que realizan múltiples actividades de producción y/o animación digital a diferencia de algún otro puesto”<sup>2</sup>.



Fuente: Select, 2011.

De acuerdo a cifras de Select del 2011, en México más del 80% de las empresas que ofertan servicios visuales/digitales utilizan Macintosh como plataforma para la realización de sus actividades.

## 2. Crecimiento en los últimos 5 años

De acuerdo a Vanguardia<sup>3</sup>, la animación como industria en México tiene entre once y doce años. Es así como en los últimos años la industria de la animación en cine y televisión en México ha tenido una mayor participación.

El país ha registrado un avance en materia de TI, prueba de ello son los resultados del estudio 2011 de la Unidad de Inteligencia de The Economist (EIU por sus siglas en inglés) auspiciado por la Business Software Alliance (BSA), en el que se expone que en relación a 2009, México escaló cuatro posiciones en materia de Competitividad en TI, colocándose en la posición 44 entre 66 naciones<sup>4</sup>

México está catalogado ser el país con la más importante industria creativa de América Latina y ocupa el nivel 18 a nivel mundial, según el Creative Economy Report de la UCTAD, 2010.

<sup>2</sup> Op. cit. 1

<sup>3</sup> <http://www.vanguardia.com.mx/seabrepasolaindustriadelaanimaciondigitalmexicana-587644.html>

<sup>4</sup> PWC, [http://www.pwc.com/es\\_MX/mx/industrias/perspectiva-industrial/mayo/creativa.jhtml](http://www.pwc.com/es_MX/mx/industrias/perspectiva-industrial/mayo/creativa.jhtml)



La nación azteca, es el principal consumidor de videojuegos en Latinoamérica, con más de la mitad de las ventas de la región. Entre el 2004-2010, la industria tuvo un crecimiento promedio anual de 17,1% En 2011, México representó el 38,9% de ahorro en costos de producción de video juegos, en comparación con Estados Unidos.<sup>5</sup>

### 3. Estabilidad económica, política, institucional y seguridad jurídica del mercado

México cuenta con 12 tratados y acuerdos comerciales con 44 países, los cuales representan el 15 por ciento de la población mundial. Además, el sistema legal y político de México favorece el desarrollo de nuevos negocios y ofrece seguridad jurídica para la inversión.

Según datos del Foro Económico Mundial, México ha ascendido a diferencia de países europeos y de acuerdo a algunos indicadores como la estabilidad económica y el tamaño del mercado se le califica muy bien.

### 4. Política nacional y marco legislativo aplicable al sector servicios

Según un estudio de Política Digital<sup>6</sup>; en México se llevó a cabo una Agenda Digital Nacional (ADN), la cual se refiere al conjunto de políticas públicas enfocadas al uso de las TIC encaminadas a “contribuir al desarrollo económico y social de un país a través del potencial que ofrece el uso de las mismas para mejorar la calidad de la educación, incrementar la transparencia, aumentar la productividad y competitividad, y hacer mejor gobierno, mediante mayor participación y compromiso ciudadano.”

Con las políticas públicas adoptadas en la actualidad, México puede presumir que es uno de los países con la tarifa de interconexión móvil más baja del mundo, pero con una de las penetraciones más pobres.

### 5. Disponibilidad de instrumentos financieros locales para la adquisición de servicios desde el exterior

#### PROGRAMAS DE FINANCIAMIENTO

Programa de financiamiento para emprendedor a través de la banca comercial <sup>7</sup>	El programa capital semilla proporciona apoyo financiero temporal para el arranque y etapa inicial del negocio, a los proyectos de emprendedores que son incubados por alguna de las incubadoras de negocios que forman parte del sistema nacional de incubación de empresas de la Secretaría de Economía.
Programa para el desarrollo de las industrias de alta tecnología (prodiat) <sup>8</sup> :	El Programa para el Desarrollo de las Industrias de Alta Tecnología tiene como objetivo general contribuir a fomentar la transferencia y adopción de tecnologías de vanguardia para potenciar la competitividad de los

<sup>5</sup> Proméxico, Fuente: Estudio Competitive Alternatives 2012, KPMG

<sup>6</sup> [http://www.politicadigital.com.mx/pics/edito/multimedia/20939/num62\\_multimedia.pdf](http://www.politicadigital.com.mx/pics/edito/multimedia/20939/num62_multimedia.pdf)

<sup>7</sup> <http://www.economia.gob.mx/mexico-emprende/programas/6704-programa-de-financiamiento-para-emprendedor-a-traves-de-la-banca-comercial>

<sup>8</sup> : <http://www.cefp.gob.mx/notas/2009/notacefp0062009/prodiat.pdf>

	sectores precursores y de alta tecnología, atendiendo las fallas de mercado que obstaculizan el crecimiento de la producción, el empleo, la productividad y la competitividad de las empresas y de la industria en general, por medio del otorgamiento de apoyos de carácter temporal.
Programa para el desarrollo de la industria de software (prosoft): <sup>9</sup>	Es el programa sectorial de la Secretaría de Economía que se encarga de apoyar y potenciar el crecimiento de las empresas de la Industria de TI en todo el territorio nacional.
Programas de estímulo a la innovación: <sup>10</sup>	Los programas de estímulo a la innovación, incentivan la inversión en investigación y desarrollo tecnológico, mediante el otorgamiento de estímulos económicos complementarios a las empresas que realicen actividades de IDT, con la finalidad de incrementar su competitividad, la creación de nuevos empleos de calidad e impulsar el crecimiento económico del país.

## 6. Políticas y normativas respecto de las compras públicas de servicios

En México, se aplica la Norma Oficial Mexicana (NOM) NOM-162-SCFI-2004, Electrónica-Audio y video-discos compactos grabados con audio, video, datos y/o videojuegos-información comercial e identificación del fabricante. Disponible en: <http://www.consumidor.gob.mx/wordpress/wp-content/uploads/2012/03/NOM-162-SCFI-2004.pdf>

Las compras públicas se realizan mediante publicaciones en Compranet - <http://www.compranet.gob.mx/>. Aquellos servicios que demanda el Gobierno Federal se publican en el Diario Oficial de la Federación - <http://www.dof.gob.mx/>, las licitaciones pueden ser internacionales, exclusivas para mexicanos o mixtas.

## 7. Infraestructura y telecomunicaciones disponibles

- Grado de penetración de internet: 30%<sup>11</sup>
- En 2011, se duplicó el uso de Smartphones (58%) para conectarse a internet respecto al año anterior (26%), en consecuencia el uso de PC y laptop ha disminuido en este mismo periodo de tiempo.<sup>12</sup>
- En 2012, se registraron 35.161.145 usuarios de internet.<sup>13</sup>
- El precio más bajo en México por Mega es de 11.77 dólares<sup>14</sup>.

<sup>9</sup> <http://www.prosoft.economia.gob.mx/acercade.htm>

<sup>10</sup> <http://www.conacyt.gob.mx/tecnologica/estimulo/Paginas/default.aspx>

<sup>11</sup> CNN.

<sup>12</sup> Hábitos de los usuarios de internet en México, AMIPCI.

<sup>13</sup> CNN.

<sup>14</sup> El Universal.

De acuerdo con el informe sobre las Acciones del Fortalecimiento de Banda Ancha y Tecnologías de la Información y Comunicaciones, 2012; al tercer trimestre de 2011, México contaba con 13 millones de accesos de banda ancha fija, equivalentes a una penetración de 11,4% y con 7,8 millones de accesos de banda ancha móvil y un 7% de penetración.

En cuanto a cobertura Móvil Red 3G, se muestra en el siguiente mapa, el servicio con mayor grado de influencia en las zonas urbanas y aquellas zonas rurales con radiobase para cobertura de carreteras principalmente o conexión entre una localidad urbana y otra.



**Fuente:** Acciones de Fortalecimiento de Banda Ancha y Tecnologías de la Información y Comunicaciones, Secretaría de Comunicaciones y Transportes.

Para poder ofrecer un servicio de calidad adecuada, son necesarias grandes capacidades de transporte y acceso. Una parte fundamental de la red es, por lo tanto, la red dorsal de fibra óptica que permite el transporte de grandes volúmenes de información a altas velocidades. Actualmente, las redes de fibra óptica en México alcanzan una longitud aproximada de más de 201 mil kilómetros

Netflix América Latina, cuenta con 33 millones de suscriptores que ven más de 1000 millones de horas de contenido audiovisual en línea, ha creado una lista de los proveedores con el mejor servicio de conexión a internet en México.

MAJOR ISP RANKINGS (MX)			
JAN. RANK	CHANGE	ISP NAME	JAN. AVG SPEED FOR NETFLIX STREAMS (Mbps)
1	-	Cablemás	1.96
2	-	Megacable	1.88
3	-	CABLEVISION	1.74
4	-	TELNOR	1.65
5	-	Television Intl	1.64
6	-	Telmex	1.48
7	-	Axtel	1.32

## 8. Principales mega-proyectos programados o en ejecución que inciden en la demanda de servicios

América Móvil espera revolucionar su negocio este 2013 con la instalación de un cable submarino de fibra óptica con el que se convertiría en el principal distribuidor de contenido audiovisual por internet en América Latina. El proyecto, en que invertirá 500 millones de dólares, casi la mitad de lo que Carlos Slim invirtió en todo México en 2012, conectará a Brasil, Colombia, Estados Unidos, Guatemala, México, Puerto Rico y República Dominicana. El cable, de nombre AMX-1, transmitirá cientos de millones de películas, documentales y series al año, irá a más de 6,000m por debajo del océano Atlántico y medirá más de 17.000 km, lo cual equivale a casi la mitad de la circunferencia de la Tierra.

El Proyecto de Ciudad Creativa Digital (proyecto a 15 años) en Guadalajara Jalisco, no se ha concretado, pero actualmente se contemplan recursos para ejecutar por USD\$1,6 millones de dólares por parte del Gobierno Regional de Jalisco y USD\$8.3 millones por parte del Gobierno Municipal de Guadalajara para la intervención de 40Ha, de 380 del total que contemplaría el complejo digital. Se contempla crear un nodo de producción audiovisual, digital, interactiva, que sea centro de producción de contenidos para el mercado hispanohablante.

A finales de 2010 la SCT contrató la fabricación del nuevo Sistema Satelital Mexicano (MEXSAT), el cual consta de tres satélites (uno para servicios fijos y dos para servicios móviles), dos centros de telemetría y control y dos telepuertos. Estos satélites operarán en las bandas L, Ku planificada, C extendida y Ku extendida y prestarán servicios de comunicación móvil y fija (voz, datos y video) a las entidades de seguridad nacional y servicios de banda ancha para programas de carácter social.

## 9. Participación del sector privado en las principales industrias de servicios

El sector de las Tecnologías de la Información, está integrado por 2.785 compañías y 23 clusters especializados. En cuanto a talento humano, cada año se gradúan en México aproximadamente 115.000 ingenieros del sector.<sup>15</sup>

La producción de servicios de animación está enfocada en las industrias de cinematografía, dibujos animados, comerciales publicitarios y video juegos; sin embargo, pocas empresas se están especializando en nichos de servicios para la industria de la construcción y arquitectura, servicios para el sector salud, realidad aumentada o de inteligencia militar, y aeroespacial.

---

<sup>15</sup> Proméxico, Estudio Competitive Alternatives 2012 KPMG

# V. Descripción sectorial del mercado importador

## 1. Comportamiento general del mercado

“En México existen poco más de 380 empresas dedicadas a la animación digital para cine y televisión, muchas de ellas con apenas un par de empleados”<sup>16</sup>.

“El mercado nacional de animación digital es dominado por media decena de empresas: Kaxan y MataCube de Jalisco, Ánima Estudios en Ciudad de México e Imagination Films en Querétaro. En el estado de Jalisco existe el primer estudio en el país con la tecnología para películas de animación en 3D, el Chapala Media Park”.<sup>17</sup>

Entre los principales clientes se encuentran industrias de entretenimiento como las televisoras más importantes de México, el cine, caricaturas, videojuegos; así como áreas de servicios, marketing, áreas educativas, industriales, culturales.

## 2. Estadísticas de producción y comercio del servicio

“El costo promedio en México de la producción de la Industria de Servicios de Videojuegos ronda los USD\$ 2 millones de dólares, la producción de una película animada, ronda los USD\$ 8 millones de dólares. Hoy en día la industria de videojuegos ya superó a la del cine.

El mercado de los videojuegos vale 30% más a nivel mundial comparado con el de las películas. La industria de los videojuegos vende 16 mil millones de dólares cada año en todo el planeta. La importancia del cine animado: de 5,000 películas que se producen al año en el mundo, sólo 30 son animadas. Y esas 30 se llevan el 15% de las ventas totales. Significa que menos del 1% de las películas producidas tienen el 15% del mercado total.”<sup>18</sup>

## 3. Proporción de servicios importados

El principal servicio medible de importación de animación son los videojuegos, a través de la internación de los cartuchos con programas para consolas. Los principales proveedores de México son Japón y Estados Unidos.

---

<sup>16</sup> Un nuevo centro de animación digital abre en México. Disponible en:

<http://www.vanguardia.com.mx/unnuevocentrodigitalabreenmexico-1482946.html>

<sup>17</sup> *Op. cit* 16

<sup>18</sup> Ricardo Gómez Quiñones, CEO de Kaxan Games en entrevista para la Revista Telemundo.

País	Valor USD 2012	%
Japón	7,583,947.00	68.8599995
Estados Unidos	2,580,508.00	23.4302507
China	848,184.00	7.70126028
Taiwán	719.00	0.00652831
Países no identificados	200.00	0.00181594
Puerto Rico	16.00	0.00014528
<b>Total</b>	<b>11,013,574.00</b>	<b>100</b>

Fuente: Siavi con datos de Secretaría de Economía

#### 4. Dinamismo de la demanda

La Producción de los Servicios de Animación, conforme se concrete la Ciudad Creativa en México, importantes empresas se instalarán y demandarán la puesta en marcha de proyectos para producciones de mega proyectos cinematográficos y videojuegos especializados.

#### 5. Principales players del subsector y empresas competidoras

Las principales empresas de Servicios de Animación en México son:

- Metacube, <http://www.metacube.com.mx/>
- Kaxan Studios, <http://www.kaxanmediagroup.com/>
- Ánima Studios, <http://www.animaestudios.com/>

Por otro lado, en 2011, se creó la Asociación Nacional de Productores de Animación, Efectos Visuales y Medios Interactivos (ANPAEM) está conformada en la presidencia por Carlos Gutiérrez ( Metacube), el Vicepresidente Fernando de Fuentes (Ánima Estudios), el segundo Vicepresidente Ricardo Arnaiz (Animex), el Secretario José C. García de Letona (Fx Shop) y el Tesorero Gabriel Riva Palacio (Huevo Cartoon)

#### 6. Marco legal y regulatorio del subsector

El Sector de las Industrias Creativas en Servicios de Animación, tiene un fundamental apoyo del Gobierno mexicano, a través de Programas de Promoción e Incentivos para la creación de los servicios, compra de equipo y licencias en materia de software. Por otro lado, a través del Gobierno, se ha impulsado y generado una campaña para llevar a cabo patentes y registros de marca ante el Instituto Mexicano de la Propiedad Industrial (IMPI); por otro lado la Ley Federal de Derechos de Autor, ampara aquellas creaciones que estén registradas a través de personas físicas o morales.

Como ejemplo, se puede mencionar la frase “Día de los Muertos” La compañía Walt Disney Company, retiró sus solicitudes ante la United States Patent and Trademark Office (USTDO) y el IMPI bajo el nombre “Disney Pixar Día de los Muertos” ya que mediante un litigio, la empresa Metacube ganó los derechos, puesto la empresa mexicana se encuentra trabajando en un largometraje animado denominado “Día de los Muertos La Película”.

## 7. Tendencias comerciales del sector

Las empresas al ir creciendo se van a especializar en nichos de especialización en animación no tradicional, es decir aquella que no se encuentran dentro del subsector del entretenimiento y que se desarrollan principalmente para sectores productivos específicos como la aeronáutica, medicina o construcción y el principal motor de este desarrollo en México será la Ciudad Creativa Digital, puesto tenderá a la diversificación de la industria.

# VI. Competidores

## 1. Principales proveedores externos

La principal competencia mundial en el desarrollo de servicios de diseño de arte en animación se concentra en San José, Estados Unidos y Londres; en anuncios publicitarios Vancouver y de Videojuegos en Montreal; en cuanto a programación por la gran especialización matemática es Rusia y Europa del Este. En México, los principales desarrolladores se encuentran en Guadalajara y Ciudad de México y se especializan en arte, no en programación de diseño.

## 2. Descripción de los servicios otorgados por competidores locales o externos.

Entrevista a Enrique Rosales Ruiz, Director de la Ingeniería en Animación Digital, Universidad Panamericana, efectuada con fecha 17 de mayo de 2013

*En México existen cuatro mercados verticales de animación digital:*

### Cine

*En México existen las facilidades de llevar a cabo producciones cinematográficas, en primer lugar, gracias a los apoyos e incentivos gubernamentales para financiar largometrajes, que para cualquier otro servicio de entretenimiento. Un ejemplo de ello es el la Ley de Estimulo Fiscal de apoyo a la industria cinematográfica Eficine 226 es un estímulo fiscal para los contribuyentes que otorga el Artículo 226 de la Ley del Impuesto sobre la Renta y que apoya la producción o postproducción de largometrajes de ficción, animación y/o documental. A través de Eficine, los contribuyentes que inviertan en proyectos cinematográficos en México pueden obtener un crédito fiscal, equivalente al monto de su inversión, contra el impuesto sobre la renta en el ejercicio en el que se determine el crédito.*

*Es complicado en México que las películas mexicanas produzcan utilidades, ya que existen muy pocos distribuidores de producciones cinematográficas y una cadena muy fuerte de exhibición de salas de cine, Cinépolis, por lo que las mayores ganancias las obtiene el exhibidor. Anima Studio es un ejemplo de empresa grande, que se especializa en animación de películas, ya que fue la productora de El Chavo del 8, proyecto conjunto con Televisa. Sin embargo, el cine más demandado es el de Hollywood.*

### Televisión

*Las mayores utilidades que pueden generar las empresas en los servicios de animación, son aquellos destinados a la televisión, ya que en la mayoría de las novelas o películas para la televisión, videos musicales y en los propios comerciales publicitarios se requiere mayor dramatización en las escenas o creación de escenarios.*

*Las grandes agencias de publicidad que son contratadas por empresas para crear sus comerciales, los cuales requieren de personajes u objetos animados que despierten curiosidad y puedan crear mayor impacto en el consumidor final. Estas agencias de publicidad contratan a Productoras de Servicios de Animación, que son empresas de podrían contar con una plantilla laboral de 10 personas especializadas en Arte, Diseño y Programación.*

*La producción de un comercial de televisión animado de 30 segundos podría costar desde USD\$15.000 hasta USD\$170.000*

### Mercado de Simulación / Videojuegos

*El mercado de videojuegos en México es de los más grandes del mundo. Existen videojuegos desde los más sencillos como son “juegos casuales” para smartphones o redes sociales o los más elaborados en los que se requieren 3 años y un equipo de mil personas, como juegos de guerra para los “gamers” y enfocados a jóvenes-adultos. En México de las empresas más importantes son Kaxan Games y Larva studios.*

### Animación no tradicional

*Son aquellos servicios que se requieren para sectores productivos ajenos a los servicios de animación, pero que demandan software para sus capacitaciones, entrenamientos, estudios o presentaciones, por ejemplo empresas de construcción, arquitectura o aviación que requieren de simuladores para la presentación de sus proyectos en render arquitectónico, operaciones de maquinaria, sea grúas o aviones; sector salud, aquellos centros de investigación donde se necesita explorar el cuerpo humano y se lleve a cabo a través de realidad aumentada; sector militar, donde se requiere del diseño de vehículos u armamento.*

*En México aun no está bien desarrollada la cultura de clusters para atraer proyectos grandes y que requieren servicios especializados de animación no tradicional.*

## 3. Segmentos y estrategias de penetración de competidores

Las principales empresas extranjeras establecidas en México son del sector publicitario y de gestión de medios, como por ejemplo Ogilvy y Young & Rubicam y Leo Burnett (EEUU) Las empresas mexicanas se especializan en la producción de comerciales publicitarios, videojuegos y largometrajes.

## 4. Valores aproximados de servicios provistos u ofrecidos por competidores

La producción de un comercial de televisión animado de 30segundos podría costar desde USD\$15.000 hasta USD\$170.000



El costo promedio en México de la producción de la Industria de Servicios de Videojuegos ronda los USD\$ 2 millones de dólares, la producción de una película animada, ronda los USD\$8 millones de dólares.

## VII. Obstáculos a enfrentar por los exportadores de servicios

- La disponibilidad del capital humano y los costos competitivos han convertido a México en el proveedor natural de servicios de TI para los mercados de Norte y Sudamérica. México cuenta con costos operativos bajos, posee talento altamente calificado y es un hub de exportación de servicios de alto valor agregado.
- La consultora Gartner, ubica al país como el cuarto proveedor global de servicios de TI y se proyecta en 2013, registre el tercer lugar.
- Como destino de inversión, se sitúa en la segunda posición de Latinoamérica, al desarrollar el 23% del total de proyectos de software.
- Se registró en 2010, una producción aproximada de USD\$11.000 millones en software y tecnologías de la información.

## VIII. Indicadores de demanda para el servicio

Los principales demandantes de servicios animados para atraer a la mayor cantidad de personas, son las grandes empresas mexicanas o internacionales con presencia en México como: Coca Cola, Grupo Bimbo, Cervecerías Corona, Heineken, Servicios de Telefonía como Telcel o Movistar, todas en sus comerciales publicitarios, incluyen animación digital para consumidores A, B, C+ es decir, dirigida una población de cuando menos 40 millones de personas.

Otro servicio de animación de masas, es aquel enfocado al cine, en México una sola empresa de exhibición de películas, tiene más de 1000 salas.

## IX. Otra información relevante del mercado de destino

Considerando que la tendencia de los productos finales de los servicios de animación serán los videojuegos, se calcula que en México, la población que cuenta con internet es de 22 millones de personas, de las cuales 16

millones son jugadores activos de algún videojuego, se estimó que en el 2011 se gastó una suma de 1.200 millones de dólares en videojuegos, la mayor parte se gastó en juegos de consola.

El tiempo que los jugadores mexicanos pasaron disfrutando de algún videojuego hace la suma de 29.000.000 de horas al día, la mayor parte lo hizo a través de una consola, después por algún juego en las redes sociales.

120.000 usuarios de las redes sociales, usan tarjetas de prepago, la participación de los jugadores activos que gasta el dinero en los juegos es del 57%.<sup>19</sup>

## X. Opiniones de actores relevantes en el mercado

Entrevista a Enrique Rosales Ruiz, Director de la Ingeniería en Animación Digital, Universidad Panamericana, efectuada con 17 de mayo de 2013

*La principal demanda de servicios de animación son principalmente los comerciales publicitarios, que se identifican como proyectos de corto plazo y que requieren de relativamente poco personal; sin embargo, los servicios con mayor crecimiento son los video-juegos complejos, los cuales requieren mayor personal y tiempo para producirlos.*

*En México no existe aún un centro de análisis de tendencias del mercado o análisis del consumidor que detecte la demanda de los servicios de animación, por lo que las producciones de animación surgen de ideas propias del animador.*

*Los principales jugadores de distribución del sector en cuanto a cine son Cinépolis, en televisión Televisa y TV Azteca, en aplicaciones para video juegos son Apple y Google para Android, existen otras empresas de Estados Unidos que distribuyen video juegos, como Zynga, Electronic Arts o Rovio de Finlandia que funcionan como intermediarios de video juegos mexicanos; sin embargo en México no existen distribuidoras mexicanas de videojuegos; la única excepción es Televisa Home Entertainment, pero no es relevante su participación en el mercado.*

## XI. Recomendaciones de la Oficina Comercial sobre la estrategia comercial en el mercado

El consumo de los productos no se encuentra determinado por una demanda específica, si no por características emocionales y sensoriales, por lo que este servicio intangible, debe tener la capacidad de generar sensaciones que

<sup>19</sup> Infographic 2011, México [http://www.newzoo.com/ENG/1605-Infograph\\_MX.html](http://www.newzoo.com/ENG/1605-Infograph_MX.html)

atraigan al consumidor, que lo mantengan en esa emoción y le genere curiosidad por lo que se encontrará, sea otra versión del mismo servicio, otro aparato con más funciones o aplicaciones u otra imagen que utilice el mismo concepto inicial (por ejemplo, crear mundos intergalácticos) en niveles con mayores grados de dificultad.

Estas diferencias y atractivos que puede generar la empresa en el espectador, es lo que la distinguirá del resto que se enfoca en el arte o el diseño, ya que, entre más especializado sea el servicio y mayor satisfacción produzca, mayor será el valor a pagar por él. Es importante dar a conocer el grado de especialización de la empresa productora, marcar la diferencia y crear la necesidad de la demanda.

## XII. Contactos relevantes

Empresa	Teléfono	Contacto	Página web	Observación
<b>KAXAN</b>	52(33) 30 30 69 00	<a href="mailto:pr@kaxanmediagroup.com">pr@kaxanmediagroup.com</a>	<a href="http://en.kaxangames.com/">http://en.kaxangames.com/</a>	Desarrolladora de Videojuegos.
<b>SOFTTELLIGENCE</b>	Tel. +52(442)2451 565, 800:01800 000 5337	<a href="mailto:clientes@softelligence.com.mx">clientes@softelligence.com.mx</a>	<a href="http://www.softelligence.com.mx">http://www.softelligence.com.mx</a>	Sistemas de desarrollo.
<b>SIGMA DESARROLLO EMPRESARIAL DE SOFTWARE</b>	52 (55) 9000- 3939, Tel.: (55) 5550- 1740 Directo	Lic. Jaime Moran, jmoran@cognosae.com.mx	<a href="http://www.sigmadesarrollo.com.mx">http://www.sigmadesarrollo.com.mx</a>	Sistemas de desarrollo.
<b>PROCETI IT SERVICES</b>	No incluido	<a href="http://twitter.com/#!/proceti">http://twitter.com/#!/proceti</a>	<a href="http://www.proceti.com">http://www.proceti.com</a>	Sistemas de desarrollo.
<b>Ace publicidad</b>	(0155) 1997 8575 / 5545 9501 / 4430 4466	<a href="mailto:contacto@acepublicidad.net">contacto@acepublicidad.net</a>	<a href="http://www.acepublicidad.net">www.acepublicidad.net</a>	desarrolladores de publicidad
<b>Área 6</b>	5570 3007 / 5570 2707	<a href="mailto:contacto@area6.com.mx">contacto@area6.com.mx</a>	<a href="http://www.area6.com.mx">www.area6.com.mx</a>	desarrolladores de publicidad
<b>AMAP</b>	2623-0561	<a href="mailto:contacto@amap.com.mx">contacto@amap.com.mx</a>	<a href="http://www.amap.com.mx/socios/">http://www.amap.com.mx/socios/</a>	Asociación de Agencias de Publicidad y Marketing

<b>Gyroscopik Studios</b>	(33)33352627	<a href="mailto:jobs@gyroscopik.com">jobs@gyroscopik.com</a>	<a href="http://www.gyroscopik.com/espaniol.html">http://www.gyroscopik.com/espaniol.html</a>	Proyectos animados.
<b>Larva Studios</b>			<a href="http://www.larvagestudios.com/index.html">http://www.larvagestudios.com/index.html</a>	Estudios de Videojuegos
<b>Metacube</b>	1371-3334 / 1371-3397	cgutierrez@metacube.com.mx	<a href="http://www.metacube.com.mx/">http://www.metacube.com.mx/</a>	Estudios de animación
<b>MasFusion</b>	(33)30307406	<a href="mailto:info@masfusion.com">info@masfusion.com</a>	<a href="http://www.masfusion.com/">http://www.masfusion.com/</a>	Creative Media Agency

## XIII. Fuentes de información (Links).

- Primera edición de Monterrey Game Conference (MGC), un evento internacional de desarrolladores de videojuegos con conferencias, talleres y expo interactiva. Del 25 al 28 de Abril del 2013 en la Arcada en el Centro Internacional Negocios CINTERMEX. [www.mtygameconf.com](http://www.mtygameconf.com)
- Infographic, 2011 [http://www.newzoo.com/ENG/1605-Infograph\\_MX.html](http://www.newzoo.com/ENG/1605-Infograph_MX.html)
- Servicio de Análisis sobre el mercado de las Tecnologías de la Información: <http://www.select.com.mx/selectblog/?p=1627>
- Revista Vanguardia: <http://www.vanguardia.com.mx/seabrepasolaindustriadelanimaciondigitalmexicana-587644.html>
- Análisis del Mercado TICS: PWC, [http://www.pwc.com/es\\_MX/mx/industrias/perspectiva-industrial/mayo/creativa.jhtml](http://www.pwc.com/es_MX/mx/industrias/perspectiva-industrial/mayo/creativa.jhtml)
- APPS, herramientas: <http://revistadelconsumidor.gob.mx/?p=28807>
- Videojuegos: <http://revistadelconsumidor.gob.mx/?p=29158>
- Consumo del Cine en México: <http://revistadelconsumidor.gob.mx/?p=29073>