

PMS

Proveedores de Soluciones para la Agroindustria en

México

2018

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



Tabla de contenido

.....	1
Tabla de contenido	2
I. Resumen Ejecutivo	4
1. Nombre y descripción del servicio.....	4
2. Evaluación de oportunidades en el mercado para el servicio (en base análisis FODA).....	4
3. Estrategia recomendada por la Oficina Comercial.....	5
4. Análisis FODA.....	5
II. Identificación del servicio	7
1. Nombre del servicio	7
2. Descripción de la solución	8
III. Descripción general del mercado importador	9
1. Tamaño del mercado.....	9
2. Crecimiento en los últimos 5 años	10
3. Estabilidad económica, política, institucional y seguridad jurídica del mercado.....	11
4. Política nacional y marco legislativo aplicable al sector servicios	12
5. Disponibilidad de instrumentos financieros locales para la adquisición de servicios desde el exterior.....	14
6. Políticas y normativas respecto de las compras públicas de servicios	14
7. Infraestructura y telecomunicaciones disponibles	14
8. Principales mega-proyectos programados o en ejecución que inciden en demanda de servicios	15
9. Participación del sector privado en las principales industrias de servicios	16
IV. Descripción sectorial del mercado importador	16
1. Comportamiento general del mercado.....	16
2. Estadísticas de producción y comercio del servicio	17
3. Proporción de servicios importados.....	18
4. Dinamismo de la demanda	18
5. Canales de comercialización	18

6. Principales players del subsector y empresas competidoras	18
7. Marco legal y regulatorio del subsector	20
8. Tendencias comerciales del sector	20
V. Competidores	21
1. Principales proveedores externos	21
2. Descripción de los servicios otorgados por competidores locales o externos.	21
3. Segmentos y estrategias de penetración de competidores.	21
VI. Obstáculos a enfrentar por los exportadores de servicios	22
VII. Indicadores de demanda para el servicio	23
VIII. Opiniones de actores relevantes en el mercado.....	23
IX. Recomendaciones de la Oficina Comercial sobre la estrategia comercial en el mercado ..	24
X. Contactos relevantes.....	24
XI. Fuentes de información (Links).....	25
XII. Anexos.....	26

El presente documento, de investigación de mercado e informativo, es propiedad de ProChile, organismo dependiente del Ministerio de Relaciones Exteriores de Chile. El acceso a este documento es de carácter público y gratuito. No obstante lo anterior, su reproducción íntegra o parcial sólo podrá ser efectuada citándose expresamente la fuente del mismo, indicándose el título de la publicación, fecha y la oficina o unidad de ProChile que elaboró el documento. Al ser citado en una página Web, deberá estar linkado al sitio de ProChile para su descarga.

I. Resumen Ejecutivo

1. Nombre y descripción del servicio.

Soluciones para la Agroindustria, es el término que se utiliza para referirse a las soluciones que se brindan para el sector Agroindustrial con el objetivo de incrementar utilidades, ventas, producción, industrialización, comercialización, etc; derivados de las Tecnologías de Información, tecnología, maquinaria y equipo, entre otros, por ejemplo:

- Automatización de cultivos
- Control de riego
- Geolocalización
- Construcción de invernaderos
- Soluciones para usar de la mejor manera los recursos
- Servicio de mantenimiento
- Seguridad
- Limpieza
- Desarrollo e investigación
- Drones para facilitar irrigación

2. Evaluación de oportunidades en el mercado para el servicio (en base análisis FODA).

Con estadísticas de ProMéxico, México ocupa el 3er lugar en producción agropecuario de América Latina y 12vo en el mundo. (ProMéxico, 2017). El valor del mercado de alimentos en México ronda en los 52 millones de dólares y se espera que tenga un crecimiento promedio anual del 4,7% entre 2015-2020. (ProMéxico, 2017)

México tiene un potente sector agroindustrial que detona oportunidades no solo comerciales, sino también de cooperación y capacitación entre ambos países.

De acuerdo con información de la Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y Agricultura (FAO), se recomienda que un país produzca el 75% de los alimentos que su población consume. México solo produce el 55%, lo que hace necesario que el país azteca mejore sus estrategias de producción, siendo más eficiente en sus recursos.

Hoy en día, con el crecimiento de la población como principal factor, hace que las tierras de producción se vean reducidas, ante esto es importante la innovación y desarrollo en el sector. Según la empresa Syngenta y el Consejo Nacional Agropecuario (CNA), cuando un productor incrementa en 1% el rendimiento de su cultivo le puede traer un retorno de inversión del 6% y esto se logra a través de la inversión en tecnología. (Expansión, 2017).

Además, se debe tomar en cuenta que los efectos del cambio climático han mermado la producción debido a la escasez de agua en algunas regiones.

3. Estrategia recomendada por la Oficina Comercial.

Se recomienda a los proveedores chilenos primero, conocer el mercado mexicano, sus necesidades. Se sugiere puedan hacerlo con un socio local que conozca el sector agroindustrial. Las soluciones tal y como se utilizan en otros países no siempre calzan en México, hay que tener capacidad de adaptación en precios y alcance de las soluciones.

Por otro lado, ProChile apoya al empresario chileno en su incursión al mercado mexicano, con las diferentes herramientas que se ofrecen, con el objetivo de disminuir asimetrías de información, generar contactos comerciales, temas legales, entre otros.

4. Análisis FODA.

<ul style="list-style-type: none"> • Conocer el mercado • Tener un partner local • Proveer Soluciones a la medida • Precios bajos • Aumentar la productividad 		Factores Internos	
		Fortalezas	Debilidades
Factores Externos	Oportunidades <ul style="list-style-type: none"> • Mercado en crecimiento constante • El gobierno actual mexicano seguirá incentivando el sector agroindustrial • Sector estratégico que detona el crecimiento económico de México. 	<ul style="list-style-type: none"> • El proveedor chileno cuenta con la confianza del comprador/importador mexicano 	<ul style="list-style-type: none"> • El chileno no es conocido como un proveedor de servicio • El mexicano requiere atención cara a cara
		<ul style="list-style-type: none"> • Ofrecer soluciones innovadoras • Brindar soluciones para incrementar la productividad y ser efectivos en el manejo de recursos. 	<ul style="list-style-type: none"> • Tener un partner local que apoye a la disminución de la curva de aprendizaje

	<ul style="list-style-type: none"> • Inversiones en subsectores como palta, berries y vinos. • Gran variedad de productos, gracias a la diversidad de climas y suelos. 		
	<p>Amenazas</p> <ul style="list-style-type: none"> • Alta competencia sobre todo con empresas españolas y estadounidenses • Extensión del país complica la ejecución de negocios • La renegociación del TLCAN 	<ul style="list-style-type: none"> • No centrarse en una solo ciudad, visitar los principales polos agroindustriales como Sinaloa y Guanajuato • Tener excelente servicio que se diferencie de la competencia 	<ul style="list-style-type: none"> • Trabajar de la mano con un partner local para ofrecer las soluciones, tener una estrategia de venta, comunicación, posicionamiento.

II. Identificación del servicio

1. Nombre del servicio

“La Agroindustria implica la agregación de valor a productos de la industria agropecuaria, la silvicultura y la pesca. Facilita la durabilidad y disponibilidad del producto de una época a otra, sobre todo aquellos que son más perecederos.

Esta rama de industrias se divide en dos categorías, alimentaria y no alimentaria. La primera se encarga de la transformación de los productos de la agricultura, ganadería, riqueza forestal y pesca, en productos de elaboración para el consumo alimenticio, en esta transformación se incluye los procesos de selección de calidad, clasificación, embalaje-empaque y almacenamiento de la producción agrícola, a pesar que no haya transformación en sí y también las transformaciones posteriores de los productos y subproductos obtenidos de la primera transformación de la materia prima agrícola. La rama no-alimentaria es la encargada de la parte de transformación de estos productos que sirven como materias primas, utilizando sus recursos naturales para realizar diferentes productos industriales.

Las industrias alimentarias son mucho más homogéneas y más fáciles de clasificar que las industrias no alimentarias, ya que todos sus productos tienen el mismo uso final. Por ejemplo, la mayor parte de las técnicas de conservación son básicamente análogas con respecto a toda la gama de productos alimenticios perecederos, como frutas, hortalizas, leche, carne o pescado. De hecho, la elaboración de los productos alimenticios más perecederos tiene por objeto en gran medida su conservación.

Actualmente la agroindustria sigue elaborando artículos agrícolas sencillos, a la vez que transforma también insumos industriales muy especializados que frecuentemente son el resultado de notables inversiones en investigación, tecnología e inducciones. A esta complejidad creciente de los insumos corresponde una gama cada vez mayor de procesos de transformación, que se caracterizan por la alteración física y química y tienen por objeto mejorar la comerciabilidad de las materias primas según su uso final.

En resumen, podemos decir que la agroindustria es un conjunto de piezas en equilibrio, desde la fase de producción agrícola propiamente dicha, pasando por las labores de tratamiento post-cosecha, procesamiento y comercialización nacional e internacional, en el trayecto que recorren los productos del campo hasta llegar al consumidor. Cuando se habla de la agroindustria, se está observando con un enfoque de sistemas a la actividad agraria que tiene que ver con la obtención de un determinado bien, de este modo, una planta procesadora de pulpa de mango es una agroindustria, al igual que la empresa que los cultiva y cosecha.

Así mismo México lidera en el sector agroindustrial por comprender la producción, industrialización y comercialización de productos agropecuarios, forestales y biológicos; aportando así valor a los productos agropecuarios generándoles durabilidad y disponibilidad, sobre todo aquellos que son más perecederos, teniendo un proceso impecable en la selección de calidad y clasificación.

La agroindustria, como eje que mueve las redes de valor, se ha desempeñado bien en la economía mexicana, pues en general es uno de los aspectos más importantes para el desarrollo del país” (Gobierno de México, 2017)

Es por ello, que los servicios para la Agroindustria son aquellos que se enfoquen en buscar soluciones tanto tecnológicas, innovadoras y de mejora continua para el sector.

2. Descripción de la solución

- Automatización de cultivos
- Control de riego
- Geolocalización
- Construcción de invernaderos
- Soluciones para usar de la mejor manera los recursos
- Servicio de mantenimiento
- Seguridad
- Limpieza
- Desarrollo e investigación
- Drones para facilitar irrigación
- Envase y embalaje

III. Descripción general del mercado importador

1. Tamaño del mercado

De acuerdo con las estadísticas del Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI), en el año 2017, el número de personas que residen en México es de 123,5 millones. El porcentaje de mujeres es de 51,2% y el de hombres es de 48,8%. 65,2 millones de personas tienen menos de 29 años.

El consumidor mexicano cada vez es más inteligente, preocupado por su entorno y con menos tiempo, debido a las diversas actividades que realiza y el incremento del tráfico. De acuerdo con Merca 2.0 y su radiografía del consumidor 2017, se presentan las tendencias que afectarán al consumidor en los próximos años:

Excepcionalismo vs. Globalización

México se está convirtiendo en un país que se ve a sí mismo como excepcional, lo que choca con la idea de globalización.

Después del S-19	Las generaciones jóvenes después de los sismos de septiembre, presentan una nueva visión sobre seguridad y prevención. Hoy estos dos conceptos serán claves para conectar con el consumidor.
Fake Everything	La información que el consumidor comparte en redes sociales no siempre está validada, lo que empuja el problema de las noticias falsas. Esto deja en claro que la tecnología no siempre contribuye a un bien común.
Familias y paradigmas generacionales	La clase media en México actúa como si existiera una mejora económica; el crecimiento del mercado de las mascotas y la mejor comprensión del retiro son claros indicadores. En consecuencia, tenemos valores familiares alineados fuera de las convenciones y estructuras

	familiares. Mercados multiculturales están en puerta.
Pacientes 2.0	La tecnología es parte vital para optimizar la salud y el bienestar sin salir de las rutinas diarias.

Fuente: Merca2.0

Según la encuesta nacional de hogares del Instituto Nacional de Geografía y Estadística (INEGI), hay 32.9 millones de hogares. El tamaño promedio del hogar es de 3,7 integrantes y el 89,4% son hogares de tipo familiar.

El grupo de población de 3 a 30 años se estima en 60,5 millones de personas y, de ellas, el 58,4% asiste a la escuela.

Cabe mencionar que el 27,3% de los hogares mexicanos son de jefatura femenina.

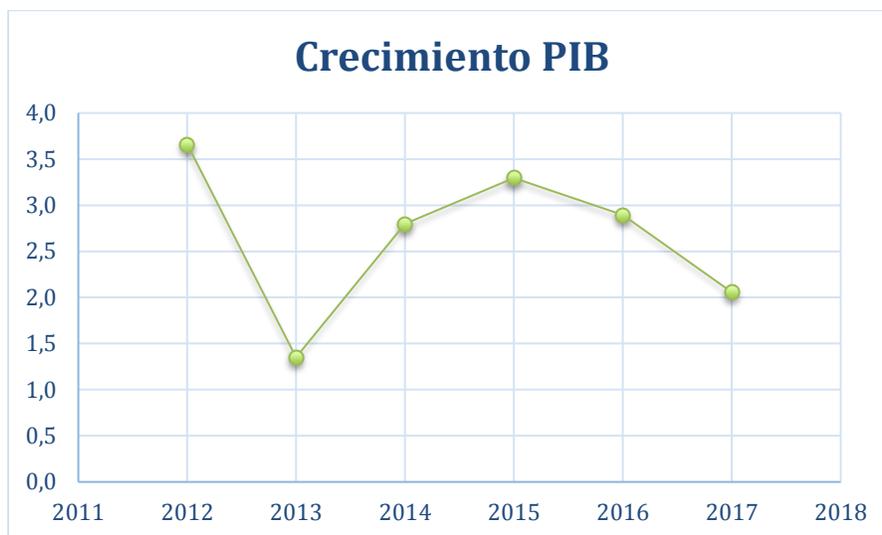
De la misma manera, el INEGI afirma:

- Que el ingreso corriente promedio trimestral de los hogares asciende a 46.521 mxn (USD\$2.584).
- Los hogares destinan el 36,2% de los gastos corrientes a alimentos, bebidas y tabaco; 19,3% en transporte y 12,4% en servicios de educación.
- Nuevo León y la Ciudad de México reportaron el mayor ingreso corriente promedio trimestral por hogar, con 87,653 mxn (USD \$4.869 USD) y 70,834 pesos (USD\$3.935), respectivamente.

Es importante mencionar que los aspectos culturales y sociales modifican los hábitos de compra de diferentes nichos de mercado que componen al mercado, en donde las nuevas estructuras familiares son uno de los más importantes.

2. Crecimiento en los últimos 5 años

El crecimiento económico de México ha sido inestable en los últimos 5 años, debido en gran parte al dinamismo de la economía de Estados Unidos, con la cual México está muy relacionado, el alza del precio de los energéticos, la presión de las negociaciones del TLCAN (Tratado de Libre Comercio entre México, Estados Unidos y Canadá) y la inseguridad brindada por el narcotráfico. Se espera que para el 2018, se cierre con un crecimiento del 2,3 % y en 2019 México tenga un avance del 2,9%, gracias a la certidumbre de las elecciones presidenciales y la firma del USMCA (Acuerdo de Estados Unidos, México y Canadá) que reemplaza al TLCAN.



Fuente: INEGI

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

Como se sabe, en 2018, México tuvo elecciones presidenciales, quedando electo por primera vez un gobierno de izquierda con el candidato Andrés Manuel López Obrador (AMLO) del partido Movimiento de Regeneración Nacional (MORENA). De acuerdo con Business Monitor International, AMLO aumentará el papel del gobierno en la economía mexicana, aumentando los gastos en programas sociales e infraestructura. Por otro lado, el crecimiento de la actividad económica se acelerará en México en 2018 y 2019, derivado de la fortaleza económica de Estados Unidos y el aumento en el gasto público bajo la administración del nuevo gobierno. (Business Monitor International 2018).

También se espera que el peso mexicano se aprecie para los últimos meses del año 2018, gracias a la claridad política de las elecciones presidenciales y el término de las negociaciones del TLC entre México, Canadá y Estados Unidos, el cual ahora se llamará USMCA (Acuerdo Estados Unidos, México y Canadá), dando certidumbre para los inversionistas.

Otros aspectos por considerar, de acuerdo con el Banco de México (Banxico) las tasas de interés de referencia seguirán en 7,75%, la inflación llegará al 3%.

En el ámbito político se prevé estabilidad debido en gran parte a que la conformación del Congreso mexicano en su mayoría es partidaria de MORENA, así como los gobiernos estatales donde también se celebraron elecciones con el 69% de los votos. (Animal Político , 2018).

4. Política nacional y marco legislativo aplicable al sector servicios

El sector en México es muy amplio y se debe entender a través de sus subsectores, como, por ejemplo:

- Turismo
- TIC's
- Salud
- Transporte
- Construcción

Los cuales cuentan con organismos de apoyo entre el gobierno y los privados y organismos dependientes de los diversos ministerios mexicanos, para fortalecer los marcos regulatorios, políticas, participación en el mercado, inversiones, etc. Algunos ejemplos son:

Subsector	Organismo de Apoyo	Organismo dependiente
TICS	<ul style="list-style-type: none"> • Asociación Mexicana de las Industrias de las Tecnologías de Información • Cámara Nacional de la Industria Electrónica, de Telecomunicaciones y Tecnologías de Información 	Secretaría de Economía
Turismo	<ul style="list-style-type: none"> • Consejo Nacional Empresarial Turístico • Confederación de Cámaras Nacionales de Comercio de Servicios y Turismo 	Secretaría de Turismo
Salud	<ul style="list-style-type: none"> • Sociedad Mexicana de Salud Pública 	Secretaría de Salud

	<ul style="list-style-type: none"> Fundación Mexicana para la Salud 	
Transporte	<ul style="list-style-type: none"> Asociación Nacional de Transporte Privado Cámara Nacional de Transportes de Carga 	Secretaría de Comunicaciones y Transportes

Fuente: elaboración propia ProChile

Por otro lado, el actual gobierno cuenta con la “Estrategia Digital Nacional”, el cual es un plan de acción para construir un México Digital, en el que la tecnología y la innovación contribuyan. Se deriva en cinco objetivos:

Objetivo	Descripción
Transformación gubernamental	Tecnificar el gobierno a través de portales inteligentes, aplicaciones móviles, simplificación de procesos.
Economía digital	Desarrollo de ecosistemas de innovación y emprendimiento para impulsar una economía digital que estimule el aumento de la productividad y el desarrollo de nuevas empresas, productos y servicios digitales.
Transformación educativa	Se integran las TIC al proceso educativo para mejorar la calidad de la educación, desarrollar habilidades digitales en nuestros estudiantes e insertar al país en la Sociedad de la Información y el Conocimiento.
Salud universal y efectiva	Uso de tecnología para hacer efectivo el acceso universal a los servicios de salud, y para incrementar su calidad en beneficio de los usuarios.
Innovación cívica y participación ciudadana	Nuevos mecanismos para colaborar con la sociedad en la solución a retos de interés público, impulsando la participación de la ciudadanía en el desarrollo de políticas públicas.

Fuente: México Digital

En México el marco normativo y legal del sector servicios, específicamente TIC's, se basa en la "Tutela Jurídica" establecida por la ONU, que es básicamente la protección y reglamento de las normas establecidas para el uso de la información. El cual se divide en:

- Delitos o crímenes
- Firmas electrónicas
- Privacidad y protección de la información
- Propiedad intelectual
- Cómputo forense
- Contenidos de internet

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

México cuenta con un sistema financiero privado robusto y eficiente para operaciones de este tipo. Sin embargo, también existen instrumentos financieros estatales que respaldan y garantizan una inversión adecuada para la adquisición de servicios. Así mismo se generan los espacios de emprendimiento y contratos de asociación entre empresas privadas, organismos de gobierno para identificar y adquirir fondos internacionales para financiamiento. Un ejemplo claro es la iniciativa México Emprende, que apoya con recursos a emprendedores (<https://www.mexicoemprende.org.mx/>).

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

A través de la Estrategia Digital Nacional, ha mejorado el área de compras públicas, elaborando un portal para las mismas, donde se pueden revisar los proyectos, normativa, participantes, procedimientos, etc. Para más información, se puede consultar en el siguiente link: <https://compranet.funcionpublica.gob.mx/web/login.html>

7. Infraestructura y telecomunicaciones disponibles

Se estima que con el gobierno de AMLO se seguirá invirtiendo en infraestructura y telecomunicaciones, y que crecería 2,6% y 3,1% en 2019 y 2020 respectivamente, (Business Monitor International , 2018).

Hoy en día México cuenta con una vasta red carretera. Según la Red Nacional de Carreteras al cierre de 2017 se contaron alrededor de 390 mil km de carreteras y 26 mil km de líneas férreas. De la misma manera se está

construyendo el nuevo aeropuerto internacional de la Ciudad de México y prácticamente todos los estados de México cuentan con aeropuertos.

Durante el sexenio del presidente Peña Nieto se remodelaron y expandieron los puertos marítimos de Manzanillo, Veracruz y Tuxpan.

En septiembre de 2018, AMLO anunció el proyecto del tren Maya, con una longitud de 972 km, que conectaría los estados de Quintana Roo, Campeche, Yucatán, Chiapas y Tabasco.

En el sector energético se anunció la construcción de seis refinerías durante el periodo presidencial de AMLO.

En el campo de las telecomunicaciones, se estima que, a finales de 2018, existirán 116 millones de usuarios de telefonía móvil y en el primer cuarto de 2019 se pase a tecnología 5G. (Business Monitor International , 2018)

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

Como se menciona anteriormente, México se encuentra en un periodo de transición, sin embargo, se tienen proyectados para el nuevo gobierno de AMLO los siguientes mega proyectos:

- Tren Maya, unirá los estados de Quintana Roo, Chiapas, Campeche, Yucatán y Tabasco, con una inversión estimada de 6 mil millones de dólares.
- 6 refinerías con inversiones de 2 mil millones de dólares, las cuales serán controladas por Petróleos Mexicanos (PEMEX).
- Tren del Istmo, que conectará el Golfo de México con el Pacífico mexicano.
- Plan Nacional de Reconstrucción, en las regiones que sufrieron el terremoto de 2017, con inversiones de alrededor de 532 millones de dólares.
- Programa de Mejoramiento Urbano, programa social para disminuir la brecha de desigualdad en las zonas marginadas de México con inversión en vivienda e infraestructura, se estiman inversiones de aproximadamente 500 millones de dólares.

En el campo agrícola, el gobierno entrante define tres pilares (El Financiero, 2018):

1. Incrementar la productividad, de acuerdo con el futuro secretario de agricultura Víctor Villalobos, afirma que se tienen 27,5 millones de hectáreas de suelos arables agrícolas, pero solo se utilizan 22 millones.
2. Una agricultura más responsable, con ayuda de tecnología hacer uso más adecuado del suelo y del recurso hídrico, que podría reducirse en alrededor del 50%.
3. Agricultura más inclusiva, tomar en cuenta a todo tipo de agricultores, pero con políticas diferenciadas para cada una de las regiones del país.

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

En México la inversión extranjera es detonante del crecimiento económico, por ello el país tiene atractiva apertura para atraer empresas extranjeras. El país azteca cuenta con una participación de empresas de servicios de gran importancia como Google, Microsoft, Uber, Amazon, América Móvil, entre otras.

IV. Descripción sectorial del mercado importador

1. Comportamiento general del mercado

De acuerdo con cifras de ProMéxico el valor de mercado de los alimentos en México ronda los 53 millones de dólares y se prevé un crecimiento promedio anual del 4,7% entre el 2015 y 2020. De la misma manera dicho país ocupa el 3er lugar en producción agropecuaria en América Latina y 12vo a nivel mundial.

El mercado mexicano está compuesto por alrededor de 70 mil empresas que transforman aproximadamente la mitad de la producción del campo y procesan más de 100 productos agropecuarios. (2000agro, 2016); como por ejemplo Bimbo, Grupo Maseca, Mr. Lucky o Grupo Lala.

El sector agroindustrial es de suma importancia para el desarrollo del país, en 2017 el comercio (importaciones y exportaciones) totales de México fue de alrededor de 829 mil millones de dólares, donde el comercio agroindustrial y agropecuario representa el 7,1% (59.57 mil millones dólares), con perspectivas positivas en los próximos años. (Gobierno de México , 2018). De acuerdo con SAGARPA, al cierre del 2018 se tendría un avance del 6%.

Estadísticas de Comercio sector Agro

Miles de dólares.

Año	Exportación Agropecuaria y Agroindustria	Importación Agropecuaria y Agroindustria	Comercio total
2014	25.590.402,00	28.183.085,00	53.773.487,00
2015	26.713.620,00	25.753.431,00	52.467.051,00
2016	28.971.070,00	25.795.722,00	54.766.792,00
2017	32.439.694,00	27.171.987,00	59.611.681,00

Fuente: Elaboración propia con datos del Banco de México

En los últimos cuatro años como denota el cuadro anterior, México ha pasado a depender menos de las compras en el exterior. De acuerdo con los datos del Banco de México, los productos que aumentaron más en volumen de exportación fueron los cítricos con 37,2%; el tomate (o jitomate como es conocido en México) con 27,4%; las legumbres y hortalizas frescas con 7,6%.

En igual periodo se ha producido un aumento de la producción agrícola de un 11% en base a datos de SAGARPA. Este aumento en la producción corresponde a los 52 principales cultivos y debido principalmente a las cosechas frutales que aumentaron un 22%. Pero también se produjeron incrementos significativos en las hortalizas (21%), granos (13,4 %), cultivos agroindustriales (9,6 %), oleaginosas (8,8 %) y forrajes (5,7%). SAGARPA informó que también se produjo un aumento de la producción porcentual de muchos otros cultivos como la soya (105,7%), manzana (91,2 %), espárrago (81 %), zarzamora (77,8 %), brócoli (51,7 %), aguacate (43,6 %), arroz palay (42,1 %), pepino (38,4 %), chile verde (37,8 %) y maíz forrajero (34 %). (Gobierno de México, 2017).

México cuenta con el alrededor de 22 millones de hectáreas para siembra, de las cuales alrededor del 76% son mecanizadas (tecnología, maquinaria y equipos). De la misma forma se tienen 109.8 millones de hectáreas para ganadería. (SIAP, 2018).

La información del Sistema de Información Agroalimentaria y Pesquera (SIAP), afirma que las expectativas, al cierre del 2018, de producción agropecuaria y pesquera, bordeará los 229 millones de toneladas, un incremento del 2,1% respecto a 2017.

El sector de agroindustria cuenta con 1.143 unidades de sacrificio, 3 mil almacenes agrícolas, 90 puntos de venta de alimentos al mayoreo. (SIAP, 2018).

Principales Cultivos en México

Producto	Principales Zonas de cultivo
Maíz	Jalisco, Durango, Zacatecas, Sinaloa, Estado de México
Caña de azúcar	Jalisco, Veracruz, San Luis Potosí
Aguacate	Jalisco, Michoacán, Estado de México
Sorgo	Sonora, Sinaloa, Coahuila
Chile (ají) verde	Chihuahua, Sinaloa, Zacatecas
Tomate	Baja California, Sinaloa, San Luis Potosí
Alfalfa	Chihuahua, Durango, Guanajuato
Trigo	Baja California, Sinaloa Guanajuato
Papa	Sonora, Sinaloa, Veracruz

Fuente: Elaboración propia, con datos del SIAP

2. Estadísticas de producción y comercio del servicio

De acuerdo con cifras del INEGI, el sector terciario (servicios) contribuye con el 64,3% del PIB nacional mexicano. Se estima que existan alrededor de 2 mil unidades económicas enfocadas al sector servicios, en el cual el 6%

corresponde a servicios profesionales, técnicos y científicos, donde podrían clasificarse los servicios para la agroindustria.

3. Proporción de servicios importados

Las soluciones españolas y estadounidenses son las que tienen una mayor presencia en México, de acuerdo con importadores entrevistados, sin embargo, en México no existe un número exacto. La Asociación Mexicana de Constructores de Invernaderos, tienen una fuerte presencia de proveedores extranjeros instalados en México o con representantes comerciales.

Por otro lado, se ha detectado empresas chilenas como Agrosat (<https://agrosat.cl/>), la cual tiene una alianza estratégica con Grupo Tepeyac, Hortifrut (<http://www.hortifrut.com/>) y Mrisk (<http://www.mrisk.cl/>), las cuales ya están instaladas en México.

4. Dinamismo de la demanda

Como se afirma en este documento el sector agroindustrial muestra tasas positivas. Debido a la extensión del país azteca, cada región maneja necesidades diferentes de acuerdo con los tipos de cultivo o producción ganadera. Por ejemplo, la zona con mayor producción de tomate es el estado de Sinaloa, de palta en el estado de Michoacán, bovinos, el estado de Sonora, entre otros. Lo anterior tiene relación directa con una mayor demanda.

5. Canales de comercialización

De acuerdo con lo investigado por la Oficina Comercial, básicamente son dos:

- Representación comercial o socio local

Las empresas extranjeras usan socios locales para ofrecer sus productos o servicios; o usan un representante local que los apoye con las ventas y atención a los diferentes clientes, mientras la implementación se puede hacer vía remota.

- Establecimiento en el país

La empresa inicia operaciones en el mercado mexicano.

6. Principales players del subsector y empresas competidoras

Dentro del sector, uno de los miembros más importantes es el Consejo Nacional Agropecuario (CNA), cuyo objetivo es representar, defender y fomentar la actividad agropecuaria. Dentro de sus miembros, destacan compañías como grupo MASECA, BIMBO, SIGMA ALIMENTOS, NESTLÉ.

A continuación, se enlistan algunas empresas competidoras que proveen soluciones:

Empresa	Web
Metaliser	http://www.metaliser.com/
Invermex	http://www.invermex.com/
Grupo U	http://www.mrlucky.com.mx/
Steelway	https://www.steelway.mx/
Invernaderos Premier	http://www.invernaderospremier.com/
Agroquímicos y Semillas de Puebla	http://agropue.com/
Ulma	http://www.ulmaagricola.com
Inverca	http://www.inverca.mx/es-mx/
ACEA	http://acea.com.mx/
Agros	http://www.agros.com.mx/es-mx/
Grupo Tepeyac	http://www.ftepeyac.com.mx/en/

Fuente: Elaboración Propia con datos de ProChile

7. Marco legal y regulatorio del subsector

Las empresas deben tomar en cuenta siempre asesorarse con despachos de abogados que les apoyen a ofrecer sus soluciones o instalarse, con el objetivo de disminuir la curva de aprendizaje, ProChile México cuenta con una fuerte base de datos en este ámbito.

Por otro lado, existen leyes que aplican para todos, como, por ejemplo:

- **Ley Federal del Trabajo:**
http://www.stps.gob.mx/bp/secciones/junta_federal/secciones/consultas/ley_federal.html
- **Ley Federal de Competencia**
http://www.diputados.gob.mx/LeyesBiblio/pdf/LFCE_270117.pdf
- **Ley General de Sociedad Mercantiles**
http://www.diputados.gob.mx/LeyesBiblio/pdf/144_140618.pdf
- **Leyes de Impuestos Sobre la Renta y el Impuesto Empresarial Tasa Única**
http://dof.gob.mx/nota_detalle.php?codigo=5002337&fecha=01/10/2007
- **Ley de Propiedad Industrial**
http://www.diputados.gob.mx/LeyesBiblio/pdf/50_180518.pdf

8. Tendencias comerciales del sector

El panorama del sector agroindustrial en México es positivo, como se menciona anteriormente tanto en producción como en exportaciones las tasas muestran alzas importantes, como ejemplo: en el mercado de alimentos se espera que tenga tasas de 4,7% hacia 2020, de acuerdo con ProMéxico.

De acuerdo con información de importadores y el Consejo Nacional Agropecuario, en los próximos años se tendrán que afrontar muchos retos para que la agroindustria siga siendo competitiva, entre ellos el manejo del agua, la tecnificación, la comercialización y la productividad; lo cual genera oportunidades para aquellas empresas que brinden soluciones en esos ramos.

V. Competidores

1. Principales proveedores externos

De acuerdo con las entrevistas hechas a los proveedores de soluciones del sector, afirman que la mayoría de las empresas externas son de origen estadounidense, español y holandés, las que cuentan con una representación mexicana, un socio local o están instalados completamente.

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

Los competidores locales brindan una intensa gama de soluciones:

- Automatización de cultivos
- Control de riego
- Geolocalización
- Construcción de invernaderos
- Soluciones para usar de la mejor manera los recursos
- Servicio de mantenimiento
- Seguridad
- Limpieza
- Desarrollo e investigación
- Drones para facilitar irrigación

3. Segmentos y estrategias de penetración de competidores.

La República Mexicana no se debe ver como un todo. Para una empresa que se quiere instalar u ofrecer sus soluciones, lo ideal es entender que el país ofrece distintas regiones de producción ya sea de cultivos o ganadería.

Ante esto, lo que hacen los proveedores es primero incursionar el mercado mexicano con algún socio local o representante, que les apoye a entender el mercado y disminuir la curva de aprendizaje. Mas adelante el proveedor decidirá si se instala definitivamente en México.



Dentro de las estrategias de penetración que se usan actualmente son:

- Participación en ferias o exposiciones: en México se tienen dos ferias representativas del sector, Expo AgroGuanajuato (<https://www.expoagrogto.com/>) y Expo AgroSinaloa (<https://expoagro.org.mx/>).
- Misiones comerciales: las empresas a través de organismos públicos como ProChile o privados, buscan reuniones comerciales con contrapartes que les apoyen a comercializar sus soluciones, conocer las tendencias del mercado, inteligencia comercial.
- Agendas de negocios: las empresas solicitan reuniones comerciales con potenciales clientes.
- Concursos: una de las herramientas que ofrece ProChile son los concursos de industrias y servicios, los cuales pueden apoyar la entrada al mercado mexicano, con apoyo para misiones comerciales, participación en ferias, estudios de mercado, etc.

VI. Obstáculos a enfrentar por los exportadores de servicios

Los obstáculos que podrían dificultar el acceso al mercado mexicano son:

- Desconocimiento del mercado
- Métodos de pago
- Desconocimiento de las leyes locales
- Falta de capacidad de negociación con usuarios locales
- Extensión del país
- Alta competencia con empresas locales y extranjeras

VII. Indicadores de demanda para el servicio

Dentro del Plan de Desarrollo 2018-2024 del nuevo gobierno, uno de los ejes estratégicos es la reactivación del campo mexicano, sobre todo en la zona Sureste del país. Se esperan inversiones de alrededor de 600 millones de dólares, distribuidos en 19 entidades de la República Mexicana, creando 400 mil empleos. (AMLO, 2018).

De la misma manera, el Consejo Nacional Agropecuario (CNA) afirma que es importante la innovación y el desarrollo del sector, con el objetivo de incrementar la productividad, entendiendo que la tecnología es un socio importante. (Expansion, 2017)

VIII. Opiniones de actores relevantes en el mercado

Se realizaron acercamientos con el Consejo Nacional Agropecuario y empresas que brindan soluciones al sector, coincidiendo que el sector agroindustrial en México necesita mayores inversiones en tecnificación e innovación para mejorar la productividad. Uno de los grandes problemas que aqueja las distintas regiones de México es el agua, el campo mexicano, sobre todo en la zona norte donde se presentan grandes retos para su manejo. Es por ello por lo que soluciones que brinden un mejor manejo y ahorro de agua siempre serán bienvenidas.

Por otro lado, México es un país con mucha diversidad y hay que verlo de acuerdo con casos particulares, no es lo mismo las necesidades del estado de Nuevo Leon a las de Quintana Roo.

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

- La búsqueda de un socio local que disminuya la curva de aprendizaje y acelere los negocios, es primordial
- El mexicano es una persona muy relacional y busca siempre la confianza para cerrar negocios, es por eso por lo que realizar visitas frecuentes y tener una contraparte es básica.
- Ocupar las herramientas que brinda ProChile para la expansión de mercados.
- Participar en Ferias del sector que ayuden a conocer futuros usuarios y eliminen costos logísticos. Como se menciona en el documento, la extensión del país puede llegar a ser una barrera para conocer potenciales usuarios.
- Realizar misiones comerciales para conocer y entender mejor el mercado mexicano, ProChile México puede apoyar al empresario.
- Informarse sobre leyes, normas y regulaciones que pueden afectar el ofrecimiento de servicios.
- Conocer lo que ofrece la competencia.
- El mercado mexicano hace mucho énfasis en el precio.

X. Contactos relevantes

Contacto	Web
Consejo Nacional Agropecuario	http://cna.org.mx/
Asociación Nacional de Horticultura Protegida	http://www.amhpac.org/es/
Asociación Mexicana de Constructores de Invernaderos	http://amcimexico.org/
Confederación de Cámaras Industriales de los Estados Unidos Mexicanos	http://concamin.mx/?page_id=191
SAGARPA	https://www.sagarpa.gob.mx/
SIAP	https://www.gob.mx/siap
Expo AgroGuanajuato	https://www.expoagrogto.com/

Expo AgroSinaloa	http://expoagro.org.mx/
Asociación de Productores y Empacadores Exportadores de Aguacate de México	http://www.apeamac.com/que-es-apeam/
Asociación Nacional de Exportadores de Berries de México	http://www.aneberries.mx/

XI. Fuentes de información (*Links*).

2000agro. (octubre de 6 de 2016). *Agroindustria mexicana*. Obtenido de <http://www.2000agro.com.mx/agroindustria/agroindustria-mexicana/>

AMLO. (2018 de octubre de 2018). *Presidente electo presenta programa Sembrando Vida que reactivará el sureste mexicano*. Obtenido de <https://lopezobrador.org.mx/temas/campo/>

Animal Político . (2 de julio de 2018). *El PRI se queda sin nada: Morena gana 5 gubernaturas, el PAN 3 y MC 1*. Obtenido de <https://www.animalpolitico.com/2018/07/morena-logra-5-de-9-gubernaturas-pri-pierde/>

Business Monitor International . (26 de septiembre de 2018). *Key View - Mexico Infrastructure Key View*. Obtenido de https://0-bmo.bmiresearch.com.millenium.itesm.mx/article/view?article=1400367&iso=MX&active_pillar=Analysis&name=Mexico%20Infrastructure%20Key%20View&widget=Key%20Strategic%20Content&url=https://0-bmo.bmiresearch.com.millenium.itesm.mx/dailyviewsstrategic

Business Monitor International . (1 de octubre de 2018). *Key View - Mexico Telecommunications Key View*. Obtenido de https://0-bmo.bmiresearch.com.millenium.itesm.mx/article/view?article=1402698&iso=MX&active_pillar=Analysis&name=Mexico%20Telecommunications%20Key%20View&widget=Key%20Strategic%20Content&url=https://0-bmo.bmiresearch.com.millenium.itesm.mx/dailyviewsstrat

Business Monitor International . (3 de julio de 2018). *Mexico Country Risk Report*. Obtenido de https://0-bmo.bmiresearch.com.millenium.itesm.mx/reports/view?issue=20181001&productid=29&iso=MX&active_pillar=Analysis&name=Mexico%20Country%20Risk%20Report&widget=Related%20Reports&url=https://0-bmo.bmiresearch.com.millenium.itesm.mx/article/view&page=A

El Financiero. (11 de julio de 2018). *¿Cuál es la estrategia de AMLO para el campo hacia 2024?* Obtenido de <http://www.elfinanciero.com.mx/economia/cual-es-el-proyecto-de-amlo-hacia-2024>

Expansion. (24 de octubre de 2017). *La tecnología es el "socio" que necesita el sector agroindustrial en México*.
Obtenido de <https://expansion.mx/empresas/2017/10/24/la-tecnologia-es-el-socio-que-necesita-el-sector-agroindustrial-en-mexico>

Expansión. (24 de octubre de 2017). *La Tecnología es el socio que necesita el sector agroindustrial mexicano*.
Obtenido de <https://expansion.mx/empresas/2017/10/24/la-tecnologia-es-el-socio-que-necesita-el-sector-agroindustrial-en-mexico>

Gobierno de México . (mayo de 2018). *TLCUEM Ficha*. Obtenido de
https://www.gob.mx/cms/uploads/attachment/file/330038/TLCUEM_ficha_Agroalimentario.pdf

Gobierno de México. (8 de mayo de 2017). *Agroindustria en México*. Obtenido de
<https://www.gob.mx/firco/articulos/agroindustria-en-mexico?idiom=es>

Gobierno de México. (25 de septiembre de 2017). *Aumenta producción agrícola 11 por ciento en cuatro años: SAGARPA*. Obtenido de <https://www.gob.mx/sagarpa/prensa/aumenta-produccion-agricola-11-por-ciento-en-cuatro-anos-sagarpa>

ProMéxico. (2017). *Agroindustria 2017*. Obtenido de
<https://www.promexico.mx/documentos/sectores/presentacion-agroindustria.pdf>

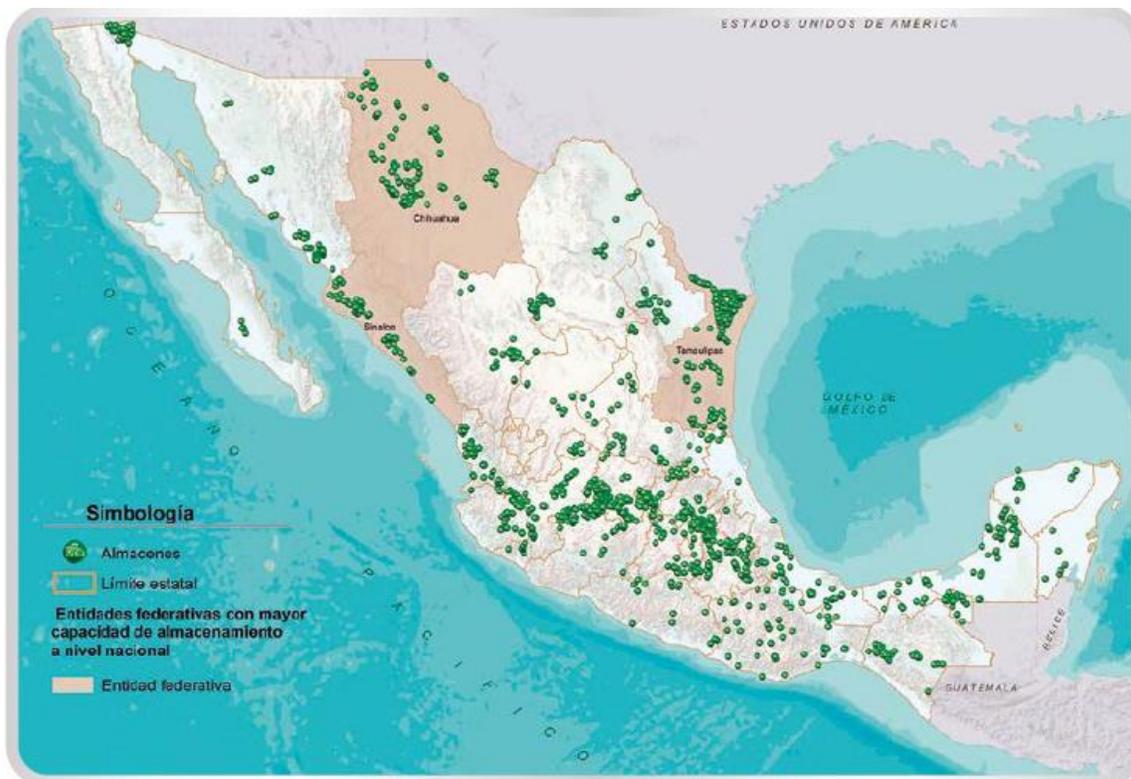
SAGARPA. (2018). *Agroindustria motor de desarrollo*. Obtenido de
<https://www.gob.mx/sagarpa/articulos/agroindustria-motor-de-desarrollo?idiom=es>

SIAP. (2018). *Atlas Agroalimentario 2012-2018*. Obtenido de
https://nube.siap.gob.mx/gobmx_publicaciones_siap/pag/2018/Atlas-Agroalimentario-2018

XII. Anexos

- Proyecto Nación nuevo gobierno de México:
 - <http://morenabc.org/wp-content/uploads/2017/11/Plan-de-Nacion-de-Morena.pdf>
- Agroindustria 2017, ProMéxico:
 - <http://www.promexico.mx/documentos/sectores/presentacion-agroindustria.pdf>
- Sector Agroindustrial México:
 - https://www.gob.mx/cms/uploads/attachment/file/330038/TLCUEM_ficha_Agroalimentario.pdf

Principales zonas agrícolas de México



ALMACENES AGRÍCOLAS EN MÉXICO, SIAP 2018

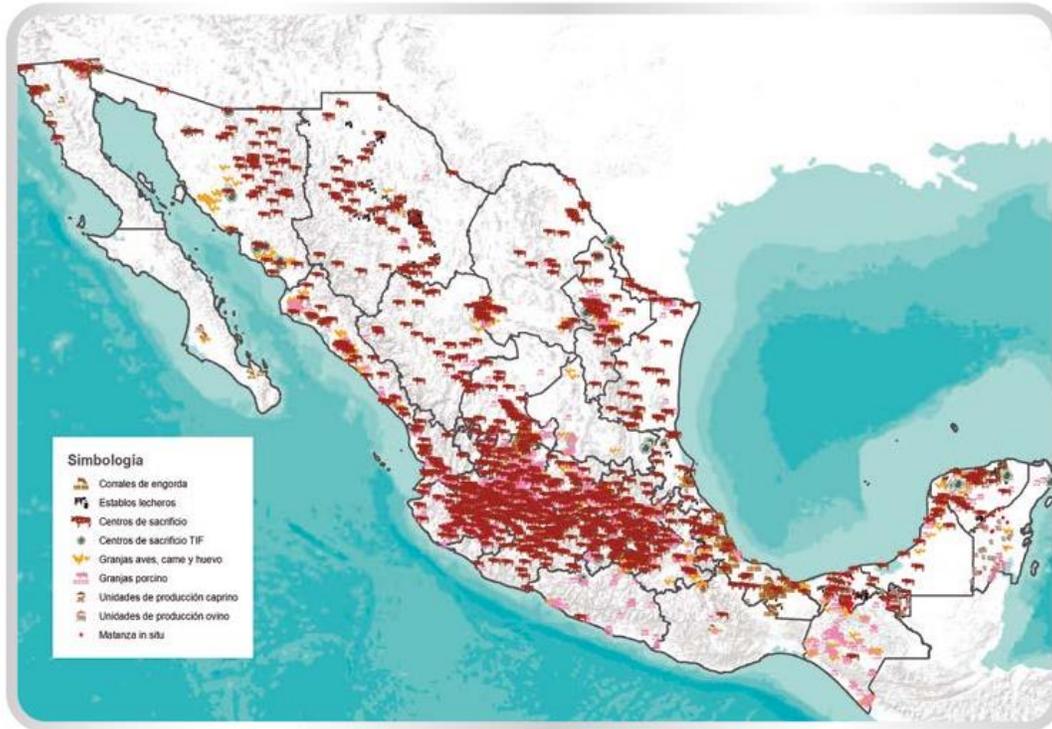
De los más de 3mil almacenes agrícolas, el SIAP cuenta con la información de 2,057 bodegas de almacenamiento georreferenciadas a nivel nacional, destacan los estados de Tamaulipas, Sinaloa y Chihuahua, por su mayor capacidad de almacenamiento (4,869,715, 3,112,072 y 2,735,006 toneladas respectivamente*). (SIAP, 2018)

Principales Cultivos en México

Producto	Principales Zonas de cultivo
Maíz	Jalisco, Durango, Zacatecas, Sinaloa, Estado de México
Caña de azúcar	Jalisco, Veracruz, San Luis Potosí
Aguacate	Jalisco, Michoacán, Estado de México
Sorgo	Sonora, Sinaloa, Coahuila
Chile (ají) verde	Chihuahua, Sinaloa, Zacatecas
Tomate	Baja California, Sinaloa, San Luis Potosí
Alfalfa	Chihuahua, Durango, Guanajuato
Trigo	Baja California, Sinaloa Guanajuato
Papa	Sonora, Sinaloa, Varacruz

Fuente: Oficina comercial de ProChile México con datos de SAGARPA/ SIAP, 2018

Principales zonas pecuarias de México



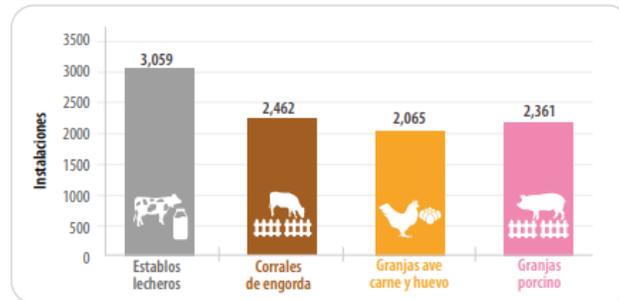
CAPACIDAD OPERATIVA DEL SECTOR, SIAP 2018



Jalisco (2,681), San Luis Potosí (2,125) y Tamaulipas (1,873) son las entidades con el mayor número de instalaciones pecuarias a nivel nacional (SIAP, 2018)

La infraestructura pecuaria comprende todas las actividades de ganado mayor y especies menores, entre las que destacan el ganado bovino, aves y porcino.

La infraestructura pecuaria comprende todas las actividades de ganado mayor y especies menores, entre las que destacan el ganado bovino, aves y porcino.



FUENTE: SIAP, 2018