

# Audiovisual en México

## A. CIFRAS CLAVE

México cuenta con uno de los mercados cinematográficos y audiovisuales más grandes del mundo. El país concentra empresas nacionales y transnacionales dedicadas a la producción, distribución y exhibición de contenidos, además de una amplia red de 7.289 salas de cine y plataformas locales con proyección internacional y potencial industrial (**Vix, Claro Video, Nuestro Cine Mx**). Además, su cercanía a Hollywood y al resto de países latinoamericanos refuerza su atractivo como destino para la industria, especialmente en producciones en español.

Al margen de Estados Unidos, cuyas cifras superan con creces las de los demás países, **España es el tercer coproductor más importante para México, con un promedio de 8 películas al año**, precedido por Francia (8,6) y Argentina (8,4).<sup>1</sup>

Indicador <sup>2</sup>	Valor <sup>3</sup>
Largometrajes producidos (2023)	234
Largometrajes coproducidos (2023)	49
Series producidas (2023)	87
Entradas vendidas (2023)	218 millones (9,3 nacionales)
Pantallas de exhibición comercial (2023)	7.289
Impacto total en PIB	10.000 MEUR
Impacto en empleo	200.000 personas empleadas

<sup>1</sup> Anuario estadístico de IMCINE 2023, sólo cuentan los largometrajes para cine.

<sup>2</sup> Anuario estadístico de IMCINE 2023 y estudio Oxford Economics (2024), "La contribución económica de la industria audiovisual mexicana".

<sup>3</sup> Al tipo de cambio de marzo de 2025.

## B. CARACTERÍSTICAS DEL MERCADO

### B.1. Definición precisa del sector estudiado

El sector audiovisual comprende la creación y producción de contenidos para medios de comunicación de audio y vídeo, incluyendo cine, televisión, documentales, vídeos en línea, transmisiones en directo, publicidad, animación, vídeos musicales, entre otros. Dentro de estos servicios, se puede diferenciar entre producción de los contenidos y la distribución de los contenidos ya producidos para su emisión en salas, plataformas, televisión, etc. En concreto, esta ficha abordará las coproducciones, tanto en cine como en televisión, es decir, la producción conjunta entre dos empresas de diferentes países, y también algunos aspectos importantes vinculados con la distribución.

El sector audiovisual se encuentra clasificado según el tipo de actividad en varios códigos CNAE (Clasificación Nacional de Actividades Económicas). Algunos de estos códigos CNAE son:

<b>CNAE 5915</b>	Producción de películas cinematográficas, videos y programas de televisión
<b>CNAE 5915</b>	Actividades de posproducción cinematográfica, de video y de programas de televisión
<b>CNAE 5913</b>	Distribución cinematográfica y de video
<b>CNAE 5914</b>	Actividades de exhibición cinematográfica
<b>CNAE 5911</b>	Actividades de producción cinematográfica
<b>CNAE 6020</b>	Actividades de programación y emisión de televisión

### B.2. Tamaño del mercado

En 2023, la contribución económica del cine y la industria audiovisual al PIB mexicano fue del 1,25 %. Según un [estudio de Oxford Economics para CANACINE](#), se ha estimado que la aportación del sector audiovisual al PIB mexicano aumentó un 17 % entre 2022 y 2024, y los empleos un 19 %.

El crecimiento sostenido de la producción en México ha sido impulsado por la inversión extranjera directa y el modelo “obras por encargo”, lo que redujo la dependencia del Estado y permitió a las productoras capitalizarse tanto a corto como a largo plazo. En 2024, la inversión extranjera directa en la industria fílmica y del video e industrial del sonido fue de 849 MUSD ([Gobierno de México, 2025](#)), destacando Ciudad de México, que captó el 59 % del total nacional. Todo ello ha consolidado al país como un **hub regional de producción**. El crecimiento de la producción en México ha ido impulsando al alza los precios, afectando especialmente al cine de autor y al género documental ([IMCINE 2023](#)). En 2023, el coste promedio de producción de una película se situó en 19 millones de pesos (889.000 EUR).

La plataforma que más invirtió en producciones nacionales fue Netflix, seguida de VIX, Prime Video, VIX y Star+. Amazon Prime Video es la plataforma con más contenido coproducido entre México y España, desde 2019. Es probable que ViX destaque en los próximos años debido a los acuerdos de producción entre Onza Américas y la plataforma mencionados en el apartado C.

Entre 2019 y 2023, se han producido 1.078 largometrajes, de los cuales 351 fueron coproducciones, es decir, un 32,5 % (IMCINE; IMDB, 2024). Si se cuentan sólo los largometrajes para cine, entre 2021 y 2023 se han realizado 176 coproducciones, 26 con España, donde México ha sido 16 veces país mayoritario, y sólo 7 han recibido también apoyo del Estado (EFICINE).

Al margen de Estados Unidos, **España es el tercer coproductor más importante para México**, con un promedio de 8 películas al año, muy próximo a Francia (8,6)<sup>4</sup> y Argentina (8,4) y a gran distancia de Colombia (4,4) y Chile (4). La coproducción mexicano-española ha mantenido una tendencia creciente ([IMCINE 2023](#)). Cabe mencionar

<sup>4</sup> Desde 2017, tras la actualización de los acuerdos de cooperación cultural, México se ha convertido en el país de acuerdos prioritarios para Francia, lo que impulsó la consolidación del Viva Mexico, festival de cine mexicano en París, que, junto con el Festival de Biarritz, promueve la coproducción entre ambos países.

que España y México cuentan con un [Acuerdo de Coproducción Cinematográfica entre México y España](#), en vigor desde 2004.

En el marco de **Ibermedia**, entre 2020 y 2024, México ha sido seleccionado en 41 coproducciones, de las cuales 2 han sido con España, ambas como productor minoritario. Los expertos consultados estiman que, en el marco de este mecanismo de producción, la participación de las empresas productoras mexicanas está por debajo de sus capacidades y las cifras de coproducción con España son significativamente mejorables.

En 2023 se estrenaron 433 películas en cines comerciales de México, de las cuales 95 fueron nacionales, 8 más que en 2022 y 29 más que en 2021. La asistencia total superó los 218 millones de entradas vendidas, con 9,3 millones destinadas al cine mexicano. Aunque esta cifra ha crecido desde la pandemia, aún no alcanza los niveles de 2019 (341 millones). Ciudad de México concentró la mayor cantidad de espectadores. La cartelera de cine en México está dominada por títulos estadounidenses, seguidos de los títulos europeos, que superan a los latinoamericanos. Los países europeos que más éxito tienen en taquilla son Reino Unido y España; mientras que los que más estrenan son, con diferencia Francia, seguida de Reino Unido y España ([IMCINE 2023](#)).

## B.3. Principales actores

### B.3.1. Organismos públicos

- [Instituto Mexicano de Cinematografía \(IMCINE\)](#): organismo público descentralizado responsable del impulso y fomento del cine en México y encargado de establecer convenios de cooperación, reconocimientos de coproducciones e intercambios con instituciones nacionales y extranjeras. Supervisa y coordina todas las convocatorias nacionales de los fondos y estímulos destinados a la cinematografía.
- [Ibermedia](#): busca estimular la coproducción de películas de ficción, documental y series entre los países iberoamericanos, incluyendo a Italia.
- [FILMA Jalisco](#): único organismo estatal que cuenta con un programa de incentivos a la industria audiovisual.
- [Instituto Nacional de derechos de autor \(INDAUTOR\)](#): dedicado a fomentar la creación de obras cinematográficas, llevar su registro, promover la cooperación internacional con otras instituciones homólogas y prevenir la violación de los derechos de autor de las obras.
- [Dirección General de Radio, Televisión y Cinematografía \(DGRTC\)](#): regula todas las autorizaciones para que las películas puedan ser distribuidas, exhibidas, dobladas al español, comercializadas y vigilar que los exhibidores cumplan con el tiempo de exhibición de las obras.
- [Instituto Federal de Telecomunicaciones](#): organismo autónomo, supervisa y regula la industria de telecomunicaciones y radiodifusión.

### B.3.2. Asociaciones

- Sociedad General de Escritores de México (SOGEM)
- Asociación Mexicana de Cinematógrafos (AMC)
- Asociación Mexicana de Editoras y Editores (AMEE)
- Sociedad de Autores y Compositores de México (SACM)
- Asociación de Mujeres en el Cine y la Televisión
- Asociación Mexicana de Productores Independientes (AMPI)

### B.3.3. Empresas privadas

- **Plataformas productoras**: Netflix, seguida de VIX, Prime Video y Star + (2023).
- Las **distribuidoras más importantes** de México son Videocine, Sony, Cinépolis Distribución y Disney.
- **Distribuidoras mexicanas medianas**: Diamond, Zima, Corazón Films, Cine Caníbal.
- **Distribuidoras pequeñas**: Piano, Pimienta Alfhaville, Interior XIII, Aníbal.
- Las dos **televisiones privadas** que dominan el mercado son Televisa, que cuenta con Vix, y TV Azteca, del Grupo Salinas.

- La **televisión pública** se rige a través de la Red de Radiodifusoras y Televisoras Educativas y Culturales de México, A.C, con 64 sistemas de radio y televisión públicas y de instituciones educativas afiliadas.

## C. LA OFERTA ESPAÑOLA

La gran mayoría de las empresas españolas que han producido en México lo han hecho a través de la coproducción, sin oficinas en el país, atendiendo a proyectos específicos, sin un plan de colaboración a largo plazo entre empresas del sector. Por su parte, empresas mexicanas como [El estudio](#) (Pablo Cruz y Enrique López Laviña), [EFD](#) o The 42 film (Alberto Mufelman) se han instalado en España como plataforma de entrada al mercado europeo.

En el ámbito televisivo, **Onza américas** (filial española de Onza) y la productora mexicana BH5 Studios firmaron en 2024 una alianza para producir y coproducir series de televisión. En 2021, la empresa mexicana BTF Media y la española Secuoya Studios crearon Micelio Media Group para sus producciones en Argentina, Chile, Colombia y Estados Unidos. Por su parte, **Media Pro es una de las mayores empresas españolas instaladas en México.**

Las plataformas comerciales españolas de *streaming* en México son **Atresplayer** y **FlixOlé**. En la plataforma ClaroVideo hay una sección en el carrusel principal donde se promueve contenido de RTVE+ y en Mubi hay una colección de cine español. Netflix es la plataforma que más contenido español ofrece, con “La casa de Papel” y “Berlín” entre las diez series más vistas de habla no inglesa. Destaca también El Hoyo, así como buena parte de la filmografía de Pedro Almodóvar. Le siguen Amazon Prime Video y Claro Video.

## D. OPORTUNIDADES DEL MERCADO

### D.1. Demanda y preferencias del público

Destaca en particular la comedia, con el 68,94 % de los ingresos de taquilla en México, seguida del drama con un 25,12 % y el resto de las categorías con un 5,94 % combinado. Una de las tendencias en el sector de plataformas de *streaming* es la compra y adaptación de obras literarias o de *podcasts*. Otra tendencia en las plataformas es la producción de series que fueron exitosas en el pasado, conocida como *reboot*. También destaca el éxito del *true crime* y las *biopics* de deportistas y cantantes.

Los públicos mexicano y español comparten numerosos referentes en diversos ámbitos culturales, lo que les confiere una sólida cercanía y fomenta una estrecha conexión, aunque evidentemente conectan más en unos géneros que otros (p. ej., es más difícil en la comedia, que en cada país atiende a particularidades muy locales, que en el drama). España es el segundo país con más proyecciones comerciales de cine mexicano entre 2009 y 2023 (115), tras Estados Unidos (131) y seguida de Costa Rica (82) y Francia (76). **En 2023 fue el primer país con 23 proyecciones**, 12 más que Estados Unidos. En participaciones de películas mexicanas en eventos, España ocupa el tercer lugar (154) tras Estados Unidos (442) y Francia (232) ([IMCINE 2023](#)).

Por otra parte, según el guionista español [Pablo Aramendi](#), y para el caso específico de la ficción televisiva, en México predominan formatos largos como telenovelas, con episodios cortos y frecuentes, mientras que en España las series son más concisas y menos frecuentes. Además, en México el horario estelar es más temprano y domina el drama, mientras que en España hay más comedia.

### D.2. Mercado hispano en Estados Unidos

La población hispana en Estados Unidos, estimada en 62 millones de personas, es gran consumidora de contenidos audiovisuales. Sin embargo, está subrepresentada en los contenidos estadounidenses, lo que supone una oportunidad para el cine mexicano en la creación de historias y personajes que reflejen esta identidad cultural. Se recomienda considerar a este público al desarrollar proyectos audiovisuales con potencial de exportación.

### D.3. Distribución y exhibición

Como se ha visto anteriormente, España compite con una fuerte presencia de Francia y Reino Unido, pero gracias a la ventajosa proximidad cultural, existe un margen de mejora para incrementar la presencia del cine español en México.

En el marco de la distribución y exhibición, México ocupa **el cuarto puesto del mundo en número de pantallas de exhibición comercial (7.289) y el cuarto también en número de entradas de cine vendidas (218 millones)** ([IMCINE](#), 2023). En cuanto a la recaudación en taquilla global, México incrementó en un 14 % sus ventas de 2022 a 2023, alcanzando los 820 MUSD ([IMCINE 2023](#)). El consumo total de los hogares en la adquisición de bienes y servicios relacionados con la industria cinematográfica en 2022, por ejemplo, cerró en 27.775 millones de MXN (1.306 MEUR), lo que representó un incremento de 43,8 % con respecto a 2021, una recuperación rápida después de la pandemia. Es el segundo gasto más importante en cultura y esparcimiento de los hogares, por encima de los conciertos y espectáculos y por debajo del gasto en libros.

### D.4. Financiación y apoyos públicos

El sistema de incentivos más importante es [EFICINE](#), creado en 2007, que permite a las empresas aportar recursos económicos a un proyecto cinematográfico a cambio de una reducción del impuesto sobre la renta. No obstante, gran parte de los proyectos se producen sin financiamiento público. Actualmente, el sistema de incentivos fiscales y subsidios mexicano está en revisión y se está buscando poner el foco en las producciones relacionadas con las lenguas indígenas o con comunidades subrepresentadas.

La estrategia más viable es la realización de **alianzas con productoras locales de trayectoria**, incluyendo cofinanciación de entidades iberoamericanas o europeas.

### D.5. Infraestructura y costes de producción

El auge de la producción y la llegada de las plataformas ha provocado un aumento de costes que ya se está normalizando. La solidez de la infraestructura audiovisual mexicana, con servicios de posproducción de calidad y foros tecnológicos avanzados, sigue siendo un factor competitivo clave. Además, la cercanía a Los Ángeles y las ventajas del tratado de libre comercio facilitan la importación de tecnología y servicios especializados.

## E. CLAVES DE ACCESO AL MERCADO

### E.1. Producción

México cuenta con varios foros de coproducción relevantes, destacando el Foro de Coproducción Iberoamericana del [Festival de Guadalajara](#), el evento más influyente de la industria, y los encuentros de coproducción de [MestizoLab](#), que fortalecen la relación entre México y España. En España, [Iberseries & Platino Industria](#) y el [Foro de Coproducción de San Sebastián](#) son los principales puntos de encuentro para la industria mexicana.

Por otro lado, [MIP Cancún](#) se ha consolidado como un evento clave para *networking* en la industria televisiva, con participación de productoras mexicanas y españolas como Mediapro, compitiendo con Content America en Miami.

### E.2. Distribución

México es uno de los cinco mercados más grandes para la distribución en salas ([Tartaglioni, 2024](#)), en buena medida debido a la edad media de su población, con una pirámide demográfica amplia en la franja 15-29 años, además del lugar que ocupa el cine en la cultura popular e institucional.



El mercado de la **exhibición** está concentrado en dos empresas nacionales, que poseen el 92 % de las salas comerciales del país: **Cinépolis** (4.127 salas) y **Cinemex** (2.866 salas) ([CANACINE, 2024](#)). Cinépolis es la tercera cadena más grande del mundo, con salas en 10 países de América Latina, en Estados Unidos y España.

La concentración del 80 % de la recaudación en los grandes estudios estadounidenses ha generado un fenómeno de embudo, pues las producciones locales e internacionales encuentran pocos espacios de exhibición. Este efecto se ha venido reduciendo por la llegada de las plataformas, que han facilitado el acceso a mayor diversidad de contenidos. Netflix domina el mercado de plataformas, aunque ha reducido su cuota de un 80 % en 2018 a un 53 % en 2023, con 7,2 millones de suscriptores. Las plataformas con más suscriptores pertenecen a corporaciones consolidadas en el sector tecnológico (Netflix y Amazon Prime Video), el sector de los estudios y distribuidoras de Hollywood (Max de Warner-Discovery, Disney+, Paramount+ de National Amusements), el sector televisivo (ViX de Televisa-Univisión) y el de telecomunicaciones (Claro Video de América Móvil). Las plataformas públicas y de interés general accesibles en el país son 17, de las cuales 1 es española, **RTVE Play**, y 6 son mexicanas.

De acuerdo con el [artículo 19 de la Ley Federal de Cinematografía](#), los exhibidores deben reservar el 10 % del tiempo total de exhibición para la proyección de películas nacionales en sus respectivas salas, pero esto no siempre se cumple, debido a los tratados internacionales que México ha firmado y en los que no ha acordado una obligación sobre el tiempo que debe dedicarse a la proyección de películas nacionales. Asimismo, toda película nacional se estrenará en salas por un período no inferior a una semana.

México no cuenta con agentes de ventas, por lo que las distribuidoras negocian directamente la exhibición de películas, a diferencia de países como España o Francia. Esto hace que la distribución sea más costosa y dificulta la llegada de cine independiente, ya que su alcance en salas de arte es limitado. En estos casos, las distribuidoras cobran un **fee de distribución** en lugar de un porcentaje de taquilla.

Para las películas mexicanas o coproducciones con México, las distribuidoras recurren a **EFICINE Distribución** para financiar los costes de distribución y promoción. En estos casos, también pueden contar con el apoyo de agencias de impacto como Calouma o Fiasco.

### E.3. Legislación aplicable y otros requisitos

Las actividades cinematográficas nacionales están regidas por la [Ley Federal de Cinematografía](#) sobre la producción, distribución y comercialización y exhibición de películas. Se está trabajando en una nueva actualización, pero está pendiente su tramitación en el legislativo. En este [artículo de la UNAM](#) se puede encontrar más información. En el ámbito estatal, sólo cinco estados cuentan con su propia Ley de Cinematografía: [Ciudad de México](#), [Baja California](#), [Chihuahua](#), [Jalisco](#) y [Nuevo León](#).

Cuando se termina la película, **es necesario solicitar el Certificado de Origen** que avala que las películas son nacionales, por haber sido realizadas por personas o entidades mexicanas, o bajo acuerdos internacionales de coproducción con otros países.

En televisión, la normativa se rige por la [Ley Federal de Telecomunicaciones y Radiodifusión \(LFTR\)](#). El Instituto Federal de Telecomunicaciones se encarga de las clasificaciones de edad (la misma que para cine).

### E.4. Ayudas

#### E.4.1. Preproducción, producción y posproducción

- [Instituto Mexicano de Cinematografía \(IMCINE\)](#):
  - [Programa de estímulo a la escritura de guion y desarrollo de proyectos](#)
  - [Programa de fomento al cine mexicano \(FOCINE\)](#)
  - [EFICINE 189](#): programa de beneficios fiscales
  - [Estímulo para la creación audiovisual en México y Centroamérica para comunidades indígenas y afrodescendientes \(ECAMC\)](#)
  - [Centro de Apoyo a la Posproducción \(CAPP\)](#)



- [Estímulo para la formación audiovisual independiente \(EFAI\)](#)
- [Ibermedia](#)
- [FILMA Jalisco](#): El Gobierno de Jalisco reembolsa un porcentaje de lo que se haya invertido en filmación.

## E.4.2. Distribución

- [EFICINE Distribución](#)
- [FOCINE](#)
- [Fideicomiso para la Promoción del Cine Mexicano \(PROCINE\)](#): para Ciudad de México.
- [IBERMEDIA](#): Lanzado en 2025 para películas y series iberoamericanas, incluyendo España.

## E.5. Ferias

- [Festival Internacional de Cine de Guadalajara \(FIGG\)](#): organizado por FILMA Jalisco, este festival sigue siendo el más influyente en términos de la industria. En él tiene lugar el **Foro de coproducción iberoamericana**.
- [Iberseries & Platino Industria](#): punto de encuentro de plataformas, cadenas de televisión, creativos, productores, distribuidores, etc. Se celebra en Madrid. Lleva a cabo eventos de *pitching* para seleccionar proyectos de diferentes países. Han participado compañías mexicanas, como *Ánima*, *Dopamine*, así como *3Pas Studios* (con oficina en México) o *Gato Grande*. Asimismo, participan productoras internacionales como *Amazon Studios*, *BBC Studios*, *Gaumont*, *Sony* y *Warnes Bros*.
- [Festival Internacional de Cine Documental de la Ciudad de México \(DocsMX\)](#): especializado en el sector de cine documental en México, América Latina y España. En España, se celebra anualmente el [Docs Valencia](#) y el [Docs Barcelona](#)
- [MIP Cancún](#): evento de *networking* de la industria de la televisión. Entre las productoras mexicanas participantes se encuentran *Aura Producciones*, *Cielito Lindo Producciones*, *Fremantle*, *Lemon Studios*, entre otras. De España destaca la participación de *Mediapro*. Este evento es competencia directa de *Content America* de Miami.
- [Festival de Cine de la UNAM \(Ficunam\)](#): espacio para cine independiente.
- *Ciclo Gaudí* de cine catalán: Colaboración entre el Gobierno de Cataluña, Instituto Ramon Llull, la Academia del Cinema Català y el Cine Tonalá en Ciudad de México, para proyectar un filme catalán cada mes.
- [Festival de Cine de Los Cabos](#): se celebra anualmente en noviembre. Busca vinculación de cineastas de México, América Latina, Estados Unidos y Canadá.
- [Festival de Cine de Morelia \(FICM\)](#): celebrado anualmente en Morelia, incluye largometraje, documental y cortometraje.
- [Festival de Cine de Guanajuato \(GIFF\)](#): se celebra anualmente en Guanajuato, San Miguel de Allende y León e incluye encuentros para profesionales del sector.
- [Festival de Cine de Monterrey](#): se celebra anualmente en Monterrey e incluye el espacio *Industry ficmonterrey*, donde se reúne la industria para explorar colaboraciones.

## F. INFORMACIÓN ADICIONAL

- IMCINE: <https://www.imcine.gob.mx/>
- Acuerdo de Coproducción Cinematográfica entre México y España: [https://www.boe.es/diario\\_boe/txt.php?id=BOE-A-2004-4345](https://www.boe.es/diario_boe/txt.php?id=BOE-A-2004-4345)
- Estímulos Fiscales del Gobierno de México: <https://www.estimulosfiscales.hacienda.gob.mx/es/efiscales/eficine>
- Instituto de la Cinematografía y de las Artes Audiovisuales (ICAA): <https://www.cultura.gob.es/cultura/areas/cine/inicio.html>
- Audiovisual from Spain (ICEX): <https://www.audiovisualfromspain.com/en/audiovisual>

Parte de esta ficha ha sido elaborada a partir del estudio de mercado realizado por Elena Fortes, directora de Fiasco SA, a petición de la Oficina Económica y Comercial de España en Ciudad de México.

## G. CONTACTO

---

La **Oficina Económica y Comercial de España en Ciudad de México** está especializada en ayudar a la internacionalización de la economía española y la asistencia a empresas y emprendedores en **México**.

Entre otros, ofrece una serie de **Servicios Personalizados** de consultoría internacional con los que facilitar a dichas empresas: el acceso al mercado de México, la búsqueda de posibles socios comerciales (clientes, importadores/distribuidores, proveedores), la organización de agendas de negocios en destino, y estudios de mercado ajustados a las necesidades de la empresa. Para cualquier información adicional sobre este sector contacte con:

Avenida Presidente Masaryk, 473  
Colonia Los Morales, Polanco  
Ciudad de México 11530- México  
Teléfono: +52 55 91386040  
Correo electrónico: [mexico@comercio.mineco.es](mailto:mexico@comercio.mineco.es)  
<http://Mexico.oficinascomerciales.es>

---

Si desea conocer todos los servicios que ofrece ICEX España Exportación e Inversiones para impulsar la internacionalización de su empresa contacte con:

### Ventana Global

913 497 100 (L-J 9 a 17 h; V 9 a 15 h) [informacion@icex.es](mailto:informacion@icex.es)

Para buscar más información sobre mercados exteriores [siga el enlace](#)

---

**INFORMACIÓN LEGAL:** Este documento tiene carácter exclusivamente informativo y su contenido no podrá ser invocado en apoyo de ninguna reclamación o recurso.

ICEX España Exportación e Inversiones no asume la responsabilidad de la información, opinión o acción basada en dicho contenido, con independencia de que haya realizado todos los esfuerzos posibles para asegurar la exactitud de la información que contienen sus páginas.

### AUTOR

Diego Pérez Baena

Oficina Económica y Comercial  
de España en México

[mexico@comercio.mineco.es](mailto:mexico@comercio.mineco.es)

Fecha: 16/04/2025

© ICEX España Exportación e Inversiones, E.P.E.

NIPO: 224250231

[www.icex.es](http://www.icex.es)



FICHAS SECTOR MÉXICO



**ICEX** España  
Exportación  
e Inversiones