

---

## sección nacional



### *Conferencias conmemorativas del LX aniversario del Bancomext: un espacio para la reflexión*

En el marco de las celebraciones de sus primeros 60 años de vida, el Bancomext organizó en abril y mayo últimos dos ciclos de conferencias para analizar los temas más importantes sobre comercio exterior: el entorno mundial en que la actividad se desenvuelve, su efecto en la evolución económica y los principales instrumentos promocionales y financieros. En ambos encuentros, celebrados en la sede del World Trade Center de la Ciudad de México, participaron destacados especialistas y funcionarios internacionales, al igual que directivos de la propia institución, lo que contribuyó en forma definitiva al enriquecimiento y éxito de las jornadas.

Los temas, experiencias e ideas vertidos en las conferencias fueron, sin duda, de gran calidad e interés, no sólo para fortalecer las acciones sustantivas del Bancomext, sino también en beneficio del comercio exterior del país. Por esta razón, en esta entrega se destacan los aspectos más importantes de ambas jornadas, resaltándose los puntos de mayor interés de algunas ponencias.

#### INAUGURACIÓN DE GALA

El presidente Ernesto Zedillo encabezó el 22 de abril la magna ceremonia de Inauguración del Primer Ciclo de Conferencias, dedicadas al tema Comercio Exterior, Financiamiento y Desarrollo Económico. Al mandatario lo acompañaron los secretarios de Comercio y Fomento Indus-

trial, Herminio Blanco; Hacienda y Crédito Público, Guillermo Ortiz, y de Relaciones Exteriores, José Ángel Gurría, así como líderes empresariales e invitados especiales.

Al hacer uso de la palabra, el director general del Bancomext, Enrique Vilatela, hizo un breve recuento de la vasta historia de la institución, desde que se constituyó el 8 de junio de 1937 hasta nuestros días. Tras resaltar el carácter histórico de la fundación del Banco, pues fue el primero en su tipo en América Latina y por tanto precursor en el establecimiento de instituciones y mecanismos de fomento y financiamiento del comercio exterior, Vilatela destacó los principales objetivos, estrategias y logros del Banco en este amplio período, así como su notable capacidad para adaptarse a los cambios y a las prioridades económicas del país.

En los años ochenta —señaló Vilatela— se consolidó el carácter actual del Bancomext como agente especializado en el apoyo integral de la actividad, al asumir las funciones de redescuento, promoción y arbitraje que realizaban el Fondo para el Fomento de las Exportaciones de Productos Manufacturados (Fomex) y el Instituto Mexicano de Comercio Exterior (IMCE).

Al examinar los retos actuales de la institución, Vilatela Ribá subrayó la necesidad de reorientar las tareas de promoción en favor de las pequeñas y medianas empresas. Además de los apoyos tradicionales de capacitación, asesoría y suministro de información, el Bancomext impulsa un profundo cambio en la política crediticia a esas

empresas, al asociarse con ellas por medio del capital de riesgo y hacerlas sujetos de crédito para la banca comercial, a la cual se le ofrecen programas de garantías y de seguros de crédito.

El entorno externo altamente competitivo obliga a dar una orientación precisa y selectiva a las tareas de promoción. Por ello, sostuvo Vilatela, el apoyo integral del Bancomext se fundamenta en las siguientes tres vertientes: *i)* seleccionar los sectores productivos con mayores posibilidades en el comercio exterior; *ii)* identificar las necesidades específicas de la empresa, para proporcionar el apoyo integral que requiere, y *iii)* detectar, evaluar y difundir las oportunidades comerciales en el exterior.

Asimismo, el Bancomext promueve la incorporación de las pequeñas y medianas empresas a la actividad exportadora por medio del programa de Desarrollo de Proveedores, el cual busca vincularlas con las grandes compañías exportadoras. Ello impulsará la creación de empleos y el incremento del contenido nacional de las ventas externas del país. De hecho, concluyó Vilatela, exportar es la mejor alternativa para que esas empresas crezcan en forma rápida y sostenida.

En su oportunidad, el titular de la Secofi, Herminio Blanco Mendoza, resaltó la pujante evolución de las exportaciones en los tiempos recientes. De 1986 a 1996 aumentaron 74 000 millones de dólares y en los últimos tres años su tasa de crecimiento anual fue de 22.8%, superior, incluso, a la de los llamados tigres asiáticos.

México es uno de los principales países exportadores del mundo, lo que ha repercutido positivamente y en diversas formas en el devenir económico nacional, como es la incorporación al comercio exterior de 9 600 empresas pequeñas y medianas en 1995 y 1996, así como los crecientes efectos regionales de la actividad, lo que se ha reflejado en el desarrollo de nuevos polos industriales, con base en las maquiladoras. Asimismo, el comercio exterior ha generado una gran cantidad de empleos. El funcionario estimó que en 1996 una de cada dos nuevas plazas de trabajo creadas en el sector manufacturero correspondió a la actividad exportadora.

Para mantener este dinamismo, fomentar la diversificación y aumentar el valor agregado de las exportaciones, Blanco aseguró que la Secofi y el Bancomext deberán trabajar de manera coordinada en la creación e instrumentación de una política de promoción de las exportaciones.

El funcionario destacó que en 1996 el Bancomext concedió financiamiento a 3 500 empresas (80% pequeñas y medianas) por 6 300 millones de dólares. También notificó que la institución fortaleció el sistema de garantías y operó como banca de primer piso. En cuanto a los servicios promocionales e informativos, dicho año el Bancomext ofreció más de 8 000 asesorías sobre mercados de destino, sectores específicos y aspectos básicos de los mismos.

Al hacer un balance sobre el TLCAN, el titular de la Secofi señaló que éste ha permitido a México constituirse como el socio comercial más dinámico de Estados Unidos, pues los envíos a este país se incrementaron 1 200% de 1993 a febrero último, para representar 10% de ese mercado. En efecto, las exportaciones mexicanas a esa nación superan a las del Reino Unido y Alemania juntos, a las de Taiwan y Corea del Sur combinados, o a las totales del resto de América Latina. México también ha celebrado importantes acuerdos de libre comercio con Chile, Costa Rica, Bolivia, Colombia y Venezuela, lo que ha contribuido a duplicar las exportaciones nacionales a esos mercados.

El crecimiento de las exportaciones no ha sido, aseguró el Secretario, un objetivo en sí mismo. Empero, éstas han contribuido en forma importante al crecimiento económico, la generación de empleos y la mayor distribución del ingreso. En este sentido, concluyó Blanco, la valiosa labor del Bancomext, con base en su clara vocación de servicio, ha sido un pilar fundamental en la estrategia nacional.

Al hacer uso de la palabra, el presidente Ernesto Zedillo afirmó que desde su fundación en 1937 el Bancomext ha contribuido en forma importante a vincular a los productores mexicanos con los mercados externos. Sin embargo, los desafíos actuales de la institución toman nuevas dimensiones ante la apertura del país y la evolución de los mercados mundiales.

La transformación estructural iniciada hace poco más de diez años en el país, aseguró el Presidente, ha sentado bases firmes para el impulso de las exportaciones. Los hechos así lo demuestran: *i)* en 1996 el comercio exterior del país ascendió a 185 500 millones de dólares, monto cinco veces más grande que el de mediados de los años ochenta; *ii)* el comercio total pasó de representar poco más de 24% del PIB en 1985 a 55% en 1996, mientras que el valor agregado de las exportaciones de bienes y servicios pasó en este lapso de 11 a 27 por ciento del producto; *iii)* en 1996 México realizó exportaciones por 96 000 millones de dólares, lo que lo coloca como el mayor exportador de América Latina, pues sus ventas duplicaron las de Brasil y hasta cuadruplicaron las de Argentina, y *iv)* en los momentos más álgidos de la reciente crisis económica, el sector exportador amortiguó los efectos más duros en el empleo y la generación de divisas.

Tras destacar su sobresaliente papel en el impulso integral de las empresas que participan directa o indirectamente en la exportación, el presidente Zedillo afirmó que el Bancomext ha sido un pilar fundamental para avanzar en el desarrollo nacional más equilibrado. "Les expreso —concluyó el mandatario— el reconocimiento del gobierno de la república a las tareas que están realizando y los exhorto a que sigan dedicando su talento y su esfuerzo a impulsar nuestro comercio exterior".

## COMERCIO Y DESARROLLO

En la primera sesión dedicada a la Importancia del Comercio Exterior en la Estrategia del Desarrollo Económico, expusieron el prestigiado profesor de la Universidad de California en Los Ángeles, Sebastian Edwards, y el profesor de la Universidad Católica de Chile, Vittorio Corbo Lioi.

Edwards presentó el trabajo "El papel del comercio exterior en el proceso de desarrollo", en el cual señaló, en primer lugar, que en tiempos recientes crecen las

voces de especialistas y académicos que cuestionan el proceso de apertura e integración comercial en América Latina. La controversia se ha centrado en dos aspectos fundamentales: las dudas sobre las contribuciones de este proceso al crecimiento económico, y el supuesto mejoramiento de las condiciones sociales, el empleo y la reducción de la pobreza. De hecho, sostiene Edwards, la difusión de este debate se ha reflejado en el sistemático retroceso de los procesos de integración regional. Ejemplos de ello serían, entre otros, la imposición disfrazada de ciertos controles a las importaciones de Brasil; la imposición de una sobretasa a las importaciones en Colombia, y las medidas administrativas proteccionistas en Argentina y Venezuela.

Si bien desde una perspectiva teórica hay sólidas bases para fundamentar la relación dinámica de la apertura y la globalización con el crecimiento económico y la transferencia efectiva de tecnología, Edwards consideró que la discusión en el terreno empírico se nutre de problemas generales en torno a la medición, principalmente de tres variables clave: el grado de apertura de las economías, la productividad de los factores económicos y las condiciones sociales, en particular la distribución del ingreso.

Con base en un amplio y detallado análisis comparativo de nueve indicadores, basados en metodologías diversas, en 93 países, el académico demostró que en los últimos 15 años ha habido una estrecha relación entre el proceso de apertura y el crecimiento de la productividad. Para Edwards no hay duda: a mayor apertura, mayor crecimiento de la productividad.

Del examen empírico, empero, surgen otras variables, tan importantes como la apertura comercial, que explican también los avances y retrocesos de las economías y de la productividad, como la educación y la calidad de ésta y la capacidad de las instituciones para dar confianza al sistema social y económico.

Pero, ¿cómo medir dicha confianza? Edwards expuso una variable bastante original: la relación entre el cociente entre el porcentaje de abogados que existe en un país con respecto al de los científicos. Las naciones con más abogados crecen más lentamente, pues invierten más tiempo en litigios y en protegerse que a desarrollar su tecnología y crear nuevas fuentes de trabajo y riqueza.

El análisis empírico de la relación entre la apertura y las condiciones sociales, concretamente en salarios y empleo, siem-

pre ha sido difícil, merced a la falta de datos adecuados sobre la distribución del ingreso y las condiciones sociales, así como a la dificultad para medir el grado de apertura de las economías.

Con base en información reciente del Banco Mundial sobre la distribución del ingreso a través del tiempo en 77 países, así como en estudios del propio expositor sobre índices de apertura, Edwards realizó un exhaustivo examen comparativo cuyo resultado principal es que a mayor distorsión del comercio exterior (proteccionismo), mayor desigualdad del ingreso, y viceversa.

El profesor de la UCLA finalizó su exposición con cuatro conclusiones generales:

1. La estrategia de desarrollo económico basada en la apertura y la liberalización está asociada con un aumento del crecimiento económico, el cual se canaliza en un incremento de la productividad y la eficiencia.

2. Si bien el proceso de apertura es esencial para lograr un crecimiento vigoroso de las exportaciones, esta estrategia no es la única que determina el crecimiento económico y el bienestar. No es siquiera el elemento más importante. Las otras variables que influyen en el devenir económico de un país son diversas, como la educación, las instituciones sociales, jurídicas, económicas, la estabilidad macroeconómica, etcétera.

3. La evidencia internacional indica que la política aperturista no afecta en forma negativa las condiciones sociales, ni tampoco la distribución del ingreso. Edwards reconoce que su análisis, sin embargo, no demuestra en forma determinante que esta estrategia entrañe una mejoría directa de la distribución del ingreso.

4. En forma indirecta, por medio de su influencia en la tasa de crecimiento económico, las estrategias aperturistas contribuyen a mejorar las condiciones sociales y a reducir los índices de pobreza.

• • • •

Desde el inicio de su ponencia "El papel de las exportaciones en el crecimiento económico y en el empleo", el chileno Vittorio Corbo enumeró los principales factores que han contribuido a la creciente globalización de la economía: reducción de las barreras al comercio; disminución drástica en los costos de transporte y en las comunicaciones; integración de los países en desarrollo a la economía mundial; el éxito de las estrategias aperturistas

de las naciones asiáticas, y su contribución a los esfuerzos por reducir la pobreza.

La estrategia de desarrollo de un país pequeño exige, según Corbo, ciertos prerrequisitos, como una permanente estabilidad macroeconómica, precios de bienes y servicios similares a los externos, adecuada infraestructura y capital humano, elevada tasa de inversión y ahorro nacional y un nuevo aparato institucional que promueva un marco estable y accesible de políticas, tanto en la parte macro como en las reglas para el desarrollo de la iniciativa privada.

Para el académico la apertura desempeña un papel central en la promoción de la eficiencia, la acumulación de factores y el crecimiento. También promueve la competencia en el mercado interno y mejora el acceso, los precios y la variedad de insumos y de bienes de capital.

Vittorio Corbo concluyó su participación con las siguientes hipótesis:

1. La productividad del sector exportador es mayor que la del resto de la economía merced, entre otras cosas, a que encara la competencia internacional.

2. La externalidad de la actividad exportadora hacia otros sectores de la economía se acelera a partir del efecto de imitación y de la presión por acceder a las materias primas y a los servicios más eficientes.

3. Las exportaciones contribuyen a incrementar el producto y a disminuir la independencia del ahorro externo.

### Regionalización frente a globalización

La segunda sesión del día versó sobre las Tendencias del Comercio Mundial: Regionalización vs. el Sistema Mundial de Comercio. Los expositores fueron Jesús Seade, director general adjunto de la OMC, y Wolfgang Michalski, director de la Unidad de Asesoría de la Secretaría General de la OCDE.

En su trabajo "Regionalismo *versus* multilateralismo. El caso de México", Seade se propuso ubicar las causas de la orientación de la actual política comercial del país, así como la incidencia de este proceso en las estrategias económicas de regionalización y globalización.

Seade señaló los principales antecedentes económicos de la política comercial mexicana actual, a partir del proceso de reforma estructural iniciado a mediados de los años ochenta: el agotamiento del modelo de desarrollo basado en la sustitución de importaciones; la necesidad de

hacer frente a la crisis de la deuda externa de 1982; la decisión de ingresar al GATT, luego de un prolongado período de debate; el derrumbamiento del precio internacional de petróleo, y la evidente globalización e interacción de los mercados externos.

Si bien es clara la importancia e incidencia del ingreso de México al GATT en 1986 y su activa participación en las negociaciones de la Ronda de Uruguay, Seade precisó que al postergarse constantemente la conclusión de ésta, México optó por la vía regional. Así, emprendió la negociación del TLCAN con Estados Unidos y Canadá, con el propósito de obtener resultados similares a los del GATT, pero en escala zonal.

Como parte del compromiso de internacionalizar sus relaciones económicas y comerciales, México ingresó a la OCDE y al foro de Cooperación Económica Asia Pacífico (APEC) y llevó a cabo negociaciones de libre comercio con otras naciones latinoamericanas.

El expositor planteó la necesidad de establecer las prioridades y circunstancias del país con respecto al desarrollo de su regionalismo y multilateralismo. En este sentido señaló tres elementos fundamentales que requiere el país: *i*) diversificar las ventas externas, que si bien han aumentado en los últimos años en forma espectacular (México es en la actualidad el principal exportador latinoamericano), están muy concentradas, tanto en productos como en mercados; *ii*) promover acuerdos de libre comercio con bloques y países, así como aprovechar cabalmente las disposiciones que ofrece la OMC, y *iii*) fortalecer los mecanismos de solución de controversias.

Seade finalizó su plática asegurando que tanto por razones de reglas comerciales como por acceso a mercados, México debe mantener, complementar y profundizar las vías regional y multilateral.

• • • •

Wolfgang Michalski inició su ponencia con una breve explicación de los fundamentos y el desarrollo del "nuevo ambiente comercial" o globalización. En los años cincuenta y sesenta este proceso se fundamentó en el dinamismo del intercambio de bienes. En los dos siguientes decenios el motor de la estrategia fue el mercado financiero, así como la inversión internacional y la transferencia de tecnología.

Para Michalski el comercio internacional es una parte fundamental en el proce-

so de globalización, merced a los desarrollos tecnológicos en las comunicaciones y el transporte, así como a su complementariedad a la inversión directa y a la liberalización del comercio multilateral, en el marco del GATT.

En cuanto al comercio y la integración regional, Michalski destacó que si bien existen en la actualidad unos 100 acuerdos de este tipo, sólo algunos tienen un desarrollo significativo en su comercio intrazonal, como el TLCAN, la UE, el APEC y la Asociación de Naciones del Sudeste Asiático (ASEAN).

Al margen de la similitud de los diversos procesos integradores, principalmente en cuanto a su evolución dinámica en el comercio y la inversión, hay también diferencias cuantitativas y cualitativas notables en las estrategias de cada uno de ellos. Considerar éstas es fundamental al examinar la compatibilidad de la integración económica regional con un sistema multilateral de comercio e inversión.

En la medida en que evolucionan los acuerdos regionales crecen también las dudas e interrogantes sobre sus posibles efectos negativos. Éstos se resumen en tres aspectos generales: la contribución real de los acuerdos regionales a la liberalización del comercio y la inversión; la pérdida de diversificación comercial que entrañan estos convenios, y el posible aumento de medidas proteccionistas frente a terceros países.

Cada experiencia integracionista presenta una situación particular en sus esfuerzos por liberalizar el comercio, por lo que las problemáticas señaladas son distintas en cada uno de ellos. Para ejemplificarlo, Michalski describió brevemente las políticas de desgravación arancelaria, las barreras regulatorias y las características estructurales de los modelos de integración más importantes. Así, las respuestas a las interrogantes anteriores varían de un proyecto a otro, aunque en general se tiende a aceptar que el regionalismo sí promueve el comercio y la inversión y no refleja un proteccionismo creciente frente a otras naciones.

En cuanto al efecto de las negociaciones regionales en los procesos multilaterales, Michalski sostuvo que las primeras influyen de diversas formas en los segundos, por ejemplo, en las prácticas para solucionar conflictos y en la formulación de políticas integracionistas.

Para Michalski no existe, pues, contradicción inherente entre el multilateralismo y la integración regional. El problema—dijo— es que los bloques más poder-

osos pueden actuar de forma contraria a las reglas acordadas internacionalmente. Empero, siempre que los países más ricos apoyen el sistema multilateral, éste funcionará correctamente.

### FINANCIAMIENTO DEL COMERCIO

La primera sesión del segundo día de trabajo tuvo como tema El Financiamiento y las Garantías como Instrumentos de Promoción Comercial. En ésta participaron Rita M. Rodríguez, directora del Eximbank de Estados Unidos, y Enrique Vilatela Riba, director general del Bancomext.

Rita Rodríguez inició su ponencia, "Evolución reciente de los organismos públicos de financiamiento al comercio exterior: casos de éxito", destacando la estrecha e histórica relación del Eximbank estadounidense con México y en particular con el Bancomext.

La funcionaria recordó que el primer crédito de aquella institución a México se otorgó en 1934, año de su fundación, por 85 millones de dólares, para impulsar un proyecto de agua potable en Veracruz. En los primeros seis años del decenio en curso el Eximbank otorgó al país préstamos por un total de 10 500 millones de dólares, lo que fortaleció la posición de México como principal cliente de la institución. En los arduos años ochenta, el Eximbank concedió asistencias por 750 millones de dólares, lo que confirma la clara disposición del banco estadounidense en apoyar a su nación vecina aun en épocas de crisis.

El financiamiento del Eximbank a México en los últimos 15 años ha enfrentado grandes desafíos, producto de las siguientes tres grandes fuerzas desarrolladas en este período:

1. La filosofía del Eximbank: ésta por un mandato del Congreso de Estados Unidos que obliga al Banco a ser competitivo. La institución no busca sustituir a la banca privada o competir con ella, sino sólo intervenir en los espacios y momentos en que aquélla no pueda hacerlo, ya sea por el gran riesgo que implican algunas operaciones crediticias, o bien por no ofrecer las condiciones o plazos que otras agencias del gobierno otorgan.

2. Las de las fuertes fluctuaciones del mercado de capitales. El Eximbank ha mantenido su asistencia crediticia a México a pesar de sus graves crisis financieras, como la de la deuda externa en 1982, cuando prácticamente toda la banca co-

mercial internacional se retiró del país; la brusca caída de los precios internacionales del petróleo a mediados de los años ochenta y, recientemente, el llamado efecto tequila, en diciembre de 1994.

3. El nuevo modelo de desarrollo implantado a partir de los años ochenta. Éste coincidió plenamente con los criterios e intereses del Eximbank. Así, de las casi 500 empresas que obtuvieron créditos del Banco en el caótico año de 1982, poco más de 90% han liquidado a la fecha los mismos. Para Rodríguez ello habla de las buenas condiciones del sector privado que le han permitido cumplir con sus obligaciones externas.

Si bien tradicionalmente el Eximbank otorgaba créditos al sector público mexicano, en especial en las áreas del acero y el cobre, esta situación se ha revertido a favor del sector privado en los últimos años.

En esta transición el papel que el Bancomext ha desempeñado como intermediario ha sido fundamental. Valga señalar que de 1985 a 1996 éste recibió del Eximbank créditos por 1 000 millones de dólares, en mediano y corto plazos, y otra cantidad igual en seguros de mediano plazo. La funcionaria aclaró que a partir de la reprivatización de la banca mexicana, el Eximbank reorientó sus recursos a ésta.

En la actualidad, México representa 31% de los proyectos financieros del Eximbank. Los tres más recientes son los de Salamayuca, por casi 500 millones de dólares, y los de Avantel y Alestra, por 300 millones cada uno. Asimismo, el Eximbank está muy interesado en impulsar proyectos en el sector energético mexicano, al igual que en el de la petroquímica.

En la actualidad, preguntó la funcionaria estadounidense, ¿quién necesita al Eximbank en México? En definitiva no el sector público o las grandes empresas del país. La pequeña y mediana empresas mexicanas son las más necesitadas del financiamiento de la institución, por lo que su gran desafío es hacerles llegar los recursos que requieren, por medio de incentivos a los bancos comerciales de los dos países.

Con base en la amplia experiencia del Eximbank en México, Rita Rodríguez aseguró que la fuente del éxito de los programas del Banco en el país, y que serán también los que impulsen los futuros proyectos crediticios con la pequeña y mediana industria nacionales, es la transformación de la economía mexicana y el trabajo conjunto con el Bancomext, el "primo hermano" del Eximbank.

••••

Enrique Vilatela, por su parte, inició su exposición señalando una de las funciones más importantes del Bancomext: llenar en forma temporal los espacios que no son atendidos por el mercado, hasta que éste logre nuevamente cubrirlos. Para el Bancomext es irracional e imposible competir o desplazar a la banca comercial mexicana, ya que no cuenta con los recursos, la infraestructura y los medios para hacer llegar los servicios bancarios a las empresas mexicanas. Por ello, aseguró, la mejor opción es la complementariedad entre ambos sistemas.

En este entorno ¿qué ofrece el Bancomext a las empresas y a la banca comercial? Vilatela enumeró las principales ofertas de la institución.

- Fortaleza interna, con base en finanzas sólidas, nivel de capital aceptable y una fuerte infraestructura, además de un personal altamente calificado.

- Gran potencial para detectar oportunidades y desarrollar proyectos, lo que es básico en los apoyos a las pequeñas y medianas empresas.

- Creciente capacidad para asumir riesgos. En este punto ha sido fundamental la participación directa del Bancomext en el otorgamiento del crédito (banca de primer piso).

- Esquema de garantías novedoso, el cual apoya hasta en 70% del total la toma de riesgo de los bancos comerciales en el financiamiento a las empresas.

Vilatela se refirió también a dos grandes proyectos del Bancomext que beneficiarán aún más a las empresas mexicanas: el seguro del crédito a la exportación y un nuevo programa de financiamiento a largo plazo para apoyar a las empresas a fin de que compitan en mejores condiciones en grandes licitaciones, tanto en México (sustitución de importaciones) como en el extranjero (exportación de servicios).

El Director General del Bancomext presentó los programas "bandera" de la institución: el México Exporta y el de Desarrollo de Proveedores. El primero pretende detectar e integrar a las pequeñas y medianas empresas que pueden incorporarse a la cadena de exportación. El Bancomext les elaborará proyectos viables de exportación y les otorgará financiamiento por medio de crédito directo o de capital de riesgo.

Con el segundo programa la institución pretende incorporar tanto a las pequeñas industrias como a los proveedores de las más grandes. Al igual que en el México

Exporta, el Bancomext ofrece todo el apoyo logístico y financiero.

Estos dos grandes proyectos se desarrollarán con base en tres vertientes fundamentales: *i)* la identificación, junto con la Secofi, de 11 sectores nacionales prioritarios, con posibilidades de crecimiento, para incentivar las cadenas productivas; *ii)* el reconocimiento de las diferencias geográficas, para atender a las empresas con base en sus características particulares, y *iii)* la identificación oportuna de la demanda de productos nacionales en el exterior.

Con estos programas, finalizó Vilatela, el Bancomext pretende adaptarse lo mejor y más rápidamente posible a las cambiantes condiciones del mercado mundial. Ello por el bien de la industria mexicana.

#### GARANTÍAS Y SEGUROS PARA EL COMERCIO

Para hablar de los sistemas de garantías y seguros al comercio exterior participaron en la última sesión de esta Primera Conferencia Malcolm Stephens, secretario general de la Unión de Berna; Soledad Abad, expresidenta de la Compañía Española de Créditos a la Exportación, y Paul Labbé, presidente de la Export Development Corporation, de Canadá.

Al iniciar su exposición titulada "Las garantías al comercio exterior: experiencia reciente y perspectiva a futuro", Malcolm Stephens resaltó la importancia actual del seguro y las garantías del crédito de exportación, merced a su apoyo vital al comercio internacional. Si bien estos mecanismos tienen más de 70 años de existencia, Stephens subrayó que en los últimos dos decenios evolucionaron en forma espectacular ante el incremento histórico de los negocios internacionales. En 1996, por ejemplo, las instituciones que pertenecen a la Unión de Berna aseguraron y apoyaron exportaciones por más de 420 000 millones de dólares y proporcionaron también seguros de inversión directa por otros 16 000 millones.

El expositor señaló que si bien los seguros se utilizan para cubrir operaciones en países con alto grado de riesgo político, económico y comercial, su mayor demanda es de empresas que comercializan en Alemania, Reino Unido, Estados Unidos y Francia, países que representan algunas complicaciones comerciales.

En los últimos años se ha incrementado la competencia mundial de las aseguradoras. Grandes y poderosas compañías proporcionan sus servicios en diversos

países, adaptándose a las necesidades específicas de cada uno de ellos. Asimismo es importante resaltar que no sólo las pequeñas empresas utilizan este mecanismo, pues las grandes transnacionales también son importantes usuarias de estos seguros.

••••

Al hablar sobre "Los sistemas de garantías para apoyar las exportaciones de las pequeñas y medianas empresas (PYMES)", Soledad Abad explicó que en la UE se consideran como tales a las que emplean a menos de 250 personas y cuyo volumen de negocios es inferior a 40 millones de ecus, o bien que su balance general anual no exceda de 27 millones de ecus. Merced a esta amplia definición, 99.8% de los centros de producción en Europa son PYMES; cubren 66.5% de la PEA del continente y son, de hecho, la principal fuente de generación de empleo.

Las PYMES europeas, empero, enfrentan grandes problemas, como costos excesivos de las normas reguladoras, deficiencias en los mercados de innovación, trabajo y recursos humanos, y diversos problemas financieros.

Para la expositora española estos problemas generales dificultan el ingreso de las PYMES al mercado internacional. La solución que vislumbra es el seguro de crédito especializado.

Con base en un estudio de la International Credit Insurance Association, Abad evaluó si el sector asegurador responde a las necesidades de las PYMES con base en nuevos productos y servicios.

Luego de explicar las principales características de las pólizas de seguros más difundidas entre las pequeñas empresas de Europa, Abad observó que tienen una característica fundamental: la simplificación de los trámites de contratación y de gestión. Para evitar los excesivos costos administrativos, las empresas aseguradoras limitan las deudas por póliza y utilizan sistemas automatizados de suscripción.

Abad enumeró las ventajas y desventajas de las aseguradoras europeas en la atención a las PYMES. De las primeras destacó la mejor imagen y conocimiento del seguro de crédito; la conquista de un mercado de gran tamaño, lo que permite un mayor volumen de negocios, y la diversificación de la cartera y el impedimento de que otros competidores no especializados cubran el mercado. De las segundas subrayó los reducidos márgenes de

ganancia, la pérdida de contacto con el cliente y el peligro latente de pólizas no rentables en el largo plazo, ante siniestros mayores.

En lo que no hay mayores dudas es en la utilidad del seguro para las PYMES: cubren riesgos de impago, obtienen financiamiento al utilizar la póliza como colateral y obtienen información y asesoramiento sobre formas de pagos, mercados y clientes. En pocas palabras, para esas empresas el seguro de crédito es vital.

• • •

Paul Labbé basó su ponencia en las transformaciones que la Export Development Corporation (EDC), de Canadá, ha experimentado en los últimos cinco años, merced a los cambios estructurales en el comercio y el financiamiento internacionales, así como a la globalización.

Labbé explicó que la EDC es una agencia oficial de crédito de exportación. Entre sus principales servicios está ofrecer seguros, financiamiento y garantías a diferentes plazos, y a proyectos de alto riesgo.

La EDC tiene el mandato de ser autosuficiente y está obligado a trabajar en forma estrecha con las instituciones financieras de Canadá. Con un total de 600 empleados, la EDC financió en 1996 proyectos de exportación por 22 000 millones de dólares.

El EDC ha estado trabajando con bancos comerciales y públicos, como el Bancomext. Ello ha redefinido la cultura de la institución, lo que se ha reflejado en los criterios de elegibilidad, así como en mayores beneficios en cuanto a volumen de negocios, ingresos, rentabilidad y mejor atención a los clientes.

Al igual que sus contrapartes estadounidense y mexicana, la EDC —apuntó Labbé— tiene la obligación de apoyar en forma efectiva al sector exportador de su país, con base en recursos de los contribuyentes. Por ello se han desarrollado programas integrales que buscan el mayor beneficio de las empresas no sólo con el financiamiento oportuno, sino también con estrategias de mercado.

Con el TLCAN las empresas canadienses ven a México como la puerta de entrada a los grandes mercados de América del Sur. Para apoyar estos esfuerzos, la EDC negocia actualmente con el Bancomext y la Nafin las opciones para crear empresas y asociaciones binacionales a fin de ingresar a esos mercados, concluyó el funcionario de Canadá.

## LA PROMOCIÓN DE EXPORTACIONES: CLAVE DEL ÉXITO

Los días 13 y 14 de mayo se llevó a cabo el segundo ciclo de conferencias con el tema Promoción Comercial: Un Reto Hacia el Año 2000, en la que también se contó con la participación de destacados especialistas en la materia de diversas partes del mundo.

La primera sesión se dedicó a las Estrategias Exitosas de Promoción de Exportaciones y contó con la exposición de Camilo Jaramillo, consultor de comercio internacional en Ginebra, titulada "Experiencias mundiales de promoción comercial".

Jaramillo señaló las principales características y la naturaleza de los organismos de promoción comercial (OPC) en el mundo, tanto públicos como privados. Los primeros (alrededor de 90% del total mundial) se ubican generalmente en los ministerios y en las instituciones autónomas adscritas a una dependencia oficial, aunque existen algunos completamente autónomos, como el BWK en Austria o el HKTDC en Hong Kong. Los OPC privados pueden pertenecer también a una cámara de comercio privada, a organismos privados para fines promocionales o a asociaciones financieras.

Jaramillo señaló que junto a los OPC tradicionales en varios países funcionan las llamadas juntas de mercadeo (*marketing boards*), organismos semipúblicos con tareas de regulación, promoción e incluso comerciales. En general estas juntas se organizan en torno a un sector específico.

Los objetivos de los OPC dependen de la prioridad de las políticas nacionales de comercio. Pueden estar enfocados a la promoción del total del universo exportable, o bien a las denominadas exportaciones no tradicionales. Además de promover las ventas externas, objetivo siempre primario, algunas OPC también buscan impulsar las inversiones, tanto internas como externas, el turismo e, incluso, las importaciones.

Para Jaramillo los OPC pueden enfrentar graves problemas que de no superarse pueden limitarlos y hasta llevarlos al fracaso. Principalmente mencionó los siguientes: falta de claridad en los objetivos; poca autonomía operativa; excesivas trabas burocráticas; funciones equivocadas (como de control en vez de promoción), y falta de recursos adecuados.

Para finalizar, el expositor habló extensamente sobre las funciones generales de los OPC en el mundo, así como su organi-

zación estructural interna y externa, resaltando las principales similitudes y diferencias, límites y alcances. Todo ello ejemplificado con casos concretos, lo que permitió comprender mejor los grandes retos cotidianos a que se enfrentan estos organismos promocionales.

• • •

En la segunda mesa del primer día, Avances en los Esquemas Tradicionales de Promoción, destacó la ponencia que el director del Instituto de Comercio Exterior (ICE) de España, José Alberto González Ruiz, tituló "Centro de atención para pequeñas y medianas empresas".

Inicialmente González Ruiz señaló la creciente importancia de las PYMES en España, que son de hecho el motor de la economía tanto por su aportación al producto nacional cuanto por su capacidad de generar empleo. Por ello, el gobierno les presta especial atención a su desarrollo y consolidación y las apoya en sus esfuerzos por incursionar en el mercado externo ante la actual e irreversible globalización. Todo en el entendido de que las empresas que no logren alcanzar un aceptable nivel de competitividad no sólo no podrán sobrevivir en el difícil mercado mundial, sino que serán desplazadas en el propio.

La palabra clave es, pues, "competir", entendiéndose por esto la motivación y la decisión estratégica de las empresas, amén de que se reúnan una serie de condiciones objetivas de calidad, precio y conocimiento del medio. Para González Ruiz no hay duda: el eje de la ofensiva española en su incursión en el mercado mundial son las PYMES.

Tras explicar en detalle el histórico cambio que experimentó el sector externo de España cuando decidió caminar con Europa desde mediados de los años ochenta —proceso que implicó la apertura del mercado español y un giro radical de la política comercial en favor de la promoción de las exportaciones—, el Director del ICE expuso las principales características del sector empresarial de su país en el entorno aperturista: *i*) el tamaño excesivamente pequeño de las empresas (alrededor de 70% tiene menos de 100 empleados); *ii*) el muy reducido número de empresas (100 que concentran la mayor proporción (43%) de las ventas externas); *iii*) la escasa organización y conocimiento de los mercados exteriores, y *iv*) la aún débil imagen de los productos españoles merced a su reduci-

do volumen físico, escasa inversión en promoción y publicidad y poca presencia de las empresas españolas en el exterior. Ello, aclaró el Director del ICE, no es sinónimo de mala imagen, empero, es un problema que es necesario resolver.

El actual gobierno español promueve desde principios del año en curso un plan estratégico, con base en las PYMES, con tres objetivos fundamentales: ampliar la base exportadora, diversificar los mercados de los productos españoles y consolidar la presencia de éstos en los mercados considerados tradicionales.

Para alcanzar estas metas se han establecido una serie de medidas que se agrupan en tres grandes grupos, los cuales González explicó en detalle: información, con base en modernas bases de datos y actualización del servicio comercial por medio de Internet; formación, en especial de técnicos especialistas y con el apoyo de programas de capacitación permanentes, y promoción, no sólo destinada a los productos sino también a la internacionalización de las empresas.

El futuro de la economía mundial —concluyó el funcionario— pasa por la globalización y desde esta perspectiva sólo las empresas con una clara vocación internacional serán capaces de permanecer de manera estable. Los organismos de promoción de las exportaciones, como es el caso del ICE y del Bancomext, están al servicio de los empresarios en este gran reto.

### LOS INSTRUMENTOS DE PROMOCIÓN

El último día del segundo ciclo de conferencias se abrió con el tema "Nuevos instrumentos de promoción". En éste participaron Greg Hull, de la Australian Trade Commission (Austrade); David Simmonds, director del programa Proexport de Colombia; Kazuo Kimura, director ejecutivo del International Design Center Nagoya Inc. de Japón, y Jochum S. Haakma, director del Centro Holandés para la Promoción de Importaciones de Países en Desarrollo.

Inicialmente Greg Hull expuso la importancia de la región de Asia-Pacífico para los exportadores e inversionistas australianos. En 1995 y 1996, por ejemplo, 64% del comercio de ese país se realizó en esta zona. Sin embargo, en los años recientes ha aumentado el interés de aquéllos por el mercado de América Latina, ante el enorme potencial económico de algunos países de esta región.

En este entorno, las organizaciones promotoras de comercio de Australia, como la que representa Hull, tienen el enorme reto de lograr que las empresas de su país incursionen con éxito en los mercados latinoamericanos.

Tras exponer brevemente la historia comercial de su país, resaltando las circunstancias que permitieron el auge exportador iniciado en los años ochenta y que explican la diversificación actual de su oferta exportable, Hull reseñó la experiencia de Austrade como una agencia de promoción de exportaciones cuyo objetivo fundamental es crear negocios en el extranjero, principalmente brindándole apoyo a las empresas en las áreas que el sector privado no atiende en forma adecuada, y atraer inversiones a Australia.

Austrade, creada por el Parlamento australiano en 1985, es una comisión independiente adscrita a la Secretaría de Comercio. Una de las causas que explican el desarrollo de sus servicios es su extensa red global externa, más de 90 oficinas en 56 países, con la que se detectan oportunidades de negocios en el extranjero y difunden los productos y servicios de las empresas australianas. Asimismo, Austrade ofrece asesoramiento y apoyo para la exportación, por medio de información oportuna, identificación de oportunidades, organización de entrevistas con empresas extranjeras, investigaciones de mercado y apoyos financieros.

En sus 12 años de existencia, Austrade ha enfrentado diversas circunstancias, retos y transformaciones. De estas últimas destaca la de 1990, cuando se reestructuró la empresa y se redefinieron los sistemas de la misma: se dio más importancia al trabajo de la red externa, los servicios al exportador, el flujo de información oportuna y, principalmente, a la necesidad de cambio y ajuste permanente de la empresa, con base en evaluaciones continuas, para no perder competitividad externa. Otro cambio importante se suscitó a partir de 1994, cuando se planteó una nueva política de atención al cliente, buscando una mayor calidad de los servicios.

Los logros conseguidos por Austrade son varios. Hull destacó los siguientes: *i)* La consolidación de la red mundial integrada; *ii)* el desarrollo de la tecnología de la información; *iii)* una aceptable política de servicio al cliente, y *iv)* la evaluación permanente de la empresa, base de la capacidad de cambio de la misma.

Por último, Hull señaló que el éxito más importante de Austrade ha sido impulsar a las PYMES a incursionar con éxito en los

mercados emergentes como los de China y la India. Este mismo esfuerzo se realizará para impulsar las exportaciones australianas al atractivo mercado latinoamericano.

••••

El director de Programas del Proexport de Colombia, David Simmonds, desarrolló el tema "La importancia de la asistencia técnica en la promoción de exportaciones", con base en la experiencia de la institución colombiana, sus alcances y retos por venir.

Proexport nació para responder a las nuevas necesidades de la economía colombiana, que luego de un largo proceso de proteccionismo inició en los años noventa una acelerada apertura al exterior. El nuevo organismo inauguró un enfoque novedoso de la promoción de las exportaciones, el cual se basa en los siguientes cambios:

1. La separación de la promoción financiera de la comercial. El nuevo Banco de Comercio Exterior se encarga de la primera y Proexport de la segunda.
2. Con los empresarios se establece una nueva primicia de trabajo: la diversificación de la oferta y los mercados con base en decisiones empresariales, en la que el Estado se limita a ofrecer un clima propicio para el intercambio por medio de acuerdos comerciales con otros países, el impulso de la integración de cadenas productivas, la instrumentación de facilidades para la reconversión industrial, etcétera.
3. El trabajo con los exportadores se dirige a promover la competitividad por medio de programas de mercadeo internacional de mediano plazo, con la asesoría de Proexport.
4. Una nueva filosofía de costo compartido entre la institución y el exportador para financiar los diversos programas de promoción.
5. La administración de los recursos financieros se lleva a cabo conforme a las reglas del derecho privado, con un contrato de fideicomiso que agiliza el suministro de aquéllos.

Simmonds definió así el objetivo fundamental de la asistencia técnica de Proexport: "facilitar a los exportadores el conocimiento y puesta en práctica de las herramientas que les permitan adaptarse a las condiciones cambiantes o inestables de competitividad que presentan los mercados". En la práctica las principales tareas de Proexport son apoyar a las empresas exportadoras colombianas en sus

esfuerzos por resolver los problemas de productividad, materias primas, diseño, empaque y estrategias de mercadeo.

Para Simmonds los retos más importantes de la asistencia técnica de Proexport son dos: delimitar los alcances de las responsabilidades del trabajo de promoción de las exportaciones para evitar los excesos de experiencias pasadas, cuando se hacía "de todo para todos", y resolver con precisión el momento en que la asistencia debe iniciar, ya sea en los centros de producción o en una etapa posterior.

Simmonds se planteó el papel que desempeña la asistencia técnica en el paquete de servicios de las empresas de promoción comercial. Es, señaló, estratégico, pues garantiza la adecuación del producto a las características técnicas que exigen los mercados internacionales. De hecho, esta asistencia determina el éxito o fracaso de las empresas con poca o nula experiencia en la actividad exportadora.

Una aseveración interesante de David Simmonds fue en torno a la mayor importancia relativa de la asistencia técnica sobre otras tareas tradicionales de promoción, como son las ferias especializadas, las misiones comerciales y la elaboración de material promocional. Mientras que la primera es estratégica, las otras son sólo de apoyo y se limitan a cumplir una función específica en el mercado de exportación, pero se formulan e implantan posteriormente y como fruto de una decisión de una estrategia particular de entrada o fortalecimiento en un mercado determinado.

••••

Kazuo Kimura, por su parte, expuso una interesantísima historia del desarrollo del diseño japonés. Los primeros antecedentes datan de 1911, cuando las autoridades decidieron impulsar las ventas externas de las artesanías, principal producto de exportación entonces, con base en la evolución del diseño. Entre las medidas que las autoridades implantaron para incrementar el volumen de aquéllas, estuvo el impulso del diseño de estos productos. Pero no fue sino hasta 1945, al final de la segunda guerra mundial, cuando se introdujo formalmente el diseño en la industria japonesa. Sin embargo, este proceso enfrentó un grave problema: no se podían copiar o imitar diseños. Ajenos a las disposiciones internacionales, los productores nipones los imitaban para satisfacer la creciente demanda de ultramar, lo que provocó un sinfín de quejas internacionales y que el

**D**esde su fundación  
 el Bancomext ha  
 contribuido en  
 forma importante  
 a vincular a los  
 productos  
 mexicanos con  
 los mercados  
 externos

país adquiriera una mala reputación en la materia. Para contrarrestar esta situación se promulgó la Ley de Diseño para el Comercio Exterior, la cual fue complementada en 1957 con la creación del sistema de selección de productos con buen diseño. Éste, en vigencia hasta la fecha, buscó desde un principio impulsar la producción de productos de diseño original. En 1996, señaló Kimura, el sistema, el cual examina productos nacionales y extranjeros, aprobó 775 productos originales de 2 433 que fueron presentados, lo que lo convierte en el centro de selección más grande del mundo.

En el campo del diseño industrial, en el que la producción en masa y la mercadotecnia en gran escala son la necesidad y la regla, es fundamental que los diseñadores centren sus esfuerzos en comprender las necesidades y preferencias del usuario. La venta de un producto implica hacer un estudio cuidadoso de los costumbres de los países a los que va dirigido. Kimura ejemplificó esto con casos concretos, como la venta de televisores en Europa, Estados Unidos y Medio Oriente, mercados con exigencias y preferencias completamente diferentes. Así, el estudio profesional del mercado debe considerar los gustos de los consumidores, el estilo de vida, la cultura, etcétera.

Ahora bien, las estrategias de diseño en escala mundial presentan enfoques distintos. Mientras que para los productores japoneses el mercado marca la pauta y el camino que hay que seguir, lo que ha provocado con el tiempo que los productos pierdan individualidad e identificación, los europeos hacen hincapié en el desarrollo de sus propias marcas, la exclusividad. Asimismo, las empresas de Japón buscan el multilateralismo, pues intentan ampliar el rango de sus productos, mientras que las europeas defienden en forma radical sus áreas específicas de especialización, en las cuales son excelentes. Como resultado hay un amplio espectro de consumidores de productos japoneses, mientras que el de los artículos europeos es más selecto. Otra diferencia importante es que en Japón los diseñadores de las compañías son nacionales que gozan de un gran estatus y asumen papeles de liderazgo. En Europa es muy distinto. La empresa holandesa Phillips, por ejemplo, cuenta con 125 líderes de proyecto que representan por lo menos a 25 países. En el futuro este estilo será el más difundido.

En la actualidad, uno de los principales problemas que enfrenta el sector industrial japonés es el llamado "fenómeno de vaciamiento": debido a la elevación constante de los costos y salarios internos, los empresarios trasladan sus industrias a otras naciones a fin de no perder competitividad. En la medida en que esta tendencia se mantenga, la única opción que tienen los productos japoneses para no perder su fama y excelencia mundiales es el diseño.

El siglo XX, finalizó Kimura, ha sido el del funcionalismo y el racionamiento. Para el mundo del diseño industrial, el cual se desarrolló en estos cien años, los tiempos por venir representan el reto de reflejar en el trabajo cotidiano la herencia cultural de los propios países. La era de la modernización no implica que el diseño se limite a un solo y universal estilo; al contrario, éste debe evolucionar con base en la interacción de los diversos estilos nacionales.

••••

El encargado de cerrar el segundo ciclo de conferencias fue Jochum S. Haakma, con el tema "Los retos de la promoción comercial ante el nuevo entorno mundial."

En América Latina —indicó el consultor de comercio europeo— se han suscitado desarrollos notables en los últimos decenios, no sólo por los cambios políticos tan trascendentales en la mayoría de los paí-



ses de la región, sino también, y sobre todo, por los radicales cambios en el campo económico, a favor de la apertura y la liberalización comercial: se redujeron las barreras arancelarias, se promovió la inversión extranjera, se privatizaron las paraestatales, se controló la inflación, se reestructuraron los sistemas de financiamiento gubernamentales y se promovió vigorosamente la liberalización de las fuerzas del mercado. En este entorno, México ha estado a la vanguardia de la transformación. Los recientes desarrollos económicos y políticos de este país se han difundido mucho y atraen la atención del mundo. Ello, aunado a su calidad de miembro del TLCAN, hacen del país un socio económico muy atractivo para el mundo industrializado. Este hecho se demuestra en el crecimiento de la participación de México, junto con América Latina, en los programas y actividades del Centro Holandés para la Promoción de Importaciones de Países en Desarrollo (CBI).

Haakma explicó brevemente los antecedentes y particularidades del CBI. Fundado en 1971, fue la primera organización europea para apoyar a la pequeña y mediana empresa del mundo en desarrollo en sus esfuerzos por exportar a la Unión Europea. En sus 25 años de existencia, la CBI ha vivido constantes transformaciones, tanto en su estructura como en sus progra-

mas y objetivos. En la actualidad el Centro está desarrollando proyectos para promover el comercio, los cuales ya han demostrado su eficacia. Éstos combinan todos los elementos necesarios para asegurar el éxito de la promoción de exportaciones: información del mercado, pruebas del producto, capacitación intensa, asesoría sobre adaptación del producto y participación en ferias comerciales. El CBI ha probado que la combinación de guía segura, selección estricta, oportuna asistencia financiera y técnica en el proceso de exportación y un minucioso período de seguimiento llevan a los mejores resultados para la exportación. Haakma destacó la importancia de las ferias, pues constituyen la última fase en donde se recogen los frutos del proceso global. De hecho el resultado de la feria determina en buena medida el éxito del programa.

En la actualidad más de 28% de los participantes en las ferias del CBI vienen de América Latina. Esto es resultado de los varios acuerdos bilaterales que el Centro ha suscrito con instituciones de la región. Haakma recordó que en 1994, en el marco de la visita de Estado a Holanda del presidente Carlos Salinas de Gortari, el CBI suscribió con el Bancomext un convenio de cooperación de tres años para impulsar las compras europeas de herramientas de mano, artículos de cuero y productos far-

macéuticos, entre otros, provenientes de unos 190 fabricantes mexicanos, lo que representa el mayor número de empresas de un mismo país, sólo después de la India, que participan en los programas del CBI. Recientemente ambas instituciones decidieron prolongar el convenio bilateral tres años más, ante los evidentes logros alcanzados. Además de los productos nacionales que ya impulsa, el nuevo acuerdo busca promover las ventas mexicanas a Europa de joyería, alimentos enlatados, productos del mar, *software* y servicios de computación.

Haakma informó que el CBI ha establecido acuerdos bilaterales con varios organismos europeos latinoamericanos: Fedexpress, de Ecuador; Proexport, de Colombia; Bolinves, de Bolivia, y la Federación de Cámaras y Asociaciones de Exportadores de Centroamérica y el Caribe que cubre a seis países de América Central.

Europa es el bloque comercial más grande del mundo, pues representa 20% del comercio total, mientras que la presencia de Japón y Estados Unidos fluctúa entre 12 y 15 por ciento, cada uno. Por ello, el mercado europeo es atractivo para todos los países en desarrollo y el CBI apoya los esfuerzos por incursionar con éxito en el mismo.

Alfredo Castro Escudero

## • • • • • r e c u e n t o n a c i o n a l

### ASUNTOS GENERALES

#### Crecimiento trimestral del PIB de 5.1%

La SHCP informó el 19 de mayo que en el primer trimestre del año el PIB aumentó 5.1% respecto a igual lapso de 1996. El sector más dinámico fue el industrial, con una expansión de 6.2%; le siguieron el de los servicios (5%) y el primario, correspondiente a agricultura, ganadería, silvicultura y pesca (1.6%). En el sector industrial se registraron crecimientos de 8.7% en la construcción; 6.2% en las manufacturas (5.7% en la industria de la transformación y 14.2% en la actividad maquiladora); 5.4% en la generación de electricidad, gas y agua, y 1% en la minería. En el sector de los servicios destacaron los avances en el rubro de transporte, almacenamiento y comunicaciones (7.3%), así como en el del comercio, restaurantes y hoteles (5.6%).

#### Inflación de 0.9% en mayo

El Banco de México informó el 9 de junio que los precios al consumidor se incrementaron 0.9% en mayo, por lo cual la inflación acumulada en los primeros cinco meses del año ascendió a 7.71% y la anualizada a 21.23%. En el índice nacional de precios del productor, sin incluir el petróleo crudo, las tasas de crecimiento respectivas fueron de 0.69, 6.22 y 17.43 por ciento.

### ADMINISTRACIÓN PÚBLICA

#### Nuevo organismo para combatir el narcotráfico

Por decreto presidencial, el 30 de abril se creó la Fiscalía Especializada para la Atención de Delitos Contra la Salud que susti-

tuirá al Instituto Nacional para el Combate a las Drogas.

El nuevo organismo, dependiente de la Procuraduría General de la República, se encargará de perseguir al narcotráfico, coordinar los programas gubernamentales respectivos y proponer estrategias de acción contra el flagelo.

#### Relevo en el Banco Nacional de Comercio Interior

El 14 de mayo Jorge Nicolín Fisher asumió el cargo de director general del Banco Nacional de Comercio Interior, en lugar de Saúl Trejo Reyes. El nuevo titular anunció que se intensificarán los esfuerzos para resolver los desequilibrios financieros de la institución de desarrollo, con base en el saneamiento de la cartera y la reorganización operativa.

## SECTOR INDUSTRIAL

### México, primer productor de plata

El Instituto de la Plata de Estados Unidos informó el 14 de mayo que México se consolidó como el principal productor mundial del metal argentífero al obtener 81.27 millones de onzas durante 1996, equivalentes a 16.5% de la producción mundial (493 millones de onzas); el segundo lugar correspondió a Perú (68.31 millones) y el sexto a Chile (36.8 millones). Según el organismo, la compañía minera que obtuvo la mayor cantidad del metal precioso fue la mexicana Peñoles y le siguieron de cerca la polaca KGHM y la peruana Centromin.

### Mayor fabricación de automotores

La Asociación Mexicana de la Industria Automotriz anunció el 19 de mayo que de enero a abril últimos se fabricaron 414 328 vehículos automotores, 4.5% más que en igual lapso de 1996. La producción para el mercado interno se incrementó 41.3%, al sumar 100 518 unidades (72 376 automóviles y 28 142 camiones), mientras que la destinada a la exportación descendió 3.5%, a 313 810 unidades.

## ENERGÉTICOS Y PETROQUÍMICA

### Capital estadounidense en distribuidora de gas

El 13 de mayo las estadounidenses Enserch Corp. y Texas Utilities Co. adquirieron 49% de las acciones de la Compañía Mexicana de Gas, con sede en Monterrey. La primera aportó una inversión de 25 millones de dólares para financiar proyectos de distribución del hidrocarburo en Nuevo León, así como de generación y cogeneración de electricidad.

### Producción de hidrocarburos en aumento

Pemex informó el 27 de mayo que en los primeros cuatro meses del año la producción media de petróleo ascendió a 2 956 000 barriles diarios (4% más que en el mismo período de 1996), de los cuales 50.3% correspondió a crudo pesado, 30.1% al ligero y 19.6% al extraligero. La extracción de gas natural se incrementó 2.6%, a 4 360 millones de pies cúbicos diarios.

En igual lapso el volumen de las exportaciones de crudo creció 9.6%, a 1 640 000 barriles diarios, mientras que los ingresos totales respectivos se elevaron 10.8%, a 3 538 millones de dólares. No obstante, la dependencia señaló que en abril último el precio promedio del hidrocarburo exportado descendió a 15.80 dólares por barril (5.86 dólares menos que en diciembre de 1996). Alrededor de 85% de los envíos al exterior se destinó a Estados Unidos, 10% a Europa y el resto a mercados del Lejano Oriente.

## COMERCIO INTERIOR

### Nuevo mecanismo de subsidio para la tortilla

La Compañía Nacional de Subsistencias Populares firmó el 20 de mayo un convenio con representantes de la industria harinera para que los productores de masa y tortilla puedan, mediante una tarjeta electrónica, adquirir insumos a precios de mercado y obtener el reembolso gubernamental que corresponda por la venta de productos a precios subsidiados. El nuevo instrumento controla la dotación mensual de maíz y harina para cada productor, con arreglo al sistema de cuotas previsto en el decreto respectivo publicado en el D.O. del 31 de mayo de 1996.

## COMERCIO EXTERIOR

### Resoluciones sobre comercio desleal

Durante mayo la Secofi publicó en el D.O. las siguientes resoluciones correspondientes a investigaciones sobre presuntas prácticas de comercio desleal:

*Día 12.* Continúa la revisión de las importaciones de poliestireno tipo cristal provenientes de Estados Unidos, sin determinar cuotas compensatorias definitivas.

*Día 26.* A solicitud de la empresa Conservas La Torre, se inicia la investigación antisubvención y *antidumping* sobre las importaciones de duraznos enlatados originarios de Grecia.

• Se impone cuota compensatoria a las importaciones de sulfato de amonio provenientes de Estados Unidos, cuyo precio sea inferior al valor promedio de 97.18 dólares por tonelada métrica, por la diferencia entre éste y el precio de exportación.

*Día 27.* A petición de la Cámara Nacional de la Celulosa y el Papel, se inicia la investigación *antidumping* sobre las im-

portaciones de papel originarias de Estados Unidos.

Se confirma la resolución definitiva sobre las importaciones de calzado y sus partes originarias de China.

*Día 28.* Se impone una cuota compensatoria de 30.6% a las importaciones de película de celulosa provenientes de Estados Unidos.

### Balance de investigaciones sobre comercio desleal

De las 199 investigaciones en curso sobre presuntas prácticas de comercio desleal, informó la Secofi el 6 de mayo, 182 corresponden a posibles casos de *dumping* y 17 a supuestos envíos de productos subsidiados. La dependencia precisó que 27.6% de las investigaciones corresponden a importaciones provenientes de Estados Unidos, 18% de China, 11.5% de Brasil y el resto de otras naciones.

### Encuentro empresarial México-Japón

Los días 8 y 9 de mayo se realizó en la capital mexicana la XXI Reunión Plenaria del Comité Empresarial México-Japón, en la que se examinaron las oportunidades de intensificar las relaciones económicas en sectores como el turismo, la petroquímica, la construcción, las telecomunicaciones y el comercio.

En el marco del encuentro el presidente Ernesto Zedillo resaltó la importancia de los nexos binacionales y la participación de México en el foro de Cooperación Económica Asia Pacífico (APEC, por sus siglas en inglés). El titular de la Secofi, Herminio Blanco, se refirió al cambio de régimen para la industria maquiladora en el año 2001, previsto en el TLC de América del Norte, y las opciones para mantener la competitividad sectorial, como la mayor integración de insumos nacionales.

### Desgravación más rápida del comercio con Bolivia

La Comisión Administradora del TLC entre México y Bolivia acordó el 14 de mayo acelerar la desgravación arancelaria pendiente en el intercambio bilateral. Los representantes de ambos países, reunidos en La Paz, convinieron en que las listas de las mercancías respectivas se determinarían en julio entrante.

## Crece el superávit con Estados Unidos

El Departamento de Comercio de Estados Unidos dio a conocer el 21 de mayo que durante el primer trimestre del año se registró un déficit de 3 910 millones de dólares en el intercambio con México, 5.6% más que el del mismo período de 1996. Las ventas estadounidenses al mercado vecino del sur crecieron 20.8%, a 15 713 millones de dólares, mientras que las exportaciones mexicanas se incrementaron 17.7%, a 19 623 millones. El comercio bilateral totalizó así 35 336 millones de dólares, 19.3% más que en los tres primeros meses de 1996.

## Persiste el superávit comercial

Según informó la SHCP el 25 de mayo, en los primeros cuatro meses del año las exportaciones mexicanas de mercancías ascendieron a 34 163 millones de dólares, 14.7% más que en igual lapso de 1996, y las importaciones aumentaron 20.5%, a 32 541 millones; como resultado, se obtuvo un superávit de 1 622 millones de dólares (50.4% inferior).

Alrededor de 83% de los envíos correspondieron a manufacturas, 11.3% a productos petroleros, 5.2% a bienes agropecuarios y 0.5% a productos extractivos no petroleros. En cuanto a las compras de mercancías al exterior, 78.9% fueron de bienes intermedios, 13.3% de capital y 7.8% de consumo.

## Se acelera desgravación en el marco del TLCAN

Representantes de México, Canadá y Estados Unidos convinieron en apresurar la reducción arancelaria para 81 productos prevista en el TLC de América del Norte. El acuerdo, anunciado el 25 de mayo por la Secofi, incluye secadores domésticos de vapor, cinturones de seguridad para automóviles y diversos productos fotográficos.

## Acuerdo con la UE sobre licores

Funcionarios de México y la Unión Europea suscribieron el 26 de mayo un acuerdo para proteger comercialmente la denominación de origen de licores tradicionales mexicanos y europeos, como tequila, mezcal, whisky escocés y coñac. Con el

convenio finalizaron unos diez años de negociaciones bipartitas.

## Revisión de cuotas compensatorias estadounidenses

El Departamento de Comercio de Estados Unidos concluyó el 28 de mayo la revisión ante paneles binacionales de las cuotas compensatorias aplicadas a las importaciones de diversos productos originarios de México. Como resultado se redujeron las tasas impuestas a utensilios de cocina porcelanizados (de 13.35 a 9.82 por ciento), tubería petrolera (de 23.3 a 21.7 por ciento) y flores frescas (39.95 a 18.02 por ciento), permanecieron sin cambio las correspondientes al cemento gris portland y clinker, y se consideraron como inexistentes los impuestos compensatorios a envíos de ropa de cuero.

## FINANCIAMIENTO EXTERNO

### Lluvia de créditos foráneos

Durante mayo se formalizaron los siguientes préstamos y líneas crediticias del exterior:

*Día 2.* El Banco Mundial otorgó un crédito de 40 millones de dólares para financiar proyectos avícolas en los estados de Baja California Sur, Chiapas, Nayarit, Oaxaca, Sinaloa, Tamaulipas y Veracruz, cuyo costo total se estima en 58.8 millones de dólares. Los recursos, complementados por asistencia técnica y capacitación a los productores, se desembolsarán a lo largo de seis años.

*Día 7.* El Grupo FEMSA obtuvo un crédito de 350 millones de dólares por parte de un grupo de 23 instituciones financieras internacionales encabezadas por el Swiss Bank, J.P. Morgan e ING Barings. El empréstito, con un plazo de tres años y tasas de 1.62 a 2.25 puntos porcentuales sobre la Libor, se cubrirá al vencimiento de un eurobono a cargo del consorcio empresarial regiomontano.

*Día 8.* Telmex obtuvo un crédito sindicado por 1 000 millones de dólares, con plazo de un año y tasa de interés equivalente a la Libor más 0.6 puntos porcentuales. Los recursos se destinarán a reforzar la estrategia de apalancamiento financiero de la empresa telefónica, así como para recomprar acciones de la misma, pagar dividendos de capital y amortizar deudas. En la operación participaron 30 instituciones financieras internacionales, con el

Chase Manhattan Bank y el Morgan Guaranty Trust al frente.

• El Eximbank de Estados Unidos liberó el primer tramo de un crédito por 306 millones de dólares otorgado a Avantel en abril último; el desembolso ascendió a 218 millones, de los cuales 110 millones provienen de la institución estadounidense y 108 millones del Export Import Development Bank de Canadá. El resto del financiamiento se entregará a la empresa telefónica en un plazo de tres años, con tasas de interés iguales a las del mercado y vencimientos a diez años.

*Día 15.* El Grupo Carso contrató con el Bank of America un crédito puente de 103 millones de dólares, pagadero en 90 días con una tasa de interés anual de casi 6.2%. El empréstito se solicitó para apuntalar la compra de 60% de las acciones de la compañía Sears Roebuck de México.

*Día 16.* Con objeto de refinanciar pasivos de corto plazo, Cementos Mexicanos obtuvo un crédito revolvente por 600 millones de dólares con un plazo de tres años, un interés de 1.25 puntos porcentuales sobre la Libor y una comisión de 37.5 puntos base por año. Los fondos provienen de un grupo de instituciones norteamericanas, europeas y asiáticas, coordinadas por Bankers Trust, Chase Manhattan, J.P. Morgan y Citibank.

*Día 23.* El Eximbank de Estados Unidos ratificó una línea de crédito de 1 000 millones de dólares para financiar importaciones mexicanas de productos o servicios estadounidenses. Los financiamientos, desde 75 000 hasta 3 000 000 de dólares, deberán pagar una tasa de interés variable conforme al monto y los términos pactados.

*Día 25.* El Banco Europeo de Inversiones otorgó un préstamo de 500 millones de ecus (unos 58 millones de dólares) a la empresa franco-mexicana Vidrio Saint Gobain de México. Los recursos se invertirán en la construcción de una fábrica de vidrio en el estado de Morelos.

## Baja la deuda de Centroamérica con México

Con base en datos de la SHCP, el 7 de mayo se informó que los débitos de países de Centroamérica y el Caribe con México se redujeron de 1 584 millones de dólares en marzo de 1996 a 391 millones de dólares a fines de abril último. Entre los adeudos pendientes sobresalen los de Costa Rica (103 millones), Nicaragua (87 millones) y Guatemala (76 millones de dólares).

## Actividades del Bancomext

### Convenio con organismo holandés

En el marco del ciclo de conferencias Promoción Comercial: Un Reto hacia el Año 2000, segundo con motivo del sexagésimo aniversario del Bancomext, el 13 de mayo el director general de la institución, Enrique Vilatela Riba, firmó un convenio con el Centro para la Promoción de las Importaciones de Países en Desarrollo, de los Países Bajos, para apoyar a las empresas mexicanas que buscan exportar sus mercancías al mercado europeo.

### Impulso a la minería desde Canadá

Los días 21 y 22 de mayo se realizó en Vancouver el Tercer Seminario de la Minería Mexicana, en que participaron representantes de 135 compañías mineras del oeste de Canadá y Estados Unidos, empresarios mexicanos y funcionarios del Bancomext, la Secofi y de los gobiernos de los estados de Baja California, Baja California Sur, Guanajuato, Guerrero, Jalisco, Puebla

y Veracruz. Durante el encuentro, organizado por el Bancomext y la Secofi, se realizaron 137 entrevistas para examinar oportunidades de negocios en el sector minero del país y se anunció el establecimiento en julio próximo del Centro de Información de la Minería Mexicana que brindará servicios por medio de Internet (<http://www.mexmin.com>).

### Distrito Federal Exporta Fase II

Con la participación de más de 1 100 empresarios, el 23 de mayo se inauguró el programa Distrito Federal Exporta Fase II que busca incorporar a las empresas pequeñas y medianas de la región a la actividad exportadora. El programa difunde los servicios del Bancomext y vincula a las instituciones de educación superior con empresas para que, con apoyo de la institución, se desarrollen proyectos específicos de exportación. El programa se ha presentado ante empresas, cámaras, asociaciones y foros empresariales.

### Colocaciones de títulos en mercados internacionales

Los días 7, 14, 22 y 28 de mayo se realizaron las siguientes emisiones de valores gubernamentales y privados en los mercados financieros internacionales:

**Día 7.** El Grupo Vitro anunció dos emisiones internacionales de bonos garantizados, una por 175 millones de dólares, con un interés fijo de 10.25% y un plazo de cinco años, y otra por 250 millones de dólares, con una tasa de 11.375% y vencimiento en el año 2007. Los recursos se destinarán a refinanciar débitos.

**Día 14.** La Secofi dio a conocer una colocación de bonos del gobierno federal en el mercado europeo por 300 millones de libras esterlinas (unos 480 millones de dólares), con un plazo de cinco años y un rendimiento anual de 8.75% en moneda británica, equivalente al de los bonos del Tesoro estadounidense a cinco años más un diferencial de 1.73 puntos porcentuales. La operación estuvo a cargo del Barclays Bank y el Swiss Bank.

• El Fideicomiso Petacalco anunció la colocación de bonos en el mercado de Nueva York por 308.9 millones de dólares, con un plazo de 13 años y el respaldo de pagos futuros de la CFE por concepto de servicios. La operación permitirá financiar las obras de una terminal de carbón en el

puerto de Lázaro Cárdenas, Michoacán, a cargo del fideicomiso en que participa el Grupo Mexicano de Desarrollo en sociedad con empresas extranjeras.

**Día 22.** Nafin emitió una euronota por 150 millones de dólares, con un plazo de tres años y un rendimiento de 140 puntos base sobre los bonos del Tesoro estadounidense a plazo similar. Los recursos provenientes de la operación se destinarán a refinanciar pasivos de la institución de desarrollo y ampliar el apoyo a las actividades productivas.

**Día 28.** Pemex colocó eurobonos por 250 millones de dólares, con un plazo de diez años y un cupón de 9% anual pagadero semestralmente que equivale a un rendimiento de 223 puntos base sobre los bonos del Tesoro estadounidense a igual plazo. La emisión, a cargo de ABN Amro, Goldman Sachs y UBS, contribuirá al financiamiento de proyectos prioritarios de la empresa paraestatal.

### SECTOR FISCAL Y FINANCIERO

#### Disposiciones sobre instituciones financieras

El 2 de mayo se publicaron en el *D.O.* las reglas para el requerimiento mínimo de capital base de operaciones de las institu-

ciones financieras; trece días después apareció un acuerdo por el que se establecen los límites para las filiales de tales instituciones establecidas al amparo del TLC de América del Norte.

### INDICADORES FINANCIEROS EN MAYO DE 1997

	Día 2	Día 30
Tipo de cambio <sup>1</sup>	7.93	7.89
Reservas internacionales <sup>2</sup>	21 496	22 262
Ccsto porcentual promedio de captación	21.07	18.73
Tasa de interés interbancaria de equilibrio a 28 días	20.75	20.51
Índice de precios y cotizaciones de la BMV	3 756.61	3 936.11

1. Promedio interbancario del precio de venta del dólar en pesos. 2. Millones de dólares.

### Medidas contra el lavado de dinero

La Asociación de Banqueros de México divulgó el 5 de mayo las nuevas obligaciones que deben cumplir las instituciones financieras para prevenir el lavado de dinero. Las disposiciones respectivas de la SHCP, publicadas en el *D.O.* del 2 de marzo y gradualmente en vigor desde el 2 de mayo, se refieren a la identificación plena de clientes en la apertura de contratos y cuentas, así como en transacciones por montos superiores a 10 000 dólares o su equivalente en moneda nacional.

### Permisos para operar seguros de pensiones

El 8 de mayo la SHCP expidió su autorización para que 15 aseguradoras operen seguros de pensiones. De acuerdo con la nueva Ley del Seguro Social, en vigor desde el 1 de julio, las pensiones por muerte, incapacidad, invalidez, retiro y vejez serán pagadas por la institución de seguros que elija cada trabajador.

### Programa de mercados financieros rurales

La SHCP puso en marcha el 13 de mayo el Programa de Desarrollo de Mercados Financieros Rurales para alentar el establecimiento de 120 sucursales de la banca comercial en poblaciones con menos de

20 000 habitantes. El programa, con un horizonte de tres años, busca ampliar la atención de requerimientos de crédito, evitar el pago de tasas de interés mayores que las del mercado, reducir los costos de operación y elevar la captación de ahorro.

## RELACIONES CON EL EXTERIOR

### William Clinton en México

Los días 6 y 7 de mayo el presidente de Estados Unidos, William Clinton, realizó una visita oficial a México. Durante su estancia se reunió con el presidente Ernesto Zedillo, representantes del sector privado y miembros prominentes de la comunidad intelectual. Los gobernantes atestiguaron la firma de once acuerdos pactados en el marco de la XIV Reunión Binacional México-Estados Unidos, entre ellos los siguientes:

- Carta de intención para trabajo conjunto en áreas naturales protegidas en la frontera.
- Memorándum para alentar la cooperación científica, técnica y económica en materia forestal y de recursos naturales.
- Carta de intención para desarrollar y modernizar la aviación civil.
- Protocolo que modifica el acuerdo para prevenir el lavado de dinero.
- Cartas sobre los costos de construcción, operación y mantenimiento de la planta de tratamiento de aguas residuales de Tijuana y San Diego.

Clinton asistió a la reunión sobre el Presente y Futuro de las Relaciones México-Estados Unidos y, antes de concluir su visita y continuar en gira por otros países latinoamericanos, suscribió con el presidente mexicano una declaración conjunta sobre migración "para garantizar la administración correcta y respetuosa de este complejo fenómeno tomando en cuenta sus múltiples causas, así como sus consecuencias económicas y sociales en ambos países", y otra de alianza contra las drogas con base en los principios de respeto absoluto a la soberanía, responsabilidad compartida, enfoque integral, reciprocidad de acciones y aplicación efectiva de las leyes.

### Visita del Presidente filipino

Con el fin de fortalecer los nexos económicos y políticos bilaterales, el presidente de Filipinas, Fidel Ramos, visitó México del 9 al 12 de mayo. La comitiva del país oriental arribó a Acapulco y después viajó a Veracruz, donde se inauguró una moderna

bodega de la empresa ICAVE, integrada por International Containers Terminal Services, de Filipinas, y el grupo ICA de México. El día 12 Ramos llegó a la capital mexicana y, junto con el presidente Ernesto Zedillo, atestiguó la firma de cinco convenios sobre intercambio de información en materia de narcotráfico; supresión de visas diplomáticas; cooperación técnica y científica; ratificación del convenio turístico suscrito en mayo de 1995, y un memorándum para el intercambio de cursos diplomáticos.

### El príncipe de Japón en México

En ocasión del primer centenario del inicio de la inmigración japonesa a México, del 10 al 14 de mayo el príncipe japonés, Fumihito Akishino, visitó el país. Durante su estancia se reunió con el presidente Ernesto Zedillo y juntos encabezaron los festejos organizados por la Asociación México-Japón. El príncipe viajó a Puerto Madero, Chiapas, punto de llegada del primer grupo nipón.

### Visita del gobernante salvadoreño

Del 21 al 24 de mayo el presidente de El Salvador, Armando Calderón Sol, realizó una visita oficial a México para impulsar el intercambio económico y la cooperación política. Como fruto de ella se suscribió un acuerdo comercial que facilita el ingreso de alrededor de mil productos salvadoreños al mercado mexicano, así como otros convenios de colaboración diplomática, educativa, jurídico-penal y de asistencia técnica en materia de seguridad social.

### Encuentro económico con Cuba

En el marco de la Décimosegunda Reunión Plenaria México-Cuba, convocada por el Consejo Empresarial Mexicano para Asuntos Internacionales, el 28 de mayo las delegaciones destacaron en La Habana la permanencia de México como principal socio comercial latinoamericano de Cuba y rechazaron las presiones estadounidenses en contra del intercambio bilateral.

## COMUNICACIONES Y TRANSPORTES

### Nueva empresa naviera binacional

Transportación Marítima Mexicana y la estadounidense APL acordaron el 20 de

mayo formar una nueva compañía naviera para el transporte de carga entre México y Asia. La empresa mexicana contará con 57.5% de las acciones respectivas, aunque cada una conservará sus canales de mercadotecnia y servicio a clientes.

### Acuerdo sobre telecomunicaciones con Estados Unidos

El 20 de mayo se formalizó un acuerdo entre los gobiernos de México y Estados Unidos para el intercambio de datos sobre pruebas de seguridad en equipo de telecomunicaciones. El convenio permite uniformar los procedimientos de certificación de equipo en los laboratorios de cada país.

### TFM asumió contrato colectivo del Ferrocarril del Noroeste

La empresa Transportación Ferroviaria Mexicana, ganadora de la licitación del Ferrocarril del Noreste que inició el proceso privatizador del sistema ferroviario mexicano, suscribió el 21 de mayo un nuevo contrato colectivo de trabajo con el Sindicato de Trabajadores Ferrocarrileros de la República Mexicana que considera programas de capacitación y el incremento de ingresos con base en la productividad. Además, representantes de la empresa anunciaron proyectos de inversión por 800 millones de dólares en el próximo lustro.

## QUESTIONES SOCIALES

### Nuevo sistema de recaudación del IMSS

El Instituto Mexicano del Seguro Social dio a conocer un nuevo sistema de recaudación para el retiro y el Sistema Único de Autodeterminación de Cuotas (SUAC). Con ello las aportaciones se automatizarán a partir del 17 de agosto venidero y se concentrarán las cuentas del IMSS, el Sistema de Ahorro para el Retiro y el Infonavit en un solo número de identificación social. Para el pago de las cuotas respectivas se contará con más de 6 000 ventanillas de la banca comercial en todo el país y se podrá elaborar gradualmente la Clave Única de Registro Poblacional (CURP). De acuerdo con la nueva Ley del IMSS, en vigor desde el 1 de julio, todas las empresas de hasta cinco o más trabajadores deben incorporarse al sistema.