



**INFORME DE LA REUNIÓN DE EXPERTOS SOBRE  
COMERCIO INTERNACIONAL DE SERVICIOS**

*(México, D. F., 8 de noviembre de 2007)*

---

Este documento no ha sido sometido a revisión editorial.

## ÍNDICE

	<u>Página</u>
ANTECEDENTES.....	1
A. ASISTENCIA Y ORGANIZACIÓN DE LOS TRABAJOS.....	3
1. Lugar y fecha.....	3
2. Asistencia.....	3
3. Organización de los trabajos.....	3
4. Sesión inaugural.....	3
5. Sesión de clausura.....	4
B. EXPOSICIONES, DISCUSIÓN Y CONCLUSIONES.....	5
1. Discusión sobre el comercio internacional de servicio: el caso de Costa Rica y México.....	5
2. Estrategias y necesidades del sector privado de servicios en Costa Rica y México, y la experiencia chilena en la promoción de exportaciones de servicios.....	8
3. Medición del comercio internacional de servicios de México.....	10
4. Propuesta de establecimiento de Comisión para la medición del comercio de servicios de México.....	12
5. Discusión final, conclusiones y recomendaciones.....	14
6. Recapitulación y conclusiones.....	14
<u>Anexo</u> : Lista de participantes.....	17

## ANTECEDENTES

1. Una de las transformaciones más importantes en la producción manufacturera en las tres últimas décadas del siglo XX, impulsada especialmente por Estados Unidos, fue su segmentación y traslado de algunas etapas de fabricación, a economías en desarrollo. El principio del siglo XXI presenta una nueva revolución en las actividades productivas a nivel mundial que aunque ya se gestaba en décadas anteriores, se generalizó muy recientemente: se trata de la producción de servicios y su transformación de actividades “no-comerciables” a nivel internacional a “comerciables”.
2. En el caso de la manufactura, la segmentación de la producción a nivel internacional ha tenido como propósito alcanzar una mayor competitividad a través de la reducción de costos. La revolución en el transporte internacional y de las telecomunicaciones favoreció este proceso.
3. Centroamérica y El Caribe se convirtieron en importantes sitios de ensamblaje durante los últimos veinte años gracias a las condiciones descritas. También ayudaron las preferencias arancelarias unilaterales ofrecidas por Estados Unidos a la “producción compartida” a través de la Iniciativa de la Cuenca del Caribe y otros acuerdos. De acuerdo con estas preferencias, las importaciones realizadas por empresas manufactureras de Estados Unidos de productos ensamblados en el extranjero debían pagar arancel sólo sobre el valor agregado en el extranjero.
4. Un proceso similar al de la desincorporación de ciertos eslabones en la cadena productiva de la manufactura se registra crecientemente en el sector servicios en las economías desarrolladas. Este cambio aun no ha sido tan profundo como el experimentado por la manufactura, pero avanza rápidamente y es prometedor pues está aportando a los países mayor preparación de la mano de obra y mejores salarios que la actividad maquiladora y, en general, mayor valor agregado. El segmento de mayor expansión en materia de exportaciones en el período reciente ha sido el de los servicios empresariales y es en este sector en el que se concentra principalmente este estudio, específicamente para los casos de Costa Rica y México.
5. La reunión de expertos tuvo como propósito discutir este tema, promover una lluvia de ideas sobre la forma de registrar y estimular la actividad exportadora de servicios y contrastar los avances en el documento mandatorio “Comercio Internacional de Bienes a Servicios: los casos de Costa Rica y México” de la Unidad de Comercio Internacional e Industria con las conclusiones a las que se llegarían en la reunión.



## **A. ASISTENCIA Y ORGANIZACIÓN DE LOS TRABAJOS**

### **1. Lugar y fecha**

6. La reunión de expertos sobre comercio internacional de servicios se llevó a cabo en el Centro de Capacitación y Negocios en Comercio Internacional (CENCACI), de PROMÉXICO, en la Ciudad de México, México, el día 8 de noviembre de 2007.

### **2. Asistencia <sup>1</sup>**

7. Participaron expertos en el tema de servicios, provenientes del sector público, academia y sector privado.

### **3. Organización de los trabajos**

8. Se adoptó la siguiente agenda de trabajo:

1. Inauguración
2. Comercio Internacional: de bienes a servicios. El caso de Costa Rica y México
3. Estrategias y necesidades del sector privado de servicios
4. PROCHILE: Promoción de exportaciones de servicios
5. Medición del Comercio Internacional de Servicios de México
6. Propuesta de PROMÉXICO para el establecimiento de Comisión para la medición del comercio internacional de servicios de México.
7. Discusión final, conclusiones y recomendaciones
8. Clausura

### **4. Sesión inaugural**

9. La apertura estuvo a cargo del señor Jorge Máttar, Oficial a Cargo de la Sede Subregional de la CEPAL en México, quien mencionó que anteriormente se pensaba que el sector de servicios era necesario para el funcionamiento de las economías, pero poco relevante para coadyuvar en la

---

<sup>1</sup> Véase la lista de participantes en el anexo.

inserción de los países en los mercados internacionales. Asimismo, se asociaba a este sector con baja productividad y bajos salarios. El señor Máttar mencionó que la evidencia del estudio que elaboró la CEPAL sobre Costa Rica y México permite ver la importancia y potencialidad que en la actualidad tiene el sector de servicios, no obstante las limitaciones de información que existen al respecto. Consideró que la política económica es un elemento central para la promoción de las exportaciones de servicios.

## **5. Sesión de clausura**

**10.** Al término de las sesiones plenarias, la señora Claudia Schatan, Jefa de Unidad de Comercio Internacional e Industria de la CEPAL y el señor Abraham Hernández, Jefe de la Unidad de Inteligencia de Negocios de PROMÉXICO, agradecieron a los participantes sus valiosos aportes. Resaltaron que la reunión había sido de mucha utilidad para enriquecer el análisis sobre el sector servicios y se comprometieron a analizar la propuesta de PROMÉXICO de la creación de un Comité de Trabajo para la Generación de Estadísticas de Servicios en México.

## **B. EXPOSICIONES, DISCUSIÓN Y CONCLUSIONES**

### **1. Discusión sobre el comercio internacional de servicio: el caso de Costa Rica y México**

#### **Presentaciones:**

**11.** Claudia Schatan, Jefa Unidad de Comercio Internacional e Industria CEPAL/México (<http://www.eclac.cl/id.asp?ID=31984>).

**12.** Jorge Mario Martínez, Oficial de Asuntos Económicos, Unidad de Comercio Internacional e Industria CEPAL/México (<http://www.eclac.cl/id.asp?ID=31984>).

#### **Intervenciones:**

**13.** El señor Francisco Gamboa, Director de Estudios Económicos de la Promotora del Comercio Exterior de Costa Rica (PROCOMER), intervino para destacar que el estudio que realizó CEPAL explica y describe la realidad del comercio internacional de servicios de Costa Rica. De igual forma, el señor Gamboa comentó sobre la experiencia inicial de PROCOMER, CAMTIC y el Banco Central de Costa Rica en la conformación de un grupo interinstitucional de medición de servicios; mostró su interés por la propuesta de creación de una comisión para la medición del comercio internacional de servicios por parte de PROMÉXICO, y resaltó la experiencia de Colombia al respecto. Asimismo, mencionó la importancia de buscar un acercamiento con los gremios de empresas para determinar con mayor exactitud la población de empresas que están en el sector exportador de servicios, así como las necesidades y características de las empresas.

**14.** El señor Gamboa mencionó que la medición y la promoción de comercio internacional de servicios son temas interrelacionados debido a que, por una parte, se requiere la medición para efectuar acciones de promoción y, por otra, los incentivos que son parte de la promoción al sector exportador de servicios facilitan la medición del sector. También se refirió a la importancia de algunas herramientas de la OMC y UNCTAD para la promoción de exportaciones de servicios, y ofreció enviar a CEPAL estadísticas con respecto al empleo y salarios en el sector exportador de servicios actualizados al 2006. Finalmente, propuso añadir como futura línea de investigación el profundizar en el perfil de los recursos humanos demandados por las empresas en el régimen de zona franca.

**15.** El señor Rigoberto Torres, Jefe del Área de Estadísticas del Sector Externo del Banco Central de Costa Rica (BCCR), mencionó que en Costa Rica es evidente que el sector de servicios ha crecido de manera importante. Mencionó que el BCCR utiliza las clasificaciones y componentes normalizados del FMI para efectos de la medición de las exportaciones de sectores de servicios. Consideró interesante la clasificación del Bureau of Economic Analysis (BEA),

utilizada en el documento de CEPAL, para entender la dinámica de las exportaciones de servicios. El señor Gamboa comentó la posibilidad que tiene de compartir los datos del BCCR sobre el dinamismo de las exportaciones de servicios, los cuales son congruentes con las tendencias mostradas en el estudio de CEPAL. También, mencionó que las exportaciones de servicios han tenido un incremento importante pues en 1990 la balanza comercial de este sector era deficitaria y actualmente es positiva. Por último, comentó que el Banco Central ha hecho esfuerzos conjuntos con cámaras como CAMTIC para mejorar la medición de servicios.

**16.** El señor Alexander Mora, Presidente de la Cámara de Tecnologías de Información y Comunicación (CAMTIC), enfatizó la importancia de la colaboración del sector privado para medir el comercio internacional de servicios. Comentó sobre algunos problemas y lecciones aprendidas en el marco de la experiencia de Costa Rica. En particular, mencionó la resistencia por parte del sector privado en proporcionar información sobre sus ventas de servicios, pues consideran esa información de carácter confidencial. En ese sentido, expuso que la solución que se encontró en su momento en CAMTIC fue la firma de un convenio de confidencialidad para el uso de los datos.

**17.** Por otra parte, el señor Mora hizo hincapié en que la medición se facilita cuando hay promoción e incentivos, es decir, los empresarios colaboran en la medida en que encuentran incentivos en proporcionar información. En la mayoría de los casos la información solicitada no existe en las mismas empresas en la forma en que se solicita. Mencionó que la CEPAL puede ayudar a los gobiernos en la región a descubrir qué tipos de incentivos facilitarían la medición del comercio internacional de servicios.

**18.** Según el señor Carlos Wong, Gerente General de Global Park, las empresas multinacionales que exportan servicios demandan recursos humanos calificados, en función del tipo de servicios que proveen. Además, en Costa Rica la calificación de los recursos humanos que estas empresas requieren varía en función de si la empresa realiza una inversión para suministrar servicios hacia la población en Estados Unidos de habla inglesa, hacia la población hispana en Estados Unidos o hacia mercado intralatinoamericano.

**19.** Por otra parte, el señor Oscar Hernández, Director de Comercio e Inversión del Ministerio de Economía en El Salvador, resaltó que hay que seguir considerando la importancia que aun tiene el comercio transfronterizo en el comercio internacional, independientemente de que el comercio por medio de la presencia física de empresas transnacionales (Modo 3) sea el principal canal de comercio de servicios. Además de la atracción de Inversión Extranjera Directa el reto es fomentar la exportación de servicios por parte de las empresas nacionales. En este sentido, las políticas públicas deben orientarse a desarrollar las capacidades de estas empresas. También deben orientarse en apoyar al personal que ha trabajado en empresas transnacionales para que creen sus propias empresas.

**20.** Asimismo, el señor Hernández resaltó que una de las principales limitaciones en la medición del comercio internacional de servicios a través de encuestas tiene que ver con la cantidad de solicitudes de parte del sector público hacia las empresas. En muchos de los casos las solicitudes de información se duplican y, como consecuencia, las solicitudes son trasladadas a empleados de bajo nivel, lo que posiblemente tiene repercusiones sobre la calidad de la información que se reporta. Las empresas también desconfían que las encuestas sean usadas para



tener un mayor control sobre las contribuciones fiscales de las empresas. Ante la desconfianza del sector privado para proporcionar información, en El Salvador se está trabajando para mejorar el marco regulatorio. Por otra parte, debido a que los instrumentos de promoción de exportaciones en El Salvador están diseñados específicamente para promocionar la maquila, se ha promulgado en este país una Ley específica de Servicios que facilite el desarrollo de negocios y la atracción de IED en este sector. De acuerdo con el señor Hernández, la competencia mundial en el comercio internacional de servicios implica unificar a nivel centroamericano los esquemas de competencia.

**21.** El señor Abraham Hernández, Jefe de la Unidad de Inteligencia de Negocios de PROMÉXICO, intervino explicando que hay que considerar que la mayor parte del comercio exterior se da entre empresas transnacionales. Por ejemplo, en México el 30% de las exportaciones no petroleras son generadas por 128 empresas, de las cuales 115 son extranjeras. Comentó que, como lo menciona Thomas Friedman en su libro “The World is Flat”, actualmente hay una tendencia hacia la individualización de la exportación de servicios, es decir el individuo busca insertarse, haciendo uso de herramientas de tecnología de la información, en los mercados internacionales. Esto se traduce en problemas de medición.

**22.** Asimismo, el señor Hernández comentó que hay un gran incentivo a buscar servicios en países en donde éstos son más baratos. Por ello, los países de la región deben tener cuidado de no competir en una carrera hacia abajo, refiriéndose a la competencia en costos de la fuerza de trabajo para la atracción de IED. El reto es fomentar la inserción de las empresas nacionales en una dinámica de negocios con empresas multinacionales e hizo referencia al programa Techba como un caso de éxito al respecto. Asimismo, mencionó que se debe discutir la conveniencia o no de privilegiar sectores específicos, pues más allá de los incentivos que pueda dar el gobierno se necesitan capacidades nacionales para poder participar en los sectores seleccionados. Finalmente explicó que se debe tener cuidado en resaltar casos de éxito a nivel mundial como la India, puesto que existen factores específicos que no se dan en otros países, como la existencia de una fuerza de trabajo calificada en TIC y el manejo del idioma inglés.

**23.** El señor Oscar Hernández comentó que sería importante unificar a nivel centroamericano los esquemas de incentivos para la atracción de IED, pues estos países deben de entender que no compiten en sí, sino con Asia. Además, los incentivos deben ir más allá de concesiones fiscales y se debe buscar el desarrollo de empresas locales.

**24.** El señor José Luis Fernández de PROMÉXICO, expresó algunas dudas que permitieron reflexionar sobre una estrategia de IED en México: a) ¿Qué convendría más, atraer empresas anclas que generen clusters, o bien dar incentivos a PYMES para que se puedan insertar en una lógica de exportaciones? b) ¿Se puede hablar de clusters en la industria electrónica y de software en Costa Rica?

**25.** Finalmente, la señora Xiomara Hurtado, Jefa del Departamento de Balanza de Pagos del Banco Central de Reserva de El Salvador, expresó que hubiese sido interesante encontrar, en la primera parte del estudio, una lista más amplia de países en desarrollo exitosos en las exportaciones de servicios y qué tipo de políticas públicas están realizando para comparar con México y Costa Rica.

## **2. Estrategias y necesidades del sector privado de servicios en Costa Rica y México, y la experiencia chilena en la promoción de exportaciones de servicios**

### **Presentaciones:**

**26.** Abraham Hernández, en representación de la Sra. Jana Lorena Nieto, Coordinadora del programa Techba en la Secretaría de Economía de México (<http://www.eclac.cl/id.asp?ID=31984>).

**27.** Roberto Martínez, Director de Relaciones Gubernamentales de INTEL México. (<http://www.eclac.cl/id.asp?ID=31984>).

**28.** En su presentación sobre la experiencia de INTEL, y las lecciones que se pueden recoger en términos de competitividad para el caso de México y Costa Rica, el señor Roberto Martínez mencionó que en el documento de CEPAL se identifica correctamente que, además de los bajos costos, un factor determinante para las decisiones de *offshoring* es el capital humano. Las decisiones de inversión desde la perspectiva de INTEL se explican por dos factores adicionales a los incentivos fiscales, acceso de mercado y bajos costo que son: el capital humano, y la protección de la propiedad intelectual. Por ello sugirió incorporar este último punto al documento.

**29.** En México no hay incentivos fiscales, y en los programas actuales de gobierno falta mayor énfasis en el tema de propiedad intelectual. Asimismo los actuales incentivos para la vinculación con institutos de educación superior no están articulados entre las instancias federales que los otorgan. Además, algunos programas no se adecuan a las necesidades de empresas grandes como Intel, haciendo referencia a PROSOFT en México. Por otra parte, ratifico que la planta de Intel en Costa Rica percibe un problema en la oferta de capital humano, la cual fue calificada como limitada hacia el futuro en cuanto al egreso de ingenieros y técnicos en el nivel de maestría y doctorado.

**30.** Otra lección que se debe incorporar al documento como una posible recomendación es la necesidad de flexibilizar los planes curriculares. La curricula de formación de capital humano debe estar homologada con otros países competitivos. Asimismo, se debe promover una mayor coordinación entre universidades, institutos de investigación y empresas que permita establecer áreas de investigación relevantes y formación de recursos humanos de acuerdo con la demanda del sector.

**31.** Expresó que no se requieren montos altos para que el retorno de la inversión en investigación y desarrollo sea alto. Por lo tanto sugirió que la Secretaría de Economía promueva la vinculación entre la comunidad de investigadores con homólogos de otros países competitivos, y sugirió la posibilidad de que proyectos de investigación de México pudieran apoyar a problemas concretos de la operación de la planta de Intel en Costa Rica.

**32.** Alexander Mora, Presidente de la Cámara de Tecnologías de Información y Comunicación (CAMTIC). (<http://www.eclac.cl/id.asp?ID=31984>).

**33.** En su exposición, el señor Alexander Mora, de CAMTIC, identificó algunos retos para el desarrollo del sector de TIC en Costa Rica. Entre estos resaltó:

- a) Recursos humanos se opera a pleno empleo.
- b) En Costa Rica se tiene aversión al talento extranjero. Es decir, la migración se asocia a seguridad nacional y no así al desarrollo.
- c) Carencia en educación de técnicos especialistas.
- d) Limitaciones en educación superior privada calidad y pública cantidad.
- e) Falta de interés de universidades públicas por alinear su oferta educativa con el sector productivo.
- f) Urgencia de mejorar el bilingüismo.
- g) El sector no es relevante para el gobierno por su éxito.
- h) Desinterés político para discutir estímulos al sector TIC.
- i) Carencia de mercado accionario.
- j) Excesos regulatorios (p.e El ajuste de curricula en Universidades privadas puede durar dos años, por el tiempo que se toma el ente público).
- k) Fondos de I+D solamente dirigidos hacia Universidades públicas. – Desvinculación con el sector privado.
- l) Atomización del actuar del gobierno hacia el sector TIC.

**34.** La señora Verónica Tramer, Responsable del Sector Servicios del Área Metropolitana de ProChile, resaltó temas relevantes con respecto al sector exportador de servicios de Chile, y a algunos mecanismos e instrumentos de promoción éste en comparación con el documento de CEPAL. Al respecto se puede resaltar lo siguiente:

- a) Los acuerdos de doble tributación son instrumentos fundamentales para la promoción del sector exportador de servicios.
- b) El reconocimiento de profesiones es muy importante para la promoción de servicios profesionales, sin embargo los acuerdos comerciales sólo expresan intencionalidad al respecto.
- c) El fomento a través de financiamiento es clave. A pesar de que Chile tiene un sector bancario desarrollado no está enfocado al sector de servicios por la intagibilidad de los mismos.
- d) La confianza es un factor determinante en la exportación de servicios, y la experticia es relevante pues por ejemplo no se puede mandar muestra a los clientes.

e) La transversalidad de los servicios en la economía y su intangibilidad determinan una complejidad de promoción de las exportaciones.

f) La producción de bienes tiene incorporado una proporción de servicios que no se mide, e inclusive excede en algunos casos el valor de los bienes.

g) Existe un efecto multiplicador en la exportación de servicios que induce la exportación de otros servicios, así como de otros sectores y tecnologías. Por ejemplo educación, estudios de factibilidad de ingeniería, etc.

h) Problemas de medición que generan inconsistencias y subestimación del comercio internacional de servicios. Estadísticas de Banco Central de Chile y ProChile difieren. Existe una iniciativa de censo de establecimientos exportadores de servicios en todo Chile que arrojará resultados el 2008, los cuales ofreció compartir con CEPAL.

### **3. Medición del comercio internacional de servicios de México**

#### **Presentaciones:**

**35.** Gerardo A. Durand Alcántara, Director de Estadísticas de Comercio Exterior, Registros Administrativos y Precios del INEGI.

**36.** Salvador A. Bonilla Leal, Gerente de Análisis y Medición del Sector Real, del Banco de México (<http://www.eclac.cl/id.asp?ID=31984>).

**37.** Alejandro Faya, Director General Adjunto de Inversión Extranjera, de la Secretaría de Economía de México (<http://www.eclac.cl/id.asp?ID=31984>).

**38.** El señor Gerardo A. Durand Alcántara, de INEGI, no utilizó un documento en Power Point para hacer su presentación de manera que no existe una presentación en la página web de CEPAL.

**39.** En síntesis, el señor Durand mencionó que el INEGI trabaja con organismos internacionales para elaborar la información estadística de comercio internacional de México, pero que es sólo una de las fuentes utilizadas. El INEGI tiene tres esquemas para construir información propia: los Censos (recurre a todas las unidades de observación); Encuestas, y Registros administrativos, tales como las Aduanas.

**40.** El señor Durand señaló que actualmente el INEGI enfrenta el problema de tener que adaptarse a la sexta revisión del formato de la Balanza de Pagos hecha por el Fondo Monetario Internacional. Este requiere que la actividad de la industria maquiladora se registre como un servicio y no como una actividad manufacturera (que es la forma en que se ha considerado a lo largo de muchos años).

**Discusión:**

41. El señor Padilla preguntó cuál era el objetivo del INEGI para cambiar las estadísticas de maquila de su contabilidad actual en bienes y pasarla al renglón de servicios.
42. El señor Rigoberto Torres consideró que en la medida en que se tengan los datos del comercio de servicios existirá una toma de decisiones más certera y acorde a cada país. En el caso de Costa Rica, comentó, no se han obtenido datos más que en las zonas francas. En lo que concierne a la IED, preguntó qué pasaba con el seguimiento de la misma, sobre todo en la parte de las utilidades.
43. Por su parte, el Señor Oscar Hernández cuestionó al señor Gerardo Durand sobre la forma en que piensan medir la maquila en México, al pasarla al área de servicios. Consideró que esta industria está ofreciendo más que un servicio y está teniendo una transición al pasar al paquete completo. De la misma manera, preguntó a Alejandro Faya si el registro de la inversión es obligatorio en México, qué sanciones tiene contempladas la ley para aquellas empresas que no presentan la información, y cómo están catalogados los diferentes tipos de inversión en México.
44. El señor Francisco Gamboa preguntó a Salvador Bonilla si el Banco de México realiza alguna encuesta o ejercicios de extrapolación para obtener información más exacta, en los casos en que la empresas no tienen obligación de entregar la información.
45. En respuesta a la pregunta sobre la nueva contabilización de la maquila, el señor Gerardo Durand contestó que el único criterio válido de los organismos promotores de la nueva metodología (OMC, FMI, ONU, entre otros) es, “dejar de imputar un cambio de propiedad en la industria de bienes de procesamiento cuando no se tiene en realidad”.
46. Añadió que este cambio significaría alinear los manuales de Balanza de Pagos y de Cuentas Nacionales a la nuevas versiones, por lo que el grupo de trabajo de México (Aduanas, Banco de México e INEGI) no está en desacuerdo con la aplicación. Se ha propuesto, dijo, que sea una aplicación gradual. Por otra parte, reconoció que de aceptarse la nueva recomendación, habría un retroceso de 20 años en la metodología y se perdería la serie actual de las mercancías.
47. Con relación a la pregunta de la delimitación de los bienes para procesamiento, señaló que anteriormente México era de los países más avanzados en la delimitación, ya que asumía que todas las empresas con un programa de maquila de exportación generaban bienes de procesamiento. Sin embargo, con la creación de la Industria Manufacturera de Exportación (IMEX) es necesario identificar cuáles empresas llevan a cabo efectivamente un cambio de propiedad y un proceso de la mercancía, pero para ello se requiere, dijo, incorporar una medición cuantitativa.
48. En esta línea, el señor Salvador Bonilla comentó que con esta nueva medida las economías se convertirán en exportadoras de servicios y no de manufacturas. Sin embargo, dijo, existe un problema en la contabilidad cuando las empresas buscan maximizar sus utilidades y adoptan programas de maquila, cuando en realidad no lo son. Además, añadió, la forma en que cada país contabilice sus servicios y maquila puede originar discrepancias de comparación entre los mismos países.

49. En respuesta a las preguntas sobre la contabilización de la Secretaría de Economía de México, Alejandro Faya mencionó que los datos reportados se analizan en conjunto con el Banco de México, ya que uno de los componentes reportados es un estimado y hay cierto rezago histórico que debe incorporarse a los datos.

50. Por otra parte, sobre la contabilidad de las inversiones, señaló que en México el componente de inversión se integra por reinversión de utilidades, importación de activo fijo, nuevas inversiones, préstamo de matriz a filial y la desinversión. Los datos que se reportan son agregados del destino, y del origen. A nivel de empresas no existen datos.

51. En cuanto a las sanciones contempladas en la Ley de Inversión Extranjera, mencionó que éstas varían dependiendo de la infracción; por ejemplo, para el caso de registro se contempla una sanción de mínimo 30 y máximo 100 salarios mínimos. Sin embargo, dependiendo del tamaño de la empresa, la multa pudiera ser o no suficiente.

52. Finalmente, respondió que en la Ley no existe una definición de categoría de inversión, ya que es muy amplia. En general, la IED es aquella participación de inversionistas extranjeros y sociedades mexicanas, en actividades económicas o en las que hay acciones mexicanas en compañías con capital extranjero.

53. A la pregunta del señor José Luís Fernández de, por qué era tan difícil captar a través del registro la nacionalidad de la empresa, Alejandro Faya contestó que por razones prácticas no se puede investigar el origen inicial de la inversión, sino la forma última de declararlo o de procedencia. Sin embargo, mencionó que siempre se anota en la metodología las posibles distorsiones en las estadísticas.

54. Sobre la colaboración del Banco de México y la Secretaría de Economía, el señor Salvador Bonilla, confirmó que ambas instituciones trabajan de manera conjunta en las estadísticas de inversión desde 1998. Además, dijo, la falta de información es más resultado del retraso en el reporte de las empresas, que una negativa de información de las mismas. En cuanto al registro de ramas como la de transporte, señaló que a partir de la mayor incursión de este tipo de empresas en el mercado, su contabilidad se ha complicado, por lo que se hace una estimación de este tipo de servicios, en los casos en los que no se puede obtener información.

#### **4. Propuesta de establecimiento de Comisión para la medición del comercio de servicios de México**

55. La presentación sobre PROMÉXICO estuvo a cargo del señor Abraham Hernández, Jefe de la Unidad de Inteligencia de Mercados, quien describió a PROMÉXICO como una nueva institución de promoción de negocios internacionales de México, cuyas funciones son coordinar los esfuerzos de atracción de comercio exterior y de inversión, así como promover la imagen de negocios de México en el exterior.

56. Esta nueva institución se encarga de analizar, ejecutar y adecuar diferentes puntos de interés en materia de comercio exterior y promoción de exportaciones, en coordinación con seis secretarías de Estado (economía, trabajo, HCP, SER, SAGARPA, turismo y una representación

de la iniciativa privada). Su meta principal es, que a través de PROMÉXICO, se logre una incidencia y un punto de inflexión en las exportaciones y la inversión en México, a través de la búsqueda de oportunidades específicas de negocios de alto impacto.

57. El señor Abraham Hernández mencionó que para poder llevar a cabo esta meta, PROMÉXICO cuenta con una red de oficinas en el exterior y en las entidades federativas, para poder contactar a los empresarios que requieren sus servicios y promover el país en el exterior. La Unidad de Análisis también se encarga de generar información estructurada y estudios de proyectos estratégicos de alto impacto. Además, mencionó algunos ejemplos de oportunidades de inversión como la aeroespacial, el software, entre otros, beneficiosos para los países.

58. Para finalizar, el señor Hernández, a nombre de PROMÉXICO, propuso a las diferentes instituciones involucradas en la contabilidad de los servicios en México (Banco de México, INEGI y Secretaría de Economía) y a la CEPAL, crear una Comisión de Trabajo donde se todos estos actores, de manera periódica, avancen en el tema de la contabilidad de los servicios. La idea es que estas instituciones se reúnan mensualmente durante los primeros seis meses y, posteriormente, trimestralmente, para generar una agenda de trabajo sobre la forma en que se deben medir las exportaciones e inversión en servicios de tecnología de la información y empresariales. Se planteó como primera fecha de reunión el 23 de noviembre de 2007. El objetivo de esta reunión sería establecer los compromisos del grupo y los alcances. PROMÉXICO ofreció sus instalaciones para llevar a cabo estas reuniones y extendió la invitación a los representantes de los otros países que se encontraban en la reunión.

59. El señor Salvador Bonilla, como representante del Banco de México, mencionó que esta institución ya trabaja con el INEGI para poder contabilizar los servicios, y que ambas instituciones se han encontrado con que el primer obstáculo para poder llevar a cabo la tarea es contar con los recursos humanos necesarios para realizar las encuestas. Por lo tanto, el Banco, dijo, recibe con agrado la propuesta de PROMÉXICO y está dispuesto en participar en las reuniones.

60. Por su parte, Gerardo Durand del INEGI, dijo que él y Francisco Ardavin eran representantes de una parte de las estadísticas que generaba en el tema el INEGI, por lo que, considerando que la propuesta de PROMÉXICO involucraría a otras partes de su institución, debería comentarlo con sus superiores antes de dar una respuesta final.

61. Finalmente, Jorge Mario Martínez, felicitó a PROMÉXICO por su propuesta y consideró que ésta beneficiaría mucho al país, por lo que a nombre de la CEPAL agradeció la invitación y mencionó que lo comentaría en la CEPAL. Sin embargo, expresó que seguramente la CEPAL participaría en las reuniones.

## **5. Discusión final, conclusiones y recomendaciones**

62. El señor Carlos Palencia enlistó cuatro puntos a considerar:

a) Primero, recomendó reconsiderar la remanufactura como nicho de mercado, ya que, dijo, sí se considera como una posibilidad de manufactura vinculada a un servicio de

maquila, el IMEX puede tener hasta 15.000 o 20.000 millones de dólares de valor. Si no toma México esta oportunidad, lo harán otros países latinoamericanos o se irá a Asia.

b) Posteriormente, sobre el tema del origen del capital en las estadísticas, señaló que este puede venir triangulado a México desde Europa, pero al pasar por Estados Unidos se registra como de origen estadounidense.

c) En tercer lugar, consideró loable atraer empresas como la espacial, pero señaló que existe un sector como la proveeduría de mercado que nadie quiere atacar y que podría incorporar hasta el 95% de insumos tradicionales.

d) Finalmente, recomendó invitar, a la propuesta de Comisión de Trabajo sobre Servicios, a instituciones como CONCAMIN o CANCANACO, a fin de incorporar, en la Comisión, a sus áreas de servicios para generar estadísticas.

**63.** Finalmente, la señora Claudia Schatan comentó que era irónico que en tiempos de liberalización comercial y flexibilización de las reglas de origen, la maquila deba dejar de ser considerada como sector manufacturero y deba pasar a ser parte del sector servicios en las estadísticas nacionales. De esta manera, consideró, no va a poder apreciarse la contribución que la maquila hace al sector productor de bienes a través de la mayor producción de paquete completo. En conclusión, señaló, parece extemporánea la nueva política de clasificación que México deberá seguir en sus estadísticas oficiales.

## **6. Recapitulación y conclusiones**

**64.** Durante el encuentro se escucharon muchas presentaciones interesantes y se desarrolló una discusión muy fructífera. En la sesión de cierre de la reunión, Claudia Schatan resumió algunos de los puntos más importantes tratados durante el evento. En el período reciente, el sector exportador de servicios, incluso más que la industria maquiladora, ha tomado un gran impulso y está dando frutos. Sin embargo, este proceso es difícil de analizar en todas sus dimensiones debido a los problemas que existen para poder medirlo. La falta de información es crítica y para poder superar este problema se necesita una colaboración estrecha entre el sector privado y el sector público. Las encuestas a las empresas parecen ser una fuente posible de información valiosa, pero se necesita interesar y estimular al sector privado para que entregue información fidedigna. Un mayor conocimiento del sector exportador de servicios es muy importante para poder diseñar una política pública afín a este sector, ya que hasta el momento sólo se ha ampliado el tipo de política destinada a la industria, pero éstos no siempre son adecuados.

**65.** Otro tema que surgió repetidamente durante la reunión es la necesidad de apoyar la formación de capital humano. Este es un requisito para que se pueda atraer inversión y que esta inversión se destine a servicios cada vez más sofisticados. De hecho, el nivel más bajo de capital humano que se solicita en las actividades de servicios exportables más simples es de un nivel bastante superior al que se requiere en la mayor parte de la actividad la maquiladora. Se necesita mejorar el nivel educativo de la población desde la primaria; flexibilizar la currícula de las universidades; promover un mayor acercamiento entre las empresas y las universidades, puente



que debe ayudar a hacer el sector público. Este último aspecto es indispensable para poder avanzar en el contenido tecnológico de los servicios exportados.

**66.** Finalmente, la señora Schatan, agradeció y felicitó a los colegas de PROMÉXICO y a todos los participantes de la reunión; así como al equipo de logística todo su esfuerzo para poder haber llevado a cabo el evento.

**67.** El señor Abraham Hernández, agradeció también a todos los participantes su colaboración.



Anexo**LISTA DE PARTICIPANTES****A. EXPERTOS INVITADOS****Chile**

Verónica Tramer  
Responsable del Sector Servicios del Área Metropolitana  
PROCHILE  
Santiago de Chile  
Tel: (562) 565-9243  
Fax: (562) 565-9083  
E-mail: vtramer@prochile.cl

**Costa Rica**

Alexander Mora Delgado  
Presidente  
Cámara de Tecnologías de Información y Comunicación (CAMTIC)  
700 metros Sur, 25 Oeste del Banco Nacional de San Pedro de Montes de Oca  
San Pedro de Montes de Oca  
San José, Costa Rica  
Tel: (506) 234-3410  
Fax: (506) 280-4691  
E-mail: a.mora@tecapro.com

Francisco Gamboa S.  
Director de Estudios Económicos  
Promotora del Comercio Exterior de Costa Rica (PROCOMER)  
Edificio Centro de Comercio Exterior, Avenida 3ª, Calle 40  
San José, Costa Rica  
Tel: (506) 299-4702  
Fax: (506) 223|4643  
E-mail: fgamboa@procomer.go.cr

Carlos Wong  
Gerente General  
Parque Empresarial y Zona Franca  
Global Park  
Del Real Cariari 650 mts al Este carretera a La Aurora de Heredia  
San José, Costa Rica  
Tel: (506) 209-5912/209-5910  
Fax: (506) 209-5960  
E-mail: cwong@globalparkcr.com

Rigoberto Torres Mora  
Jefe del Área de Estadísticas del Sector Externo  
Banco Central de Costa Rica  
Tel: (506) 243-3313  
Fax: (506) 243-4559  
E-mail: torresmr@bccr.fi.cr

## **El Salvador**

Óscar Hernández  
Director de Comercio e Inversión  
Ministerio de Economía  
Centro de Gobierno Alameda Juan Pablo II y  
Calle Guadalupe Edificio C-1 Plan Maestro  
San Salvador, El Salvador  
Tel: (503) 2231-5603 (Directo), 2281  
Fax: (503) 2221-2797/4773  
E-mail: ohernandez@minec.gob.sv

Xiomara Hurtado  
Jefa del Departamento de Balanza de Pagos  
Banco Central de Reserva  
San Salvador, El Salvador  
Tel: (503) 2281-8402  
Fax: (503) 2281-8401  
E-mail: xiom.hurtado@bcr.gob.sv

Laura Aparicio  
Asesora de Estrategias de Internacionalización  
EXPORTA  
San Salvador, El Salvador  
Tel: (503) 2241-6400  
E-mail: laparicio@exporta.gob.sv

**México**

Abraham Hernández  
Jefe de la Unidad de Inteligencia de Negocios  
PROMÉXICO  
Camino a Santa Teresa 1679  
Col. Jardines del Pedregal  
C. P. 01900, México, D. F.  
Tel. (52-55) 5449-9057  
E- mail: abe@vitalis.com.mx

Bernardo von Raesfeld Porras  
Asesor de la Unidad de Inteligencia de Negocios  
PROMÉXICO  
Camino a Santa Teresa 1679  
Col. Jardines del Pedregal  
C. P. 01900, México, D. F.  
Tel. (52-55) 5449-9417  
E- mail: bernardovrp@gmail.com

Eduardo Portas  
Director Ejecutivo de Análisis Económico  
PROMÉXICO  
Camino a Santa Teresa 1679  
Col. Jardines del Pedregal  
C. P. 01900, México, D. F.  
Tel. (52-55) 5449-9141  
E- mail: eportas@bancomext.gob.mx

José Luis Fernández Santisteban  
PROMÉXICO  
Camino a Santa Teresa 1679  
Col. Jardines del Pedregal  
C. P. 01900, México, D. F.  
Tel. (52-55) 5449-9285  
E-mail: jfernans@bancomext.gob.mx

Alejandro Faya Rodríguez  
Director General Adjunto de Inversión Extranjera  
Secretaría de Economía  
Av. Insurgentes Sur N° 1940, piso 8  
Col. Florida  
C. P. 01030, México, D. F.  
Tel: (52-55) 5229-6167  
Fax: (52-55) 5229-6507  
E-mail: afaya@economia.gob.mx

Salvador A. Bonilla Leal  
Gerente de Análisis y Medición del Sector Real  
Director de Medición Económica  
Banco de México  
Av. 5 de Mayo N° 18, 1er. piso, Sección D  
Col. Centro  
C. P. 06059, México, D. F.

Alfonso Sales Duarte  
Subgerente de Análisis del Sector Externo  
Banco de México  
Av. 5 de Mayo N° 18, 1er. piso, Sección D  
Col. Centro  
C. P. 06059, México, D. F.  
Tel. 5237-2596  
Fax. 5237-2689  
E-mail: [asales@banxico.org.mx](mailto:asales@banxico.org.mx)

Gerardo A. Durand Alcántara  
Director de Estadísticas de Comercio Exterior, Registros  
Administrativos y Precios  
Instituto Nacional de Estadística, Geografía e Informática (INEGI)  
Av. Patriotismo N° 711 Torre "A", Primer piso  
Col. San Juan Mixcoac  
C. P. 03730, México, D. F.  
Tel. (55) 5278 1051  
Fax. (55) 5278 1000 Ext. 1463  
E-mail [gerardo.durand@inegi.gob.mx](mailto:gerardo.durand@inegi.gob.mx)

Francisco Ardavin  
Director de Estrategias del Sector Terciario  
Instituto Nacional de Estadística, Geografía e Informática (INEGI)  
Aguascalientes, Aguascaliente  
México  
Tel: (01-449) 910-5716/48  
E-mail: [francisco.ardavin@inegi.gob.mx](mailto:francisco.ardavin@inegi.gob.mx)

Roberto Martínez  
Director de Relaciones Gubernamentales  
INTEL México  
Boulevard Manuel Ávila Camacho 36  
Torre Esmeralda II, piso 7  
Lomas de Chapultepec  
C. P. 11000, México, D. F.  
Tel: (52-55) 1295-2386, 2966-9301  
E-mail: [roberto.martinez@intel.com](mailto:roberto.martinez@intel.com)

Carlos Palencia  
Consultor  
México, D. F.  
E-mail: paesca@yahoo.com

## **B. SECRETARÍA**

### **Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL)/Sede Subregional en México**

Jorge Máttar  
Oficial a Cargo de la Dirección  
Av. Presidente Masaryk N° 29, piso 13  
C. P. 11570, México, D. F.  
Tel: (52-55) 5263-9700  
Fax: (52-55) 5531-1151  
E-mail: jorge.mattar@cepal.org

Claudia Schatan  
Jefa, Unidad de Comercio Internacional e Industria  
Av. Presidente Masaryk N° 29, piso 11  
C. P. 11570, México, D. F.  
Tel: (52-55) 5263-9662  
Fax: (52-55) 5531-1151  
E-mail: claudia.schatan@cepal.org

Martha Cordero  
Oficial de Asuntos Económicos  
Unidad de Comercio Internacional e Industria  
Av. Presidente Masaryk N° 29, piso 11  
C. P. 11570, México, D. F.  
Tel: (52-55) 5263-9707  
Fax: (52-55) 5531-1151  
E-mail: martha.cordero@cepal.org

Jorge Mario Martínez  
Oficial de Asuntos Económicos  
Unidad de Comercio Internacional e Industria  
Av. Presidente Masaryk N° 29, piso 11  
C. P. 11570, México, D. F.  
Tel: (52-55) 5263-9695  
Fax: (52-55) 5531-1151  
E-mail: jorgemario.martinez@cepal.org

Mauricio Montiel  
Oficial de Asuntos Económicos  
Unidad de Comercio Internacional e Industria  
Av. Presidente Masaryk N° 29, piso 11  
C. P. 11570, México, D. F.  
Tel: (52-55) 5263-9665  
Fax: (52-55) 5531-1151  
E-mail: mauricio.montiel@cepal.org

Enrique Lora  
Economista  
Unidad de Comercio Internacional e Industria  
Av. Presidente Masaryk N° 29, piso 11  
C. P. 11570, México, D. F.  
Tel: (52-55) 5263-9848  
Fax: (52-55) 5531-1151  
E-mail: enrique.lora@cepal.org

Ramón Padilla  
Oficial de Asuntos Económicos  
Unidad de Comercio Internacional e Industria  
Av. Presidente Masaryk N° 29, piso 11  
C. P. 11570, México, D. F.  
Tel: (52-55) 5263-9694  
Fax: (52-55) 5531-1151  
E-mail: ramon.padilla@cepal.org

Indira Romero  
Asistente de Investigación  
Av. Presidente Masaryk N° 29, piso 13  
C. P. 11570, México, D. F.  
Tel: (52-55) 5263-9711  
Fax: (52-55) 5531-1151  
E-mail: indira.romero@cepal.org

Laura Gutiérrez  
Asistente Administrativa  
Unidad de Comercio Internacional e Industria  
Av. Presidente Masaryk N° 29, piso 13  
C. P. 11570, México, D. F.  
Tel: (52-55) 5263-9663  
Fax: (52-55) 5531-1151  
E-mail: laura.gutierrez@cepal.org