

# I. DESCRIPCION DE SERVICIOS DE INFORMACION DE COMERCIO EXTERIOR EN EL ESTADO DE NUEVO LEON

## A. Servicios de Información.

### 1. El valor de la información

"La contribución de la información al bienestar nacional ya no puede ser puesta en duda, pero la cuantificación de esa es extremadamente difícil...Es igualmente difícil definir el nivel óptimo de los recursos que deberían ser destinados a la información tanto a nivel local y de la empresa, como del país."(1).

"El fortalecimiento de los sistemas nacionales de información disponible para el usuario final, tanto de fuentes extranjeras como nacionales...que sirven los intereses de empresarios medianos y pequeños, han demostrado ya su eficacia...desde 1960 a 1970."(2).

### 2. La información y sus usuarios

Pauline Atherton describe "la aplicación de una política de comunicación que consiste en sensibilizar al público sobre la información, su valor, sus fuentes, su disponibilidad y su adquisición".(3).

Así mismo "Los hábitos...del individuo que necesita información, la importancia que le de al hecho de obtenerla, los medios de que dispone para buscarla el conocimiento acerca de estos medios...Estos factores, pueden afectar el comportamiento de búsqueda de información."(4).

Existen "usuarios que buscan información activamente, consagrando esfuerzos y recursos para procurar información apropiada, estos son los más progresistas en la actividad económica."(5).

(1). Pauline Atherton. Manual para Sistemas y Servicios de Información.p.12

(2). Ibidem Manual para Sisistemas y Servicios de Información.p.12-13

(3). Ibidem. Manual para Sistemas y Servicios de Información.p.9

(4). Ibidem. Manual para Sistemas y Servicios de Información.p.9

(5). Ibidem. Manual para Sistemas y Servicios de Información.p.9

### 3. Información y Progreso

Nos dice Atherton que "el importante papel de la información...depende del conocimiento que va siendo producido, adquirido, promovido y aplicado...a los servicios de información que constituyen una parte integrante de este proceso." (6).

Agrega también que "Las Bibliotecas, Centros de Documentación, y los agentes de enlace de la información son servicios esenciales si han de progresar los planes de desarrollo económico." (7).

Por lo tanto es primordial que el conocimiento y la información "sean accesibles a toda clase de ejecutivos, empresarios que la requieran" (8). Por que contribuyen al desarrollo económico de un país.

Atherton menciona que "Los planes de desarrollo de un país...incluyen...tres áreas prioritarias:

- a). Técnicas, administración y economía industriales.
- b). Recursos naturales.
- c). Ciencia e ingeniería." (9).

Pero la más relacionada a este trabajo es la primera ya que engloba todo este tema.

"Es típica la pequeña empresa que, en muchos casos, puede producir una amplia variedad de productos...son pocas las que poseen servicios propios de información o al menos un dirigente técnicamente calificado." (10).

Los tipos de información que se necesitan no están limitados a la producción, sino que cubren todos los aspectos de la actividad industrial.

(6). Ibidem. Manual para Sistemas y Servicios de Información. p.1

(7). Ibidem. Manual para Sistemas y Servicios de Información. p.1

(8). Ibidem. Manul para Sistemas y Servicios de Información. p.1

(9). Ibidem. Manual para Sistemas y Servicios de Información. p.3

(10). Ibidem. Manual para Sistemas y Servicios de Información. p.3

Brevemente Atherton nos describe los principales tipos de información:

a). Identificación del producto, determinación de la posibilidad económica y técnica,...capacidad potencial para el uso de recursos locales.

b). Mercados y comercialización, en el país y en el exterior; datos sobre el mercado actual ...productos competitivos, clientes, distribuidores...embalaje y rotulado: para mercados de exportación, requisitos de embarque, de aduana y legales.

c). Técnicas de producción...procedimientos de control de calidad.

d). Equipo y materiales, proveedores, etc.

e). Sistemas de normalización, estándares adoptados por países industrializados y por otros menos desarrollados.

f). Administración y dirección...métodos de organización de empresas industriales, etc.

g). Información sobre los procesos de industrialización necesarios económicos y técnicos.

En general son pocos los servicios de información desarrollados para atenderlas...refleja una falta de apreciación del vínculo esencial entre el proceso industrial y la información".(11).

B. Descripción General de Bibliotecas Especializadas y Centros de Información.

### 1. Bibliotecas Especializadas

Son definidas por "la UNESCO, como aquellas bibliotecas que dependen de una asociación, servicio oficial, parlamento, centro de investigación (excluidos los centros universitarios), sociedad erudita, asociación profesional, museo empresa comercial o industrial, cámara de comercio, etc., o cualquier otro organismo, y cuyos acervos pertenezcan en su mayor parte a una disciplina o una rama particular "(12).

También se puede definir como la institución que da acceso a diversas categorías de fuentes, sumamente especializados y exhaustivas, sobre una reducida área del saber.

Por lo general su colección esta compuesta por libros, revistas, informes, folletos, publicaciones gubernamentales y varios otros grupos o categorías de materiales.

(11). Ibidem. Manual para Sistemas y Servicios de Información.p.4-5

(12). "Bibliotecas Especializadas". En: Memorias XVII Jornadas Mexicanas de Biblioteconomía de AMBAC, Puebla, Pue., 28 de abril al 2 de mayo de 1986.p.423

Nos dice Maria Esther Jasso que las bibliotecas especializadas tienen "diversas denominaciones como Bibliotecas, Centros de Información o Centros de Documentación y Servicios Bibliotecarios." (13).

Este tipo de Bibliotecas especiales llegan a tener importancia "a partir de la primera Guerra Mundial y se afianzan y florecen después de la segunda cuentan con gran número de usuarios selectos a quienes prestan servicios.

Recientemente, en México, las Bibliotecas Especializadas empiezan a florecer y han surgido varias agrupaciones especializadas... como ABIGMAC, ANBAGRO o BIBAC." (14).

#### a). Características

Algunos de los aspectos de mayor importancia que menciona Litton Gaston sobre el funcionamiento de bibliotecas especializadas y que en general las caracterizan son:

i. Ubicación: se caracterizan por el tipo de instalaciones. Por ejemplo en bancos, compañías de seguros, editoriales, museos, hospitales, entidades de beneficencia, compañías petroleras, sociedades, instituciones profesionales y en otras entidades de la más variada índole.

ii. Especialización: Dedicadas a temas especializados, los organismos de las cuales forman parte las bibliotecas especializadas tienen metas específicas y esto se refleja en la orientación de las respectivas bibliotecas, que se restringen a un solo asunto o materia bien definida, concentran su atención en un grupo de temas que se relacionan íntimamente entre sí.

iii. Usuarios: formas de utilizar la información. Quienes acuden a ellas son usuarios con necesidades de información muy específica o bien son miembros o empleados de las entidades que auspician y sostienen las respectivas colecciones y bajo cuyo amparo y protección funcionan dichas bibliotecas.

iv. Tamaño: la mayoría de las bibliotecas de compañías, asociaciones y sociedades funcionan con un número limitado de personal. Algunas ocupan un espacio pequeño ya que cuentan con colecciones especializadas.

v. Función: su objetivo es suministrar información para fines inmediatos y utilitarios." (15).

(13). Ibidem. p. 425

(14). Ibidem. p. 424

(15). Litton, Gaston. La biblioteca especializada. p. 16-

## b). Adquisición y Selección:

Charlotte G. Owens, nos dice que "Existen ... principios que todas las bibliotecas siguen más o menos en relación con sus adquisiciones. Los detalles de la forma en que se efectúan dichas adquisiciones, varían de biblioteca a biblioteca, porque la política de adquisición depende de la organización de la biblioteca, de las reglas y restricciones de la oficina compradora, y de los procedimientos generales de dicha organización. Es importante conocer la manera en que el departamento de adquisiciones está relacionado con los demás departamentos de una biblioteca, para su funcionamiento eficaz."(16).

También menciona que por lo general, se cree que las bibliotecas solamente adquieren libros y periódicos. Sin embargo, las bibliotecas especializadas, en particular, deben manejar materiales que adoptan variadas formas: libros, periódicos, publicaciones del gobierno estatal y federal, mapas, traducciones, informes técnicos, patentes, panfletos y películas."(17).

Algunos criterios que nos describe Charlotte G. Owens son que "los bibliotecarios tratan de seleccionar cuidadosamente y con buen juicio. El criterio que deben demostrar se divide en dos fases: 1) Campos de interés de la clientela de la biblioteca, y 2) nivel intelectual de dicha clientela."(18).

Estos criterios se deben aplicar en una biblioteca pública, escolar o especializada. Aunque nos hace saber que en una biblioteca especializada, "es necesario saber cuáles son los campos de investigación que predominan, productos nuevos que están saliendo, o qué revelan las últimas encuestas mercadotécnicas."(19).

"Puede llevarse a cabo por medio de consulta de catálogos, directorios, bibliografías, listas de adquisición de bibliotecas a fines, de publicaciones que contengan índices o resúmenes, de reseñas incluidas en publicaciones periódicas, referencias hechas en artículos de periódicos y también por sugerencias o solicitud de especialistas del área de la misma institución".(20).

(16). Charlotte G. Owens. "Adquisición del material para bibliotecas". Técnicas del Bibliotecario. p.32-33

(17). Ibidem.p.33

(18). Ibidem.p.33

(19). Ibidem.p.33-34

(20). "Bibliotecas Especializadas". En: Memorias XVII Jornadas Mexicanas de Biblioteconomía de AMBAC, Puebla, Pue., 28 de abril al 2 de mayo de 1986.p.427

### **c). Servicios**

Los servicios de información de bibliotecas especializadas son muy variados y su nivel de sofisticación difiere según las necesidades de cada usuario y de la institución en general.

a). Colección de fuentes autorizadas y actualizadas de información relevante para los intereses principales de la firma auspiciadora, labor que requiere un conocimiento exhaustivo de dichas fuentes.

b). Referencia o consulta responde preguntas diversas de carácter científico y atiende pedidos de datos sencillos, responde preguntas que los usuarios formulan por teléfono y ayuda a los lectores que acuden personalmente a la sala de lectura.

c). Difusión de información; distribuye resúmenes, boletines e informes y prepara pequeñas bibliografías para los usuarios que los solicitan.

d). Enlace; facilita la intercomunicación con otras instituciones similares. Su primer paso es localizar la publicación deseada y luego negociar el préstamo o una fotocopia de la misma.

## **2. Centros de información**

### **a). Definiciones**

El Centro de Información es definido por el maestro Ario Garza Mercado y Pauline Atherton, como "el que concede prioridad a las tareas de seleccionar, organizar, comparar, valorar, sintetizar, editar y proporcionar información en lugar de documentos". (21).

En este contexto puede considerarse que un Centro de Información es aquel que posee material o información especializada enfocada al comercio exterior.

### **b). Antecedentes**

Ario Garza Mercado nos dice que el Centro de Información "está asociado, más que cualquier otro sistema, al crecimiento de la industria de la computación electrónica que durante la guerra de 1939 a 1945, demostró su capacidad para procesar grandes cantidades de datos, con gran rapidez, por medio de operaciones lógicas y matemáticas." (22).

(21). Ario Garza Mercado. Manual de técnicas de investigación para estudiantes de ciencias sociales. p.80

(22). Ibidem. p.81

En el sector público de nuestro país. como en el Brasil a los centros de información los han designado centros de información a partir de los setentas.

Algunos trabajan con referencias bibliográficas otros con datos estadísticos. En ocasiones ofrecen, servicios de información administrativa, científica o técnica, similar al de consulta y asesoría que ofrecen los despachos profesionales.

En México, este tipo de Centro de Información está representado por el Servicio de Información Técnica para la Industria (INFOTEC).

Desde que fué creado INFOTEC es pionero como Centro de Información, ya que ha contribuido al desarrollo económico y social de nuestro país, promoviendo el uso del conocimiento para la producción de los bienes y servicios. Su principal función es la de actuar como intermediario entre las necesidades de la industria, y la información.

Los usuarios que atiende no son solamente del sector industrial sino también organismos del sector público, y entidades académicas de investigación y desarrollo, cuando tienen vínculos con el desarrollo industrial.

Con respecto a México comenta la Lic. Guadalupe Carrión Rodríguez en "las empresas pequeñas y medianas, todavía no existe un pleno convencimiento de la utilidad y valor de la información necesaria, en forma inmediata y directa para la propia empresa y, en forma indirecta, para el desarrollo económico industrial del país." (23).

Ya que "el industrial no tiene...tiempo...para la lectura de documentos extensos...Se interesa por el dato, la información precisa que resuelva el asunto que le preocupa, de lo cual se deriva su necesidad de...información altamente digerida y concreta." (24).

"No toda la información que el industrial solicita proviene de editoriales comerciales...sino también de documentos que caen en lo que conocemos como la literatura gris como lo son: informes de índole técnica, de tiraje muy limitado y de circulación restringida." (25).

(23). Guadalupe Carrión Rodríguez. "Reflexiones sobre los servicios de información para la industria en México" En: IV Seminario de ABIESI, S.L.P., 14 al 16 de Noviembre de 1985.p.209

(24). Ibidem.p.210

(25). Ibidem.p.210

Por esta razón existe la necesidad de establecer vínculos de comunicación interinstitucional o empresarial en la región, en el país y en el extranjero.

Por otra parte las industrias también requieren de información generada por la propia empresa, ya sea de carácter económico o financiero, resultado de las actividades de sus diversos departamentos o plantas.

Por eso el especialista de información que proporcione estos servicios debe tener un buen conocimiento de la variedad de fuentes a las que deberá acudir ya sea internas o externas para poder ofrecer un excelente servicio.

### C. Funciones de los Servicios de Información.

Los aspectos de mayor importancia que menciona Pauline Atherton sobre las funciones de los centros de información, y su entorno son:

#### 1. Marco de Referencia

"a). Los productores y usuarios de la información generalmente están alejados unos de otros.

b). Acumulación de información en grandes cantidades.

c). Crecimiento acelerado de la información.

d). Dispersión de la información por su naturaleza interdisciplinaria

e). Multiplicidad de lenguas.

f). Gran diversidad de normas y formas de presentación de las ideas.

g). Gran diversidad en la calidad y en la confiabilidad.

h). Demoras en la etapa final del suministro de documentos." (26).

(26). Pauline Atherton. Manual para sistemas y servicios de información. p. 15

## **2. Características**

**"a). Servicios de actualización permanente, servicios de extensión, publicación y publicidad.**

**b). Sistemas de indización, clasificación y de almacenamiento, servicios de referencia.**

**c). Revisiones, informes de puesta al día y de tendencias, síntesis, análisis y evaluación de la información.**

**d). Técnicas de indización para interrelacionar temas. Análisis de información y servicios de consultas.**

**e). Servicios de traducciones.**

**f). Selección y presentación o nueva forma de presentación de acuerdo a las necesidades de los usuarios.**

**g). Análisis y evaluación de la información y los datos.**

**h). Obtención de copias de documentos; servicios de reprografía."(27).**

## **3. Actividades**

**"a). Recopilación, procesamiento y almacenamiento de información comercial.**

**b). Difusión de información de interes general para los sectores públicos y privados mediante publicaciones o circulares.**

**c). Respuesta a consultas de alcance limitado, un ejemplo es sobre reglamentaciones de importaciones o exportaciones, canales comerciales, precios, etc.,"(28).**

(27). *Ibidem*.p.15

(28). CCI UNCTAD-GATT. Funcionamiento de un servicio de información comercial: manual para los países en desarrollo.p.4.

#### 4. Limitaciones

a). Dificultad para mantenerse al corriente de las informaciones que se producen

b). Superabundancia, necesidad de selección.

c). Imposibilidad de obtener rápidamente información sobre un tema específico.

d). Posibilidad de especializarse sólo en un tema limitado.

e). Estar familiarizado solamente con una o pocas lenguas.

f). Solamente algunas normas y patrones son convenientes para ciertos usuarios.

g). Dificultades e insuficiencia del tiempo disponible para evaluar y seleccionar.

h). Dificultad en la obtención de ejemplares de los documentos necesarios." (29).

#### D. Definición de los Requerimientos de Servicios de Información Comercial.

Los requerimientos de información comercial cubren áreas sobre los tipos de información y la utilidad de los servicios que deben proporcionar

Los lineamientos de los servicios de información comercial de los diversos países difieren en sus detalles porque cambian las circunstancias específicas de cada uno, pero en su concepción más amplia, el mandato será similar: proporcionar aquella información que ayuda al país a incrementar su comercio exterior, particularmente sus exportaciones.

##### 1. Aspectos básicos de un centro de información en comercio exterior.

En la formación de un Centro de Información sobre Comercio Exterior se debe tener en cuenta, la calidad del material. Esta calidad dependerá de lo detallado o completa que sea, de los temas a que se refiera, de su exactitud y de su actualización.

Un buen servicio de información de comercio exterior sabe dónde obtener información sobre cualquier tema que requiera.

(29). Pauline Atherton. Manual para sistemas y servicios de información. p. 15

Una colección de fuentes básicas de referencia puede ser muy útil para ubicar la información solicitada.

Ya que la respuesta a algunas solicitudes de información ocupa mucho tiempo, para evitar una duplicación de este trabajo, el centro de información podrá formar un fichero de las fuentes externas que las hayan solucionado.

En las tarjetas se pondrá una breve indicación de la información buscada, el nombre y dirección de la fuente que la suministró y la fecha en que se haya hecho la consulta.

## 2. Mandato

El mandato de un servicio de información comercial desempeña un papel importante en el establecimiento de prioridades. Ya que la información que recopila está en función de las necesidades de exportación e importación de su país.

## 3. Establecimiento de prioridades

Las prioridades de un servicio de información comercial deben formularse en función del mercado, señalando los productos, en especial de aquéllos de importancia clave o que tienen o podrían tener mercados en varios países.

El Centro de Comercio Internacional UNCTAD-GATT menciona "tres consideraciones para establecer prioridades:

a). Sobre los temas considerados de primera prioridad, se recopila la mayor cantidad posible de información, de forma que el material abarcado sea tan detallado y actualizado como se estime necesario de productos, mercados u otros aspectos.

b). Se identifican las fuentes de información más importantes, se procesan y se difunde la información sobre acontecimientos y tendencias principales, así como si existen posibilidades de exportación inmediatas (como una solicitud de importador o un anuncio de concurso o licitación). Las estadísticas comerciales y de otra clase a esos temas se recopilan anualmente.

c). Se asigna una categoría aún inferior a aquellas materias en que la necesidad de información es sólo de carácter ocasional. "(30).

(30). CCI UNCTAD-GATT. Funcionamiento de un servicio de información comercial: manual para los países en desarrollo.p.9-10

Para establecer las prioridades, se consideran los siguientes factores:

a). Estructura actual de las exportaciones:

Identificación de los productores más importantes del país, habida cuenta del volumen de las exportaciones y de los mercados principales.

b). Potencial de exportación y planes de inversión:

Uno de los objetivos consiste en diversificar las exportaciones en función de los productos y los mercados. En este contexto, se puede originar necesidades de información como los siguientes:

i). Localizar en los mercados internacionales demandas de productos que ya se producen para el mercado interno y elaborar un programa para comercializarlos.

ii). Información para localizar demandas de productos en el extranjero, normas para adaptar productos nacionales o demandas de otros países, localización de proveedores de los insumos necesarios y estudios de capacidad industrial y agrícola para la elaboración de planes de comercialización.

#### 4. Cobertura:

La información que reúne un servicio de información puede ser utilizada como ayuda en la determinación de políticas comerciales y a nivel internacional para la planificación del desarrollo y el análisis económico.

Su finalidad es informar a las empresas y a organismos de promoción comercial los siguientes puntos:

a). Los productos que tienen las mejores perspectivas en el extranjero.

b). El potencial de ventas, las condiciones y los requisitos de los distintos mercados extranjeros.

c). A quién vender y cómo conseguirlo.

d). Las condiciones financieras, económicas, políticas, legales, nacionales o internacionales, que deben tenerse en cuenta al planificar y llevar a cabo operaciones de exportación.

Los temas necesarios de la información comercial pueden comprender desde estadísticas comparadas como de importaciones o exportaciones de diversos países, las condiciones de acuerdos de comercio internacional

importantes, hasta la información detallada o especializada como precios pagados en una subasta o normas de etiquetado de los alimentos elaborados en un país determinado.

Aparte de estos temas, deben tenerse en cuenta otros tres aspectos cuando se determina el valor de la información para los usuarios del servicio de información de comercio exterior.

i). utilidad comercial

La mayoría de los temas enumerados están relacionados directamente con la exportación, y deben figurar evidentemente en toda lista de temas de información comercial. El servicio de información debe de esforzarse en obtener principalmente información comercial, y en segundo plano material general, ya sea de economía, política, social o de otro tipo.

ii). Vigencia

Los factores que influyen en los mercados y las condiciones comerciales cambian constantemente, lo que significa que un servicio de información comercial, al recopilar información debe dar prioridades a la información y los acontecimientos más recientes. Aunque cierta cantidad de información histórica es necesaria para poner de manifiesto las tendencias y dar perspectivas a la información actual, los exportadores operan principalmente en función de la situación actual.

iii). Precisión

Mientras más correcta y precisa es la información, mayor es su valor. Un ejemplo: para un exportador de productos en conserva puede tener más valor inmediato un breve artículo informativo sobre el éxito de un nuevo tamaño de envase para latas de conserva de pulpa de frutas en un mercado determinado, que el que tendrían las estadísticas de las importaciones de frutas elaboradas.

## 5. Planificación de las adquisiciones

El Centro de Comercio Internacional UNCTAD-GATT menciona que para poder llevar a cabo esta planificación hay que tener en cuenta "tres componentes básicos:

a). Identificación de claves para encontrar las fuentes de información: bibliografías y guías que permiten...obtener información sobre cualquier tema, incluso aquellos que no estén previstos.

b). Formación de un acervo de informaciones básicas: Obras de referencia, como guías y anuarios, así como estadísticas del comercio internacional, aranceles aduaneros, reglamentos de importación y ciertas publicaciones periódicas.

c). Obtención de fuentes de noticias comerciales y de productos: documentación en diversas formas, relativa...a productos determinados y a su vigencia comercial."(31).

(31). Ibidem. Funcionamiento de un servicio de información comercial: manual para los países en desarrollo.p.20

## 6. Recursos de información de comercio exterior en el extranjero

"En circunstancias ideales una parte sustancial de la información comercial recibida y difundida por un centro de información proviene de sus representantes comerciales en el extranjero...ya que tienen acceso a las fuentes directas, es a menudo el que están en mejores condiciones de suministrar la información exacta que necesitan los exportadores."(32).

Para dar un mejor servicio sobre comercio exterior, un centro de información eficaz debe saber dónde obtener la información, para dirigirse, correctamente a los representantes comerciales en el extranjero.

### E. Los Servicios de Información de Comercio Exterior

#### 1. La utilización de información comercial:

La disponibilidad de información precisa es esencial para el éxito de cualquier empresa humana. En el caso de la información sobre comercio exterior, quienes se encargan de los programas de promoción del comercio de un país deben tener contacto directo con los acontecimientos que se producen en el mundo y que pueden influir en el comercio.

Las principales funciones de un organismo promotor del comercio es la de proporcionar información segura y actualizada a:

a). Los departamentos y servicios oficiales que se ocupan del desarrollo del comercio exterior.

b). Las empresas del sector privado que importa y exporta.

Esta función es esencial para el desarrollo del comercio exterior de un país.

Los organismos del Estado necesitan información para poder determinar la dirección en que puede desarrollarse el comercio exterior del país, definir los objetivos del comercio y adoptar las normas y medidas que permitan conseguirlos.

(32). Ibidem. Funcionamiento de un servicio de información comercial: manual para los países en desarrollo. p.18

El sector privado también necesita información sobre producción y comercialización, de las exportaciones a fin de poder decidir cuáles son los mejores mercados y escoger los productos y las técnicas de producción más eficaces en cada caso. También requiere información para efectuar importaciones en especial las de productos esenciales, en las mejores condiciones posibles.

Un organismo de la promoción comercial debe decidir que clase de información necesitan sus usuarios y hasta dónde han de llegar sus actividades de investigación y análisis. La elección variará considerablemente de un país a otro y dependerá de muchos factores, como:

i. La composición y las tendencias del comercio exterior del país y del comercio mundial.

ii. Los objetivos y prioridades gubernamentales en materia de comercio exterior, tanto en lo relativo a los productos como a los mercados.

iii. El grado de desarrollo de las empresas e instituciones del sector exportador del país.

Las fuentes de información que ya existen en un país, tanto en el sector público como en el privado son muy importantes. En países desarrollados, determinados organismos recopilan información para promover el comercio exterior, aun cuando no siempre lo hagan de manera sistemática.

En el sector público, los siguientes organismos cuentan con información útil a la organización de la promoción comercial:

i. Banca Pública y Privada

ii. Secretarías y dependencias relacionadas con la comercialización y producción, tales como las Secretarías de Comercio y Fomento Industrial, Secretaría de Agricultura y Recursos Hidráulicos, Secretaría de Energía, etc.

iii. Consejo de promoción de las exportaciones por ejemplo: El Consejo Nacional de Comercio Exterior, etc.

iv. Juntas de comercialización por ejemplo: BANCOMEXT representaciones de sectores industriales.

v. Entidades públicas que se ocupan de determinados grupos de productos ejemplo: PROEXPORT en colaboración con representantes de maquiladoras.

## **2. Investigación de mercados**

Los investigadores de mercados estudian el comportamiento de la oferta y de la demanda de mercados en países, regiones o continentes determinados, analizando las condiciones, económicas y comerciales. Dan una atención especial a las políticas y relaciones comerciales internacionales, que influyen en los objetivos de exportación y en las necesidades de importación de su propio país. Se mantienen al corriente de los cambios que experimentan los principales mercados exteriores, los aranceles de aduana, y las demás disposiciones que afectan a los productos de exportación de su país.

Los investigadores de productos y asesores en comercialización de organismos de comercio exterior se especializan en ramas determinadas de la industria o de la agricultura que tienen que ver con el comercio exterior del país; analizan las tendencias y los acontecimientos mundiales que influyen en los principales productos de exportación de su país y en las importaciones de productos esenciales. Investigan las oportunidades que ofrecen los mercados extranjeros para la exportación de productos tradicionales y no tradicionales, así como los canales comerciales que permitan aprovechar esas oportunidades, y las técnicas de promoción a utilizar. En cuanto a las importaciones buscan las fuentes de abastecimiento más competitivas y los canales para obtenerlas.

Estos investigadores tienen acceso a información comercial actualizada y se mantienen al corriente del estado de la producción y del comercio de diversos sectores de producción y de los problemas que deben resolverse a fin de aumentar las exportaciones del país.

De lo anterior se desprende que tanto los especialistas en productos y mercados de una organización de promoción comercial, como una representación comercial del país en el extranjero están estrechamente vinculados con tareas informativas de los organismos para la promoción comercial.

Los archivos que ellos van formando con datos sobre productos, mercados e investigaciones especiales constituyen parte integrante del material de información que se recopila y se va registrando en el servicio de información sobre comercio exterior.

## **3. Integrantes del ciclo de servicios de promoción comercial**

Todas las secciones de un servicio de información en comercio exterior forman una red y contribuyen a la recopilación, análisis y difusión de información comercial.

A continuación se presenta un marco conceptual de los servicios de promoción comercial a nivel nacional e internacional de BANCOMEXT, S.N.C. incluyendo servicios de asesoriamiento sobre comercialización de exportaciones e importaciones y de investigación de mercados. (ver cuadro 1)

**Consejerías comerciales:** Dan apoyo al sector exportador a través de actividades como:

- Promoción de alianzas estratégicas e inversión extranjera, analizar mercados internacionales, detectar demandas, promover oferta exportable y definir estrategias de comercialización.

- Identificación y apoyo de oportunidades de coinversión con socios extranjeros potenciales que representan ventaja en materia de tecnología, capacitación y /o comercialización.

- Información de oportunidades de subcontratación para sectores con capacidad instalada ociosa.

- Difusión de información sobre mercados de tecnología: Ofertas modalidades de operación, tendencias, y requisitos, así como estándares de calidad internacional.

BANCOMEXT tiene establecidas Consejerías Comerciales en los principales mercados de oferta y demanda de productos, cubriendo estratégicamente las siguientes regiones:

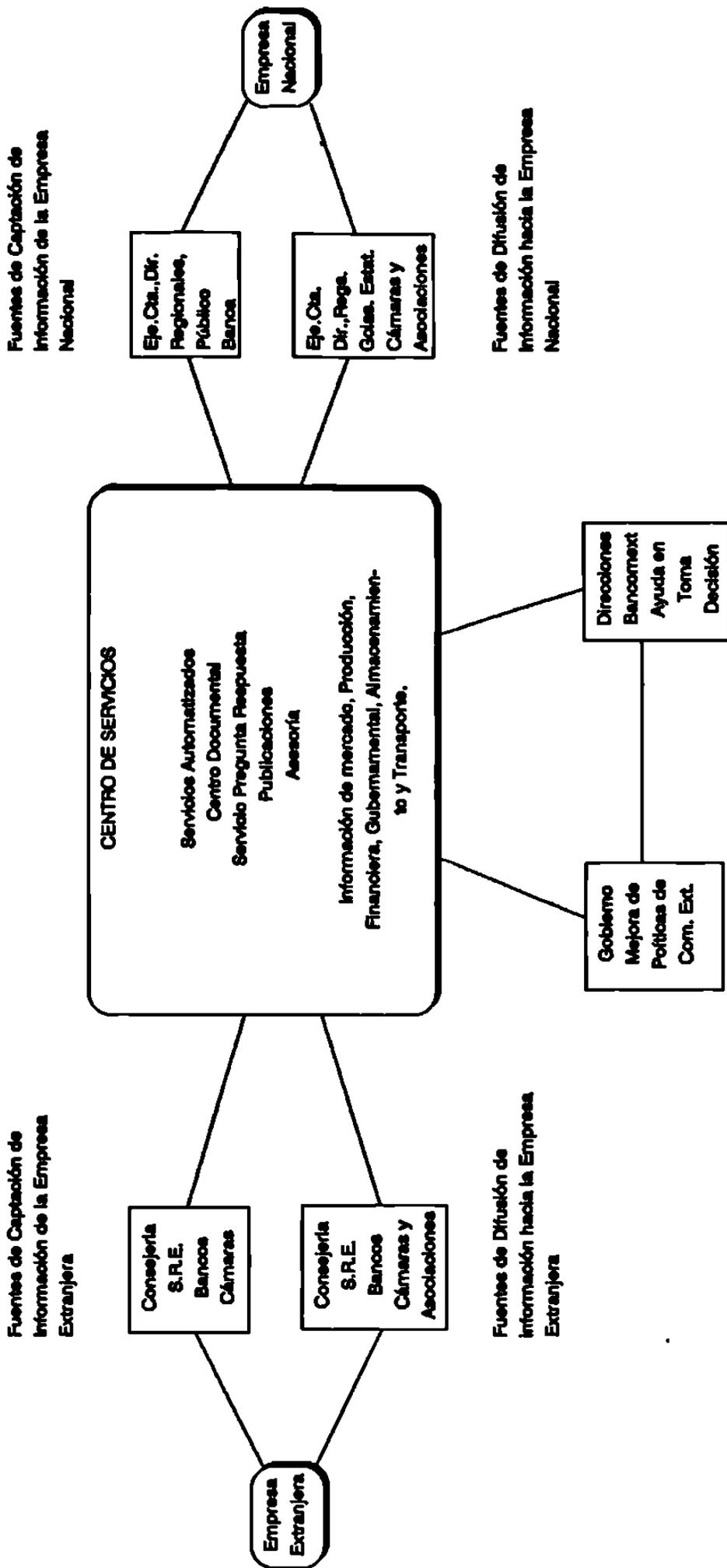
- Norteamérica
- La Comunidad Europea
- América Latina y el Caribe
- Asia y Oceanía

Y facilitando de esta manera la entrada de productos mexicanos a los principales bloques comerciales del mundo.

**Secretaría de Relaciones Exteriores:** Encargada a través de las embajadas y consulados establecidos en todo el mundo de fomentar las relaciones comerciales de México, apoyar el desarrollo de acuerdos y convenios comerciales y proteger los intereses del país en el mundo.

**Cámaras:** Promueven y fomentan entre sus agremiados la exportación de sus productos, mantienen vínculos con Cámaras de otros países que facilitan el intercambio de oportunidades comerciales y actúan como intermediarios entre sus agremiados y los organismos gubernamentales de comercio exterior.

**MARCO CONCEPTUAL SERVICIOS DE PROMOCION COMERCIAL**



**Banca Comercial:** Otorga créditos respaldados por BANCOMEXT para el financiamiento de exportaciones e importaciones de empresas mexicanas que contribuyan al desarrollo del país. Los principales bancos que proporcionan este servicio son:

BANCOMER, BANAMEX, Banca Serfin, CITIBANK, Banco Internacional, ATLANTICO, FIRA, COMERMEX, SOMEX, Banca CREMI, BCH, BANPAIS, MERCANTIL Del Norte, MERCANTIL Probursa, BANRURAL, CONFIA, BANORO, PROMEX, BANCRECER, DEL CENTRO, OBRERO, ORIENTE, BNCI, BANOBRAS, ETC.

**Ejecutivos de Cuenta:** Los Ejecutivos de cuenta de BANCOMEXT son funcionarios de alto nivel, encargados de atender la promoción integral de sectores específicos de la actividad económica, proporcionando al exportador e importador real o potencial, el apoyo necesario para que inicie o consolide sus exportaciones.

Desarrollan actividades de promoción de la oferta exportable mexicana de bienes y servicios, asesoría comercial, técnica, así como información sobre mercados de apoyo y fomento a las exportaciones.

A fin de realizar lo anterior, los ejecutivos de cuenta se encuentran especializados en los siguientes sectores:

- a). Sector Agropecuario, Industrial y Pesquero.
- b). Sector Químico, Petroquímico y Farmacéutico.
- c). Sector Textil, Confección, Piel y Calzado.
- d). Sector Manufacturas Diversas, Editorial y Papel.
- e). Sector Eléctrico.
- f). Sector Bienes de Capital, Metalmecánico y Automotriz.
- g). Sector Muebles, Ferretería y Materiales de Construcción.

**Direcciones Regionales y Direcciones Estatales (BANCOMEXT, S.N.C.):** Su finalidad es promover, la ampliación de unidades de producción y establecimiento de nuevas industrias para integrar la oferta exportable.

Dentro de las acciones que realizan las Direcciones Regionales y Gerencias Estatales cabe destacar las siguientes:

- a). Fomentar y apoyar la participación de los organismos públicos y privados locales en actividades de comercio exterior.

b). Identificar y contribuir a la solución de obstáculos a las exportaciones.

c). Propiciar Transacciones Comerciales entre oferentes y demandantes.

d). Coadyuvar a la racionalización de importaciones.

e). Promocionar el abastecimiento de insumos a la industria maquiladora.

f). Fomentar la creación de industrias maquiladoras.

#### Los Servicios Automatizados

Actualmente gran parte de los servicios de promoción comercial están automatizados, para ser más eficientes la información que se le proporciona al público sobre sus necesidades específicas: Ver cuadro 2.

Licitaciones internacionales: Procedimiento de adquisiciones cuya base es un concurso internacional, para que el país licitante obtenga la oferta más conveniente a sus intereses.

La licitación internacional reúne características propias que la hacen de gran interés para los exportadores reales o potenciales, entre estas características destacan principalmente:

i. Compra-Venta de grandes volúmenes.

ii. Participación de exportadores de distintos sectores, debido a que una licitación puede abarcar una gran variedad de bienes y servicios.

iii. Servicios de Post-Venta.

Las convocatorias de licitaciones se captan a través de diferentes mercados: Consejerías Comerciales, Embajadas, Consulados y otras representaciones mexicanas oficiales en el extranjero.

Directorio de Exportadores: Este directorio elaborado en versión impresa y magnética, proporciona a la comunidad de comercio exterior un instrumento de apoyo para la promoción y difusión de sus productos y servicios en el exterior. El Directorio orienta también a las empresas extranjeras en la identificación de oportunidades de negocios con empresas nacionales.

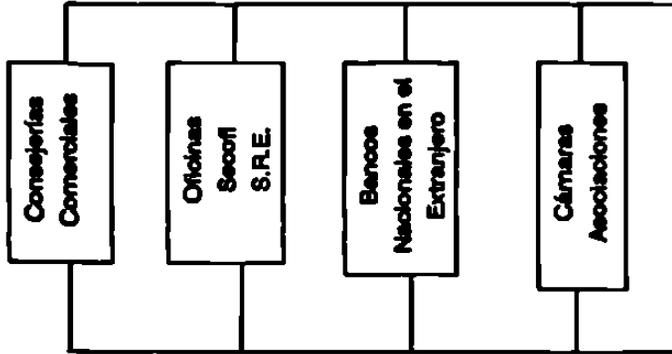
Este Directorio proporciona información detallada de cerca de 3,000 empresas mexicanas, incluyendo servicios conexos, que contribuyen con más de 85% de las exportaciones no petroleras.

## SERVICIOS AUTOMATIZADOS

Servicios Automatizados
Demandas
Oferta Exportable
Licitaciones
Inversión Extranjera
Eventos Internacionales
Directorio de Exportadores
Directorio de Importadores
Directorio de Servicios
Directorio de Licitaciones
Directorio de Inversionistas Extranjeros
Conexión a Bancos de Datos Internacionales
De Comercio Exterior
De Bancomext
Información Gubernamental Secofi
Estadísticas
Correo Electrónico
Geografía Nacional
Difusión
Presentaciones Promocionales

Apoyos

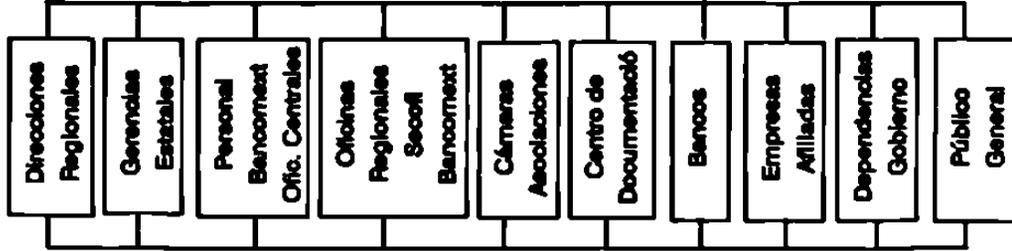
Soluciones



Necesidades

Empresas Extranjeras

Soluciones



Apoyos

Soluciones

Necesidades

Empresas Nacionales

Empresas Extranjeras

La versión impresa del Directorio, que contiene versiones en español, inglés, francés y alemán, está organizada en tres índices básicos:

- Orden alfabético de productos.
- Clasificación arancelaria del Sistema Armonizado.
- Actividad Industrial.

Con base en estos índices, se proporciona un perfil de la empresa que contiene los siguientes datos:

- Dirección, teléfono, télex, fax.
- Ejecutivo responsable de exportaciones.
- Año de fundación e inicio de operaciones.
- Número de empleados.
- Productos de exportación e insumos de importación.
- Países de destino de exportaciones.
- Referencias bancarias.

El Directorio incluye, además, información complementaria sobre:

- Asociaciones y Cámaras de Industria y Comercio.
- Bancos Nacionales y Extranjeros.
- Empresas de Consultoría por especialidad.
- Agencias Aduanales.
- Transportistas y Consolidadores de carga.
- Compañías Aseguradoras.
- Ferias Internacionales.

#### 4. Centros de Información en Comercio Exterior y Usuarios

La finalidad de un Centro de Información sobre Comercio Exterior es proporcionar a los usuarios la información que requieren sobre todos los aspectos que tienen que ver con la importación y exportación de productos entre países y empresas específicas. Los principales usuarios de estos centros de información son los siguientes:

- a). Organismos Gubernamentales.
- b). Sector Industrial.
- c). Comercializadoras.
- d). Sector Público.
- e). Sector Académico.
- f). Estudiantes.
- g). Otras personas físicas.
- h). Banca Comercial.

La persona a cargo del centro de información mantiene contacto con asesores en comercialización que le pueden brindar el apoyo necesario para interpretar información solicitada y proporcionar un servicio óptimo.

Por otra parte debe tener la capacidad de identificar información sobre una materia determinada que en algún momento futuro puede requerir. Si se encuentra entre los materiales que ya recibe debe ir formando gradualmente un archivo que le permita economizar recursos y optimizar el servicio.

## II. ORGANISMOS Y OFICINAS SOBRE COMERCIO EXTERIOR EN EL ESTADO DE NUEVO LEON.

Con el fin de identificar los servicios de información disponibles sobre comercio exterior en la zona metropolitana de Monterrey, N.L., se realizó una pequeña encuesta para identificar las principales consultas que reciben y las fuentes que se utilizan para darles respuesta, las principales bibliotecas y centros de información, así como otros organismos que proporcionan información de comercio exterior.

La encuesta incluye además dos organismos que prestan estos servicios en México, D.F. que sirven de parámetro para completar un perfil de usuarios y las necesidades de información y los recursos disponibles para darles respuesta.

De todos los organismos y bibliotecas encuestadas se recibió respuesta y se muestran a continuación los resultados.

Bibliotecas y organismos que recibieron la encuesta:

- . AMCHAM of Mexico, A.C. División Noreste, Monterrey, N.L.
- . Banco Nacional de Comercio Exterior, S.N.C. D.F.
- . Biblioteca Benjamin Franklin.
- . Cámara de la Industria de Transformación de Nuevo León
- . Centro de Información de Negocios del ITESM Monterrey, N.L.
- . Consejo Nacional de Comercio Exterior Monterrey, N.L.
- . Consulado General Americano. Departamento Comercial, Monterrey, N.L.
- . Información Selectiva, S.A. de C.V. (INFOSEL)
- . Información Tecnológica y Consultoría (INFOTEC)
- . PROEXPORT: Subsecretaría de Comercio Exterior, Monterrey, N.L.
- . Secretaría de Comercio y Fomento Industrial SECOFI: CINTERMEX, Monterrey, N.L.
- . Subsecretaría de Comercio Exterior, Inversión y Turismo: Gobierno del Estado de Nuevo León. Monterrey, N.L.

**- . BANCOMEXT. Monterrey, N.L. Centro de información  
Dirección Regional Noreste**

**A.- American Chamber of Commerce of México, A.C División  
Noreste Monterrey, Nuevo León**

### **1. Objetivos**

La American Chamber of Commerce of Mexico, A.C. fue fundada hace más de 75 años, con el propósito de fortalecer y promover el comercio y la inversión entre México y los Estados Unidos.

La American Chamber está afiliada a la United States Chamber of Commerce, a la Asociación de Cámaras Americanas de Comercio de América Latina , y es la más grande de las 47 Cámaras Americanas de Comercio en el mundo.cuenta con 3000 socios corporativos, afiliados a nivel nacional en tres oficinas regionales localizadas en México D.F., Monterrey y Guadalajara, contribuyen con el 90% de la inversión directa norteamericana en México y los Estados Unidos.

### **2. Servicios**

El servicio principal de la biblioteca de la American Chamber of Commerce of Mexico, A.C. Noreste es la generación y distribución de información relevante sobre comercio internacional, legislación, ofertas y demandas comerciales. Asimismo participa activamente en programas de desarrollo industrial, fomenta las exportaciones, asesora sobre la importación de productos norteamericanos y constituye un centro de información para inversionistas y compradores extranjeros.

Proporciona además los siguientes servicios:

- a). Fax público.
- b). Traducciones acreditadas ante la American Translators Association.
- c). Redacción de cartas de recomendación y presentación comercial.
- d). Bolsa de trabajo gratuito.
- e). Encuestas de sueldos y prestaciones.
- f). Tarjetas de socio que otorgan descuentos en hoteles.
- h). Consultas de información de comercio exterior.

3. Consultas más frecuentes y fuentes de información que les dan respuesta.

a). Consultas más frecuentes

- Importadores de productos industriales y productos de consumo.

- Exportadores de productos bienes de consumo.

- Representaciones y distribuciones industriales.

- Asociaciones en E.U.A.

- Información general.

- Tarifas Arancelarias de E.U.A.

- Oficinas de Gobierno en E.U.A.

- Contactos comerciales en otros países.

- Cámaras de comercio en E.U.A.

- Información sobre estados específicos de E.U.A.

- Publicaciones en E.U.A.

- Información corporativa.

- Economía y tendencia del comercio.

- Exhibiciones y convenciones.

b). Fuentes de información

- Directory of Importers and Exporters, 1991.

- Thomas Register Manufactures, 1991.

- Encyclopedia of Associations, 1991.

- Thomas Grocery, 1991.

- American Export Register, 1992.

- U.S. Industrial Export Directory, 1992.

1992. - Directory of American Companies Operating in Mexico,

- Export Today, 1992

- Worldwide Hardware, 1992

- Business America, 1992
- ALR, 1992
- Nation's Business, 1992
- Páginas Amarillas de directorios telefónicos de E.U.A 1992.
- Noti-Amcham (oportunidades comerciales), 1992.
- Business Organizations and Agencies Directory, 1992.
- Where to Find Business Information, 1992
- Harmonized Tariff Schedule of the U.S.A, 1991.
- Sección azul, directorios telefónicos, 1992.
- Congressional Handbook, 1990.
- AmCham Mexico Members Membership Directory, 1992
- Worldwide Chamber of Commerce Directory, 1992.
- Worldwide WTC Directory, 1992
- Texas Manufacturing Directory, 1991.
- Ayer Directory of Publications, 1991.
- Corporate Affiliates, 1991.
- Million Dollar Directory, 1990.
- U.S. Industrial Outlook, 1991.
- Trade Shows and Exhibit Schedule, 1992

4. Publicaciones de la American Chamber of Commerce of Mexico, A.C.

a). Directorios y Bases de Datos disponibles

AMCHAM Members (Northeastern).

Cámaras Americanas de Comercio en el mundo.

Cámaras de Comercio en U.S.A.

Compañías extranjeras con interés en el noreste de México.

**Consejerías Mexicanas en el mundo.**

**Ecological Institutions in U.S.A.**

**Embajadas extranjeras en México.**

**Estadísticas Económicas de México.**

**Eventos mensuales con oradores especialistas y reconocidos.**

**Maquiladoras en Coahuila.**

**Maquiladoras en Nuevo León.**

**Maquiladoras en Tamaulipas.**

**Nuevo León: Your Link to Global Competitiveness.**

**U.S. Firms Interestad in México.**

**World Trade Centers en el Mundo**

**b). Otros Directorios**

**Directorio de Hoteles y tarjetas de descuento en hoteles.**

**Directorio de Socios(Noreste).**

**Directory of American Companies Operating in México.**

**c). Guías:**

**Guide to international business services in Northeastern Mexico. México: Amcham,1992.**

**d). Manuales:**

**Manual para el exportador mexicano. México: Amcham,1992.**

**Manual para el importador mexicano. México: Amcham,1992.**

**México Maquiladora In-Bond Industry Handbook. México: Amcham,1992.**

**e). Publicaciones Seriadas**

**Boletín de trabajo,1992- . México: Amcham. Mensual.**

**Business,1992- . México: Amcham. Mensual.**

Comexus, 1992- . México: Amcham. Mensual.

Encuestas de presentaciones desglosadas, 1992- México: Amcham. Mensual

Encuestas de sueldos y salarios, 1992- . México: Amcham Mensual.

Lista de bolsa de trabajo, 1992- . México: Amcham. Mensual.

México Update, 1992- . México: Amcham. Quincenal.

Noti AMCHAM Boletín de oportunidades comerciales, 1992- México: Amcham. Mensual.

4. Colección Disponible en la Biblioteca AMCHAM Regional Noreste Monterrey, Nuevo León. ver Apéndice: 1.

B. Banco Nacional de Comercio Exterior, S. N. C. D.F.

#### 1. Presentación

BANCOMEXT, es la institución financiera del Gobierno Federal encargada de canalizar el crédito, las garantías y servicios promocionales de comercio exterior en México. Fundado en 1937, contribuye a cubrir las necesidades de la comunidad importadora y exportadora nacional.

#### 2. Servicios

a). Crédito a corto, mediano y largo plazo para las exportaciones e importaciones de productos y servicios no petroleros.

b). Financiamiento integral para incrementar la oferta exportable del país.

c). Garantías a corto, mediano y largo plazos a empresas y a instituciones financieras contra el riesgo de falta de pago en actividades de comercio exterior.

d). Promoción, información, capacitación y asesoría en materia financiera, comercial y jurídica para facilitar el intercambio comercial y la inversión extranjera.

Los servicios que se ofrecen se destinan a:

i. Empresas de los sectores público y privado para apoyar la exportación e importación de bienes y servicios no petroleros.

ii. Empresas comercializadoras, uniones de productores y exportadores indirectos.

iii. La producción y la comercialización de bienes y servicios de diverso valor agregado, desde los agropecuarios hasta los electrónicos, además de servicios como turismo e ingeniería y construcción.

### 3. Oficinas de BANCOMEXT, S.N.C.

En México, los servicios de BANCOMEXT se ofrecen a los exportadores e importadores en 24 oficinas regionales y su oficina matriz en la ciudad de México.

Oficinas Regionales: Aguascalientes, Ags. Ciudad Juárez, Chih. Colima, Col. Cuernavaca, Culiacán, Sin. Chihuahua, Chih. Gómez Palacio, Dgo. Guadalajara, Jal. Hermosillo, Son. La Paz, León, Gto Mérida, Yuc. Monterrey, N.L. Morelia, Mich Puebla, Pue. Queretaro, Qro. Saltillo, Coah. San Luis Potosi, S.L.P. Tampico, Tamps. Tapachula, Chis. Tijuana, B.C. Veracruz, Ver. y Villahermosa, Tab.

También en el extranjero, el Banco cuenta con una red de consejerías comerciales, que representan mercados estratégicos para nuestro país.

### 4. Centro de Servicios al Comercio Exterior (CSCE)

Recientemente BANCOMEXT creó el CSCE en respuesta a la necesidad de proporcionar a la comunidad exportadora de México información comercial veraz y oportuna, así como incrementar el conocimiento del mercado mundial, y con ello, facilitar las negociaciones en las que pueden participar las empresas nacionales.

Las metas del CSCE se orientan principalmente hacia la captación de información comercial a nivel nacional e internacional, el procesamiento de información con valor agregado y su difusión de manera selectiva. Dicha información contiene un alto grado de confiabilidad y brinda la oportunidad de que se pueda considerar una herramienta básica en la toma de decisiones en materia de comercio exterior, tanto de ejecutivos del sector público como de la iniciativa privada. Finalmente un proyecto de esta naturaleza ofrece la oportunidad a BANCOMEXT de incrementar su proyección e imagen hacia el exterior.

#### a). Servicios del CSCE

El Centro de Servicios al Comercio Exterior ofrece a los exportadores mexicanos y extranjeros los siguientes servicios:

## **- . Asesoría**

Diseñado para responder a todas las inquietudes e interrogantes de las empresas que desean exportar. La asesoría ofrece un panorama integral de apoyos y servicios a los que tienen acceso todas las empresas exportadoras.

### **- . Tipos de Asesoría**

i. Inicial: A través de este servicio se orienta a las empresas que por primera vez desean conocer las posibilidades, alternativas, mecanismos y apoyos para exportar sus productos.

ii. Específica: Se orienta y asesora al exportador sobre la secuencia y aspectos a considerar en el proceso de comercialización internacional e incluye:

- . Regímenes comerciales y aduaneros de México y otros países.

- . Trámites y dependencias relacionadas con comercio exterior.

- . INCOTERMS (Términos Internacionales de Comercio).

- . Importadores mundiales.

- . Cotizaciones internacionales.

- . Apoyos financieros al comercio exterior.

- . Ferias, exposiciones y misiones comerciales.

- . Precios internacionales.

- . Demandas internacionales.

- . Sistemas de transportes.

- . Incentivos y productos preferenciales.

- . Clasificación arancelaria.

- . Formas de pago internacional.

- . Servicios de Formación Técnica.

- . Servicios de información al comercio exterior.

## **5. Centros de Información de BANCOMEXT**

### **a). Antecedentes**

El primer Centro de Información sobre comercio exterior, fue establecido en el mes de junio de 1986, por el Banco Nacional de Comercio Exterior, en la Ciudad de México.

#### b). Objetivos Generales

Los objetivos generales de los Centros de Información de BANCOMEXT están definidos en los siguientes terminos:

i. Integrar colecciones especializadas de comercio exterior.

ii. Organizar adecuadamente los recursos informativos, para asegurar su identificación y recuperación.

iii. Continuar e incrementar los servicios bibliotecarios y de información hacia la comunidad exportadora e importadora del país.

#### c). Servicios de Información

Dirigidos a empresas interesadas en iniciar o ampliar su base de negocios en el extranjero. Estos servicios constituyen elementos esenciales en proyectos de exportación, ya que permiten conocer las posibilidades reales y potenciales de la comercialización de productos.

Con el propósito de facilitar el acceso y obtención de información, el CSCE a través de sus centros de información se mantiene actualizado dentro y fuera del país, por las empresas y organizaciones de México y el mundo pueden canalizar sus preguntas a los Centros de las Direcciones Regionales, Gerencias Estatales y Consejerías.

#### d). Estructura de Servicios

i. Acervo documentario: Cuenta con más de 10,000 volúmenes de información clasificada por producto, mercado, país y tema, lo que facilita su rápida localización y consulta.

ii. Servicio Pregunta-Respuesta: Servicio de información a distancia que consiste en dar respuesta a preguntas de empresas y organizaciones que tienen como finalidad procesos de comercialización internacional.

iii. Difusión Selectiva de Información: Este servicio consiste en la distribución sistemática de información documental en bases de datos sobre la evolución de los mercados internacionales, sistemas de comercialización, aspectos técnicos de producción y legales que requieran conocer las empresas para mantener y eficientar sus negocios internacionales.

**6. Consultas más Frecuentes y Fuentes de información que les dan respuesta**

**a). Consultas más frecuentes**

- . Importadores y/o Compradores Extranjeros.
- . Exportadores y/o Productores Mexicanos.
- . Precios Nacionales.
- . Precios Internacionales.
- . Estadísticas (Nacionales y Extranjeras).
- . Restricciones no Arancelarias.
- . Tratamiento Arancelario.
- . Perfiles de mercado.
- . Marcas/Códigos de Barras/Formas de pago.
- . Datos de Ciudades Mexicanas.
- . Información Histórica.
- . Situación Económica.
- . Sistema Armonizado.
- . Ferias, Exposiciones, Conferencias.
- . Convenios de crédito.
- . Comercialización.

**b). Fuentes de información**

**i. Directorios**

- . Dicome, 1991.
- . Directorio ANIERM, 1992.
- . Directorio de Exportadores CANACINTRA, 1992.
- . Directory of Exporters, 1992.
- . Directorio de Ferias y Exposiciones, 1992
- . Directorio de Líneas Navieras, 1992

- 2000 Importadores de Japón, 1990
- Harmonized Tariff Schedule of the U.S., 1992
- Japan Trade Directory, 1992
- Kompas, 1992.
- Thomas Register of American Manufacture, 1992.

ii. Guías:

- Exporters Encyclopaedia, 1992.
- Manual del Exportador, 1992.
- Manual para el Exportador Mexicano, 1992.
- Manual para el Importador Mexicano, 1992.
- Manual Práctico de Comercio Exterior, 1992.

iii. Bases De Datos

(ATTIS): Información económica, legal financiera y turística de México.

(COMTRADE): Banco de datos de la UNCTAD/GATT sobre estadística de importaciones y exportaciones a nivel mundial.

(DATALEX): Información sobre Diarios Oficiales de México.

(DIA): Bases de Datos Arancelaria.

(DIALOG): Sistema de Información con base de datos internacionales multidisciplinarias.

(DIEX): Directorio Comercial de BANCOMEXT; empresas exportadoras e importadoras más importantes de México.

(OEA/SICE): Banco de información de la Organización de E.U.A.

(SCAN-A-BID): Base de datos del Banco Mundial sobre licitaciones internacionales.

(SICM): Base de datos estadística y arancelaria de SECOFI.

(SGP): Sistema Generalizado de Preferencias. Tratamiento preferencial a productos contemplados dentro del SGP de varios países.

(TIOS): Bases de datos con estadísticas sobre importación de E.U.A.

iv. Microfichas

-. Microfichas de exportación/importación OECD, 1992.

-. Microfichas de exportación/importación SECOFI.

-. International Tabulation System. ITC.

v. Monografías

Acuerdo de Complementación Económica, 1992.

Anexo Estadístico del IV Informe de Gobierno, 1992.

Canadian Custom Tariff Harmonized System, 1992.

Codex Alimentarius, 1992.

Cómo Exportar a 123 Países, 1988.

Cómo Exportar a la Comunidad Europea, 1992.

Cómo Hacer Negocios con Centroamérica, 1992.

Cómo Hacer Negocios con Europa, 1992.

Compendium of Marketing Information Sources, 1992.

Contry Profiles, 1991.

Estadísticas de Comercio Exterior, 1992.

The European Yearbook, 1991.

European Marketing and Statistical Data, 1992.

Far East and Australasia Yearbook, 1992.

Foreign Investment, 1992.

Informe Anual del Banco de México, 1992.

International Marketing and Statistical Data, 1992.

International Tradeshow Directory, 1992.

Japan Trade Index, 1992.

Ley Aduanera, 1992.

Ley General de Inversiones Extranjeras y su Reglamento, 1992.

Major Companies, 1992.

Maquiladoras Handbook, 1992.

El Mercado de Japón, 1992.

Pacific RIM Intelligence Handbook, 1992.

Registro Industrial Mexicano, 1992.

Serie Guia de la Industria, 1991.

Serie International Trade Center, 1992.

TIGE(Tarifa del Impuesto General de Exportación), 1992

TIGI(Tarifa del Impuesto General de Importación), 1992

Tradeshows and Exhibits Schedule, 1992.

vi. Publicaciones Seriadas

Boletin de Oportunidades Comerciales, 1992-

CBI New Bulletin, 1990-

Commodity Price Data, 1989-

Chemical Marketing Reporter, 1992-

Diario de la CEE, 1990-

Diario Oficial de la Nación, 1990-

Documentos del CCI UNCTAD/GATT, 1980-

Estadísticas Financiera Internacionales, 1992-

Expansión, 1992-

El Exportador Mexicano, 1992-

Federal Register, 1992-

Forum, 1992-

Indicadores Económicos de México, 1992-

Logística Internacional, 1992-

Monthly Bulletin of Statistics(ONU), 1992-  
The Public Ledgers Commodity Week, 1992-  
Tips, 1992-

7. Publicaciones de BANCOMEXT

a). Estudios para la modernización de la planta industrial:

Camarón de Acuacultura, 1988.

Flores de Corte, 1988.

Industria de Autopartes, 1988.

Industria del Calzado, 1988.

Sector Textil, 1988.

Los Textiles y las Prendas Confeccionadas en Canada, 1992

b). Insumos: Partes y Componentes que Requiere la Industria Maquiladora de México:

La Industria Maquiladora de Exportación en México, 1990.

Materiales y Artículos Eléctricos y Electrónicos, 1988

Prendas de Vestir y Otros Productos Textiles, 1988.

Maquinaria, Herramientas y Equipo Excepto Eléctrico, 1988

c). Serie el Mercado de:

Chicago, 1988.

Miami, 1988.

Atlanta, 1988.

New York, 1988.

Dallas, 1988.

Pensylvania, 1990.

Frances para el Limón Verde, 1991.

Nueva York, 1991.

d). Serie Como Exportar a:

Argentina, 1988.

Brasil, 1988.

Canada, 1988.

Corea, 1992.

Costa Rica, 1992.

Cuba, 1988.

Chile, 1992.

China, 1988.

Francia, 1992

Guatemala, 1992.

Japón, 1992.

Panamá, 1988.

Venezuela, 1992.

e). Serie Documentos Técnicos:

Competitividad Internacional de la Empresa, 1992.

Contratación Internacional, 1992.

Entorno Internacional de la Empresa, 1992.

Mercadotecnia Internacional, 1992.

Metodología para el Análisis de la Competitividad Internacional de la Empresa, 1992.

Modalidades de Pagos Internacionales, 1992.

Negocios con la Industria Maquiladora, 1992.

Plan de Negocios en Comercio Exterior, 1992.

f). Varios:

Carta de Crédito Dómicica, 1992.

Cómo proponer productos a Underwriters Laboratories, Inc para su investigación, 1992.

Directorio de Empresas Mexicanas Exportadoras de Servicio Construcción, Consultoria, Ingenieria y Tecnología, 1992.

Directorio de Exportadores Mexicanos Impreso, 1992.

Directorio de Exportadores Mexicanos en versión magnética, 1993.

Directorio de Instituciones de Asistencia Tecnologica para Empresas Exportadoras, 1992.

Food and Beverage, The Mexican Export Profiles, 1992.

Legislación en Centroamerica y Panamá sobre agentes Representantes y Distribuidores de Empresas Extranjeras, 1992.

Medidas Comerciales y Aduaneras Internacionales, 1992.

Sistema Generalizado de Preferencias de los E.U. de Norteamérica, 1992.

The In-Bond Industry in México, 1992.

Textile and Apparel, The Mexican Export Profiles, 1992.

8. Colección disponible sobre comercio exterior en BANCOMEXT, S.N.C. México, D.F. ver Apéndice 2.

C.- Biblioteca Benjamín Franklin. Monterrey, N.L.

### 1. Presentación

La Biblioteca Benjamín Franklin es una institución pública perteneciente al Instituto Mexicano Norteamericano de Relaciones Culturales de Nuevo León, A.C. que da servicio tanto a estudiantes, como a profesionistas, empleados, y a la comunidad en general.

### 2. Servicios

- Servicio de consulta
- Servicio de información por vía telefónica.
- Servicio de préstamo interno.
- Servicio de préstamo a domicilio.
- Préstamo interbibliotecario.

- . Fotocopiado.

**3. Las Consultas más Frecuentes y Fuentes de información que les dan Respuesta.**

**a). Consultas más Frecuentes sobre Comercio Exterior**

- . El Tratado de Libre Comercio entre México y E.U.

- . El procedimiento del Fast Track en el mismo Tratado.

- . Los Reglamentos para el Transporte de Productos de Exportación.

- . Los índices de precios al consumidor y al productor.

**b). Fuentes de información**

- . El texto del Tratado de Comercio E.U. y Canada, 1992.

- . The Omnibus Trade and Competitiveness Act. 1988, 1988.

- . Economic Indicators, 1992-(Publicación mensual).

- . Federal Reserve Bulletin, 1992.

- . Code of Federal Regulations, 1992.

- . U.S. Code Annotated, 1992.

**4. Colección disponible sobre Comercio Exterior en Biblioteca Benjamín Franklin Monterrey, N.L. ver Apéndice 3.**

**D.- La Cámara de la Industria de Transformación de Nuevo León (CAINTRA).**

**1. Presentación**

La Cámara de la Industria de Transformación de Nuevo León (CAINTRA), es un organismo del sector privado creado para agrupar a todas las empresas industriales del Estado de Nuevo León.

**2. Servicios que ofrece CAINTRA:**

- . Información sobre industrias, su director, domicilio, capital social, actividad económica, principales productos, y materias primas que utilizan.

- . Cartas y etiquetas de sus agremiados.

- Enlace de socios con inversionistas potenciales.

- Atención de misiones comerciales extranjeras y establecimiento de contactos con fabricantes o inversionistas locales.

- Promoción de productos y procesos de la industria local.

- Fomenta la creación de empresas maquiladoras y subcontratación de piezas.

- Banco de datos y elaboración de directorio en inglés y español de sus agremiados con el objeto de difundir los productos de fabricación local a nivel mundial.

- Apoyo al desarrollo de proveedores locales, entre empresas pequeñas y medianas.

- "Casa Nuevo León", en San Antonio, Texas, para fomentar las relaciones directas entre los socios con empresas de los Estados Unidos.

### 3. Servicios de Información

- Difusión selectiva de estudios y análisis estratégicos orientados al desarrollo de la actividad industrial del Estado de Nuevo León

- Comunicación con sus asociados a través del boletín institucional CAINTRA informa que cubre el ambiente industrial, ferias y exposiciones, demandas nacionales y extranjeras de productos de Nuevo León y del país, legislaciones publicadas en el Diario Oficial de la Federación, situación económica y perspectivas, así como de actividades propias de la Cámara, entre otras cosas.

- Consulta a bancos de datos sobre información básica de mercados, situación económica y actividad industrial nacionales e internacionales

- Orientación a sus socios sobre la formación y consolidación de una empresa, y solución de los problemas que se le puedan presentar en su operación.

- Agilización en la solución de problemas que afectan la actividad industrial: comercio exterior, infraestructura, servicios públicos, financiamiento, legislación fiscal, trámites burocráticos y productividad.

- Asesoría y consultoría en productividad e implementación de las tecnologías más adecuadas para elevar la calidad de productos o servicios a través del Centro de Productividad de Monterrey, A.C.

**4. Las Consultas más Frecuentes y Fuentes de información que les dan respuesta.**

**a). Consultas más frecuentes**

- Localización de Empresas en Nuevo León.
- Localización de Empresas a Nivel Nacional.
- Información de Empresas en E.U.A.
- Empresas Exportadoras de Nuevo León.
- Información de las Canacintras en el País.
- Información de Cámaras y Asociaciones a Nivel Estatal y Nacional.
- Qué es CAINTRA.
- Historia y Estadísticas de la Industria de Nuevo León
- Actividad Industrial a Nivel Nacional.
- Actividad Económica y Financiera de México.
- Índice Nacional de Precios al Consumidor.
- Salarios Mínimos.

**b). Fuentes de información**

- American Export Register, Thomas Register, 1992
- Oficinas de BANCOMEXT, S.N.C. Dirección Regional Noreste Monterrey, N.L
- Oficinas de CONACEX Noreste Monterrey, N.L
- Directorio de Caintra, 1992
- Directorio de Canacintra, de Nuevo León, 1992
- Directorio de Cámaras de Concamin, 1992.
- Directorio Caintra, Pulso Industrial Caintra, 1992
- Cuaderno de Información Oportuna, 1990-
- Examen de la situación económica de México, 1990-
- Indicadores Económicos, 1990-

- Informe Anual del Banco de México, 1990-
- Revista Industrial de Concamin, 1990-

**E. Centro de Información de Negocios (CIN) del Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Monterrey, N.L.**

### **1. Objetivos**

- Apoyar a los usuarios en la búsqueda y obtención de información de negocios.
- Ofrecer sus instalaciones para la obtención de cualquier tipo de datos.

Por lo general el tipo de usuario que atiende son alumnos e investigadores del ITESM tienen acceso a este Centro, así como investigadores externos y empresas de la localidad, mediante convenios anuales con la Biblioteca-Centro de Información (BCI).

### **2. Servicios**

El Centro de Información de Negocios proporciona servicios al sector exportador a través de los siguientes sistemas y servicios electrónicos de información.

- **Sistemas en Línea:** Telemático, Bolsa Mexicana de Valores, INFOSEL Interactivo, INFOSEL Financiero, CITA, Dialog Information Service, Sistema de Información de Comercio Exterior (SICE).
- **Obtención de Documentos:** A través de proveedores en Estados Unidos, Europa y México.
- **CD-ROMS:** Thomas Register, ABI-INFORM, BPO, CAB Abstracts, Grolier Encyclopedia, COMPENDEX, etc.
- **Microfichas:** International Trade Infofile.
- **Servicio de Consulta:** Publicaciones especializadas en información de negocios.

El Centro se encuentra integrado con recursos de información como:

- Computadoras.
- Lectoras de discos compactos.
- Impresoras.

- **Redes de teleproceso.**
- **Microfichas.**
- **Sistemas de Información Electrónica.**
- **Bancos de Datos Nacionales e Internacionales.**

**3. Las Consultas más frecuentes y Fuentes de Información que les dan respuesta.**

**a). Consultas más Frecuentes**

- **Estadísticas de importaciones y exportaciones.**
- **Empresas nacionales y en el extranjero.**
- **Negocios.**
- **Patentes.**
- **Química.**
- **Agronomía.**
- **Mercado Bursátil.**
- **Computación.**

**b). Fuentes de información.**

- **Dialog Information Services.**
- **INFOSEL Financiero.**
- **INFOSEL Interactivo.**
- **PcGLOBE**
- **Sistema de Información de Comercio Exterior (OEA).**
- **Orbit Search Service.**
- **Bolsa Mexicana de Valores.**
- **40 Discos Compactos de bases de datos en áreas de Ingeniería Negocios, Computación, Agronomía, Enciclopedias e Información Nacional.**
- **Microfichas de Comercio Exterior de SECOFI.**

**4. Colección disponible sobre Comercio Exterior en CIN ITESM, Monterrey, N.L ver Apéndice: 5.**

**F. Consejo Nacional de Comercio Exterior (CONACEX Noreste)  
Monterrey, Nuevo León.**

**1. Presentación**

CONACEX Noreste, surgió en Monterrey a mediados de 1961, y se formalizó en 1962, en sus inicios contaba con 37 empresas afiliadas, y en la actualidad participan alrededor de 270 empresas.

Su nombre inicial fue Asociación para el Fomento de las Exportaciones de Monterrey, A.C. y en 1965 cambió al de Asociación para el Fomento de Exportadores Mexicanos, A.C. (ANAFEM).

Ya para 1979 se creó por parte de todas las asociaciones de comercio exterior del sector privado existentes en la República Mexicana, el organismo que agrupa las empresas de Comercio Exterior en México y que es el Consejo Nacional de Comercio Exterior, A.C. (CONACEX), con sede en la ciudad de México.

**2. Objetivos**

CONACEX es un organismo profesional cuyo propósito es el estímulo y apoyo al comercio exterior en la región noreste del país a través de un programa coordinado con instituciones nacionales e internacionales del sector privado, así como con organismos del gobierno.

Además contribuye a la solución de problemas derivados de las actividades sobre comercio exterior que enfrentan las empresas e industrias actuando como medidor ante autoridades nacionales e internacionales.

Constituye además un organismo de consulta y de orientación para el sector privado sobre todas las actividades de comercio exterior y mantiene un foro abierto al empresario mexicano sobre los aspectos que influyen en sus relaciones comerciales; se encarga así mismo de formar cuadros empresariales orientados a la actividad de comercio exterior a través del sistema de servicio social.

**3. Servicios**

CONACEX, Noreste Monterrey, Nuevo León proporciona a sus agremiados y público interesado servicios de asesoría, orientación y apoyo en:

**a). Aranceles Nacionales y Extranjeros.**

- Información sobre fracciones arancelarias, impuesto aduanero.

**b). Operaciones aduaneras**

- . Leyes aduaneras nacionales e internacionales.

- . Modificación a la ley aduanera.

**c). Promoción de exportaciones**

- . Trámites de financiamiento de programas de exportación.

- . Apoyos administrativos de la Comisión Mixta para la Promoción de las Exportaciones (COMPEX).

- . Trámites para programas de importación temporal (PITEX).

**d). Requisitos para exportar e importar.**

- . Certificados de origen.

- . Control de cambios.

**e). Comercialización internacional.**

- . Organización de misiones comerciales mexicanas al exterior.

- . Organización de misiones comerciales del extranjero en México.

**f). Centro de Inteligencia en Comercio Exterior de CONACEX proporciona los siguientes servicios:**

- . Banco de información sobre comercio exterior:

- . Por países.

- . Nombres de contactos, direcciones y requisitos.

- . Información sobre productos y mercados

- . Compañías y proveedores

- . Enlace con redes mundiales de oportunidades comerciales.

- . Solicitud electrónica de datos y documentos.

- . Elaboración de reportes sobre compañías, o aspectos de economía internacional e información económica sobre otros países.

- . Información sobre la industria maquiladora

#### g). Capacitación sobre Comercio Exterior

- Ofrece a sus asociados cursos y seminarios (realizados en forma conjunta con organismos bancarios e instituciones privadas y públicas) de capacitación sobre todos los aspectos de comercio exterior.

- Estudios de Comercio Exterior.

- Estudios de Economía Industrial.

#### 4. Las Consultas más Frecuentes y Fuentes de información que les dan respuesta

##### a). Consultas más Frecuentes

- Cómo Exportar(Pasos).

- Cómo Importar(Pasos).

- Importe de aranceles e impuestos para importar ciertos productos.

- Normas y permiso para importar.

- Permisos y requisitos de embalaje para exportar a E.U.A.

- Programa de importación temporal para producir artículos de exportación.

- Constancia de empresas altamente exportadoras.

- Maquiladoras.

- Oportunidades comerciales en el extranjero.

##### b). Fuentes de información

- Banco de información de CONACEX Noreste

- Agencias Aduanales.

- Secretaría de Hacienda y Crédito Público.

- Secretaría de Comercio y Fomento Industrial.

- Tarifa Arancelaria, 1992.

- Ley Aduanera, 1992.

- Diario Oficial; Organo del Gobierno Constitucional de los E.U.M, 1986-

- . Consulado Americano (Guía del Importador a E.U).

- . The American Register of Exporters and Importers, 1992

- . Consejerías Comerciales de BANCOMEXT.

5. Colección disponible sobre Comercio Exterior en CONACEX, Noreste Monterrey, Nuevo León ver Apéndice: 6.

G. Consulado General Americano Departamento Comercial Monterrey, N.L.

### 1. Servicios

El Consulado Americano tiene disponibles los siguientes servicios comerciales a las empresas mexicanas:

#### a). Servicios Generales de Apoyo:

- . Acceso a directorios telefónicos comerciales, estadísticas comerciales, clientes y referencias regulatorias

- . Información de empresas clasificadas por productos.

- . Servicio de Fax.

#### b). Servicios Especiales:

- . Servicio llave de oro (incluye un listado de clientes y representaciones).

- . Servicio llave de plata (citas con contactos locales).

#### c). Información de Productos

- . Reportes que incluyen los sectores económicos más prometedores de las exportaciones de México para E.U. (Incluye el tamaño del mercado contactos obligaciones, proyectos de inversión).

- . Listas de compañías claves y contactos para exportadores.

#### d). Promoción de Productos

- . Servicio de correo que incluye envío de catálogos a las asociaciones industriales y clientes potenciales claves.

- Invitación a eventos comerciales y de negocios para promocionar a la compañía.

**e). Servicios Comerciales a las Empresas Mexicanas**

- Servicio de Agente Distribuidor(ADS): Gestoría para firmas norteamericanas que buscan representantes en mercados extranjeros por medio del Servicio Comercial Extranjero(Foreign Commercial Service/FCS).

El FCS realiza una búsqueda de candidatos y prepara un reporte que incluye hasta 6 empresas interesadas en establecer lazos comerciales con dichas firmas.

**f). Consejería de Negocios**

- El personal profesional del FCS proporciona asesoría sobre aspectos de comercio internacional. Incluyendo la localización de socios comerciales, financiamientos para importaciones de Estados Unidos, documentación comercial, reglas de control de exportaciones e importaciones a personas y negocios de Estados Unidos y México.

**g). Referencia de Empresas**

- El FCS cuenta con directorios comerciales, directorios telefónicos, estadísticas comerciales, referencias aduanales, referencias de reglamentos, y otras publicaciones de negocios para contestar preguntas y dar servicio de consulta a visitantes y llamadas telefónicas.

**h). Sistema Automatizado de Información Comercial(CIMS)**

- El CIMS es una base de datos electrónica con información de firmas y organismos de Estados Unidos y el extranjero. Se consulta para determinar si hay vendedores norteamericanos o compradores extranjeros, productos o servicios. Incluye empresas de Estados Unidos y México.

**i). Boletín Comercial**

- El FCS en México publica un boletín bimestral de actividades comerciales recientes con Estados Unidos. Oferta de productos y servicios de empresas de Estados Unidos en México, así como información sobre nuevos productos y procesos desarrollados en Estados Unidos. También distribuye el boletín mensual COMERCIAL NEWS USA del Departamento de Comercio de Estados Unidos con información sobre nuevos productos.

**j). Servicio Comparativo de Compras**

- Para empresas norteamericanas que desean vender un nuevo producto en el mercado pueden obtener información sobre mercado potencial, competencia, canales de

distribución, precios de productos o servicios comparables, factores que influyen en su compra, medios para promover su venta, impedimentos para su venta en México, candidatos representantes o compradores, licencias potenciales o socios comerciales.

**k). Control de Exportaciones**

- . Reforzar las leyes relacionadas con la exportación de bienes y tecnologías estratégicas.

**l). Financiamiento de Exportaciones**

- . Proporciona información sobre el programa US Export and Import Bank (EXIMBANK) y el Foreign Credit Insurance Association (FCIA). Estos programas incluyen financiamiento directo a exportaciones norteamericanas, garantías de exportación y otras formas de asistencia para la venta de productos y servicios de Estados Unidos.

**m). Programa de Compras en el Extranjero (FBP)**

- . El FCS organiza viajes y reuniones entre grupos de empresarios de industrias y servicios seleccionados de Estados Unidos y de otros países con clientes potenciales.

**n). Inversiones, Licencias, Transferencia de Tecnología y manufacturas.**

- . Reportar al Departamento de Comercio a empresas mexicanas interesadas en invertir, comprar, vender obtener licencias de tecnología o manufacturar con empresas de Estados Unidos.

**ñ). Investigación de Mercados**

- . El ECS hace investigaciones de mercado para una gran variedad de productos industriales y servicios que ofrecen firmas de Estados Unidos.

**o). Programas de Oportunidades Comerciales (TOP)**

- . Para compañías mexicanas que desean representar a exportadores de Estados Unidos o comprar bienes o servicios se registran en la embajada o en cualquiera de sus consultas de donde se envían al Departamento de Comercio de Estados Unidos, para su difusión. Normalmente esta información llega a los exportadores en 48 horas.

**p). Mediación en Disputas Comerciales o de Inversión**

- . Intervención en disputas originadas por la venta de bienes norteamericanos para llegar a un acuerdo amigable entre las partes.

## g). Promoción de Eventos Comerciales

- El Departamento de Comercio de Estados Unidos organiza a través de su embajada y consulados en México, ferias comerciales, exhibiciones de productos, misiones comerciales, y eventos similares cada año para promover exportaciones de Estados Unidos, particularmente de empresas que nunca han exportado a México.

## 2. Las Consultas más Frecuentes y Fuentes de Información que les dan Respuesta.

### a). Consultas más Frecuentes

- Información sobre productos y maquinaria en Estados Unidos

### b). Fuentes de información

- American Export Register, 1992

- The American Register of Exporters and Importers, 1992

- Thomas Register of American Manufactures, 1992

3. Colección disponible sobre comercio exterior en el Consulado General Americano Departamento Comercial Monterrey, Nuevo León. ver Apéndice: 7.

## H. Información Selectiva, S.A. de C.V. (INFOSEL), Monterrey, N.L.

### 1. Presentación

Sistema mexicano, de información electrónica de noticias. información económica y periodística nacional e internacional.

Su estructura consta de las siguientes bases de datos:

- Base de datos de documentos: Consiste en una base de datos histórica compuesta de textos, referencias, y gráficas, que contienen más de 200 mil artículos de interés general.

- Base de datos econométrica: Formada por más de 10 mil series estadísticas sobre la economía mexicana y mundial que incluyen fecha, entidad geográfica, datos cuantitativos y de medida.

- Base de datos Flash Noticioso: Proporciona información de último momento de todo aquello que concierne a México en forma directa. Contiene datos actualizados

provenientes de más de 30 fuentes noticiosas y servicios informativos. Almacena también documentos de tipo texto, permite revisar en pantalla la información enviada.

- . INFOSEL Europea: Comprende análisis diarios de publicaciones europeas sobre comercio, economía, industrias y mercados y política.

- . INFOSEL Financiero: Conjuga reportes generados por un equipo de analistas y periodistas especializados, con datos provenientes de fuentes como diarios nacionales e internacionales, agencias noticiosas, la Bolsa Mexicana de Valores, intermediarios financieros y bases de datos internacionales.

## 2. Servicios

- . Proporciona acceso al banco de datos histórico, estadístico y noticioso, así como la base de datos especializada en finanzas de tiempo real.

- . Servicio de búsqueda especializada de información financiera, macroeconómica, exterior, bursátil, noticiosa, etc.

- . Difusión Selectiva de estadísticas mexicanas y sobre temas seleccionados por los usuarios.

3. Consultas más Frecuentes y Fuentes de Información que les dan Respuesta.

### a). Consultas más Frecuentes

- . Información para empresas extranjeras que desean invertir en México

- . Información sobre México y compañías nacionales y extranjeras.

- . Reportes de empresas elaborados por Infosel Financiero.

- . Estadísticas oficiales sobre: Inflación, exportaciones, importaciones, producción, etc.

- . Reportes de mercado de dinero y capitales.

- . Inversión Extranjera en México.

- . Actividad sectorial en México.

- . Información sobre ADR'S, ADS, Fondos, etc.

## **b). Fuentes de información**

**Bases de datos de INFOSEL que cubren:**

- **Información Oficial Mexicana.**
- **Información Oficial Extranjera.**
- **Bolsa Mexicana de Valores.**
- **Publicaciones Seriadas.**
- **Información Pública emitida por Bolsas Extranjeras.**
- **Publicaciones Especializadas.**
- **Fuentes Directas (Empresas, Bancos, etc.).**

**4. Colección disponible sobre Comercio Exterior en INFOSEL ver Apéndice: 8.**

## **I. Información Tecnológica y Consultoría (INFOTEC) México, D.F.**

### **1. Antecedentes**

**INFOTEC, fue creado en 1975 por el Consejo Nacional de Ciencia y Tecnología y Nacional Financiera, S.N.C, para apoyar a la industria de México a través de servicios de asesoría, capacitación y de información.**

### **2. Objetivos**

**Su principal misión es contribuir al desarrollo económico y social, del país, promoviendo el uso del conocimiento para la producción de bienes y servicios.**

**El fin que persigue consiste en ayudar a la industria a incrementar su capacidad tecnológica y fomentar la creación de un ambiente propicio a la innovación.**

### **3. Servicios**

**- Facilitar el acceso y ayudar a identificar, seleccionar y analizar información tecnológica, económica, comercial y de negocios necesaria resolver problemas, analizar oportunidades de negocios, desarrollar nuevos productos y detectar nuevos mercados.**

**- Servicio de Consulta Industrial (S.C.I): Permite a empresas e industrias ampliar su campo de negocios poniendo a su alcance información completa y actualizada, proveniente**

de todo el mundo. A través del programa anual de membresías, se ofrece el siguiente paquete de servicios:

- . Servicio de Consulta Rápida.
- . Suscripción al Boletín Actualización General.
- . Acceso al Centro de Información INFOTEC.
- . Cursos de formación de usuarios.
- . Conferencias para alta dirección.
- . Bancos de datos computarizados.
- . Cuotas preferenciales.

4. Las Consultas más Frecuentes y Fuentes de Información que les dan Respuesta.

a). Consultas más Frecuentes

- . Fabricantes y empresas manufactureras mexicanas.
- . Distribuidores nacionales y en el extranjero.
- . Importadores en el extranjero.
- . Mercados nacionales e internacionales.
- . Volúmenes de producción industrial.
- . Precios de productos y bienes de consumo tales como:
  - . Químicos, Petroquímicos, Metalmecánicos, Agrícolas, Textiles.

b). Fuentes de información

- . Directorios Nacionales.
- . Directorios Extranjeros.
- . Directorios Industriales.
- . Directorios Generales/Rama Industrial/Especializados.
- . SECOFI/INEGI/SARH, BM.
- . Guías/Directorios que registran instituciones que elaboran estudios de mercado.

- **Manuales técnicos/Fuentes secundarias índices y Resúmenes.**

- **Publicaciones de organismos internacionales.**

- **Estadísticas nacionales e internacionales.**

**5. Colección disponible sobre comercio exterior en INFOTEC. ver Apéndice: 9.**

**J. PROEXPORT: Subsecretaría de Comercio Exterior, Monterrey, Nuevo León.**

### **1. Antecedentes**

**Proexport, Nuevo León es un organismo no lucrativo fundado en 1987 para apoyar el desarrollo industrial y comercial de los sectores públicos y privado. Es una Institución Estatal.**

### **2. Objetivos**

**- Su principal objetivo es asesorar y promover inversiones de compañías extranjeras por medio del establecimiento de sus operaciones y recursos en el Estado de Nuevo León.**

### **3. Servicios**

**Proexport, Nuevo León proporciona información y apoyo en las siguientes áreas:**

**- Como iniciar una compañía en México para inversionistas extranjeros.**

**- Cómo obtener apoyos federales y / o estatal.**

**- Localización y servicios en parques industriales públicos y privados.**

**- Subcontratación de operaciones industriales y manufactureras.**

**- Opciones para ubicar las plantas industriales.**

**- Descripción demográfica regional.**

**- Agencias gubernamentales y asociaciones profesionales.**

- Exportadores de productos, componentes y servicios.
- Inversionistas extranjeros potenciales.
- Otros aspectos relacionados con el establecimiento de empresas extranjeras en Nuevo León.

#### 4. Las Consultas más Frecuentes y Fuentes de Información que les dan Respuesta.

##### a). Consultas más Frecuentes

- Maquiladoras del Estado de Nuevo León.
- Leyes de Inversión Extranjera.
- Decretos sobre Pitex, Maquiladoras, y Empresas Altex.
- Información sobre el Estado de Nuevo León.
- Costos. Industriales, Precios de terreno de naves industriales, Precios de bodegas, Salarios mínimos.

##### b). Fuentes de información

- Secretaría de Comercio y Fomento Industrial dependencia en Monterrey, N.L.

- Diario Oficial de la Federación: Organo del Gobierno Constitucional de los Estados Unidos Mexicanos, 1986-

- Directorios Telefónicos de distintos Estados del país.

- Agencias de bienes raíces.

- BANCOMEXT, Dirección Regional Noreste Monterrey, N.L.

5. Colección disponible sobre comercio exterior en PROEXPORT: Subsecretaría de Comercio Exterior, Monterrey Nuevo León. ver Apéndice. 10.

K. Secretaría de Comercio y Fomento Industrial Nuevo León (SECOFI): CINTERMEX, Monterrey, Nuevo León.

##### 1. Presentación

La función principal de la SECOFI consiste en establecer, aplicar y vigilar la política de comercio y fomento industrial en el país.

**SECOFI, Nuevo León desarrolla sus actividades, a través de la siguiente estructura:**

- **Subsecretaría de Comercio Exterior.**
- **Subsecretaría de Industria e Inversión Extranjera.**
- **Subsecretaría de Abasto y Comercio Interior.**
- **Oficialía Mayor.**

## **2. Servicios**

### **a). Servicios de apoyo a las Exportaciones:**

- **Otorgamiento de Constancias a empresas altamente exportadoras.**

- **Programas de importación temporal para producir artículos de exportación (PITEX)**

- **Apoyos a empresas que desean exportar.**

- **Devolución de impuestos de importación a exportadores.**

- **Permisos de exportación.**

- **Certificados de origen para productos con preferencias y concesiones arancelarias.**

- **Apoyos administrativos de la Comisión Mixta para la Promoción de las Exportaciones (COMPEX).**

### **b). Instancias promocionales en el exterior.**

- **Consejerías comerciales de BANCOMEXT en todo el mundo.**

- **Ferias mexicanas de exportación**

### **c). Servicios a las Importaciones.**

- **Permisos de importación definitiva de mercancías.**

- **Permisos de importación temporal.**

- **Autorizaciones a dependencias públicas para adquirir bienes en el extranjero.**

- **Cupos preferenciales de importación para productos Latinoamericanos.**

d). Franja Fronteriza y Zonas Libres

- . Información sobre zonas libres y la franja fronteriza.

- . Empresas Comerciales de la Frontera (ECF).

- . Fomento al desarrollo industrial en la frontera y zonas libres.

3. Publicaciones de SECOFI

a). Ley del Impuesto General de Exportación/Importación

- . Tarifa General del Impuesto de Importación, 1992.  
2v. Anual.

- . Tarifa General del Impuesto de Exportación, 1992.  
1v. Anual.

- . Notas Explicativas de las Tarifas de los Impuestos Generales de Importación y de Exportación, 1992. 3v. Anual.

- . Índice de Correlación de las Fracciones Arancelarias de la Tarifa del Impuesto General de Importación y Exportación NCCA-SA, 1992.

- . Lista de precios de productos sujetos a control oficial, 1992

b). Cuadernos y series para la industria mediana y pequeña.

- . Conozca su industria y mejórela, 1992.

- . Cómo funciona la unión de créditos, 1992

- . Cómo se forman y operan las Sociedades Cooperativas de Producción Industrial, 1992.

- . Cómo venderle al Sector Público, 1992.

- . Instructivo de apoyo tecnológico para la industria mediana y pequeña, 1992.

- . Industria mediana y pequeña en México, 1992.

- . Apoyo financiero a la industria mediana y pequeña, 1992.

- . Estructura de la industria manufacturera por tamaño, entidad federativa y sector económico, 1987.

- . Cómo subcontratar productos, procesos industriales en la zona metalmeccánica, 1992.

- Lo que necesita saber usted como empresario en la microindustria, 1992

- Gestión en la producción, 1992.

- Diagnóstico de la industria mediana y pequeña en México, 1992.

- Políticas de fomento a la industria mediana y pequeña en América Latina y experiencia internacional, 1992.

L. Subsecretaría de Comercio Exterior, Inversión y Turismo:  
Gobierno del Estado de Nuevo León, Monterrey, Nuevo León.

### 1. Antecedentes

Fue creada tal como está definido en las Estrategias del Pacto Nuevo León 1991-1997, para apoyar la expansión de las exportaciones, como una vía para reforzar el financiamiento del desarrollo interno estatal.

### 2. Objetivos

Su propósito principal es apoyar las actividades de comercio exterior y estímulo a las exportaciones locales.

### 3. Servicios

- Prestar asistencia a la pequeña y mediana industria en todos sus trámites dirigidos a colocar sus productos en los mercados externos.

- Información a través de un banco de datos sobre las fracciones, legislaciones, estadísticas y oportunidades comerciales internacionales.

- Orientación para que el exportador obtenga financiamientos y auxilio técnico.

- Información sobre la oferta exportable.

- Organización de Reuniones de la Comisión Mixta para la Promoción de Exportaciones. (COMPEX).

- Canalización hacia otras dependencias y delegaciones federales a los exportadores para solucionar y facilitar trámites.

- Negociaciones comerciales internacionales, estrategias de mercadotecnia y función logística en la comercialización.

- Apoyo a empresas interesadas en exportar que tengan capacidad exportadora y puedan desarrollar la exportación de productos nacionales.

- Vinculación con organismos empresariales privados y entidades federales.

- Organización de misiones comerciales.

- Cursos y seminarios orientados a impulsar las exportaciones.

- Negociaciones comerciales internacionales y estrategias.

4. Las Consultas más Frecuentes y Fuentes de Información que les dan Respuesta.

a). Consultas más Frecuentes

Mecanismos de promoción del pequeño y mediano empresario. En su mayoría de los sectores: Metalmecánica, muebles y textiles, plástico y automotriz. En segundo término los sectores de fundición tanto de hierro como aluminio, electrónica, etc.

- Estudios de mercados disponibles sobre los productos y mercados de otros países.

- Organismos de apoyo para la exportación, trámites, manejos aduanales, etc.

b). Fuentes de información

- Información de las diferentes embajadas establecidas en México sobre apoyo a la pequeña y mediana empresa.

- Oportunidades comerciales que expide BANCAMEXT, S.N.C.

- Sección amarilla de Estados Unidos.

- Directorios comerciales, de Ferias y Exposiciones, ALADI, etc.

- Cuando la información requerida no esta disponible en sus archivos los usuarios se remiten a: Casa Nuevo, León, México, D.F, Consulado Americano, American Chamber of Commerce Monterrey, o directamente a BANCAMEXT, S.N.C.

5. Colección disponible sobre comercio exterior en la Hemeroteca de la Subsecretaría de Comercio Exterior Inversión y Turismo: Gobierno del Estado de Nuevo León, Monterrey, Nuevo León. ver Apéndice. 11.

**M. BANCOMEXT, Monterrey, Nuevo León Centro de Información  
Dirección Regional Noreste(D.R.N.)**

## **Centro de Información**

### **1. Antecedentes**

La gran demanda de información sobre comercio exterior hacen que en junio de 1990 se inicie un Centro de Información de Comercio Exterior a nivel Regional, en sustitución del Centro de Documentación que venía prestando sus servicios desde inicios de los ochentas.

### **2. Objetivos**

El Centro de Información de la Dirección Regional Noreste ubicado en Monterrey, Nuevo León tiene como objetivos principales:

- Dar a conocer los servicios de BANCOMEXT
- Proporcionar a los exportadores información que les permita ingresar en el mercado internacional.
- Agilizar el servicio de consulta por medio de la automatización de sus servicios.
- Seleccionar y adquirir materiales relevantes para la investigación en Comercio Exterior.

### **3. Funciones**

Las principales funciones del Centro de Información son:

- Hacer llegar oportunamente al personal y ejecutivos de BANCOMEXT información de apoyo en las tareas de investigación y desarrollo estudios de mercado y programas de apoyo financiero de la institución.
- Servir de intermediario en la recuperación de información nacional e internacional que requieran los diversos departamentos y secciones de BANCOMEXT.
- Seleccionar, adquirir, analizar, procesar y organizar los materiales para una rápida recuperación de los mismos.
- Proporcionar servicios de información, orientación, y elaboración de bibliografías a los usuarios del Centro de Información.
- Establecer relaciones de intercambio de información con asociaciones e instituciones de índole profesional,

organismos internacionales, institutos de investigación y facultades en las universidades y organismos oficiales y descentralizados dedicados a las funciones de comercio exterior.

Para poder concretar y medir el valor y la efectividad de los servicios brindados por el Centro, se llevan controles estadísticos que permiten establecer puntos de comparación con los servicios proporcionados. Los parámetros de evaluación que se manejan en este Centro de Información son los siguientes:

- a. Número de usuarios internos.
  - b. Número de usuarios externos.
  - c. Número de respuestas completas a usuarios internos y externos.
  - d. Número de consultas vía fax y teléfono.
  - e. Porcentaje de materiales disponibles utilizados para dar respuesta a los usuarios.
  - f. Porcentaje de materiales u otro tipo de fuentes externas utilizadas para dar respuesta a los usuarios.
  - g. Número de materiales procesados mensualmente.
  - h. Número de materiales prestados mensualmente.
4. Servicios

El Centro de Información de la Dirección Regional Noreste ofrece los siguientes servicios a sus usuarios:

- a). Acceso al acervo a través de catálogo organizado por autor, título, tema, país y producto.
- b). Orientación a los usuarios en la localización de la información que buscan.
- c). Préstamo Interbibliotecario institucional.
- d). Préstamo de materiales a usuarios internos y usuarios externos autorizados.
- e). Atención a consultas por teléfono o fax sobre preguntas relacionadas con exportaciones o importaciones.
- f). Reproducción de documentos y microfichas.
- g). Publicación de dos boletines para dar a conocer el nuevo material: Un boletín en el cual se reproducen las

tablas de contenido de publicaciones periódicas que recibe semanalmente el Centro de Información, y un boletín de nuevas adquisiciones que presenta una relación de los nuevos títulos que ingresan a la colección.

**h). Bancos de datos**

- Búsquedas en línea en bancos de datos nacionales e internacionales y preparación de reportes de investigación a petición de los usuarios. Bases de datos disponibles, Ver Apéndice A.

**i). Documentación**

Localización y obtención de documentos que no forman parte de la colección del Centro a solicitud de usuarios internos o autorizados.

**j). Servicio Pregunta y Respuesta (SPR)**

**5. Consultas más Frecuentes y Fuentes de Información que les dan Respuesta**

**a). Consultas más Frecuentes**

- Tarifa del Impuesto de Importaciones/Exportaciones.
- Trámites de Exportación/Importación/Restricciones Legales.
- Oportunidades Comerciales Internacionales.
- Reglas de Origen.
- Aranceles Aduaneros.
- DIEX (Directorios de exportadores/importadores).
- Estadísticas de Exportación/Importación.
- Ferias Comerciales/Exposiciones.
- Acuerdos Comerciales
- Patentes/Marcas.
- Embalaje y Etiquetado.
- Maquiladoras.
- Decretos.
- Asociaciones Comerciales.

- . **Fabricantes.**
- . **Cámaras de Comercio.**
- . **Agencias Aduanales.**
- . **Embajadas/Consejerías Comerciales.**
- . **Apoyos Financieros.**
- . **Como Exportar a Otros Países.**
- . **Transportes.**
- . **Estudios de Mercados.**
- . **Ley Organica de Comercio Exterior.**
- . **Localización de Empresas en Otros Países.**
- . **Formas de Pago Internacional.**
- . **Cartas de Créditos.**
- . **Solicitudes de Ofertas Exportables.**
- . **Empresas PITEX Y ALTEX.**
- . **Reglamentos y disposiciones del GATT.**

**b). Fuentes de información**

- . American Export Register, 1992.
- . The American Register of Exporters and Importers, 1992
- . Anual Report on Exchange Arrangements and Exchange Restrictions, 1992.
- . Anuario ALADI Grupo Andino, 1992.
- . Anuario Estadística de Nuevo León, 1991.
- . Boletín Comercial (OEA-CECON), 1992.
- . Boletín de Oportunidades Comerciales Internacionales, 1992.
- . Canadian Trade Index: The directory of Canadian manufacturers and their products, 1980.
- . Directorio ANIERM, 1992.

- Directorio de empresas Altex, 1992.
- Directorio de la Industria Maquiladora en México, 1992
- Directorio Industrial de Nuevo León: De empresas exportadoras de Nuevo León/Coahuila/Tamaulipas/México, 1992.
- Exporters Encyclopedia, 1992.
- Ley del Impuesto General de Exportación, 1992
- Ley del Impuesto General de Importación, 1992
- Manual del Exportador Mexicano, 1992
- Manual del Importador Mexicano, 1992
- Manual del Sistema Armonizado de Designación y Codificación de Mercancías, 1992.
- Manual práctico de Legislación Aduanera, 1992
- Microfichas de SECOFI de Importaciones/Exportaciones (Estadísticas).
- Thomas Register of American Manufactures, 1992

5. Colección disponible sobre comercio exterior en BANCOMET, D.R.N. Monterrey, Nuevo León. ver Apéndice. 12.

### III. COMPARACION DE FUENTES DE INFORMACION SOBRE COMERCIO EXTERIOR EN EL ESTADO DE NUEVO LEON.

A continuación se presentan los resultados de la encuesta realizada para identificar las consultas hechas y fuentes utilizadas con mayor frecuencia sobre comercio exterior en la localidad Las instituciones encuestadas fueron: American Chamber of Commerce of México, A.C. División Noreste Monterrey, N.L., BANCOMET, S.N.C. México, D.F., BANCOMET, D.R.N, MTY, N.L., Biblioteca Benjamin Franklin, Mty., N.L., CAINTRA, MTY., N.L., CIN: ITESM, MTY., N.L., CONACEX, Noreste Mty., N.L., Consulado General Americano, Mty., N.L., INFOSEL, S.A. De C.V., MTY., N.L., INFOTEC, México, D.F., PROEXPORT, Nuevo León, SECOFI: CINTERMEX, MTY, N.L., Subsecretaría de Comercio Exterior, Inversión y Turismo (Gobierno del Estado de Nuevo León).

Tabla 1: Consiste en una lista de temas de las consultas más frecuentes y las instituciones que prestan el servicio.

TABLA 1: CONSULTAS MAS FRECUENTES EN MONTERREY, N.L.

	AMCHAM MTY,N.L.	IMXT. <sup>o</sup> MEXICO	IMXT. <sup>o</sup> MTY,N.L.	B. BENUA- MEN FRANK.	CASH- TRA	ITEMS: ICN,MTY, N.L.	CONACEX MORIBTE MTY,N.L.	CONSUL GRAL. AMER.	INFOCEL	INFOTEC	PROEXPORT NUEVO LEON	SECOFIS CENTER- MEX.MTY.	A.C.E. INV. T. MTY,N.L.
<b>ACTIVIDADES DE LAS ADUANAS</b>  Agencias Aduanales. Aranceles Aduaneros Asesoría sobre los organismos de ayuda existentes para la exportación, trámites, manejos aduanales.			x x x										
<b>ASOCIACIONES Y CAMARAS RELACIONADAS CON LA PROMOCION DEL COMERCIO EXTERIOR.</b>  Asociaciones Comerciales. Asociaciones en E.U.A. Cámaras de Comercio Internacionales. Cámaras de Comercio en E.U.A. Cámaras y asociaciones a nivel estatal y nacional. Canacíntras en el país. ¿Qué es CAINTRA?	x x x x		x		x x x								
<b>PROCEDIMIENTOS Y TRAMITES PARA EXPORTAR E IMPORTAR.</b>  Cartas de Crédito. Cómo exportar a otros países. Cómo exportar (pasos). Cómo Importar (pasos). DIEX (Directorio de exportadores/importadores). Distribuidores. Empresas exportadoras de Nuevo León. Importadores. Importadores/exportadores extranjeros. Empresas en E.U.A. Localización de empresas a nivel nacional. Localización de empresas en Nuevo León. Localización de empresas en otros países. Maquiladoras. Maquiladoras del Estado de Nuevo León. Oficinas de gobierno en E.U.A. Publicaciones en E.U.A. ¿Qué normas y que permiso requiero para importar?			x x x				x x			x x	x x		







TABLA 2: FUENTES UTILIZADAS CON MAYOR FRECUENCIA EN MONTERREY, N.L.

	AMCHAM MTY, N.L.	BMOT. <sup>o</sup> MEXICO	BMOT. <sup>o</sup> MTY, N.L.	B. BENJA- MIN FRANK.	CAN- TRA	ITREMA: ECH, MTY, N.L.	COMACEX NOBESITS MTY, N.L.	CONSEJ. GRAL. AMER.	INFOPEL	INFOTEC	PROEXFOOT NUEVO LEON	SECOPE CENTRO- MEX. MTY.	S.C.E. INV. I. MTY, N.L.
<b>ACTIVIDADES DE LAS ADUANAS</b>													
Agencias Aduanales		x		x									
Canadian Customs Tariff Harmonized System, 1992		x											
Code of federal regulations, 1992		x											
DATALEX													
DIA													
Harmonized Tariff Schedule of the U.S.A., 1992			x										
International Tabulation System. ITC.	x												
Ley aduanera, 1992													
Ley del impuesto general de exportación, 1992			x										
Ley del impuesto general de importación, 1992			x										
Ley general de inversiones extranjeras y su reglamento, 1992													
Logística Internacional, 1992.													
Manual del exportador mexicano, 1992													
Manual del importador mexicano, 1992	x												
Manual del Sistema Armonizado de Designación y Codificación de Mercancías, 1992	x												
Manual práctico de comercio exterior, 1992													
Manual práctico de legislación aduanera, 1992													
Tarifa Arancelaria, 1992													
TIGE (Tarifa del Impuesto General de Exportación), 1992													
TIGI (Tarifa del Impuesto General de Importación), 1992													
U.S. Code Annotated, 1992													
<b>ASOCIACIONES Y CAMARAS RELACIONADAS CON LA PROMOCION DEL COMERCIO EXTERIOR</b>													
AMCHAM México members membership Directory, 1992	x												
Business Organizations and Agency Directory, 1992	x												
Cómo Exportar a 123 Países, 1988													
Cómo Exportar a la Comunidad Europea, 1992													
Consejerías Comerciales de BANCOMEXT													
Consulado Americano													
Directorio de Cámaras de Comercio, 1992													
DIEX (Directorio de Exportadores Mexicanos 1993)													

NOTA: CONSULTAR SUS COLECCIONES VER LOS APENDICES

TABLA 2: FUENTES UTILIZADAS CON MAYOR FRECUENCIA EN MONTERREY, N.L.

	AMCHAM MTY, N.L.	BMOT.º MEXICO	BMOT.º MTY, N.L.	B. RESUA- MIN PLANIC.	CASH- TRA	ITEMS: ICH, MTY, N.L.	CONACEX MOBIBITS MTY, N.L.	CONSEJ. GRAL. AMER.	INFOMEL	INPROTEC	PRODEPROMET NUEVO LEON	IBCOOP/1 CENTER- MEX MTY.	S.C.E. INV. T. MTY, N.L.
Encyclopedia of Association, 1991	X												
Where to Find Business Information, 1992	X												
Worldwide WTC Directory, 1992	X												
<b>PROCEDIMIENTOS Y TRAMITES PARA EXPORTAR O IMPORTAR</b>													
Agencia de Bienes Raíces													
ALR, 1992													
AMCHAM México members membership Directory, 1992	X		X										
American Export Register, 1992	X	X	X		X								
The American Register of Exporters and Importers, 1992	X	X	X										
Ayer Directory of Publications, 1991	X												
Boletín Comercial (OEA-CECON), 1992		X	X										
Boletín de Oportunidades Comerciales Internacionales, 1992		X	X										
Business America, 1992	X												
Business Organizations and Agency Directory, 1992	X												
Canadian Trade Index: The directory of Canadian Manufac- turers and their products, 1990	X												
Canadian Customs Tariff Harmonized System, 1992		X											
Code of federal regulations, 1992		X											
Cómo Exportar a 123 Países, 1988		X	X										
Cómo Exportar a la Comunidad Europea, 1992		X	X										
Cómo Hacer Negocios con Centroamérica, 1992		X	X										
Cómo Hacer Negocios con Europa, 1992		X	X										
Consejerías Comerciales de BANCOMEXT							X						
Consulado Americano							X						
DIA		X											
Dicome, 1991		X											
Directorio ANIERM, 1992		X	X										
Directorio CAINTRA, PULSO INDUSTRIAL CAINTRA, 1992		X	X		X								
Directorio de Canacíntra, Nuevo León, 1992		X	X		X								
Directorio de Empresas Ateq, 1992		X	X										
Directorio de Exportadores Canacíntra, 1992		X	X										
Directorio de Ferias y Exposiciones, 1992		X	X										
Directorio de Importadores, 1992		X	X										
Directorio de la Industria maquiladora en México, 1992		X	X										
Directorio Industrial de Nuevo León: De empresas exporta- doras de Nuevo León, Coahuila y Tamaulipas: México, 1992	X	X	X		X								
Directorios Extranjeros		X	X										

NOTA: CONSULTAR SUS COLECCIONES VER LOS APENDICES

TABLA 2: FUENTES UTILIZADAS CON MAYOR FRECUENCIA EN MONTERREY, N.L.

	AMCHAM MTY,N.L.	EMMT. <sup>o</sup> MEXICO	EMMT. <sup>o</sup> MTY,N.L.	B. BENUA- MEN FRANC.	CAN- TRA	ITEM: ENJ,MTY, N.L.	CONACEX MORSETE MTY,N.L.	CONTRUL GRAL. AMER.	INFOSEL	INFOPEC	PROEXPORT NUEVO LEON	SECOFI CENTE- MEX.MTY.	S.C.J.E. INV.T. MTY,N.L.
Directorios generales/Rama Industrial/Especializados													
Directorios Industriales													
Directorios Nacionales													
Directorios que registran Instituciones que elaboran estudios de mercado.													
Directory of American Companies Operating in Mexico, 1982	X	X	X							X			
Directory of Importers and Exporters, 1991	X	X	X							X			
Documentos de SECOFI													
2000 Importadores de Japón, 1980													
El exportador mexicano, 1982-													
Exporters encyclopedia, 1982													
Export today, 1982													
Far East and Australasia Yearbook, 1982													
Federal Register, 1982-													
INFOSEL													
International Tradeshow Directory, 1982													
Japan Trade Directory, 1982													
Japan Trade Index, 1982													
Kompasa, 1982													
Ley aduanera, 1982													
Ley del Impuesto general de exportación, 1982													
Ley del impuesto general de importación, 1982													
Ley general de inversiones extranjeras y su reglamento, 1982													
Logística Internacional, 1982													
Manual del exportador mexicano, 1982	X	X	X		X								
Manual del importador mexicano, 1982	X	X	X		X								
Manual del Sistema Armonizado de Designación y Codificación de Mercancías, 1982													
Manual práctico de comercio exterior, 1982													
Manual práctico de legislación aduanera, 1982													
Maquiladoras Handbook, 1982													
El mercado de Japón, 1982													
Million Dollar Directory, 1980													
Not-Amoham (Oportunidades Comerciales), 1982													
The Omnibus trade competitiveness act de 1988													
Oportunidades Comerciales de BANCOMEXT													
Pacific Rim Intelligence Handbook, 1982													
The Public Ledgers Commodity Week, 1982-													
SALI													

NOTA: CONSULTAR SUS COLECCIONES VER LOS APENDICES

TABLA 2: FUENTES UTILIZADAS CON MAYOR FRECUENCIA EN MONTERREY, N.L.

	AMCHAM MTY,N.L.	INDXT.* MEXICO	INDXT.* MTY,N.L.	B. BENUA- MEN FRANK.	CAN- TRA	ITREMI EXJACT, N.L.	CONACEX MORISTE MTY,N.L.	CONSUL GRAL. AMER.	INFOSEL	INFOTEC	PROEXPOET NUEVO LEON	SECOFI: CENTER- MEX.MTY.	S.C.J.L. INV.T. MTY,N.L.
Sección Azul, directorios telefónicas, 1982	X	X	X				X	X					
Tarifa Arancelaria, 1982	X	X	X	X									
Texas Manufacturing Directory, 1991	X	X	X	X									
Thomas Grocery, 1981	X	X	X										
Thomas Register of American Manufactures, 1982	X	X	X										
TIGE(Tarifa del Impuesto General de Exportación), 1982		X	X										
TKI(Tarifa del Impuesto General de Importación), 1982		X	X										
TIPS, 1982		X	X										
Trade Act of 1974, 1974		X	X	X									
Trade Shows and Exhibits Schedule, 1982		X	X										
U.S. Code Annotated, 1982		X	X	X									
U.S. Industrial Export Directory, 1982	X												
Where to Find Business Information, 1982	X												
Worldwide Chamber of Commerce Directory, 1982	X												
Worldwide Hardware, 1982	X												
Worldwide WTC Directory, 1982	X												
OPORTUNIDADES Y RELACIONES COMERCIALES													
AMCHAM Mexico members membership Directory, 1982	X												
American Export Register, 1982	X												
The American Register of Exporters and Importers, 1982	X												
Anuario ALADI Grupo Andino, 1982	X												
Boletín Comercial(OEA-CECON), 1982		X	X										
Boletín de Oportunidades Comerciales Internacionales, 1982		X	X										
Business Organizations and Agents Directory, 1982		X	X										
Canadian Trade Index: The directory of Canadian Manufactur- ers and their products, 1980	X												
Corporate Affiliates, 1991	X												
Dicome, 1991		X	X										
DIEX(Directorio de Exportadores Mexicanos) 1983		X	X										
Directorio ANIERM, 1982		X	X										
Directorio CAINTRA,PULSO INDUSTRIAL CAINTRA, 1982													
Directorio de Canacintra, Nuevo León, 1982													
Directorio de empresas Altex, 1982													
Directorio de Exportadores Canacintra, 1982		X	X										
Directorio de Ferias y Exposiciones, 1982		X	X										
Directorio de Importadores, 1982		X	X										
Directorio de la Industria maquiladora en México, 1982		X	X										

NOTA:CONSULTAR SUS COLECCIONES VER APENDICES

TABLA 2: FUENTES UTILIZADAS CON MAYOR FRECUENCIA EN MONTERREY, N.L.

	AMCHAM MTY, N.L.	EMXT. <sup>o</sup> MEXICO	EMXT. <sup>o</sup> MTY, N.L.	B. BENJA- MIN FRANK.	CAMB- TRA	ITREMA ENJ, MTY, N.L.	COMACEX MORRIS MTY, N.L.	CONSUL GRAL. AMER.	INPOBEL	INPOTEC	PROBEXOKI NUEVO LEON	SECOFI CENTRO- MEX MTY.	S.C.E. INV. T. MTY, N.L.
Directorio Industrial de Nuevo León: De empresas exporta- doras de Nuevo León, Coahuila y Tamaulipas: México, 1992	X	X	X	X	X		X	X			X		
Directorios extranjeros													
Directorios generales/Rama Industrial/Especializados.													
Directorios Industriales													
Directorios Nacionales													
Directory of Importers and Exporters, 1991	X	X	X							X			
2000 Importadores de Japón, 1990		X	X							X			
Exporters encyclopedia, 1992		X	X							X			
Japan Trade Directory, 1992		X	X							X			
Japan Trade Index, 1992		X	X							X			
Keilye, 1991		X	X							X			
Kompas, 1992		X	X							X			
Maquiladoras Handbook, 1992		X	X							X			
El mercado de Japón, 1992		X	X							X			
Millon Dollar Directory, 1990	X	X	X							X			
Noti-Amcham (Oportunidades Comerciales), 1992	X	X	X							X			
SALI													
Sección Amarilla de E.U.A, 1992	X												
Sección Azul, directorios telefónicos, 1992	X												
Thomas Grocery, 1991	X			X									
Thomas Register of American Manufactures, 1992	X												
Trade Shows and Exhibits Schedule, 1992	X												
U.S. Industrial Export Directory, 1992	X												
Worldwide Chamber of Commerce Directory, 1992	X												
ESTUDIOS DE MERCADO, OFERTA Y DEMANDA													
Boletín Comercial (OEA-CECON), 1992													
Business America, 1992	X												
Cómo Exportar a 123 Países, 1988													
Cómo Exportar a la Comunidad Europea, 1992		X	X										
Cómo Hacer Negocios con Centroamérica, 1992		X	X										
Cómo Hacer Negocios con Europa, 1992		X	X										
Country Profiles, 1991		X	X										
Chemical Marketing Reporter, 1992		X	X										
DIA		X	X										
DIEX (Directorio de Exportadores Mexicanos), 1993		X	X										
Documentos de SECOFI		X	X										
El exportador mexicano, 1992.		X	X										

NOTA: CONSULTAR SUS COLECCIONES VER APENDICES



TABLA 2: FUENTES UTILIZADAS CON MAYOR FRECUENCIA EN MONTERREY, N.L.

	AMCHAM MTY,N.L.	EMOT, <sup>o</sup> MEDICO	EMOT, <sup>o</sup> MTY,N.L.	BIBLIOTECA BENJAMIN FRANKLIN	CAMARA COMERCIAL	ITERRA: ICN,MTY, N.L.	CONACER MONTERREY MTY,N.L.	CONSULADO GENERAL AMERICANO	INFOSEL	INFOTEC	PROEPROKT NUEVO LEON	ESCOPE CENTROAMERICANO MTY,N.L.	S.C.E. INV.T. MTY,N.L.
Informe anual del Banco de México, 1980-			x		x								
International Marketing and Statistical Data, 1982		x	x										
Microfichas de SECOFI (Importaciones/Exportaciones)		x	x										
PC GLOBE		x	x										
Revista Comercio Exterior, 1978-		x	x										
Revista Industrial de CONCAMIN, 1980-		x	x										
Registro Industrial mexicano, 1982		x											
SALI													
SIC													
SIE-SAT													
U.S. Industrial Outlook, 1981	x												
DECRETOS, LEYES, REGLAMENTOS													
Anexo estadístico de Informe de gobierno, 1982		x											
Canadian Customs Tariff Harmonized System, 1982		x											
Code of federal regulations, 1982													
Cómo Exportar a 123 Países, 1988		x	x										
Cómo Exportar a la Comunidad Europea, 1982		x	x										
Cómo Hacer Negocios con Centroamérica, 1982		x	x										
Cómo Hacer Negocios con Europa, 1982		x	x										
Cuaderno de información oportuna, 1980													
DATALEX		x											
DIA		x											
Diario Oficial de la Nación, 1986-		x	x										
DIEX (Directorio de Exportadores Mexicanos), 1983		x	x										
Documentos del CCI UNCTAD/GATT, 1980-		x											
Documentos de SECOFI		x											
The European Yearbook, 1991		x											
Examen de la situación económica de México, 1980-		x											
Expansión Comercial, 1982-		x											
El exportador mexicano, 1982-		x											
Export today, 1982		x											
Far East and Australasia Yearbook, 1982		x											
Federal Register, 1982-		x											
Foreign Investment, 1982		x											
Harmonized Tariff Schedule of the U.S.A, 1982		x											
Indicadores Económicos de México, 1982		x											
Información de Agencias Aduanales													
Información oficial del extranjero													

NOTA: CONSULTAR SUS COLECCIONES VER APENDICES



TABLA 2: FUENTES UTILIZADAS CON MAYOR FRECUENCIA EN MONTERREY, N.L.

	AMCHAM MTY, N.L.	EMOT. <sup>o</sup> MEDICO	BACT. <sup>o</sup> MTY, N.L.	B.BENJA- MIN	CASH- TRA	ITIBAM: ECH, MTY, N.L.	COMACEX NOBISYS MTY, N.L.	CONSUL GRAL. AMER.	INFOSEL	INPROTEC	PROBOPOR NUEVO LEON	SECOFI CENTRO- MEX, MTY	S.C.E. INV.T. MTY, N.L.
Estadísticas Financieras Internacionales, 1992													
European Marketing and Statistical Data, 1992													
Examen de la situación económica de México, 1990-													
Expansión Comercial, 1990-													
Informe anual del Banco de México, 1990-													
INFOSEL													
International Marketing and Statistical Data, 1992													
Microfichas de SECOFI de Importaciones/Exportaciones													
SICM:SECOFI													
SIE-SAT (Sistema de Información Via Satélite)													
<b>TRANSPORTE, ALMACENAMIENTO, EMBALAJE Y</b>													
<b>ETIQUETADO</b>													
Business Organizations and Agency Directory, 1992													
DA													
DIEX (Directorio de Exportadores Mexicanos), 1993													
El exportador mexicano, 1992-													
Información de Agencias Aduanales.													
INFOSEL													
Logística Internacional, 1992-													
Manual del exportador mexicano, 1992													
Manual del importador mexicano, 1992													
Manual del Sistema Armonizado de Designación y Codifica-													
ción de Mercancías, 1992													
Manual práctico de comercio exterior, 1992													
Manual práctico de legislación aduanera, 1992													
<b>PATENTES Y MARCAS, PROPIEDAD INTELECTUAL</b>													
American Export Register, 1992													
The American Register of Exporters and Importers, 1992													
Documentos del CCI UNCTAD/GATT, 1990-													
Thomas Grocery, 1991													
Thomas Register of American Manufactures, 1992													

NOTA: CONSULTAR SUS COLECCIONES VER APENDICES

**Tabla 2: Presenta una lista de fuentes utilizadas con mayor frecuencia y las instituciones donde se consultaron.**

### **RESULTADOS**

**De acuerdo a la Tabla 1: Las consultas hechas con mayor frecuencia a las Instituciones encuestadas son:**

#### **Estadísticas de Exportación/Importación:**

**BANCOMEXT, D.F.  
BANCOMEXT, D.R.N.**

#### **Estadísticas Nacionales y Extranjeras:**

**BANCOMEXT, D.F.  
BANCOMEXT, D.R.N.**

#### **Importadores/Exportadores Extranjeros:**

**AMCHAM MTY.N.L.  
BANCOMEXT, MEXICO  
BANCOMEXT, MTY.N.L.**

#### **Indice Nacional de Precios al Consumidor:**

**BIBLIOTECA BENJAMIN FRANKLIN  
CAINTRA  
ITESM, (CIN), MTY.N.L.**

#### **Oportunidades Comerciales en el extranjero:**

**BANCOMEXT, D.F.  
BANCOMEXT, D.R.N.  
CONACEX NORESTE**

#### **Patentes/Marcas:**

**BANCOMEXT, D.F.  
BANCOMEXT, D.R.N.  
ITESM, (CIN), MTY.N.L.  
SECOFI CINTERMEX**

#### **Perfiles de Mercado:**

**BANCOMEXT, D.F.  
BANCOMEXT, D.R.N.**

#### **Pitex y Empresas Altex:**

**BANCOMEXT, D.R.N.  
CONACEX NORESTE  
SECOFI CINTERMEX**

**TLC entre México-E.U.A. y Canada:**

**BANCOMEXT, D.R.N.  
BIBLIOTECA BENJAMIN FRANKLIN**

**De acuerdo a la Tabla 2: Las fuentes utilizadas con mayor frecuencia fueron:**

**American Export Register, 1992.**

**AMCHAM  
BANCOMEXT, D.R.N.  
CAINTRA**

**The American Register of Exporters an Importers, 1992.**

**AMCHAM  
BANCOMEXT, D.F.  
BANCOMEXT, D.R.N.**

**Anuario estadístico de Nuevo León, 1991.**

**BANCOMEXT, D.R.N.  
CAINTRA**

**Boletín Comercial (OEA-CECON), 1992-**

**BANCOMEXT, D.F.  
BANCOMEXT, D.R.N.**

**Boletín de Oportunidades Comerciales Internacionales,  
1980-**

**BANCOMEXT, MEXICO  
BANCOMEXT, MTY.N.L.**

**Cómo Exportar a 123 Países, 1988.**

**BANCOMEXT, D.F.  
BANCOMEXT, D.R.N.**

**Cómo Exportar a la Comunidad Europea, 1992.**

**BANCOMEXT, D.F.  
BANCOMEXT, D.R.N.**

**Cómo Hacer Negocios con Centroamerica, 1992.**

**BANCOMEXT, D.F.  
BANCOMEXT, D.R.N.**

**Cómo Hacer Negocios con Europa, 1992.**

**BANCOMEXT, D.F.**

BANCOMEXT, D.R.N.

DIA:

BANCOMEXT, D.F.  
ITESM (CIN), MTY.N.L.

Dialog, 1992

BANCOMEXT, D.F.  
ITESM, (CIN), MTY.N.L.

Diario Oficial: Organo del Gobierno Constitucional de los E.U.M, 1989-

BANCOMEXT, D.F.  
BANCOMEXT, D.R.N.  
CONACEX NORESTE

Directorio ANIERM, 1992.

BANCOMEXT, D.F.  
BANCOMEXT, D.R.N.

Directorio de Exportadores Canacintra, 1992.

BANCOMEXT, D.F.  
BANCOMEXT, D.R.N.  
CAINTRA

Directorio de Exportadores Mexicanos, 1993.

BANCOMEXT, D.F.  
BANCOMEXT, D.R.N.

Directorio de Ferias y Exposiciones, 1992.

BANCOMEXT, D.F.  
BANCOMEXT, D.R.N.

Directorio Industrial de Nuevo León: De empresas exportadoras de Nuevo León, Coahuila y Tamaulipas: México, 1992

AMCHAM  
BANCOMEXT, D.F.  
BANCOMEXT, D.R.N.  
CAINTRA

Directory of Importers and Exporters, 1992.

AMCHAM  
BANCOMEXT, D.F.  
BANCOMEXT, D.R.N.

2000 Importadores de Japón, 1990

BANCOMEXT, D.F.  
BANCOMEXT, D.R.N.

Estadísticas de Comercio Exterior, 1992

BANCOMEXT, D.F.  
BANCOMEXT, D.R.N.

Examen de la situación económica de México, 1990-

BANCOMEXT, D.F.  
BANCOMEXT, D.R.N.  
BIBLIOTECA BENJAMIN FRANKLIN  
CAINTRA

Expansión comercial, 1992-

AMCHAM  
BANCOMEXT, D.F.  
BANCOMEXT, D.R.N.

Exporters Encyclopedia, 1992

BANCOMEXT, D.F.  
BANCOMEXT, D.R.N.

FORUM, 1992-

BANCOMEXT, D.F.  
BANCOMEXT, D.R.N.

Harmonized Tariff Schedule of the USA, 1992.

AMCHAM  
BANCOMEXT, D.F.  
BANCOMEXT, D.R.N.

Indicadores económicos de México, 1992-

BANCOMEXT, D.F.  
BANCOMEXT, D.R.N.  
CAINTRA

Informe Anual del Banco de México, 1990-

BANCOMEXT, D.F.  
BANCOMEXT, D.R.N.  
CAINTRA

International Trade Directory, 1992.

BANCOMEXT, D.F.  
BANCOMEXT, D.R.N.

Japan Trade Directory, 1992-

BANCOMEXT, D.F.  
BANCOMEXT, D.R.N.  
CONACEX NORESTE

Japan Trade Index, 1992.

BANCOMEXT, D.F.  
BANCOMEXT, D.R.N.

Ley Aduanera, 1992.

BANCOMEXT, D.F.  
BANCOMEXT, D.R.N.

Ley del Impuesto General de Exportación, 1992.

BANCOMEXT, D.F.  
BANCOMEXT, D.R.N.

Ley del Impuesto General de Importación, 1992.

BANCOMEXT, D.F.  
BANCOMEXT, D.R.N.

Logística Internacional, 1992-

BANCOMEXT, D.F.  
BANCOMEXT, D.R.N.

Manual del Exportador Mexicano, 1992

AMCHAM  
BANCOMEXT, D.F.  
BANCOMEXT, D.R.N.  
S.R.E.

Manual del Importador Mexicano, 1992

AMCHAM  
BANCOMEXT, D.F.  
BANCOMEXT, D.R.N.

Manual práctico de comercio exterior, 1992.

BANCOMEXT, D.F.  
BANCOMEXT, D.R.N.

Manual práctico de legislación aduanera, 1992.

BANCOMEXT, D.F.  
BANCOMEXT, D.R.N.

Maquiladoras Handbook, 1992.

AMCHAM  
BANCOMEXT, D.F.  
BANCOMEXT, D.R.N.

El Mercado de Japon, 1992.

BANCOMEXT, D.F.  
BANCOMEXT, D.R.N.

Microfichas de SECOFI de Importadores/Exportadores (Estadísticas).

BANCOMEXT, D.F.  
BANCOMEXT, D.R.N.

Millon Dollar Directory, 1990

AMCHAM  
BANCOMEXT, D.R.N.

OEA/SICE

BANCOMEXT, D.F.

PCGLOBE

BANCOMEXT, D.F.  
BANCOMEXT, D.R.N.  
ITESM (ICN), MTY, N.L.

Revista Comercio Exterior, 1976-

BANCOMEXT, D.F.  
BANCOMEXT, D.R.N.  
CAINTRA

SICM SECOFI

BANCOMEXT, D.F.  
BANCOMEXT, D.R.N.  
CONACEX NORESTE  
SECOFI CINTERMEX

Tarifa Arancelaria, 1992

BANCOMEXT, D.F.  
BANCOMEXT, D.R.N.

Thomas Grocery, 1991.

AMCHAM  
BIBLIOTECA BENAJAMIN FRANKLIN

Thomas Register of American Manufactures, 1992

AMCHAM  
BANCOMEXT, D.F.  
BANCOMEXT, D.R.N.  
BIBLIOTECA BENJAMIN FRANKLIN  
CONSULADO GENERAL AMERICANO  
PROEXPORT, N.L.

TIGE (Tarifa del Impuesto General de Exportación), 1992.

BANCOMEXT, D.F.  
BANCOMEXT, D.R.N.

TIGI (Tarifa del Impuesto General de Importación), 1992

BANCOMEXT, D.F.  
BANCOMEXT, D.R.N.

Trades Hows and Exhibits Schedule, 1992.

AMCHAM  
BANCOMEXT, D.F.  
BANCOMEXT, D.R.N.

U.S. Industrial Outlook, 1991.

AMCHAM  
BANCOMEXT, D.R.N.

**Apéndice A: Fuentes de Información Electrónica de Comercio Exterior Bases de Datos disponibles en BANCOMEXT, S.N.C.**

**1. Presentación**

Las bases de datos son un instrumento complementario de investigación, ya que las fuentes impresas no siempre satisfacen todas las necesidades del importador o exportador, debido a la rápida evolución del Comercio Internacional en la actualidad

**Bases de Datos Nacionales e Internacionales**

En la actualidad existe una diversidad de bancos de datos nacionales e internacionales que contienen información relevante sobre comercio exterior.

Dentro de las bases y bancos de datos más importantes de acceso al público se encuentran las siguientes:

**a). Naciones:**

**DATALEX:** Información gubernamental del Diario Oficial de la Federación de México proporcionada por Información Legislativa Mexicana.

**DIA:** (Sistema Dinámicos Internacionales, S.A. de C.V.) Sistema de apoyo y consulta al comercio exterior por computadora de las Tarifas del Impuesto General de Importación y Exportación dentro del sistema armonizado de designación y codificación de mercancías.

Contenido de la base: Sistema de localización de productos y códigos nomenclaturas, unidad base de cálculo, aranceles, notas explicativas, restricciones; permisos previos de SECOFI, ASS, SARH, SEDUE, Impuestos compensatorios, zonas, perímetros libres, maquinaria y equipo usado y autorizado NOM, Preferencias; ALADI, con sus textos legales, nomenclaturas NALADI, acuerdos de alcance parcial; negociaciones con el GATT. Tratamientos especiales: Aranceles de zonas y permisos libres, pago diferencial del IVA a las importaciones y otras restricciones, preferencias.

Además contiene una base de datos legislativa, la cual incluye: Ley aduanera y su reglamento PITEX, ALTEX, Consorcios de Comercio Exterior, Antidumping y control de cambios, Industria Maquiladora, Industria Fronteriza, Normas, etc.

Cuenta también, con Directorios de Agentes Aduanales, Cámaras y Asociaciones, Bancos, Consejerías Comerciales, Ferias y Exposiciones, Apoyos BANCOMEXT, misiones Comerciales, Información Estratégica del mes, etc.

**DIEX:** Directorio de Exportadores Mexicanos en versión impresa y magnética. Contiene las empresas exportadoras e importadoras más importantes de México. Está en cuatro idiomas; Español, Inglés, Francés y Alemán.

Consta de tres índices; alfabético por producto, fracción arancelaria y un tercero por empresa, con más de 3,305 registros de comercializadoras que analizan negocios en el extranjero. Además, incluye un apartado con las actividades de promoción comercial que tiene BANCOMEXT. Así mismo, tiene una sección con información económica y comercial de México; perfiles informativos de cada uno de los Estados de la República Mexicana, acompañada de mapas. Finalmente, una lista de organismos de apoyo al Comercio Exterior.

Su cobertura es todo sobre México. Su forma de consulta es a través de los índices.

**SALI:** Generado por el Instituto Mexicano de Comercio Exterior. Contiene referencias y resúmenes sobre diferentes aspectos del Comercio Exterior, relaciones internacionales,