



Presentación

Esta edición del Boletín "México Exporta" está dedicada a la primera participación de México en la Expo Prado, que coincide con la 100ª edición de este importante evento, organizado por la Asociación Rural del Uruguay. El pabellón de México, integrado por una muestra de desarrollo tecnológico, así co-

mo de productos y servicios mexicanos que hoy se encuentran presentes en el mercado uruguayo, pone de relieve el potencial de la relación económica entre ambos países, sobre la base del Tratado de Libre Comercio, que en julio pasado cumplió su primer año de vigencia, y que constituye una

base jurídica de certidumbre y transparencia para los agentes económicos.

En tal virtud, el contenido de este boletín está referido a los sectores correspondientes a los productos y servicios de las empresas que participan en el Pabellón de México en este evento.

MÉXICO UN BUEN SOCIO COMERCIAL

A partir de la década de los ochenta, la política comercial de México forma parte de una estrategia con doble objetivo, responder a las exigencias de su desarrollo interno y enfrentar una economía internacional cada vez más globalizada.

México inició un programa de apertura para corregir las distorsiones que generó el modelo de sustitución de importaciones de los años cincuenta y que frenó el crecimiento del ingreso en la década de los setentas.

México se propuso aprovechar las oportunidades asociadas con las crecientes corrientes de comercio e inversión, mediante políticas de liberalización y desregulación, procurando fomentar la competitividad de sus exportaciones y hacer de México un lugar más atractivo para la inversión productiva.

El proceso de liberalización comercial se ha visto acompañado por un esfuerzo de

apertura de los mercados externos, a través de negociaciones multilaterales, regionales y bilaterales, que México inició con su ingreso al GATT en 1986, para continuar en 1992 con la suscripción del primero de los doce Tratados de Libre Comercio con 43 países en América del Norte, Europa, América Latina y Asia. Asimismo, cuenta con varios Acuerdos de Complementación Económica, además de participar activamente en iniciativas comerciales regionales y multilaterales.

No cabe duda que esta red de tratados ha sido uno de los pilares del crecimiento económico de México en los últimos años, y sobre todo, de la estrategia para promover la apertura y fortalecer la competitividad.

Los TLCs han creado un marco jurídico de comercio exterior de largo plazo, que da certidumbre a todos los agentes económicos, incluyendo exportadores, inver-

sionistas y consumidores. Este hecho por sí mismo, genera importantes oportunidades de negocios.

La apertura ha generado una demanda de productos mexicanos en el exterior, con acceso preferencial a un mercado de más de mil millones de consumidores potenciales, lo que ha permitido aprovechar economías de escala con base en fortalezas y ha impulsado la especialización de la economía mexicana en ciertos sectores productivos. Ahora, estamos produciendo bienes con un mayor valor agregado que demandan mayores y mejores tecnologías, mano de obra calificada y productos de alta calidad que cumplen hoy con los más altos requisitos y normatividad internacionales.

El comercio total de México alcanzó los 386 mil millones de dólares en 2004. Las exportaciones

(Continúa en la página 2)

Contenido:	
Presentación	1
México un Buen Socio Comercial	1
Sector Automotor y Autopartes	2
Sector Telecomunicaciones y Bebidas	3
El Estado de Jalisco	4
Sector Servicios y Bancomext	5
Artesanías y Gastronomía	6
Noticias selectas del Diario Oficial	6

Suscríbase a este boletín

Envíenos sus datos (nombre, afiliación y dirección electrónica) a:
rep_mex@netgate.com.uy

Visite la página de la Secretaría de Economía de México:

www.economia.gob.mx

por más de 189 mil millones de dólares en 2004 casi cuadruplican la cantidad exportada durante 1993, y son 15 por ciento más altas que en 2003.

México se ha convertido en el octavo país exportador mundial y el primero en América Latina. Esto ha permitido que las exportaciones sean el motor del crecimiento económico al contribuir con el 34 por ciento del producto interno bruto. Además, el sector exportador paga salarios más altos que otros sectores.

Al mismo tiempo, la apertura a través de los acuerdos amplía la disponibilidad de insumos, productos y servicios a precios y calidades competitivas, que se traduce en ventajas comparativas para los proveedores de bienes y servi-

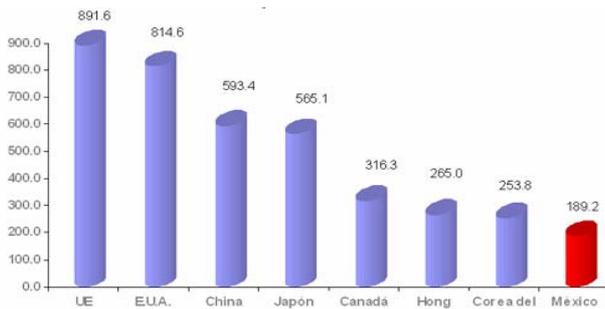
cios mexicanos. Dada la extensa red de acuerdos comerciales con los que cuenta México, el ahorro en aranceles por la adquisición de insumos extranjeros reduce los costos de las empresas y mejora su desempeño de manera importante. Asimismo, se reflejan en un mayor nivel de bienestar para los consumidores: e ingreso de las familias se ve beneficiado al tener éstas acceso a una mayor variedad de bienes y servicios a precios competitivos y de alta calidad.

Adicionalmente, la red de TLC's de México, al conferir un alto grado de certidumbre y de seguridad jurídica a la inversiones extranjeras, ha sido un instrumento eficaz en la atracción de importantes flujos de capitales productivos hacia nuestro país. La IED juega un papel fundamental en la estrategia de desarrollo de México, ya que actúa como catalizador en la generación de más empleos – mejor remunerados y como un importante vehículo en la transferencia de tecnología y promotor de proyectos que mejoran la infraestructura.

Entre 1994 y 2004, México recibió 162.1 miles de millones de dólares en inversión directa, ocupando el puesto número cuatro de los principales receptores de inversión entre los países en desarrollo.

(<http://www.economia.gob.mx/index.jsp?P=2264#>).

Principales Exportadores a Nivel Mundial
2004 en miles de millones de dólares



Fuente: Secretaría de Economía con datos de la OMC.

SECTOR AUTOMOTRIZ Y DE AUTOPARTES

Este sector ha jugado un papel preponderante en la economía de México en términos de valor de las exportaciones, de generación de empleos y del desarrollo tecnológico e industrial.

La apertura indujo un cambio de rumbo en la política industrial de México en este sector. Antes de 1994, la industria automotriz de México gozaba de una protección sustancial. A partir de la suscripción del Tratado de Libre Comercio de América del Norte (TLCAN), México eliminó los requisitos de producción y de exportación, lo que dio como resultado un fuerte incremento de inversiones en este sector, por más de 10 mil millones de dólares desde 1994.

Esta inversión transformó el mercado, entonces dominado por 5 em-

presas terminales, hoy con fabricantes de clase mundial y una vasta oferta de modelos. La industria ha pasado por un proceso de reestructuración que le ha permitido incrementar su competitividad e integrarse al mercado mundial.

En 1990, México no producía vehículos para la exportación. Hoy, es el décimo productor mundial y casi el 80% de su producción está destinada a la exportación.

Una de las dinámicas más importantes que México ha experimentado en los últimos años con esta industria es su expansión hacia nuevas áreas geográficas en el centro del país.

La privilegiada ubicación geográfica de México, aunada a fuertes Inversiones realizada y a la utilización de tecnología de punta en sus procesos productivos, le han permitido a

la industria automotriz y de autopartes en México prosperar y alcanzar una sólida posición en el mercado global, especializándose en la producción de autos pequeños y medianos y camiones ligeros, así como también en motores y otras piezas de automóvil. México se encuentra entre los 10 principales productores y exportadores de vehículos a nivel mundial.

La industria automotriz es el principal sector industrial en México. Junto con la industria de autopartes, dentro del sector manufacturero representan el 16% de la producción, 21% de las exportaciones y emplea el 18% de la fuerza laboral. Actualmente, las más importantes ensambladoras de vehículos están operando en México con más de 20 marcas.

Los principales mercados de exportación para este sector han sido los de EE.UU. y Canadá, aunque también crecientemente Europa y Sudamérica. En 2004, la producción de vehículos en México fue 1.5 millones de unidades, cifra 38% superior a la de 1994. Entre 1996 y 2001, el sector de autopartes duplicó sus ventas y, en 2004, exportó u\$13.6 mil millones.

www.economia.gob.mx

Indicadores económicos de México

Comercio Total (millones de dólares) Enero-junio			
	2004	2005	▲%
Total	183,097	203,899	12%
ALADI	5,471	7,308	34%
Centro América	1,259	1,572	25%

Fuente: SE con datos del INEGI.

Exportaciones de México (millones de dólares) Enero - junio			
	2004	2005	▲%
Total	90,871	100,677	11%
ALADI	1,650	2,380	44%
Centro América	733	925	26%

Fuente: SE con datos del INEGI.

SECTOR TELECOMUNICACIONES

Desde mediados de la década pasada las telecomunicaciones se convirtieron en uno de los sectores más dinámicos de la economía mexicana.

La innovación tecnológica, la convergencia de servicios y el uso intensivo de las tecnologías de la información y las comunicaciones, se han convertido en medios imprescindibles para la creación de nuevas herramientas educativas, de capacitación, salud y promoción de negocios, que en conjunto están impulsando el desarrollo y modernización del país. De esta manera el sector comunicaciones sigue registrando montos importantes de inversión privada, que durante 2003 alcanzaron la cifra de 26,776 millones de pesos y en 2004 superó los 39,029 millones

De acuerdo a cifras oficiales de la Comisión Federal de Telecomunicaciones (COFETEL), en el primer trimestre de 2005, el sector telecomunicaciones medido a través del Índice de Producción del Sector Telecomunicaciones (ITEL), registró un crecimiento de 20.6% con relación al primer trimestre de

2004, tasa de crecimiento casi nueve veces mayor a la que mostró la economía en su conjunto. En términos de teledensidad, México registró 17.7 líneas por cada 100 habitantes al cierre de marzo del 2005.

En lo que respecta al número de usuarios de telefonía celular, al cierre de marzo del año en curso, se registraron 40.8 millones, lo que significa un incremento de 28.8% con respecto al mismo periodo de 2004. Con este valor, la teledensidad en telefonía celular/PCS se ubica en aproximadamente 39.1 líneas por cada 100 habitantes. En este periodo, el número de usuarios aumentó 2.3 millones.

De acuerdo con el Banco de México en su encuesta sobre las expectativas de los especialistas en economía del sector privado, para el año 2005 las perspectivas del sector siguen siendo alentadoras. Por una parte, se espera que la economía mexicana tenga un crecimiento de 3.84% y que la economía norteamericana crezca a una tasa de 3.65%, lo que asegurará que el número de usuarios

de servicios de telecomunicaciones y la demanda por tráfico siga creciendo, aunque a tasas menores a las observadas durante 2004.

www.sct.gob.mx/www.cofotel.gob.mx

La empresa mexicana más importante en el sector es TELMEX, la cual ha realizado en el continente Americano en los últimos 13 años inversiones de alrededor de 27 mil millones de dólares, cuenta con más de 400 centros de atención personal y en línea, tiene más de 80 mil kms. de red de fibra óptica terrestre y submarina, conectando a la región con el mundo. Tiene más de 3,970 nodos de acceso.

www.telmex.com



BEBIDAS ALCOHÓLICAS

Tequila

De acuerdo con la norma mexicana NOM-006-SCFI-1994, el tequila se define como: "Bebida alcohólica regional obtenida por destilación y rectificación de mostos, preparados directa y originalmente del material extraído, dentro de las instalaciones de la fábrica, derivado de la molienda de las cabezas maduras de agave, previa o posteriormente hidrolizadas o cocidas, y sometidos a fermentación alcohólica con levaduras, cultivadas o no, siendo susceptible de ser enriquecido por otros azúcares hasta en una proporción no mayor de 49%, en la inteligencia de que no están permitidas las mezclas en frío. El tequila es un líquido que, de acuerdo a su tipo, es incoloro o amarillento cuando es madurado

en recipientes de madera de roble o encino, o cuando se aboque sin madurarlo". De acuerdo al porcentaje de los azúcares provenientes del agave, se distinguen dos categorías de tequila: 100 % Agave y Tequila. El Tequila es originario de un pequeño poblado con el mismo nombre Tequila, Jalisco. El tequila se considera ahora la bebida alcohólica "mexicana por excelencia".

El 9 de diciembre de 1974, se publicó en el "Diario Oficial" de la Federación la resolución del 22 de noviembre de 1974, de la entonces Secretaría de Industria y Comercio, por la cual se otorgó la protección a la denominación de origen tequila estableciendo un territorio de denominación de origen, (TDO) para esa bebida; habiendo sufrido modificaciones el 13 de octubre de 1977, el 3 de noviembre de 1999, y

el 26 de junio de 2000, el TDO, a la fecha actual, comprende 180 municipios:

- Todos los municipios del Estado de Jalisco, es decir 124.
- 8 municipios de Nayarit.
- 7 municipios de Guanajuato
- 30 municipios de Michoacán.
- 11 municipios de Tamaulipas

En 2004 se produjeron 176 millones de litros de tequila, 25.44% más que en 2003, de los cuales 43 millones de litros fueron tequila 100% agave, 19.44% más que en el 2003 y 133 millones de litros corresponde a Tequila, 27.51% más que en 2003. En 2004 se exportaron 109 millones de litros, 7.28% más que en 2003, de los cuales 93 millones de litros de tequila y 15.6 millones de litros Tequila 100% agave.

www.crt.org.mx

Cerveza

El 21 de marzo de 1932, al derogarse la Ley Seca Volstead, en los Estados Unidos, tan sólo en el primer mes que siguió a los 12 años de prohibición, un millón de litros de cerveza mexicana cruzaron la frontera norte procedentes de las cervecerías de Monterrey, Baja California y Chihuahua. Durante la Segunda Guerra Mundial, otras cerveceras mexicanas aprovecharon una nueva apertura norteamericana, favorecida por el conflicto bélico.

Desde 1985, la industria cervecera mexicana comenzó a explorar otros mercados, primero fue Canadá y Japón, y más adelante Nueva Zelanda y Australia. En 1989 empezó a incursionar en Europa, abriendo una subsidiaria en Bruselas, y luego entraron a Rusia, África y América Latina, hasta que en el año 2000 se completaron los 150 países.

Durante el primer semestre de 2005, las exportaciones de cerveza mexicana crecieron 9 por ciento en volumen y 8 por ciento en ingresos, los cuales alcanzaron 780 millones de dólares, de acuerdo con un consolidado de cifras de los fabricantes cerveceros Grupo Modelo y Fomento Económico Mexicano S.A. (FEMSA).

Este dinamismo, según analistas

del sector bebidas, es reflejo, en buena medida, de una mayor aceptación de la cerveza mexicana, sobre todo, en un mercado como el de Estados Unidos, donde se realiza el 90 por ciento de las ventas foráneas del producto nacional.

La publicación Beer Marketer's Insights, señala que para este año se espera un avance de un dígito y medio para el segmento de cervezas importadas en Estados Unidos, división en la que participan tanto Modelo como la cervecería Cuauhtémoc de FEMSA.

En la primera mitad del año, el volumen de ventas de exportación de FEMSA creció 3.3 por ciento para ubicarse en 1,218 millones de hectolitros, debido al fuerte consumo en el mercado de Estados Unidos durante el segundo trimestre.

El crecimiento de Grupo Modelo y FEMSA en sus exportaciones de cerveza, contrasta con la situación de los principales competidores como Anheuser-Busch, Miller y Molson Coors. Los grandes competidores en Estados Unidos se encuentran enfrascados en una guerra de precios, además enfrentan una cerrada competencia con otras bebidas de contenido de alcohol. A la luz de esta situación, las marcas Corona Extra, número uno en ventas en Estados Unidos;

Modelo Especial y Light, de Grupo Modelo, así como Tecate y Dos Equis, se ubican dentro de las preferidas de los consumidores estadounidenses. Con una participación en el mercado nacional de 56.8 por ciento, Grupo Modelo acumula en el semestre un crecimiento en sus exportaciones de 10 por ciento, y la empresa prevé que aumenten 5 por ciento al cierre del año.

Su origen se remonta al año 1925, cuando esta cerveza de tipo pilsener comenzó a producirse en las instalaciones de la Cervecería Modelo.

En 1997, la cerveza Corona desplazó a la holandesa del primer sitio, mismo que había sostenido desde 1933.

Desde 1997, Grupo Modelo es el octavo consorcio cervecero del planeta, y la marca Corona Extra, "La cerveza mexicana de mayor venta en el mundo"® desde hace 15 años, ocupa actualmente el cuarto lugar entre las cervezas que asisten el mercado mundial y el primero entre las 450 importadas por los Estados Unidos.

www.gmodelo.com.mx

www.ccm.com.mx / www.femsa.com



JALISCO: PERFIL DE UN ESTADO EXPORTADOR

El Estado de Jalisco se localiza en la parte occidental de la República Mexicana y cuenta con un polo de desarrollo turístico en Puerto Vallarta. Su capital, Guadalajara tiene el tercer aeropuerto de más vuelos internacionales. Es el Estado número uno de la Región Centro Occidente y a nivel nacional una de las economías más fuertes del país al aportar el 6.5% de la población nacional, el 4% de la superficie total del país, el 6.78% del Producto Interno Bruto (PIB) y el 8.53% del PIB agropecuario. Asimismo, Jalisco representa casi el 10% de las exportaciones nacionales.

Nuevas Tecnologías. En Jalisco se encuentra el valle del Silicio Mexicano, cuna de empresas del ramo electrónico y las telecomunicaciones, que lo convierte en el sitio más importante del continente en esta rama después de California, Estados Unidos.

Además, mantiene el liderazgo nacional en el sector agropecuario en la producción de maíz, carne de cerdo, leche, huevo y aves. Ocupa el segundo lugar nacional en la industria farmacéutica, de artículos de hule, fabricación de cemento, cal, yeso y otros materiales a base de minerales no metálicos.

Inversión Extranjera

Entre enero de 1999 y marzo de 2005, las empresas con inversión extranjera en Jalisco materializaron inversiones por 3,055.8 millones de dólares (md), monto que equivale al 2.9% de la IED materializada en ese lapso (104,323.7 md), y al 85.8% de la inversión captada por los estados de la Región Pacífico del país (3,560.6 md).

www.jalisco.gob.mx

Ver Indicadores Económicos de Jalisco en página n° 6.

SECTOR SERVICIOS

Turismo

El turismo es uno de los sectores económicos más importantes y dinámicos en el mundo actual, tanto por su nivel de inversión, participación en el empleo, aportación de divisas, como por la contribución al desarrollo regional. Aporta alrededor del 11% de la producción mundial y genera uno de cada once empleos. Se estima que en los próximos 20 años viajarán por el mundo 1.6 millones de turistas que dejarán una derrama económica de dos billones de dólares.

México se encuentra en uno de los mejores momentos de su historia en materia turística, siendo el octavo lugar en el mundo en captación de turistas internacionales y el décimo en captación de divisas por turismo. En América Latina, México es el destino turístico más visitado, mientras que a nivel hemisférico, únicamente es superado por EE.UU.

En 2004, el número de turistas internacionales que visitaron México llegó a 20.6 millones, lo que representó un crecimiento del 10.5% respecto a 2003. Por su parte, el ingreso de divisas por visitantes internacionales fue de casi 11 mil millones de dólares en 2004, 14.6% de crecimiento con respecto a 2003.

El turismo es un sector prioritario y una de las principales bases económicas de México. Este sector aporta más del 8% del PIB y contribuye con más de 9% de los empleos directos e indirectos. Este sector se ha constituido como uno de los polos de atracción de Inversión Extranjera Directa (IED) a nuestro país, además de que genera puestos de trabajo, fomenta el desarrollo regio-

nal, acelera los proyectos de infraestructura y difunde los atractivos culturales y naturales de la nación.

www.sectur.gob.mx



El Consejo de Promoción Turística de México, S.A. de C.V., es una empresa de Participación Estatal Mayoritaria, que tiene como objeto el diseño y operación de las estrategias de promoción turística a nivel nacional e internacional, con la participación de los diversos actores de la actividad turística.

www.cptm.com.mx

Transporte Aéreo

El 20 de agosto de 1924, en Tampico, México se constituye la Compañía Mexicana de Aviación S.A. En julio del 2000, Mexicana consolida su participación en el proceso de globalización con su incorporación oficial a la alianza mundial más importante: Star Alliance.

Mexicana de Aviación, una vez más, ratifica su compromiso de ofrecer a los pasajeros la flota más moderna del mundo al anunciar la sustitución de los Fokker 100 por Airbus A318, los aviones comerciales de la más reciente producción.

Con su adquisición la empresa se convierte en la primera línea aérea de América Latina en operar este tipo de avión, que brinda viajes más cómodos y confiables a los pasajeros. Al término del cambio de equipo, la edad promedio de su flota será de sólo seis años. Actualmente, por la preferencia de sus pasajeros, que ascienden a más de 8 millones

anualmente y gracias al esfuerzo de su personal, Mexicana ofrece una amplia gama de productos y servicios, una red de más de 800 destinos con un servicio de clase mundial. Mexicana de Aviación es la segunda aerolínea más grande que atiende el mercado mexicano.

www.mexicana.com/main/



Bancomext

El Banco Nacional de Comercio Exterior (Bancomext) es la entidad del Gobierno Mexicano encargada de promover la exportación de productos y servicios mexicanos, así como, de canalizar la inversión y alianzas estratégicas, entre empresas de la región y mexicanas.

Los servicios que proporciona son:

- Contactos con socios potenciales (Compradores, Distribuidores, etc.)
- Entrevistas personales con empresas de la región, en viajes de negocios a fin de evaluar posibles oportunidades comerciales.
- Información y asistencia financiera para el importador local
- Misiones de exportadores para contactar empresas importadoras.
- Participación en ferias internacionales especializadas que se realicen en la región.

Bancomext cuenta con 30 Consejerías Comerciales en el mundo.

www.bancomext.gob.mx



Indicadores económicos de México

Importaciones

(millones de dólares)

Enero—junio

	2004	2005	▲ %
Total	92,226	103,222	12%
ALADI	3,821	4,928	29%
Centro América	526	647	23%

Fuente: SE con datos del INEGI.

Otros Indicadores

Indicador Global de la Actividad Económica (junio 2005/junio 2004): 1.00%

Producción industrial (junio 2005/ junio 2004): 0.66%

Manufactura: -0.16%, Construcción: 3.50%, Minería: 1.97%

Desempleo Abierto (julio 2005): 3.50%

Inflación (enero-julio 2005): 1.19%

Tasa CETES a 28 días (agosto 30, 2005): 9.42%

IPC Bolsa Mexicana de Valores (agosto, 2005): 14,009 pts.

Reservas Internacionales (19 agosto, 2005): 642,423 mdp.

Tipo de Cambio Interbancario (30° agosto, 2005): 10.83 pesos/dólar

Fuente: Banco de México. www.banxico.org.mx e www.inegi.gob.mx

EMBAJADA DE MÉXICO EN URUGUAY

Oficina Comercial de México en América del Sur y

Representación Permanente de México ante ALADI

Julio María Sosa 2325
11300, Montevideo, Uruguay
Teléfonos: 5982-710-0299,
712-2319, 710-0198, 710-6798
Fax: 5982-710-1699

Correo: repmex@netgate.com.uy
www.economia-montevideo.gob.mx

Publicación mensual editada por la Representación Permanente de México ante ALADI

Su contenido es de carácter estrictamente informativo, con base en documentación pública que se especifica, y no refleja el punto de vista del Gobierno de México.

ARTESANÍAS Y GASTRONOMÍA

La forma, el color y los materiales, más la destreza del hombre y la imaginación popular produjeron en México un fenómeno que ha rebasado sus fronteras: las artesanías. De una enorme diversidad, ya sea de uso cotidiano, suntuario o de ornato, las artesanías mexicanas forman un mosaico que no ha perdido sus raíces ni su voluntad creativa e innovadora. Por eso, para quien hace el viaje a México, sin importar la región a la que se dirija, uno de los principales atractivos es asomarse al mundo de los artesanos.

www.jalisco.gob.mx/nuestroedo/index.html

La cocina mexicana es un tronco vivo, vigente, común, de un país prodigiosa-

mente diverso natural y cultural. Las numerosas ramas son cocinas regionales que hablan de la creatividad, todas ellas derivadas de un mismo sistema surgido hace, por lo menos, 8 mil años, cuando se logró domesticar el maíz, una de las hazañas del México antiguo. La cocina tradicional mexicana es un vigoroso factor de cohesión en torno al cual se suscita un sinnúmero de expresiones de creatividad artística y de producción artesanal. Un ceremonial preciso acompaña al calendario festivo ligado con las celebraciones religiosas y civiles, con un riguroso acervo de platillos que no se consumen en ninguna otra ocasión.

www.gastronomiamexicana.com.mx/



Indicadores de Jalisco

Infraestructura		Indicadores Económicos	
Aeropuertos	Dos Aeropuertos Internacionales : Guadalajara y Puerto Vallarta.	Población (habitantes, 2000)	6,322,002
Carreteras	24,595.52 Kilómetros	PIB (millones de pesos 2002)	95,730,582
Red Ferroviaria	1,153.22 kilómetros	Principales Actividades Productivas	Electrónica, Informática, Telecomunicaciones, Farmacéutica Calzado, Confeitería, Joyería, Agricultura, Selvicultura y Pesca, Servicios, alimentos y bebidas.
Puertos	Puerto Vallarta	Principales Empresas	Tequila Herradura, Hilsal, Mexicana, Convertidora Industrial, S.A. de C .V. IBM, Intel, Motorota, Hewlett Packard, Kodak.
Parques Industriales	20 parques industriales en la Zona Metropolitana de Guadalajara y 12 en el interior del Estado.	Comercio Total (2004, millones de dólares).	33,503.3
Oportunidades de Inversión - Electrónica y tecnología de la Información. - Alimentos, bebidas y tabaco. - Construcción, bienes y servicios. - Automotor y Autopartes. - Turismo.		Exportaciones	14,766.39
Apoyos e incentivos para la Inversión - Capacitación. - Derechos ante el registro público de la propiedad. - Gestión empresarial. - Permisos de construcción.		Importaciones	18,741.91

Noticias selectas del Diario Oficial

- 01/VIII/2005. Resolución por la que se declara de oficio el inicio del examen de vigencia de la cuota compensatoria impuesta a las importaciones de varilla corrugada, mercancía actualmente clasificada en la fracción arancelaria 7214.20.01 de la Tarifa de la Ley de los Impuestos Generales de Importación y de Exportación, originarias de la República Federativa de Brasil, independientemente del país de procedencia.
- 11/VIII/2005. Resolución mediante la cual la Comisión Federal de Telecomunicaciones expide los Procedimientos de evaluación de la conformidad de productos sujetos al cumplimiento de normas oficiales mexicanas de la competencia de la Secretaría de Comunicaciones y Transportes a través de la Comisión Federal de Telecomunicaciones.
- 16/VIII/2005. Acuerdo por el que se da a conocer el cupo unilateral para importar con el arancel-cupo establecido, tortas y demás residuos sólidos de la extracción del aceite de soja (soya), incluso molidos o en "pellets", fracción arancelaria 2304.00.01
- 16/VIII/2005. Acuerdo por el que se da a conocer el cupo para importar leche en polvo, originaria de la República de Nicaragua
- 17/VIII/2005. Acuerdo por el que se da a conocer la Decisión No. 7 de la Comisión Administradora del Tratado de Libre Comercio entre los Estados Unidos Mexicanos y la República de Nicaragua.
- 17/VIII/2005. Decreto por el que se modifican diversos aranceles de la Tarifa de la Ley de los Impuestos Generales de Importación y de Exportación
- 18/VIII/2005. Acuerdo por el que se da a conocer el cupo para importar diversas mercancías clasificadas en el capítulo 95 de la Tarifa de la Ley de los Impuestos Generales de Importación y de Exportación.
- 25/VIII/2005. Acuerdo por el que se adoptan las rectificaciones técnicas al anexo 4-03 del Tratado de Libre Comercio entre los Estados Unidos Mexicanos y la República de Chile, para adecuarlo a las modificaciones al sistema armonizado de designación y codificación de mercancías de 2002, según acuerdo de la Comisión de Libre Comercio del propio Tratado
- Licitaciones Públicas Nacionales e Internacionales (2, 4, 8, 9, 11, 23, 25 y 30 de agosto de 2005).

Para obtener otros títulos y textos completos, visite: www.economia-montevideo.gob.mx