

MERCADOS y Productos

- *Incremento de la producción de fibras duras en México*
- *Yucatán industrializa el 25% de su actual producción*
- *Crece la manufactura nacional de platería y joyería*
- *Solamente el 20% de lo producido se consume en México*

DEPARTAMENTO DE ESTUDIOS ECONOMICOS
Banco Nacional de Comercio Exterior, S. A.

FIBRAS DURAS

DENTRO del grupo de las fibras duras se destacan, el sisal, abacá y el henequén. Estas fibras largas y rígidas, tienen gran aplicación en la manufactura de hilos agrícolas, hilos para amarras, cables y cordeles marítimos.

La producción mundial de fibras duras no es susceptible de aumentarse considerablemente de un año a otro debido a la naturaleza propia de estas plantas que sólo admiten, dentro de su crecimiento normal, el corte de un número determinado de hojas, sin lesionar su ciclo biológico. Esto es cierto exclusivamente en el corte de hojas al henequén y sisal, ya que en el caso del abacá, siendo el cogollo de hojas imbricadas de donde se extrae la fibra más larga y de mayor finura, al cortarse éste, muere la planta.

La demanda de las fibras duras puede incrementarse en un momento dado como resultado de una mayor actividad económica mundial; pero hasta ahora el análisis a largo plazo sólo indica ampliaciones substanciales de la demanda durante el período de incertidumbre de abastecimiento que precede a todo conflicto de carácter internacional y a través de la continuación de éste.

Aunque al correr de los años los usos y aplicaciones de estas fibras se han venido especializando en cierto grado como el henequén, para hilos agrícolas; el abacá, para cordelería marítima y el sisal, que puede participar limitadamente en ambos casos; con frecuencia hay sustitución en el uso de una fibra por otra como resultado de precios diferenciales y del uso de métodos ingeniosos por parte de los usuarios. De aquí resulta que ninguna de las tres fibras duras principales está exenta de competencia en el mercado por parte de las otras.

En la terminología del mercado de fibras duras cuando se habla del henequén se piensa en su principal zona productora que es la inmensa losa calcárea emergida del mar que constituye la Península Yucateca, en donde los vientos han venido depositando, en el correr del tiempo, una capa de tierra vegetal de 2 a 3 pulgadas de espesor.

Aunque también el sisal es oriundo de Yucatán, ya que de aquí salieron los primeros vástagos del agave sisalana, cuando se menciona esta fibra en el mercado, su nombre se asocia a la principal región productora que es el África Oriental Inglesa. Por otra parte, el nombre de abacá, siempre hace pensar en la fibra procedente de la República de Filipinas.

En términos generales la producción de estas fibras se caracteriza en algunos aspectos dignos de mencionarse.

Gran parte de su producción entra al comercio internacional como producto primario. En este aspecto la producción henequenera de Yucatán difiere de las otras dos debido a que quizás el 70% de la fibra cruda se industrializa en Mérida y es, en esta forma, como se exporta al mercado mundial.

Las zonas productoras de fibras duras también se han distinguido desgraciadamente por niveles de ingresos bajos para sus trabajadores; y finalmente, la producción de fibras duras se consume en una gran proporción entre los países industrialmente más desarrollados; de donde resulta que esta producción de tierras alejadas de los centros manufactureros refleja inmediatamente cualquier descenso de actividad económica mundial.

Tomando como período básico de observación 1935-38 que son años de preguerra, se nota que la producción de abacá; promedio anual, fue de 165,000 toneladas, toda obtenida en Filipinas; la de sisal, alcanzó la cifra de 254,000 toneladas, en las cuales participó Africa Oriental Inglesa con 123,000 toneladas; mientras que el henequén produjo 111,000 toneladas de las cuales 95,000 procedían de México.

Resumiendo, tenemos que en el período de preguerra 1935-38 la producción de estas tres fibras largas fue la siguiente:

ABACA	165,000
SISAL	254,000
HENEQUEN	111,000
	<hr/>
	530,000 Tons.

En tanto que, veinte años después, en 1958, la producción de las tres fibras rígidas principales alcanzó las cifras siguientes:

ABACA	91,000
SISAL	509,000
HENEQUEN	120,000
	<hr/>
	720,000 Tons.

En 1958, Filipinas produjo 87,000 toneladas del total anotado; Africa Oriental Inglesa, aproximadamente el 50% del sisal, es decir, 244,000 toneladas y México produjo 109,000 toneladas de henequén.

De esto se deduce que la producción de abacá no ha podido recuperar su nivel de preguerra, 1935-38. Tampoco la producción de henequén muestra un incremento substancial. Es por lo tanto, la producción de sisal la que duplica en 1958 la cantidad producida hace veinte años.

En el período básico 1935-38 las exportaciones de abacá fueron de 163,000 toneladas, es decir, casi el 100% de la producción entró al comercio internacional; mientras que las exportaciones de abacá en 1958, representaron más del 100% de la producción, ya que se envió al exterior 100,000 toneladas. El promedio anual 1935-38 de las exportaciones de sisal era el 98% de la producción total; mientras que en 1958 se vendió al mercado mundial de fibra el 86% de lo producido.

Cosa muy diferente sucede en México. El promedio anual de exportación 1935-38 fue de 83% de la producción de henequén; mientras que en 1958, México sólo exportó en fibra cruda el 21% de su producción.

La Industria Cordelera

Durante el período de veinte años que nos ha servido para las observaciones de este artículo, se ha

formado en Yucatán una gran industria de la fibra del henequén, cuyos productos en su acabado, no desmerecen frente a ninguno manufacturado en países mayormente industrializados. Las manufacturas de henequén han entrado en competencia abierta, al más exigente de los mercados, el americano.

De todos los países productores de fibras duras, sólo México industrializa su producción en un porcentaje substancial. Es ésta la razón por la cual las exportaciones de fibra cruda de henequén han bajado tan considerablemente en la estadística internacional. De las 83,000 toneladas exportadas en el promedio anual 1935-38, se bajó a 25,000 toneladas en 1958.

En cambio en el quinquenio de preguerra 1934-38, México exportó productos manufacturados en un promedio anual de 8,000 toneladas; aumentó para 1950 a 26,000 toneladas y alcanzó la cifra de 67,000 toneladas en 1958. Estas exportaciones se componen de hilo de engavillar, hilo para atar, hilos comerciales para amarres, cordeles, sacos y cables. Adicionalmente a éstos, la industria yucateca satisfizo de productos manufacturados las necesidades domésticas de los mismos. Se estima que el consumo nacional de artículos de henequén industrializado en Yucatán, representa aproximadamente el 25% de la producción de aquel Estado.

Es justo reconocer la gran habilidad y entusiasmo de los cordeleros yucatecos para exportar sus productos elaborados. En 1952 lograron un marcado triunfo en las audiencias públicas celebradas en el Congreso de los Estados Unidos al considerarse al hilo para atar heno, principal producto de exportación de la cordelería yucateca, como un artículo agrícola necesario a la economía del agricultor americano y que, por lo tanto, no debería pagar impuestos de importación su entrada a aquel país.

En otra ocasión, a fines de 1956, el mismo Instituto Cordelero de Nueva York, viejo y activo "trust" que asocia a la mayoría de industriales cordeleros de Estados Unidos, volvió a gestionar, ahora en la Oficina para Movilización de la Defensa, dependencia del Ejecutivo de aquel país y sin jurisdicción en el comercio exterior para que se estableciera una cuota restrictiva a la importación de los hilos y cordeles de fibras duras importadas por los Estados Unidos porque se creía que su importación era de tal magnitud que menoscababa la seguridad nacional.

Se logró en esta ocasión que la Oficina para la Movilización de la Defensa en los Estados Unidos, no sólo declarara que las cantidades de cordelería importada por los Estados Unidos no afectaba en nada la seguridad nacional de aquel país, sino que quedó claro que la industrialización de productos de henequén en Mérida, Yucatán, era muy ventajosa y conveniente para Estados Unidos desde muchos puntos de vista.

EXPORTACION DE PLATERIA

LA industria de la platería y joyería ha continuado creciendo en los últimos cinco años, gracias al aumento de la demanda nacional y al incremento en las exportaciones visibles e invisibles, con lo cual contribuye a la industrialización de la plata, metal del que México es el primer productor mundial.

La Cámara Nacional de la Platería y Joyería tiene registrados 416 productores en toda la República y la Unión de Plateros de Taxco cuenta con 52 industriales registrados; sin embargo, se calcula que existe un número considerable de pequeños artesanos que trabajan clandestinamente y que entregan sus productos al comercio que vende obras típicas.

De acuerdo con datos de la misma Cámara, la producción nacional ha aumentado y la forma en que se distribuye el consumo de la platería es el siguiente: 70% ventas al turismo; 10% de exportación y 20% consumo nacional. Las ventas al turismo, o sea las exportaciones invisibles, son muy importantes, en 1954 entraron a México aproximadamente 500,000 turistas, número que aumentó en un 20% en 1958, lo cual se refleja en las compras de platería que hacen los visitantes extranjeros.

Por otra parte, en México se consume cada día en mayor cantidad artículos de orfebrería grande y chica; vajillas, platos, cuchillería, etc. y alhajas, que son muy apreciadas por la originalidad de su diseño y su carácter netamente mexicano.

De acuerdo con datos de la Dirección General de Estadística, la exportación en cantidad y valor de platería y joyería mexicana, de 1954 a 1958, fue la siguiente:

	Kilogramos netos	Pesos
1954	10,551	4.707,193
1955	12,373	5.715,051
1956	14,271	6.295,037
1957	17,022	6.883,153
1958	15,077	7.339,576

Como puede advertirse, las exportaciones han venido en aumento a partir de 1954, siendo 1957 el que registró la mayor exportación en cantidad, y 1958 en valor. Los artículos exportados, fueron: cucharas, cuchillos o tenedores; filigrana de plata, piezas de vajillas de plata, alhajas y obras de plata no especificadas; alhajas y obras de plata con piedras semi-preciosas o sintéticas, y con perlas o piedras preciosas así como alhajas y obras de plata con partes de oro o de otros metales.

Nuestros principales compradores en América, por orden de importancia fueron los Estados Unidos de Norteamérica, Venezuela, Canadá, Panamá, Cuba, Guatemala, Antillas Británicas y Antillas Holandesas.

En Asia, Japón es un comprador importante y en Europa, Francia, Suiza, Suecia, Alemania e Italia son nuestros principales compradores, aun cuando estos últimos en cantidades de poca importancia.

Con el fin de hacer una promoción a favor de la exportación de platería mexicana a Europa, el Presidente de la Cámara del ramo señor Jacinto Viguera, importante industrial de la platería, y los industriales Ignacio Viguera y Martín Aguilar, también de la citada Cámara, integraron una misión especial que visitó durante mayo y junio pasados, Francia, Alemania y Bélgica, llevando un contingente de platería para ser exhibido en la Feria de París y para estudiar las posibilidades de venta en los países citados, haciendo un análisis de sus mercados.

Los resultados a que se llegaron y la experiencia que se obtuvo, fueron los siguientes:

FRANCIA.—Debido a su política de comercio exterior, el gobierno francés ha decretado controles y defensas para la importación de artículos de lujo, entre los cuales se encuentran la joyería y la platería mexicana. De acuerdo con las leyes francesas sólo se pueden vender en Francia: artículos de oro que tengan 18 kilates; artículos de plata que tengan 850/1000; artículos de platino que tengan 18 kilates; el representante del vendedor debe presentar la mercancía al "Servicio de Garantía" (Archives 81-65, 14 rue Perrée) para que se le ponga la marca de garantía o cuño de responsabilidad. Los derechos de la garantía son de: 120 frs. por gramo de oro; 240 frs. por gramo de platino; 5 frs. por gramo de plata. El derecho aduanal de importación es de 12%. Los exportadores sólo puede vender a través de un representante o agente suyo, establecido en el país, el cual solicita la licencia de importación a las autoridades. La mercancía debe estar fabricada totalmente del mismo metal: las joyas o algún otro artículo como cigarreras o polveras, deben tener todos sus accesorios, visagras, tornillos, o alfileres, de plata, puesto que si son de acero o de alguna aleación no son admitidos. Los artículos deben estar ensayados y quintados y estos sellos y garantías del país exportador deben estar reconocidos y autorizados por el gobierno francés. Las licencias son concedidas a los importadores en un plazo largo, ya que a veces tardan hasta un año en ser autorizadas.

Por otra parte, existe en Francia una industria de platería y joyería que satisface las necesidades del país y que exporta sus artículos. La fábrica más grande y conocida de Francia es la casa "Cristofle", que con técnica industrial: troquelado y acabado a máquina, fabrica todos los artículos de orfebrería: vajillas, cuchillería, y objetos para regalo.

En mayo último, los almacenes Bon Marché de París, pusieron a la venta una gran cantidad de artículos de arte popular y de platería mexicana. Esta venta

que tuvo un valor de varios millones de francos, fue preparada con una anticipación de más de un año y el interés que demostró el público adquiriendo nuestros productos demuestra las posibilidades que tienen en Francia las artesanías, la platería y la joyería mexicana. Asimismo, los señores Vigueras y Aguilar expusieron los artículos de platería que llevaban, en el pabellón de México en la Feria de París. Y aun cuando, no se permitió la venta y sólo se concedió su exhibición, mediante un permiso de importación temporal, ya que la citada feria actúa como aduana, la admiración del público asistente y la demanda considerable de los citados artículos, demostraron también la necesidad de continuar su promoción en Francia.

ALEMANIA.—En este país existen menos restricciones a la importación de platería y joyería mexicana; pero en cambio la industria similar alemana está muy desarrollada y se encuentra muy bien organizada.

La platería ha evolucionado de artesanía a gran industria, y se encuentra concentrada al sur del país en el pueblo de Pforzheim. Numerosas fábricas y talleres están agrupados en una organización o cámara que lleva el nombre de "Arbeits gemeinschaft der Deutschen Schmuck— and Silberwaren-Industrie". Los artículos alemanes de diseño moderno y alta calidad de acabado, se venden en toda Europa, bajo un sistema de crédito ya establecido, se envían catálogos y muestras a los importadores extranjeros, y se les otorga crédito y toda clase de facilidades de pago, para que ellos a su vez coloquen estos artículos a crédito o a comisión en el comercio que dominan, en sus respectivos países.

A pesar de ello existen numerosas ofertas de compra de artículos de platería y joyería mexicana, por parte de importadores y de comerciantes que conocen nuestra platería a través de las ferias y exposiciones alemanas a las que concurre México con muestrarios.

Los impuestos a la platería son de un 26% ad valorem y a ellos debe sumarse el costo de empaque, fletes y comisiones a los agentes, a pesar de lo cual todavía resulta costeable la venta de nuestros artículos en Alemania, dado el precio elevado en que se venden al público los productos similares hechos en Pforzheim.

BELGICA.—Este país tiene un sistema aduanal similar al que existe en Francia y Alemania. No puede venderse directamente al comercio, sino es a través de un importador establecido; pero las condiciones generales que prevalecen son mucho más accesibles para la industria mexicana, ya que no existe una gran industria belga de platería y joyería que pueda satisfacer las necesidades del país, por otra parte no hay controles monetarios ni prohibiciones a la importación de estos artículos.

Los impuestos son de un 13% a la importación más 11% de derecho de transmisión o de lujo, en algunos casos suman hasta un 29% ad valorem. Los precios en los que se vende al público la platería son muy altos y oscilan entre seis y ocho francos el gramo de plata trabajada. El tipo oficial de cambio es de cuatro francos belgas por un peso mexicano. Actualmente, Hungría está vendiendo el gramo de plata trabajada a dos francos, lo que representa una competencia muy importante. En general la misión mexicana llegó a ofrecer plata trabajada a un precio menor de Dls. 100.00 kilo en contra de Dls. 200.00 kilo que es el precio al que se vende la plata europea, gracias a lo cual tiene ya establecido un acuerdo con importadores belgas para venderles platería y joyas de oro y de piedras preciosas, principalmente amatista.

Perspectivas

De acuerdo con el análisis de mercado que hizo la misión de plateros mexicanos, por el momento no existen grandes posibilidades de venta de platería mexicana en Francia y Alemania.

La situación es mucho más clara en Bélgica, en donde los industriales mexicanos tienen ya un acuerdo con importadores belgas, el que tendrá magníficas repercusiones en el futuro.

Es indudable que existe una competencia difícil de vencer, puesto que los fabricantes europeos hacen piezas cuyo estilo y características son del gusto del público. Los plateros mexicanos que quieran exportar sus productos deben enfrentarse a la realidad: fabricar orfebrería y joyería de estilo mexicano, no europeo, y transformar sus talleres equipándolos de manera que produzcan en serie, dando a sus artículos un acabado de alta calidad. Sólo de esa manera podrán enviar muestrarios y hacer ofertas mediante catálogos, a precios que no varíen.

Es de sugerirse que en todo convenio comercial entre México y los países de Europa Occidental se considere la posibilidad de incluir arreglos de intercambio compensado de las artesanías de todos esos países con platería y joyería mexicana. No debe olvidarse que todos ellos nos venden muchos objetos fabricados por sus artesanos y que hasta ahora no ha habido reciprocidad.

Un amplio programa de promoción, por medio de catálogos, artículos periodísticos, asistencia a ferias y exposiciones europeas, exposiciones permanentes de artesanías y platerías, películas documentales y otros medios serán altamente benéficos para esta industria.

Por otra parte, es necesario estudiar las posibilidades de alentar la exportación de joyas de oro, cuyo peso no exceda de 100 gramos dando las facilidades adecuadas, ya que por su gusto y acabado artístico tienen amplio mercado en Europa.