

Segundo Informe Anual de Labores del Comité Coordinador de las Actividades de los Consejeros Comerciales en el Exterior

Cuando a mediados de 1959, inició sus funciones el Comité Coordinador de las Actividades de los Consejeros Comerciales en el Exterior, se estimó que la sede de los Consejeros Comerciales debería corresponder a países con los cuales México efectuaba, en aquel entonces, la mayor proporción de sus exportaciones.

Sin embargo, la experiencia recogida a lo largo de dos años de operaciones, ha revelado que los principales renglones de la exportación mexicana como algodón, café, plomo, cobre, cinc, etc., se efectúa a través de canales establecidos desde hace muchos años; además, la posibilidad de ampliar nuestras relaciones comerciales con esos países, queda limitada con el establecimiento de cuotas de importación o bien, por carecer de excedentes para hacer frente a demandas eventuales.

Por otra parte, el desarrollo industrial alcanzado en los últimos años, nos capacita para concurrir a otros mercados del exterior, con productos de un mayor grado de elaboración, como sucede ahora mismo con ciertos artículos vendidos en el mercado norteamericano. En tanto los países altamente industrializados de Europa Occidental no faciliten el acceso a sus mercados para los productos semielaborados y terminados procedentes de naciones con incipiente desarrollo industrial, los esfuerzos para incrementar el comercio exterior de éstos, deben concentrarse hacia los mercados americanos, asiáticos y africanos.

Es así como en el transcurso de este segundo año de labores, se pensó en realizar estudios tendientes a la reubicación de las Consejerías Comerciales, buscando instalarlas en aquellos países cuyos mercados ofrecen una elevada capacidad potencial para absorber la creciente producción industrial del México moderno y en donde la labor de promoción de los Consejeros Comerciales, podría tener resultados más satisfactorios.

Acorde con los lineamientos que en esta materia pretende seguir el Comité, se instruyó a nuestra Consejería en Japón, a efecto de que realizara viajes de estudio a países cercanos a su sede y posteriormente, visitara el Medio Oriente, tratando de localizar aquellas plazas que puedan, por su importancia comercial para México, programarse como futuras sedes de nuestras Consejerías Comerciales.

También se ha proyectado ampliar el número de nuestras Consejerías Comerciales a Brasil, Argentina

y Colombia, países que, como México, son miembros de la Asociación Latinoamericana de Libre Comercio y con los cuales se puede incrementar nuestro comercio exterior en ambos sentidos, principalmente de artículos manufacturados y de todos aquellos para los que se han negociado mutuamente concesiones arancelarias, existiendo productos específicos cuya venta interesa promover.

Por otra parte, durante este segundo año de labores, el Comité consideró que las promociones de los Consejeros Comerciales deberían concentrarse, fundamentalmente, en los productos manufacturados cuya demanda en nuestros mercados exteriores potenciales, acusa, según las cifras estadísticas reunidas al respecto, la más amplia perspectiva. Para este efecto, el Comité permanentemente ha suministrado informes en relación con los artículos que en términos generales, integran la oferta global mexicana y para lo cual ha sido un elemento de valiosa ayuda, la publicación que el Comité Intersecretarial Mexicano de la Asociación Latinoamericana de Libre Comercio, realizó recientemente bajo el título de "Catálogo de Productos y Directorio de Empresas", cuyo acopio de datos le convierten en un elemento básico de consulta.

Paralelamente a esta información, se instruyó a nuestros Consejeros Comerciales para que elaborasen estudios globales y específicos sobre las condiciones del mercado, a fin de contar con los elementos necesarios para determinar no sólo la capacidad de concurrencia de los productos mexicanos sino, también, para conocer toda coyuntura que pueda aprovecharse en beneficio del país. En este sentido el contacto directo con los importadores, ha probado ser un medio en extremo valioso para estos fines.

Cabe aquí mencionar que a fin de dar agilidad a las promociones que realizan los Consejeros, el Comité los ha autorizado para que se dirijan directamente al exportador mexicano, haciendo llegar a su conocimiento y en el menor tiempo posible, las demandas enviadas por los importadores extranjeros, sin perjuicio de informar sobre el particular al Comité, a las Secretarías competentes y a las Embajadas a las cuales están acreditados.

Otro aspecto importante de las funciones de este Comité, es coadyuvar a la diversificación de los mercados de exportación. Cabe informar que se instruyó a los Consejeros para que conocieran de las diversas etapas por las que atraviesan las mercancías mexica-

nas objeto de comercio triangular y trataran de señalar las posibles formas como se pueden ir eliminando gradualmente estas operaciones a que se encuentran sujetas algunas de nuestras mercancías de exportación.

En términos generales, puede decirse que las labores que cada uno de los Consejeros desarrollaron, han tenido como principal objetivo, vincular al exportador mexicano con el posible comprador extranjero. Son muchas las gestiones que a este respecto han hecho nuestros Consejeros Comerciales ya que, por copia de sus comunicaciones, el Comité queda enterado de las gestiones que a este respecto realizan.

Sin embargo y dada la naturaleza de la operación comercial que, como indicamos, se inicia al vincular nuestros Consejeros al importador con el exportador y se perfecciona en la realización de una operación comercial, nuestro Consejero y este Comité, sólo tienen conocimiento de dónde se inicia ésta, o sea que, dado el carácter privado de la propia transacción, se ignoran los resultados a que se llega. Para ello, sólo se cuenta con el conocimiento que puede revelar el análisis de las estadísticas mexicanas en materia de exportación. Esta información estadística hace suponer que un gran número de estas promociones han cristalizado en importantes incrementos de las exportaciones.

Aunque no pretendemos atribuir a la labor de los Consejeros íntegramente el éxito y, concededores de que la operación comercial reviste infinidad de facetas, mencionamos los hechos siguientes dada la intervención que en ellos tuvieron nuestros Consejeros. Sabemos, como es el caso de los ópalos en el Japón, que la constante comunicación de nuestra Consejería con los exportadores mexicanos, así como las gestiones que inicialmente realizó este Comité y posteriormente continuó la Sub-Dirección "C" de Comercio, han culminado en ventas de estos productos a mercados como Japón, China y Estados Unidos de Norteamérica, quienes, junto con otros países, adquirieron 1.8 millones de pesos en 1961, mientras que en 1960 sólo se vendió a los dos primeros, 79 mil pesos.

Las características del comercio de piedras semipreciosas hacen suponer que una proporción considerable de las exportaciones registradas a Estados Unidos de Norteamérica tuvieron como destino final el Japón, además de que, en opinión de los exportadores, un volumen considerable de nuestras ventas escapa a los registros estadísticos.

Es así como se ha visto la necesidad de organizar, a través de empresas legalmente constituidas, las exportaciones de piedras semipreciosas, con el doble objeto de ofrecer en el exterior, precios competitivos que a la vez signifiquen para nuestros productores mayores ingresos y, de impedir la explotación desorganizada de estas riquezas no renovables; afortunadamente ya han aparecido en el mercado varias firmas cuya influencia se dejará sentir pronto. También el Banco Nacional de Fomento Cooperativo, S. A. de C. V., estudia la manera de proteger a los pequeños productores a través de la creación de un organismo que defienda sus intereses, permitiéndoles la explotación racional de sus yacimientos.

La actividad creciente que registra el mercado alemán en el renglón de las importaciones de miel de

abeja, donde se logró aumentar el valor de envíos de 16 a 20 millones de pesos de 1960 a 1961, se origina en las gestiones realizadas por nuestra Consejería Comercial en ese país, las cuales se pueden señalar en estos términos: a) La gestión para que las cuotas por flete marítimo no se aumentaran y si fuesen expeditos; b) Se recomendó la eliminación del calentamiento de este producto, práctica generalizada entre los exportadores; también se hicieron sugerencias para utilizar otros envases más fáciles de manejar y de mejor presentación comercial; c) Además, se gestionó el envío de un mayor número de muestras y se dieran a conocer nuevas firmas importadoras a los interesados.

Es interesante señalar, como gracias a las reiteradas gestiones que nuestra Consejería en Estados Unidos realizó ante los productores nacionales de tubos de hierro y los estudios que al efecto se practicaron sobre aquel mercado, permitieron conocer las posibilidades para ampliar la venta de este artículo de nuestra producción lo que, en buena parte sirvió a nuestros fabricantes para que aumentaran sus exportaciones a los Estados Unidos, mismas que de 1.5 millones de pesos en 1960 alcanzaron la cifra de 37.4 millones en 1961.

Otra promoción que se inició y que ya registran las estadísticas mexicanas, es la que se refiere a las algas marinas vendidas a Japón durante 1961 con valor de 42 mil pesos. Este renglón presenta un amplio campo para el fomento de nuestras exportaciones, existiendo firmas japonesas dispuestas a financiar su explotación técnicamente.

Por virtud del Convenio de Pagos entre las autoridades monetarias de México y España, nuestro Delegado en Madrid ha venido promoviendo dentro del intercambio comercial con ese país, las ventas de piña enlatada, cuyas exportaciones pasaron de 17 mil pesos en 1960 a 1.8 millones de pesos en 1961. Este renglón, considerado hasta la fecha dentro de los artículos cuyo consumo se estima de lujo en España, continúa ofreciendo grandes posibilidades de venta, las que aumentarán en la medida en que se reduzcan los precios de venta al público español.

Las hormonas naturales y sintéticas vendidas en Alemania, incrementaron su valor de exportación de 11.1 a 22.6 millones de pesos de 1960 a 1961; los Países Bajos aumentaron de 3.8 a 19.1 millones de pesos y por primera vez, se exportó a Bélgica una cantidad importante. Cabe mencionar aquí que nuestro Consejero en Alemania, renovó contactos entre firmas importadoras de los países de su jurisdicción, con empresas mexicanas que se dedicaban a la exportación de hormonas y productos derivados; acompañó al grupo de exportadores mexicanos que visitaron esos mercados, buscando un aumento de ventas en esta línea.

El comercio de tequila con la península itálica también acusó un incremento de 58 mil a 147 mil pesos de 1960 a 1961. Sobre este particular, el Comité instruyó a todos sus Consejeros para que iniciaran una intensa labor de fomento que, en el caso concreto de Italia, incluiría gestiones tendientes a promover la realización de un intercambio compensado de dicha bebida por vinos italianos.

Además de las citadas, los Consejeros Comerciales desarrollaron diversas actividades entre las que se

puede mencionar las gestiones realizadas ante el gobierno británico para que se aumentase la cuota de importación asignada al ron mexicano. Estas gestiones tuvieron éxito.

Nuestra Consejería en Japón obtuvo buenos resultados en sus gestiones para que empresas mexicanas pudieran contratar artistas del cine japonés; además, llevó a cabo las gestiones para el establecimiento de una agencia en ese país, para la venta directa de cera de candelilla, tanto en Japón como en Hong Kong. Asimismo, esta Consejería ayudó al establecimiento de facilidades de distribución para algunos artículos de nuestra exportación en esos mercados.

Hay además, otras promociones que aparecen en nuestra estadística y ellas son las que se refieren a las ventas de abulón en los mercados de Japón y China, países que se revelan como compradores, aunque de pequeño volumen por ahora.

La hoja de palma que aparece vendida a Italia en nuestras estadísticas, es otra de las operaciones que se realizaron como fruto de la vinculación efectuada por nuestro Consejero entre el productor mexicano y el importador italiano; también aparecen exportaciones a China, en pequeñas cantidades, de aletas de tiburón, como resultado de la promoción que realizó nuestra Consejería en Japón.

Como éstas, hay otras exportaciones que aparecen clasificadas en fracciones globales de nuestra estadística y la falta de su desglose impide precisar su volumen, como es el caso de las artesanías que con gran éxito fueron realizadas por almacenes comerciales en Londres y París.

Así podríamos señalar otros renglones que reflejan un incremento en las exportaciones mexicanas como resultado, en parte, de la labor que los Consejeros Comerciales han desarrollado, pues repetimos, no es posible ni se pretende atribuir íntegramente a ellos el éxito de las operaciones comerciales referidas. Nada podría hacer el Consejero en sus funciones si nuestros exportadores no hubiesen respondido enviando muestras, catálogos, listas de precios, haciendo viajes especiales y consumando operaciones concretas. Comienza a notarse una clara consciencia en nuestros productores y exportadores para desplegar una mayor actividad en la venta de sus productos en el mercado exterior, según lo demuestra la experiencia recogida durante este segundo año de actividades.

Singular importancia ha tenido en el fomento de nuestro comercio con el exterior, la divulgación que se ha dado a las licitaciones presentadas por los gobiernos de diversos países, demandando artículos de los ya producidos por nuestra industria como son: muebles para escuela y hospitales, carros de ferrocarril, focos y tubos fluorescentes, artículos de tela y otros muchos.

Por otra parte y en relación a la promoción de nuestras exportaciones, los Consejeros Comerciales han realizado diversas publicaciones en sus países, tratando temas vinculados a nuestro comercio exterior y concretamente, han publicado folletos referentes a las características de nuestros productos de exportación, en los cuales se analizan sus especificaciones y demás elementos que pueden servir de orientación al impor-

tador para conocer de la bondad del producto mexicano. Igualmente y para tal fin, nuestros Consejeros han celebrado reuniones con empresarios e importadores en sus respectivos países, dando a conocer nuestros productos de exportación.

Ha sido actividad de nuestros Consejeros colaborar con la Secretaría de Industria y Comercio en la atención de los pabellones que México ha instalado en ferias internacionales así como la atención que se ha brindado a todas aquellas misiones que visitaron sus respectivos países, dándoles en cada caso, las orientaciones necesarias para el buen éxito de su misión.

Las diversas promociones que venían remitiendo los Consejeros Comerciales y que pudieran considerarse como demandas de productos mexicanos, requerían de un organismo oficial que tratara de fomentarlas mediante su divulgación entre los exportadores mexicanos, buscando aquéllos más adecuados para satisfacerlas. Es así como la Secretaría de Industria y Comercio creó, dentro de la Dirección General de Comercio, a la Sub-Dirección "C", dependencia a la cual le han sido turnadas estas demandas que en el período comprendido por este informe, suman 120 y las cuales fueron difundidas entre los productores nacionales.

Otras actividades de los Consejeros, han consistido en colaborar con la Comisión para la Protección del Comercio Exterior de México, en la investigación del cumplimiento de los contratos que como resultado de operaciones comerciales, celebran importadores y exportadores.

A fin de que nuestras autoridades y la iniciativa privada permanecieran enteradas de las cuestiones tratadas en Congresos Internacionales, tales como el del azúcar, café, plomo y otras, que se celebran en la sede de los Consejeros o en algún país cercano, se les instruyó para que informaran al respecto, habiéndose turnado sus reportes a los sectores interesados, en nuestro país.

Los Consejeros son informados de los acontecimientos importantes para nuestra economía, ya sea por medio de comunicaciones diarias o de carácter especial, como es el caso del interesante discurso que en Estados Unidos de Norteamérica pronunció a principios del año pasado el señor Lic. Raúl Salinas Lozano, Secretario de Industria y Comercio, habiéndose dado, en este caso, instrucciones a nuestros Consejeros para que lo divulguen entre los sectores interesados.

Por otra parte, la Oficina Especial de este Comité, continuó publicando en revistas especializadas en comercio exterior, diversos temas sobre nuestro intercambio comercial con el mundo y cuando se consideró necesario, se exhortó al exportador mexicano a ponerse en contacto directo con los Consejeros y lograr así el fomento de nuestras ventas.

Es así como las posibilidades para exportar calzado a Nigeria, Kenya, Sierra Leona, Tanganyika, Uganda y otros territorios del Africa, se hicieron del conocimiento de nuestros exportadores mediante la publicación, en unos casos, de comentarios sobre estos países y en otros, dando a conocer las demandas enviadas desde esos mercados, en la sección que mensualmente publica este Comité en revistas especializadas en comercio exterior.

Tercer Curso Intensivo de Capacitación en Problemas de Desarrollo Económico y Evaluación de Proyectos

Invitación

Gobierno de México

Secretaría de Industria y Comercio

Secretaría de Obras Públicas

Universidad Nacional Autónoma de México

Naciones Unidas

Comisión Económica para América Latina (CEPAL)

Dirección de Operaciones de Asistencia Técnica (DOAT)

Instituto Latinoamericano de Desarrollo Económico y Social

1. Con el propósito de ofrecer conocimientos sobre las técnicas modernas de programación del desarrollo económico y la evaluación de proyectos de inversión, de financiamiento y de administración para el desarrollo, a los economistas, ingenieros, agrónomos y profesionistas en general, interesados en la tarea de acelerar el crecimiento económico, los organismos patrocinadores del Tercer Curso invitan a las dependencias gubernamentales, a las instituciones descentralizadas, de participación estatal y a las de carácter privado, a presentar candidatos para que participen en el Tercer Curso Intensivo de Capacitación en Problemas de Desarrollo Económico y Evaluación de Proyectos.
2. El Tercer Curso tendrá lugar en la ciudad de México; se iniciará a principios de septiembre y terminará en los últimos días del mes de noviembre.
3. La institución, pública o privada, que presente candidatos, debe comunicarlo oficialmente al Director de la Oficina de la CEPAL (Hamburgo 63, 6° Piso) entre el 20 de julio y el 10 de agosto, asentando su conformidad expresa de mantener el sueldo del empleado o funcionario y de liberarlo de todo compromiso de trabajo, con el propósito de que el participante dedique todo su esfuerzo a la atención del Curso.
4. El entrenamiento del participante es absolutamente gratuito para éste y para la institución que lo presenta como candidato.
5. Un comité selecciona un número de 30 funcionarios, atendiendo a la preparación académica y experiencia de los candidatos y prefiere en todos los casos a aquellas personas que poseen un título académico y que están ligados en el desempeño de sus funciones a tareas relacionadas con los problemas que se tratan en el Curso.
6. El candidato seleccionado, por ese sólo hecho, adquiere la obligación de asistir a clases y seminarios y a abandonar todo compromiso de trabajo o de otra índole, distintos del curso mismo. No se admitirán oyentes al Curso.
7. Los candidatos propuestos deberán recoger la solicitud de inscripción, el prospecto y los instructivos del Curso en las oficinas de CEPAL —Hamburgo 63, 6° Piso, con el señor Oscar Soberón M., Secretario Ejecutivo— entre el 20 de julio y el 10 de agosto y entregarlas, debidamente autorizadas, proporcionando todos los datos solicitados, antes de las 18 horas del 17 de agosto. Las solicitudes entregadas después de esta fecha, no podrán considerarse, de ninguna manera, por el Comité de Selección.
8. El Secretario Ejecutivo dará a conocer los nombres de los participantes —de acuerdo con la decisión irrevocable del Comité de Selección— a más tardar a las 18 horas del 31 de agosto.
9. Los Cursos Básicos que se dictarán en el período de 11 semanas que abarca el Tercer Curso y el número de horas de clase y seminario son los siguientes:

Materia	No. de Clases	No. de Seminarios
1. Contabilidad Nacional	30	15
2. Preparación y evaluación de proyectos	30	15
3. Teoría y programación del desarrollo económico	30	15
4. Programación lineal	15	10
5. Programación industrial	15	10
6. Financiamiento del desarrollo	20	5
7. Programación de transportes y caminos	15	5

Los cursos básicos tendrán como complemento una serie de mesas redondas relativas a los problemas mexicanos, en los que tomarán parte distinguidos especialistas nacionales. Las mesas redondas tienen el propósito de dar a conocer a los señores participantes los problemas del desarrollo y programación del país; se destacarán los factores que promueven o retardan el desarrollo, poniendo énfasis especial en las técnicas de programación, las políticas y los objetivos perseguidos.

10. Los cursos básicos se impartirán todos los días de las 8 a las 12 horas, de lunes a viernes, y las sesiones de seminarios tendrán lugar regularmente todos los días de las 15 a las 17:30 horas, de lunes a jueves. Todos los viernes se celebrarán mesas redondas sobre los principales problemas económicos de México.
11. En todas las conferencias, seminarios y mesas redondas se llamará a lista a los participantes. El exceso de retardos o inasistencias, fijado por el Director del Curso, aún en circunstancias plenamente justificadas, se sancionará con la cancelación de la inscripción del participante.
12. Todos los participantes están obligados a presentar exámenes parciales y finales en cada uno de los cursos básicos. Se eliminará del curso automáticamente a los alumnos reprobados en dos exámenes parciales o en uno final.
13. Los participantes que hayan cumplido con el mínimo de asistencias, clases, seminarios y mesas redondas y aprobado la totalidad de las asignaturas, recibirán un diploma de competencia.
14. Diariamente se distribuirá a los participantes una versión mimeográfica de las materias cubiertas en las asignaturas.

México, D. F., julio de 1962

El Secretario Ejecutivo
OSCAR SOBERON MARTINEZ