CENTRO NACIONAL DE INFORMACION SOBRE COMERCIO EXTERIOR

ACTIVIDAD DEL CENICE

EL 16 de noviembre último el Director Ejecutivo del Centro Nacional de Información sobre Comercio Exterior, Lic. Adolfo Crespo, sustentó una conferencia en la sesión-comida del Club Rotario de la ciudad de México, destinada a aclarar las razones en que se fundamentó la reciente creación del CENICE y a subrayar sus objetivos.

En la conferencia se afirma que el Centro viene a responder a una necesidad claramente definida dentro de las labores de promoción del intercambio comercial externo de México. Una serie de hechos, como la existencia de un importante margen de capacidad industrial no utilizada, de persistentes saldos negativos en la balanza comercial y de posibilidades de participación en los mercados internacionales, hacían urgente la necesidad de contar con un organismo que auxiliara activamente a los empresarios mexicanos en la búsqueda de nuevas oportunidades en el comercio con el exterior. Es precisamente ésta la tarea que está llamada a desempeñar el Centro.

En las palabras de su Director Ejecutivo, "...la modalidad que el Centro representa no es otra que el interés de poner al alcance de la comunidad una fuente *gratuita* de información, con un alto concepto de lo que es eficiencia y responsabilidad, que permitirá al empresario, grande o pequeño, tener a su disposición asesoría técnica y, de proceder, ayuda financiera, con el fin de facilitarle la programación y el desarrollo de sus negocios con el resto del mundo, ya sea en su carácter de exportador o en el de importador..."

No obstante que ya se han empezado a dar a conocer los servicios que el Centro presta, conviene destacar algunas de las tareas que ha emprendido el nuevo organismo: a) estudio sistemático de las posibilidades de establecer mayores estímulos a las operaciones de comercio exterior; b) búsqueda de soluciones prácticas a los problemas de normas, calidades, formas de empaque y presentación; c) aliento y patrocinio de misiones económico-comerciales, de acción integral, a los países que pueden considerarse mercados potenciales para los productos mexicanos; d) elaboración de directorios analíticos de exportadores e importadores, y e) examen de la posibilidad de establecer exposiciones permanentes de productos mexicanos en el extranjero, etc., etc.

La labor del Centro fue sintetizada por su Director Ejecutivo, de la siguiente manera: "...estamos encaminando nuestros esfuerzos a tratar de encontrar las fórmulas de posible realización, a través de las cuales contribuiremos a incrementar las posibilidades de nuestros hombres de empresa para mejorar sus negocios, bien sea ampliando sus radios de acción a extrafronteras, o bien a través de una mejor programación de las relaciones comerciales ya establecidas..."

Consultas recibidas por el Centro

Hasta el 22 de noviembre último, el Centro Nacional de Información sobre Comercio Exterior había recibido alrededor de 500 consultas de empresas o personas interesadas en promover la venta de productos mexicanos en el exterior. Los distintos temas a que aluden estas consultas son un claro índice de la clase de problemas que enfrenta el empresario mexicano al planear sus operaciones de exportación. Más del 66% de estas consultas se relacionan con información sobre posibilidades de mercado, es decir, sobre los países y empresas extranjeras interesados en comerciar con México y, especialmente, sobre los productos con mayores posibilidades. El resto se ha referido a cuestiones relacionadas con las ventajas que México obtiene de su participación en convenios comerciales, los acuerdos sobre materias primas o en programas de liberación regional del comercio; a los problemas de normas de calidad, presentación comercial, etc.

Lo anterior es un claro indicio de que uno de los problemas básicos que enfrenta el exportador mexicano es el de definir en qué mercado puede ofrecer su producto con razonables posibilidades de éxito. Es evidente, entonces, que la investigación de los posibles mercados de exportación e importación y la divulgación de las conclusiones que se alcancen, constituyen un aspecto fundamental de la labor del CENICE.