

# Medios para Expandir los Mercados del Algodón

POR LAMAR FLEMING JR.\*

SE propuso como título para este trabajo el de "Cómo vender 20 millones de pacas de algodón al año". No lo he aceptado. Sin embargo, no estimo imposible que el crecimiento de la población mundial, la inventiva del hombre y la habilidad de los estadistas, puedan crear un mercado de esa magnitud, y que lo veamos algunos de nosotros, si actuamos con sabiduría.

Para ampliar las ventas se precisa: fabricar un producto que la gente necesite, producirlo barato, venderlo a precio tal que pueda competir con artículos alternativos, y contar con muchos clientes que puedan comprarlo.

Salvo algunas excepciones, el público no utiliza la hilaza de algodón. En cambio la necesitan los fabricantes de hilos y de toda clase de telas. Para estos usos, el algodón tiene atributos convenientes. En absorbencia (importante para la fabricación de prendas que están en contacto con nuestra piel transpirante) sólo lo supera el lino; su fuerza aumenta con la humedad y puede ser tejido con mayor suavidad que otras fibras.

Sin embargo, estas cualidades no le dan ningún monopolio. Los hilos y los géneros pueden ser manufacturados con otras fibras, especialmente el rayón y el acetato. Más aún, éstas son completamente satisfactorias para determinados usos, aunque carezcan para otros de algunos de los atributos del algodón. Por otra parte, el consumidor comprará productos a base de esas fibras, si son más baratos, y si es posible que los químicos fabriquen sintéticos con consistencia similar en condiciones húmedas, a la que tienen en condiciones secas, y con absorbencia parecida a la del algodón.

Debemos continuar mejorando la calidad del algodón. Nuestros seleccionadores han logrado producir variedades con mayores rendimientos por acre, fibras más largas y fuertes y que maduran antes. Hoy, como nunca, se aplican a la tarea recursos técnicos y humanos. Sin embargo, han surgido problemas por la escasez de mano de obra que obliga a la recolección mecanizada, con detrimento de la uniformidad, brillantez y limpieza de la fibra. Los fabricantes de maquinaria han realizado magníficos progresos para solucionar sus dificultades.

A su vez, el Gobierno, con su política respecto a las variedades ordinarias y finas del algodón, ha mermodado el interés de los cultivadores en la calidad e incrementado la recolección mecanizada aun allí donde no es aconsejable económicamente.

El mercado importante hacia el que hay que enfocar nuestra atención es el de los productos terminados. La industria textil ha dado grandes pasos para superar la calidad de los productos y hacerlos más atractivos, al grado que, por su fina belleza y diseños novedosos, han conquistado un sitio entre los artículos "de gran estilo".

El cuadro es más desconsolador cuando examinamos el mercado industrial del algodón. Se ha perdido el mercado de las cuerdas para llantas de automóvil, a favor del rayón y el nylon, más livianos, suficientemente fuertes y más baratos. El mercado de bolsas ha pasado a materiales mejorados de papel, y se anuncia la aparición de productos a base de fibras de vidrio. En algunos casos, la clave de estas pérdidas del algodón está en la calidad; pero en la mayoría se trata de precio. Los sustitutos son más baratos y tienen magníficas cualidades.

Recientemente hemos aplicado medidas draconianas para que nuestro algodón compita en el mercado exterior. Tal el caso de las ventas del gobierno,

---

\* *Presidente de la Junta de Anderson, Clayton & Co. Houston, Tex.*

a muy bajos precios, dentro de los programas de exportación. Es cierto que se ha registrado un incremento notable de nuestras ventas al extranjero, pero también ha causado estragos a los telares norteamericanos que, en la última temporada, tuvieron que pagar 25% más que los telares de otros países; ha dañado grandemente la consistencia de la política económica exterior de E.U.A. y la confianza mundial en la sinceridad de esa política, y ha dejado al algodón sobrepreciado en el mercado interior.

Todo esto nos obliga a tomar una decisión. La alternativa es tener un negocio destinado a reducirse a causa de los altos precios de los productos, o una actividad productiva que se defiende a base de precios realistas.

¿Puede producirse el algodón, con provecho, a precios sustancialmente más bajos que los actuales? La respuesta depende de los costos, tema que nos trajo a esta reunión, para aprender más sobre cómo la aplicación de métodos tecnológicos puede bajar los costos y subir los rendimientos. El uso de máquinas y de los crecientes conocimientos técnicos para aumentar la productividad hombre-hora, es la llave del éxito de muchos industriales. Debemos determinar en qué medida podemos beneficiarnos con ello.

Veamos ahora el punto en que creo descansa la mayor posibilidad de expandir los mercados del algodón. Podemos considerar al resto del mundo como competidor o como cliente. Es nuestro competidor en la producción de algodón y fibras sintéticas que, desde 1934, ha aumentado casi en 10 millones de pacas; pero también ha crecido correlativamente su consumo.

Nuestro país cuenta con 170 millones de habitantes, mientras que el resto del mundo asciende casi a 2.5 mil millones, es decir que por cada cliente en casa hay 15 clientes potenciales fuera.

Una gran porción de las poblaciones del exterior —en Africa, Asia y Latinoamérica— vive cerca de la línea del hambre. Sus vidas están dedicadas a la lucha por subsistir. La primera necesidad humana es la nutrición y sólo después de que ha sido satisfecha pueden tener lugar otros deseos como el del vestido y la habitación. Es en estos pueblos en donde podemos encontrar el incremento más grande para el consumo del algodón.

La tremenda expansión de las comunicaciones ha llevado a todo el mundo al anhelo por cosas mejores y ha abierto el acceso a recursos que todos necesitamos y que están, muchas veces, localizados al alcance de esos pueblos que hacen frente al hambre. Gradualmente, éstos están desarrollando su poder de compra, convirtiéndose en una importante adición a los mercados mundiales. Todo el proceso apunta hacia una elevación del consumo extranjero *per capita* de algodón respecto de sus niveles actuales: 3.3 lbs. en Africa, 4.5 en Asia, 6.75 en América Latina, 9 en la U.R.S.S. y Europa Oriental, y 10 en Europa Occidental. El consumo norteamericano *per capita* es de 26.5 lbs. Un incremento de 2 lbs. en el consumo individual fuera de E.U.A. aumentaría el consumo mundial en 10.5 millones de pacas; lo mismo sucedería aumentando el consumo norteamericano *per capita*

a 30 lbs. Considero, sin embargo, que mientras el aumento de 2 lbs. a que me he referido es susceptible de ser alcanzado durante la próxima década —siempre y cuando la política de E.U.A. impulse esa expansión y no la impida— es mucho más remota la posibilidad de incrementar el consumo norteamericano.

Por eso creo que debemos poner todo nuestro énfasis en los mercados allende nuestras fronteras.

Tenemos que preguntarnos si el incremento en el consumo extranjero se proyectará favorablemente en una mayor venta de nuestro algodón en el exterior. Creo que, por una parte, la producción algodонера aumentará en algunas áreas fuera de E.U.A., particularmente adaptables para este cultivo; pero por otra, considero que, en general, la producción algodонера extranjera está menos preparada que la nuestra para una expansión; así, por ejemplo, ninguna otra nación tiene un capital comparable al norteamericano para financiar la mecanización. Es más, las necesidades locales de alimentos impedirán, en los países densamente poblados, que se transformen tierras de producción para la subsistencia en tierras productoras de algodón, tendencia que se fortalecerá al crecer el poder adquisitivo y la población. Por todo ello, el algodón norteamericano tendrá oportunidad de surtir cualquier aumento rápido en las necesidades algodoneiras de otros países, siempre y cuando sea cotizado sobre bases realistas.

Debemos percatarnos también, de que la revolución tecnológica exige cada vez mayores cantidades y variedades de materiales, cuyas fuentes no existen en nuestro país o son insignificantes, si es que no se están aproximando al agotamiento. Tenemos que enfrentarnos, pues, ante la realidad inmediata del desarrollo de los recursos en el extranjero. Por ello, nuestro bienestar depende en gran medida del desarrollo de los recursos naturales ahí donde se encuentren, y tal es el caso, asimismo, del bienestar mundial.

En la otra cara de la medalla hallamos que muchos pueblos, que vivían anteriormente aislados, están ahora tomando parte en el desarrollo de los recursos necesario, obteniendo mayor poder adquisitivo y entrando en contacto con mercados y aspiraciones por cosas mejores y más numerosas. Entre esas cosas están las telas para vestiduras y usos caseros y otros productos de algodón; eventualmente, llegarán a consumir una gran variedad de los productos industriales norteamericanos.

Creo que la perspectiva más importante para nuestro algodón, reside en el fomento de los recursos naturales y del poder de compra popular de aquellas regiones del mundo que hasta ahora han tenido un menor grado de desarrollo económico.

El desarrollo de esos recursos —de los que nuestra economía ha llegado a ser muy dependiente y lo será aún más en el futuro— depende, entre otros factores como las comunicaciones, de la maquinaria y de los implementos, esto es, del capital. En la infancia y en la adolescencia de nuestra propia economía, dependimos en grado sumo del ahorro europeo para financiar nuestro progreso. Hoy día, el mayor volumen de ahorros está en E.U.A., porque las cir-

cunstances de los últimos 60 años han sido más benévolas para nosotros que para otros pueblos. Hemos estado en posibilidad de ahorrar más que ellos, y también, muchos ahorros de otros pueblos han sido depositados en nuestros bancos, o han sido invertidos aquí, por estimarse que así están más seguros que en los países de origen y en su moneda.

— Como la creación de capital se inicia con el desarrollo de los recursos naturales, el capital escasea en los países en proceso de desenvolvimiento y su demanda crece a medida que progresa la explotación. Dicha creación está influenciada por el grado de seguridad local de la vida y la propiedad, por la equidad y el valor de la moneda. Si faltan tales elementos, el incentivo para trabajar será pequeño, el desarrollo del comercio permanecerá en el nivel inicial y local, y la expansión carecerá, en general, de la cantidad y variedad de consumidores y de las fuerzas que impulsan a las economías avanzadas.

La acumulación de capital, en su forma líquida, está relacionada con la seguridad de la moneda. Si ésta no existe, los incentivos para el ahorro son escasos y, ante el riesgo de una depreciación, los propietarios tienden a gastarlo en satisfacer deseos superfluos o lo invierten en bienes raíces, o compran dólares o francos suizos. En todo caso, separan ese ahorro del capital de trabajo de su país, intensificando la escasez de capital líquido local.

Desafortunadamente, las dos últimas décadas se han caracterizado por la anarquía de la moneda, en menor grado en E.U.A. El respeto por la solidez de la moneda fue minado grandemente cuando las naciones mayores de Europa —hasta entonces tomadas como modelo— abandonaron la ortodoxia financiera bajo las presiones de la guerra y la postguerra.

Lo cierto es que el desarrollo de los recursos y de la economía en la mayoría de naciones fuera de E.U.A. a una tasa satisfactoria, requiere mucho más capital que el que el ahorro local puede proporcionar. Por tal motivo, ese desarrollo depende de las disponibilidades de capital extranjero. Al presente, la única fuente abundante de capital móvil es nuestro país, aunque es de esperarse que, al marchar esas naciones hacia la madurez, aumenten los ahorros líquidos locales, liberándose de la dependencia del capital extranjero, como nos ocurrió a nosotros.

En la etapa actual preliminar, el financiamiento con dólares para el desarrollo de dichos recursos se hace o por miedo de los impuestos, para que nuestro gobierno lo preste o lo proporcione a gobiernos extranjeros y empresas privadas extranjeras, e invirtiendo los norteamericanos su propio dinero —corriendo todos los riesgos— en empresas que contribuyan al desenvolvimiento de esos países. Empresas petroleras, siderúrgicas, de comunicaciones aéreas, mercantiles, o algodoneras como la mía, han colaborado al desarrollo de la economía de los países en donde han hecho fuertes inversiones. Esa corriente de inversiones privadas y créditos internacionales —procedentes también de otros países, es altamente sensitiva en relación con la seguridad de la moneda y los tipos de cambio, la libre remisión internacional, y el grado de discri-

minación popular y oficial que se dispense a nacionales y extranjeros, aspectos que, en las actuales circunstancias dejan mucho que desear en varias partes del mundo.

Para que el ahorro local se haga cargo de la expansión ulterior de esas naciones, es necesario que se realicen dos condiciones. Una es la disponibilidad de mercados extranjeros para los excedentes de producción: la otra, que el valor de sus monedas sea lo suficientemente seguro para inducir a los nacionales a ahorrar en su propia moneda. En un mundo en el que la economía norteamericana es tan desproporcionadamente importante, todo esto se relaciona con el grado de accesibilidad que se tenga al mercado norteamericano, por lo que la realización de esas condiciones de que habíamos estado sujeta —acelerada, retrasada o impedida— por la actitud de E.U.A. hacia el comercio exterior.

Nuestra actitud debe tomar en cuenta la necesidad de un intercambio más equitativo en el movimiento de productos con el resto del mundo. Estamos proporcionando más mercancías de las que adquirimos y estas últimas se hallan restringidas por derechos de importación y cuotas. Nuestros superávit de exportaciones, los estamos financiando con préstamos del gobierno, ayudas, subsidios y obsequios de exportaciones agrícolas, que no pueden continuar indefinidamente. El crédito y la inversión privada extranjera se expandirán si existe clima favorable y éste no puede lograrse sin un intercambio más justo. Necesitamos, sobre todo, equilibrar las cuentas de las entradas y salidas de mercancías. Debemos reconocer que todos nosotros —que somos tanto consumidores como productores— estamos interesados en la adquisición de una gran variedad de mercancías a precios razonables; que la rapidez de nuestra revolución tecnológica y la expansión industrial nos hacen más dependientes de recursos situados más allá de nuestras fronteras, y que el florecimiento de nuestra economía interna está más íntimamente ligado al crecimiento de la economía mundial, al comercio mundial y a nuestro comercio exterior, que a las ventajas preferenciales otorgadas a sectores de nuestra economía sacrificando nuestro comercio de exportación.

¿Restringiremos nuestras exportaciones por reducir las importaciones, o podremos intensificar ambas? La respuesta es sencilla para el algodón. Quince de sus diez y seis clientes potenciales están en el extranjero; el mercado más expansible para los productos de algodón está entre esos pueblos con bajo poder adquisitivo pero que está creciendo, condición que se da en mayor medida fuera de E.U.A. en donde la persona media gana ya para comprar todos los artículos de algodón que puede usar. El interés del algodón está en una política norteamericana que conduzca a la expansión de este mercado extranjero enorme por medio del desarrollo de los recursos en todas partes y de la intensificación general del comercio entre todas las naciones.

El comercio contribuye a la prosperidad mutua. Ayuda a crear contactos más estrechos entre los pueblos y fomenta una mayor comprensión, simpatía recíproca y colaboración, elementos que integran la Paz y no la Guerra.