

# MERCADOS Y PRODUCTOS

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

## CONSUMO DE ALGODON

La Conferencia Internacional Textil del Algodón que terminó sus actividades la última semana de septiembre próximo pasado, en Inglaterra, se enfrentó al problema del bajo consumo mundial de artículos elaborados con algodón. En términos generales la ponencia de la Delegación Americana parece haber encontrado aceptación cuando menos entre los representantes de Italia, Japón e Inglaterra en el sentido de que una más eficiente distribución de productos textiles de algodón que tenga como objetivo fundamental vestir mejor a las grandes masas de población es indispensable y se propugnarán por alcanzarla dentro de las esferas de influencia de cada país productor.

Para promover el consumo máximo de algodón en el mundo propuso específicamente la Delegación Americana, la reducción de las barreras al comercio internacional y el fomento de éste por medio de bases multilaterales de empresa libre sin restricciones cambiarias, tarifarias, cuotas de importación, subsidios y medidas similares. etc. Hizo indicación especial en forma de admonición, de la política económica nacionalista seguida por algunos países al establecer una pequeña industria textil que se sostiene a base de apuntalamientos, medidas proteccionistas para impedir la libre importación de artículos de algodón procedentes del extranjero y que da como resultado en la mayoría de los casos una menor cantidad de productos esenciales para vestir a su población adecuadamente, con frecuencia de menor calidad y a precios tan elevados que ayudan a mantener al consumidor en su estado de desnudez parcial tradicional.

Se mencionó el dato estadístico en dicha Conferencia de que una sola muda de ropa de algodón para cada hombre, mujer y niño en el mundo requeriría un aumento al consumo de algodón de 7.000.000 de pacas equivalentes a 12.000.000.000 de yardas. Si los países europeos alcanzaran un consumo per-cápita anual igual al 50% del consumo similar de los Estados Unidos la demanda mundial se elevaría en 6.500 millones de yardas.

Por igual tenor, se consideró que la elevación del ingreso real por habitante del pueblo japonés, dotándolo de una capacidad consuntiva similar a la de la dé-

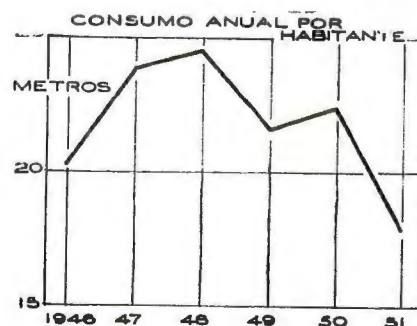
cada de los treinta, elevaría la demanda de artículos manufacturados con algodón en mil millones de yardas y, finalmente, se pensó en las enormes potencialidades de consumo que existen en el Asia Sur Oriental.

El consenso de la opinión general en aquella Asamblea se concentró en la idea básica de que en el estado actual económico mundial no existe suficiente demanda de consumo inmediato en los mercados internacionales para mantener a la industria textil operando a toda su capacidad. Bien se recordará que en la Undécima Reunión del Comité Consultivo Internacional del Algodón, celebrada en Roma, Italia, en mayo del año en curso, las siguientes naciones: Inglaterra, Estados Unidos, Japón, Holanda, Italia, Francia, etc., expresaron públicamente la condición precaria de las manufacturas de algodón en sus respectivos países, llegando la reducción de actividades en algunos de ellos hasta un 50% de su producción. Esta tendencia ha reaccionado ligeramente en dos o tres países, pero sin indicar un mejoramiento substancial y firme. En "Comercio Exterior" de abril del presente año expusimos el caso del consumo algodonerero en comparación con el creciente uso de fibras semisintéticas, especialmente la artesela.

En nuestra opinión existe solamente una solución positiva al problema del subconsumo algodonerero, que por ser universal es aplicable a México: ampliación de la demanda mundial. Decimos que en esta forma se resuelve positivamente la dificultad en contraposición a un modo de pensar particular de ciertos países que están fundamentando sus razonamientos sobre las ventajas comparativas actuales de su producción que en fuerte competencia, creemos legal, podrán mantener sus mercados e invadir otros nuevos; pero a expensas del desplazamiento de otros abastecedores.

Para expandir el consumo de algodón entre las grandes masas de la población se requiere, primordialmente, mejorar el poder de compra de los pueblos y esto se logra parcialmente en primer lugar contrarrestando los efectos de las fuerzas inflacionistas que reducen el poder adquisitivo de las grandes mayorías. En segundo término, aprovechando las innovaciones tecnológicas introducidas en la fabricación de maquinaria textil moderna que por su gran productibilidad y automatismo baja

los costos de producción por unidad manufacturada. Es claro que en México la introducción de maquinaria textil moderna planteará el problema de la desocupación en un porcentaje de obreros no reacomodados en esa rama o en otras de la industria nacional. Asimismo, el alto costo de adquisición a los precios actuales y su posterior amortización, hacen la renovación de equipo obsoleto casi imposible para aquellos propietarios que por su visión del futuro desean modernizar sus fábricas. No es nuestra intención tratar de resolver las dificultades apuntadas arriba; más bien mantengámonos dentro de nuestro tema.



El consumo de algodón por habitante en México fué estacionario desde 1930 hasta 1940; así lo manifiestan los censos correspondientes a esos años; 2.4 kilogramos anuales por mexicano. Esto equivale a decir que el consumo de telas de algodón aumentó *paripassu* con el crecimiento vegetativo de la población. Sin embargo, en los años cuarenta y en lo que va de esta última década, el consumo per cápita anual no sólo ha mantenido su nivel estacionario sino que ha retrocedido. Hacemos uso, con autorización, del cuadro consumo per-cápita de la República Mexicana que aparece en el Informe para la Comisión de las Industrias Textiles de la Oficina Internacional del Trabajo, formulado por los Delegados Patronales del Consejo Nacional de Empresarios de la Industria Textil en México.

Al rápido crecimiento de la población de los últimos diez años (1940=19.600.000; 1951=26.300.000), coincidente con el gran desarrollo económico de la nación, no ha correspondido una dotación proporcional de poder de compra suficiente para mantener el ritmo de consumo anterior, pre-

cisamente porque el incremento demográfico ocurre en los sectores sujetos a salarios y sueldos con características de ingreso fijo que en todas partes van a la zaga en relación con el costo real de la vida en el período ascendente de la curva inflacionaria.

hombre, como para mujer; León, Gto., que se dedica a la producción de zapatos para niño y para hombre y Guadalajara, Jal, Toluca, Méx., Pachuca, Hgo. y Monterrey, N. L., lugares en los que la producción abarca las tres clases.

Los más progresistas fabricantes mexi-

Como se puede ver por este cuadro, muy pocas han sido las variantes en el monto de la producción dentro del período bajo estudio. La diferencia entre el valor total de la producción y el valor del calzado de piel, está representada por la producción de zapatos de lona, llamados tennis, y a otro calzado hecho con diversas materias.

Las materias primas utilizadas en la industria del calzado, son aproximadamente 250, siendo naturalmente las pieles la principal materia prima empleada. Aunque la curtiduría en México, ha progresado considerablemente, aún no está en posibilidades de abastecer el mercado nacional de pieles, sobre todo por lo que hace a pieles de calidad. Es por esto que se ha estado importando este producto para aliviar dicha deficiencia. Durante el período de 1948 a 1951, se importaron pieles por valor de 23.6 millones de pesos, estando incluidos en este total, los cueros o pieles sin curtir y las pieles curtidas sin su pelo. Los países de procedencia de estas importaciones han sido con gran diferencia en cuanto a su valor, los Estados Unidos y Canadá, y en pequeñas cantidades se han importado de Argentina.

### CONSUMO ANUAL POR HABITANTE

M e t r o s

	1916	1947	1948	1949	1950	1951
Telas de algodón .....	17.78	21.37	20.70	16.84	17.01	12.36
Telas de seda y artisela .....	2.02	2.10	3.50	4.25	4.96	5.20
Telas de lana .....	0.48	0.42	0.37	0.38	0.39	0.42
<b>TOTAL .....</b>	<b>20.28</b>	<b>23.89</b>	<b>24.56</b>	<b>21.47</b>	<b>22.36</b>	<b>17.98</b>

Es evidente y así era de esperarse, que el consumo de telas de seda y artisela registre un aumento constante por la incursión de los artículos elaborados de artisela en el consumo de productos manufacturados con algodón, señalada en "Comercio Exterior" de abril del presente año y porque los grupos de población que usan seda y artisela sí han logrado en parte, obtener beneficio del desarrollo económico nacional.

El incremento de la producción de telas de algodón es muy importante para la industria textil y, para los agricultores productores de la fibra blanca; pero es, indudablemente, de mayor importancia para una política nacional económica y social, atender a las crecientes necesidades de vestido que siente el individuo para acoplarse a los cánones convencionales de higiene, modestia, dignidad personal y protección contra la intemperie que le exige su nuevo contorno mexicano.

### LA INDUSTRIA DEL CALZADO

La industria nacional del calzado ha alcanzado un alto nivel de desarrollo. Está integrada por unas 145 plantas de tipo pequeño, algunas empresas grandes y aproximadamente 850 talleres, lo que da un total de 1,000 unidades productoras. Las plantas son de magnitud variable, desde las muy pequeñas que emplean 5 obreros, hasta las grandes factorías que emplean más de mil trabajadores.

Las plantas de mayor importancia son: La United Shoe and Leather Co., Irapuato Shoe, Eclipse, S. A., Domit, G. B. H., Support, etc. La United Shoe que es la empresa más grande de esta industria emplea cerca de 1,250 obreros, siendo su producción anual de 250,000 pares de calzado aproximadamente.

Según los datos obtenidos de la Dirección General de Estadística en 1950 operaban en el país 8 principales centros productores de calzado, distribuidos en la siguiente forma: Distrito Federal en el que se produce tanto calzado de piel para

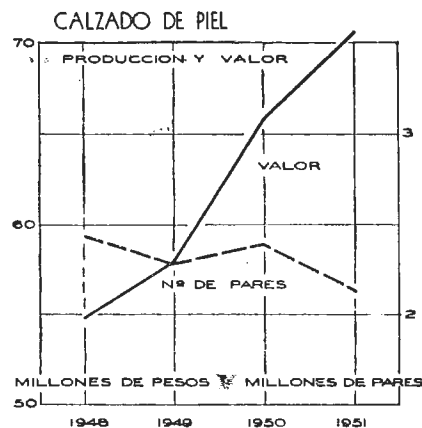
canos de zapatos han venido mejorando constantemente la calidad de sus productos y en la actualidad están en posibilidad de competir con los zapatos importados de Gran Bretaña y de los Estados Unidos. Esta es una situación saludable que se ha logrado mediante el establecimiento de normas de calidad elevadas para las materias primas y selección y mejoramiento de la mano de obra. Asimismo se procura constantemente la modernización de las fábricas para conseguir una operación adecuada y económica.

Las plantas productoras de regular tamaño, se encuentran mecanizadas y cuentan generalmente con equipo en buen estado, en tanto que en los pequeños talleres, el calzado prácticamente se hace a mano, con excepción de las operaciones que exigen costura.

La obtención de maquinaria para la industria zapatera se realiza por vía de arriendo, lo que permite a los industriales establecer las líneas de producción deseadas. La United Shoe Machinery Co., es la principal empresa encargada de la distribución de la maquinaria para esta industria, y en virtud de dicho sistema de arriendo, la maquinaria es puesta al alcance de todos los manufactureros de calzado.

A continuación incluimos un cuadro en el que aparecen las cifras de producción y su valor correspondiente, basado en los datos obtenidos de la Dirección General de Estadística, y que hay que hacer notar, captan solamente los principales establecimientos de la industria del calzado. El valor viene expresado en pesos y las cantidades de calzado en pares:

AÑOS	Valor total de la producción	Calzado de piel	Valor
1948	55,238,578	2,439,894	54,957,643
1949	58,807,883	2,286,356	58,060,154
1950	67,273,960	2,392,807	65,901,270
1951	71,773,988	2,139,501	70,842,137



A la vez se han estado exportando cueros o pieles tanto de ganado mayor como de ovino y caprino. Recientemente se ha pugnado porque no se exporten los cueros crudos, para fomentar su industrialización en el país, con lo cual los beneficios resultantes permanecerían dentro del territorio. Por concepto de esos cueros y pieles, se exportaron en los años de 1948 a 1951, 54.9 millones de pesos. Los principales países de destino de estos productos han sido los Estados Unidos, ventajosamente en primer lugar, siguiéndoles Guatemala, Honduras, Bélgica, Italia y Alemania.

Por lo que se refiere al comercio exterior del calzado, vemos que éste se exporta en grandes cantidades principalmente a los Estados Unidos y a Guatemala, y se importa, principalmente calzado de lujo (aunque como hemos dicho anteriormente ya se está logrando calzado fino en el país) de Estados Unidos, Canadá y Gran Bretaña.

Importación

	1948	1949	1950	1951
Cantidad .....	203,670	45,962	42,182	50,566
Valor .....	6,294	2,056	2,354	2,884

Exportación

	1948	1949	1950	1951
Cantidad .....	341,879	513,674	1,218,361	241,950
Valor .....	3,139	3,661	9,029	4,035

En el cuadro anterior aparecen las importaciones y exportaciones de calzado de cuero o de piel, expresado su valor en miles de pesos y la cantidad en pares:

No se pueden relacionar los datos de exportación con los de producción ya que como mencionábamos anteriormente, en los de producción solamente se agrupa una pequeña cantidad de establecimientos seleccionados, mientras que en los datos de exportación aparece la cifra global.

Debido a que la industria del calzado manufactura un producto de amplio consumo, tiene una demanda permanente bien marcada. Siendo el calzado un artículo semidurable, requiere un reemplazo frecuente. El consumo de zapatos por persona en nuestro país, se ha calculado en que varía de 0 a 2.5 pares anuales.

LIMON

El limonero, al igual que otras plantas pertenecientes a los cítricos, tiene en nuestro territorio grandes zonas propias para su cultivo, encontrándose en muchas regiones en forma silvestre.

Aunque se produce en todas las entidades federativas del país, seis son las principales, aportando en conjunto el 72% de la producción nacional, como puede verse en el siguiente cuadro que contiene los promedios del último quinquenio:

PRODUCCION MEXICANA DE LIMON AGRIO

ENTIDADES	Arboles en producción	Toneladas producidas
Total del País .	1,555,000	66,426
Colima .....	366,000	15,084
Michoacán ....	304,000	13,252
Veracruz .....	164,000	6,819
Tamaulipas ....	136,000	5,672
Jalisco .....	69,000	3,776
Sn. Luis Potosí.	88,000	3,043
Suma .....	1,127,000	47,646
Otras .....	428,000	18,780

En algunas regiones la producción ha decrecido como consecuencia de la invasión de la "mosca prieta", compensándose dicha baja con el incremento de su cultivo en otras zonas en donde no se ha resentido el ataque de la plaga.

La producción total de limón en la República ha venido en aumento, como puede verse en las siguientes cifras, correspondientes al promedio anual de los cuatro últimos quinquenios:

QUINQUENIOS	Kilogramos producidos
1931-35 .....	19,777,850
1936-40 .....	25,845,197
1941-45 .....	43,672,448
1946-50 .....	64,158,857

Aunque todavía no se dispone de la cifra oficial correspondiente a 1951, se calcula que la producción fué de 72,000 toneladas lo que equivale a un aumento de 364% respecto al promedio 1931-35 y al de 384% considerando 1931=100.

Nuestra cosecha de limón es mayor que el consumo interior por lo que se ha tratado de fomentar la exportación, sin que ésta haya excedido hasta la fecha de 4 a 5 mil toneladas anuales, que fueron los volúmenes vendidos al exterior durante los años de 1936 y 1937.

Por haber sido englobados varios cítricos en una sola fracción arancelaria de exportación, se encuentra interrumpida durante dos años la serie estadística de nuestro comercio exterior, motivo por el cual insertamos una relación de las importaciones norteamericanas de limón, en las que se observa que, no obstante ser los Estados Unidos un gran productor de limón, ya que cosecha alrededor de 400,000 toneladas anuales, México es prácticamente el único país de donde adquiere algunos volúmenes de limón chico ("lime") siendo Italia, España, Chile y Cuba quienes le abastecen de la variedad de limón grande.

IMPORTACIONES NORTEAMERICANAS DE LIMON

(LIMES)  
Toneladas

AÑOS	Importación Total	Procedencia	
		México	Otros
1947	2,290	2,290	0
1948	2,478	2,464	14
1949	2,932	2,906	26
1950	2,854	2,830	24
1951	2,431	2,424	7

Estas cifras revelan perfectamente el volumen de nuestros embarques, ya que el país citado absorbe el total de nuestras exportaciones de limón.

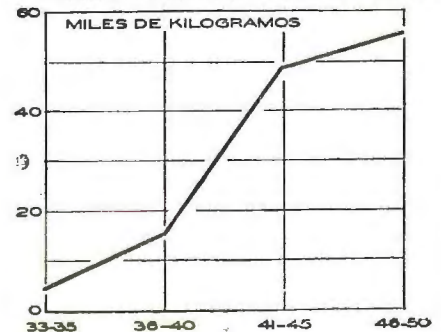
En términos generales, podemos afirmar que el excedente del consumo doméstico es aprovechado como materia prima en la industria extractora de aceite esencial de limón, en la que se requiere una tonelada de limones para la obtención de cuatro kilogramos de aceite.

CONSUMO INDUSTRIAL DE LIMON

AÑOS	Aceite esencial exportado kgs.	Volumen de limones requerido toneladas
1933-35	4,797	1,199
1936-40	16,043	4,011
1941-45	48,702	12,176
1946-50	55,092	13,773
1946	34,078	8,520
1947	34,909	8,727
1948	44,105	11,026
1949	68,133	17,033
1950	94,234	23,559
1951	110,593	27,648

La industrialización se efectúa principalmente en la región de Apatzingán, Mich, y en Colima, con otras plantas de menor importancia en los Estados de Guerrero, Veracruz, San Luis Potosí y Jalisco.

CONSUMO INDUSTRIAL DE LIMON ACEITE ESENCIAL EXPORTADO



El Estado de Colima se ha destacado siempre como gran productor de limón, ocupando el primer lugar en los últimos años; sin embargo, la "mosca prieta" ha

ocasionado grandes estragos en sus plantaciones, motivo por el cual se considera que en lo sucesivo disminuirán considerablemente sus cosechas, mientras Michoacán vuelve a ser el principal, ya que sigue incrementando las áreas destinadas a tal cultivo, como resultado de una mayor demanda de las plantas extractoras de aceite esencial instaladas en esa región.

### COTIZACION DEL LIMON MEXICANO EN NEW YORK

*Pesos por kilogramo*

MESES	1950	1951	1952
Enero .....	—	2.86	—
Febrero .....	—	2.86	—
Marzo .....	4.63	2.86	3.63
Abril .....	4.29	3.74	3.97
Mayo .....	4.64	3.85	3.63
Junio .....	4.04	4.29	2.99
Julio .....	—	3.81	2.95
Agosto .....	4.41	2.99	4.09
Septiembre ....	3.81	3.73	4.29
Octubre .....	—	1.91	—
Noviembre ....	—	—	—
Diciembre .....	—	—	—

La mayor demanda norteamericana por nuestro limón tiene lugar en los meses de marzo a septiembre, época calurosa en la que aumenta el consumo de bebidas refrescantes. Aunque las cotizaciones medias mínimas mensuales preinsertas son satisfactorias, difieren considerablemente de los precios a que vende el productor su fruta de exportación, ya que existe un amplio margen de utilidad que se reserva el importador, quien reclasifica, encera y reempaca la fruta. Tan notable elevación en el precio, deja al limón mexicano en condiciones desfavorables de competencia con el producido en ese país.

Si hacemos un balance aproximado de la producción limonera del año próximo pasado, tomando como base el pronóstico de cosecha que hicimos para dicho período, tendremos:

#### BALANCE 1951

CONCEPTO	Tons.
Exportación de limón agrio ..	3,097
Exportación de aceite esencial, 110,593 kgs., equivalentes en limones a .....	27,648
Consumo doméstico .....	41,255
Producción total calculada ..	72,000

Podemos observar que el consumo doméstico nacional aparente de limones fué equivalente al 57.3% del total; el limón industrializado para la extracción de aceite representó el 33.4% y las exportaciones

de limón fresco fueron de únicamente el 4.3%.

El limón tiene en México una importancia económica apreciable existiendo la posibilidad de que su cultivo siga incrementándose en el futuro, ya que no hay peligro de sobreproducción por ser que la industria está en condiciones de absorber mayores excedentes, por la magnífica aceptación que goza el aceite esencial de limón mexicano en los mercados extranjeros.

### CAFE

Desde el año de 1817 en que don Juan Antonio Gómez instituyó el cultivo intensivo del café en el Estado de Veracruz, nuestro país ha venido aumentando lentamente las áreas dedicadas a este cultivo. En el año de 1951 se levantaron 68,125 toneladas, la cifra más alta alcanzada desde aquella época.

Durante el ciclo agrícola de 1951-52, según datos de la Unión Nacional Agrícola de Cafeteros, nuestro país exportó 684,342 sacos de 70 kilos, el 95% de los cuales fueron remitidos a los Estados Unidos, que posteriormente reexporta algunas cantidades a países europeos. Para México esto tiene gran ventaja pues en primer lugar obtiene dólares como pago de esta mercancía, y en segundo lugar el mercado norteamericano no es tan exigente en cuanto a calidades como el mercado europeo (con excepción de Francia y España que consume clases bajas), el cual exige siempre las mejores calidades.

El aliciente principal que ha motivado que actualmente varios países productores aumenten sus áreas de cultivo, ha sido siempre el alza de precios en el mercado internacional. Algunos países (Brasil principalmente) han sufrido y experimentado los peligros que encierra el exceso de producción. Por este motivo temen actualmente que un aumento importante en la cosecha haga bajar los precios a un nivel que no les reporte una recompensa razonable por su trabajo e inversión. Es tan sensible el mercado del café, que por ejemplo, una noticia que aparece en la prensa mexicana indicando cosechas abundantes, repercute inmediatamente en una baja de precios en los cafés de este país.

México ha sido de los países que se está preocupando por el mejoramiento de este cultivo. Los productores trabajando conjuntamente con la Comisión Nacional del Café, de reciente fundación, han llevado a cabo estudios para determinar la potencialidad del país en este aspecto, han creado nuevos semilleros, plantando nuevos cafetos, que empezarán a dar sus frutos a fines de 1956. Otros países no podrán hacer lo mismo por falta de terrenos adecuados, o bien porque los precios no sean remunerativos o por temer a los peligros

que encierra un exceso en la producción. Potencialmente, Africa constituye uno de los países más aptos para este cultivo, pues cuenta con terrenos adecuados, mano de obra barata, y sobre todo, produce los tipos de café suaves y fuertes.

No es de temerse que en un futuro cercano se llegue a la situación de que el café deje de tener precio remunerativo en el mercado internacional por varias causas:

1.—Los países europeos, grandes consumidores de café con excepción de Inglaterra, se encuentran en un nivel de subconsumo. Esta situación al normalizarse traerá como consecuencia un aumento en la demanda, que bien puede absorber la producción de los nuevos cultivos. Como un ejemplo de lo que estamos diciendo, tenemos el caso de Dinamarca que en 1929 tenía un consumo de 23.72 libras al año y que hoy sólo es de 6.6 libras. Con este motivo ya varios países europeos han ido quitando los controles que reducían considerablemente los consumos, y con los cuales tampoco se demandaba la calidad deseada por el consumidor.

2.—Algunos países como ya se dijo antes, no podrán o no querrán aumentar sus áreas cafetaleras y.

3.—Debido a que el café tiene una demanda elástica, en caso de que a mayor producción baje de precio, el consumo aumentará.

Desde el momento en que los precios se elevaron bruscamente en noviembre de 1949, creyéndose en un principio que se trataba de una maniobra especulativa por parte de los países productores, y más tarde se aclaró el hecho de que la oferta era menor que la demanda, nuestro país ha venido exportando grandes cantidades. Dichas exportaciones se han realizado a veces con perjuicio del consumo interno, al cual dejan siempre las peores calidades "desmanche" y "desperdicios". En 1940 se exportaron 26,000 toneladas y en 1951, se alcanzó la cantidad de 51,000 un aumento de 25,000 toneladas; por otro lado, en 1940 la producción fué de 51,794 toneladas y en 1951 como ya se anotó al principio, de 68,125 toneladas, un incremento tan sólo de 16,331 toneladas, muy inferior al registrado en las exportaciones. Todo lo anterior, se explica claramente si vemos que en 1940 los precios del café mexicano en Nueva York eran de dls. 0.11 por libra y actualmente son de 56.7 centavos la libra

El consumo nacional por las causas ya descritas, ha ido disminuyendo poco a poco. Actualmente este consumo se estima en alrededor de 200,000 sacos de 70 kilogramos cada uno, o sean aproximadamente 700 gramos anuales por habitante. Otros países latinoamericanos tienen los siguientes consumos: Cuba 5.5 kilogramos, Brasil 4.9 kilogramos, Costa Rica 4.7 kilogramos, etc.