



Lo que Puede Hacer el Ministerio de Industria

En nuestro Ministerio de Industria y Comercio, reposa una gran parte de la responsabilidad de este Gobierno para pasar a la Historia con un carácter que no sólo sea personalismo, lo cual nosotros insistiremos todo lo que sea posible para sugerir una orientación.

La Labor Desarrollada por Mr. Hoover como Secretario

(Dedicamos este artículo al señor Ministro de Industria y Comercio)

ALGO de lo más importante que ha hecho Mr. Hoover en el Departamento de Comercio, lo ha hecho en su bufete de Comercio Exterior e Interior. En ese bufete, durante varios años, ha venido a reconcentrarse toda la información comercial recogida por todo nuestro personal compuesto de más de 600 representantes comerciales y consulares, repartidos por todas las partes del globo donde pueda haber comercio. Pero esta inapreciable información no pudo ser desde luego accesible para los hombres de negocios americanos. Tuvo que ser glosada primero por expertos y repartida violentamente entre los hombres de negocios que pudieran sacar provecho de ella. Pero el director sólo tenía unos cuantos ayudantes, que les era imposible atender todos los problemas de exportación y todas las oportunidades de negocios en el exterior. No les era posible dirigir convenientemente a nuestros agentes en el exterior, especialmente a aquellos del Servicio Consular, toda vez que nuestros Cónsules dependen del Departamento de Estado y desde tiempo inmemorial la cooperación de este Departamento y el Departamento Comercial, en cuestión de asuntos comerciales, ha sido muy deficiente. Nunca interpretan en forma adecuada la información que por cable reciben del exterior, ni tienen personal para glosarla o distribuirla convenientemente una vez que ha sido interpretada. El noventa por ciento, iba a dar al archivo y allí permanecía. Conseguirlas del exterior, glosarlas y distribuirlas a grandes distancias por teléfono, telégrafo, por cartas confidencia-

les y por repartos periódicos, exigía un nuevo método.

Mr. Hoover emprendió estas innovaciones. Vió que como resultado de algunos años de mucho aumento y nuevas consolidaciones) los negocios americanos habían llegado a operar en escala muy ventajosa. Durante la guerra, en efecto, el gobierno instó con urgencia a los hombres de negocios para que se asociaran y organizaran compañías comerciales, sin las cuales no se podía, o se perdían muchos medios de tratar con todos los hombres de negocios que se encontraban muy repartidos. De acuerdo con esto, el Secretario Hoover organizó la oficina del Comercio Interior y Exterior sobre sistemas ventajosos. Esto es, estableció diversos departamentos de productos, departamento de hule, de automóviles, productos textiles, alimentos, etc., con un departamento más para apropiarlo a lo que fuera siendo más conveniente. Cada departamento vino a ser manejado después por un experto nombrado a propósito y en algunos casos votado por los comerciantes que conocían del ramo. Cada uno de éstos viajaba constantemente para estar en contacto con todos los problemas de comercio que se presentaran y con todos los hombres de negocios.

El Secretario Hoover surgió la conveniencia de todo esto en una de las innumerables conferencias que tuvo con diferentes grupos de hombres de negocios.

La Oficina de Comercio Interior y Exterior, es una Agencia de información. Ha traído una gran cantidad de información que es de importancia para todo hombre de negocios. No había habido antes en Washington nadie que seleccionara este material de información, lo preparara convenientemente y lo hiciera accesible a los

hombres de negocios. Hemos creado este centro de apoyo y organizándolo sobre bases muy ventajosas y los encargados de ello, toman la parte que les corresponde de estas informaciones, según el departamento de que son representantes, las interpretan o glosan y las devuelven al comercio.

El asunto que les venga a las manos, puede bien ser alguna legislación en algún país de Europa. Los arreglos tenidos en ese país pueden afectar la industria automovilística de los Estados Unidos. A primera vista, pueden estos arreglos parecer bien a nuestros representantes en el extranjero y a nuestro Departamento de Estado aquí, pero examinados por un experto en asuntos automovilísticos, pueden revelar una violación a la cláusula de algún tratado. Corresponde al encargado del Departamento automovilístico estudiar el asunto y encontrar en qué forma esta industria queda afectada. Para facilitar esto y para ayudar a los diversos departamentos en su servicio al público, hemos agregado dos departamentos más, uno sobre leyes comerciales en el extranjero, y otro de tarifas con relación al comercio americano.

Con este sistema, el comerciante en pequeño, tiene ahora las mismas oportunidades que antes habían disfrutado solamente los comerciantes en grande, que tenían su propia organización en el exterior. Ahora, el comerciante en pequeño, como el grande, son una unidad en el esquema general de manufacturas, exportaciones y ventas, y en una palabra, el Departamento Comercial es su agencia de ventas. Si, por ejemplo, se trata de un fabricante de llantas que esté ansioso por explotar este producto contra el competidor europeo, pue-