

de por medio del Departamento, conocer, ya sea en corta o grande escala, las condiciones de tal o cual mercado extranjero y encuentra una cooperación oficial, cuando quiera empezar a anunciarse.

Los hombres de negocios americanos se están fijando en esta ventaja, tanto los en pequeño como lo sen grande, porque el Departamento Comercial está recibiendo (principalmente de exportadores) solicitudes de información en una escala inesperada de quinientas mil al año.

Pero esto no es todo.

Hay, hace observar el Secretario en una conferencia, muchas otras cosas que el Departamento Comercial puede hacer.

Menciona algunas.

En primer lugar, ahí están los servicios que presta al público en las crisis que se presentan. Actualmente tenemos una crisis en nuestro comercio exterior. El trabajo del Departamento, tiene que estar arreglado de tal modo, que esta situación pueda ser dada a conocer a los exportadores, manufactureros u otra clase de hombres de negocios, justamente en lo que los pueda afectar. Tiene que ser una información precisa, considerando todos sus factores. Muchas casas americanas, por ejemplo, están retirando sus representantes en el exterior, temerosas de no poder competir con Alemania. Basándose en hecho, no en opiniones, se les puede hacer ver que, dadas las indemnizaciones de Alemania y en general sus condiciones económicas, la oportunidad para ellos puede llegar otra vez.

Esto trae una gran enseñanza acerca de los negocios, del comercio y de otros problemas alemanes. Este estudio económico es una de las tareas del Departamento Comercial. Para desempeñarlo es preciso una organización que trabaje constantemente. No se puede sacar esta información del aire de un día al otro.

Se tiene que tener una organización que opere casi automáticamente.

Prosigue diciendo: Además tenemos el estudio de los fenómenos económicos en los Estados Unidos. Lo que pudiera llamarse la interpretación de los negocios.

Al Gobierno le hubiera sido posible, por ejemplo, decir que no necesitábamos importar de Chile treinta millones de dólares de nitrato. Pero un importador ¿cómo lo iba a saber?

Otras veces el hacendado americano ha puesto al mercado su trigo lo más pronto que ha podido y se ha ido sorprendiendo, porque el precio ha ido en tan rápido descenso.

Era preciso que alguien le mostrara palpablemente que ha estado vendiendo muy aprisa, que no hay mercado que pueda soportar tal diluvio como ese.

Y no hay día en que algo semejante deje de presentarse a la consideración del Departamento.

Considerando la situación bajo otro punto de vista, descansa sobre tres puntos principales. Las estadísticas, la parte industrial y la situación exterior.

En otra junta, dijo refiriéndose a la parte industrial: "La mitad de nuestras dificultades en las crisis industriales, pro-

viene de la necesidad de eliminar el desperdicio en la industria. Esta percepción proviene de su éxito, como ingeniero de minas. Lo condujo no hace muchos meses, cuando presidente de las Federated Engineering Societies, a iniciar y dirigir los profundos estudios que estas Sociedades hicieron para evitar el desperdicio en la industria. Después, como Secretario de Comercio, fundó bajo buenos auspicios, la oficina de Standards. Esta oficina, dice, tiene los mejores laboratorios de física que hay en el mundo y es la mejor oficina en su género que presta al gobierno una verdadera ayuda en el manejo de sus negocios."

Estamos intentando hacer del Bureau de Standards el mejor en su género y que preste una verdadera ayuda. Hay numerosas oportunidades para ello. Por ejemplo, los algodones del Sur, siempre tienen grandes cantidades de este artículo, que prácticamente no pueden vender. El Bureau está tratando de encontrar, la manera de que algunas fábricas, tales como las que hacen costales, se interesen por esta fibra.

Prácticamente, ningún químico en lo particular o industrial algodónero, puede emprender una prueba como ésta.

El Bureau también trata de encontrar la manera de simplificar las industrias y de universalizar los productos. Se han agregado dos nuevos departamentos al Bureau.

En una palabra, el Bureau y las industrias cooperan en un esfuerzo organizado, a eliminar el desperdicio por medio de una revisión científica de los códigos de construcción, con el fin de que la resistencia, la duración y la inmunidad contra el fuego, hagan disminuir el costo de las construcciones. Lo demás, es una división del desperdicio industrial. Con la cooperación de todas las industrias, este departamento está estudiando más de cien problemas importantes. La solución de cualquiera de estos problemas, significa un ahorro de más de \$6,000,000 en un año.

Por ejemplo, la asociación nacional de fabricantes de ladrillos para pavimento, llegó a la conclusión de que tenía muchos desperdicios en su industria y se dirigió al Departamento pidiendo le sugiriera algún medio para evitar estos desperdicios. El Departamento les pidió que revisaran la industria de ladrillos para pisos que preparaban. Desde luego se podía ver la clase de mejoramiento que emprendía.

Hay sesenta y seis clases de ladrillo para piso que se fabrican, pero de todas esas, solamente diez clases tendrían en 1921, un 83.1% en las ventas totales y de los 56 clases restantes, sólo se vendía un 16.9%. Se decidió, pues, eliminar esas 56 clases, lo que desde luego trajo un ahorro. Una de estas clases eliminadas, tuvo en todo el año de 1921, una venta total de \$7,500 y algunas de las otras eran igualmente insignificantes. Con la eliminación de estas clases, la uniformización del equipo y la simplificación de las existencias, es evidente que se ahorraron grandes sumas de dinero.

Es preciso llamar la atención sobre el peligro que hay en la mucha uniformización. El hecho de que solamente diez de estas clases se hayan conservado, no quiere decir que no se puede fabricar otra clase aunque sea superior a las que se han estado fabricando. Esto es muy posible.

Pero es ventajoso, de cualquier manera, para una industria ir mejorando sus ganancias por la propia experiencia y de cuando en cuando podar lo innecesario, simplificando su campo de energías.

Cuando Mr. Hoover, llegó a la Secretaría de Comercio, encontró en el departamento de censos, métodos sumamente anticuados. Su utilidad era bien poca, excepto en lo que se relaciona con los negocios públicos. Los análisis que hacía sobre las condiciones de algunas de nuestras mejores industrias, eran cada cuatro o cinco años.

Los resultados que presentaban, no eran nada cómodos ni precisos, lo que es esencial cuando las condiciones de cambio están erradas. Además, sus cálculos eran publicados dos años después que los habían obtenido. Ahora estos datos se publican diez días después de recogerse. Y este servicio mensual, dice el Secretario, es una de las fases del trabajo que estamos desarrollando en combinación con el censo.

Ahora, para terminar el cuadro, diremos que el Departamento de Comercio publica semanalmente un informe comercial, con veinticinco departamentos y seiscientos correspondientes que cablegrafían de todas partes del mundo, y un compendio mensual con datos inapreciables e informaciones comerciales recogidas de las tres oficinas mencionadas, de todos los Departamentos Federales de las asociaciones de comercio, de agencias privadas y de más de cuatrocientas publicaciones periódicas.

Todas estas mejoras llevadas a cabo por Mr. Hoover en el Departamento de Comercio, pueden clasificarse así: "Hablar con hechos."

Cuando se analiza el plan original en que se combinan algunos puntos sacados de la Tesorería y otros departamentos y establece el Departamento de Comercio y Trabajo en 1903, se verá que el Congreso se anticipó a una necesidad que el Departamento de Comercio promete llenar.

La escritura original prescribe: "es deber del Departamento criar, promover y desarrollar el comercio exterior e interior, las industrias mineras, manufactureras y pesqueras... y los medios de transporte en los Estados Unidos."

Pero el Departamento de Comercio y Trabajo, nunca pasó de mero proyecto, porque el Congreso, más o menos dividido contra él, en 1921, removió al nuevo Departamento de Trabajo algunas de las agencias y prerrogativas del Departamento original de Comercio.

Felizmente, el Departamento será impulsado nuevamente si se siguen los proyectos de la Administración Harding. La reorganización de los Departamentos, la colección de datos y la selección del perso-

(Pasa a la página 30).