

MARKETING PATTERNS IN THE CARIBBEAN

MONDAY — P.M. — NOVEMBER 6, 1978

Chairman — William B. Hannum, Jr.,
*National Marine Fisheries
Service, Washington, D. C.*

México en la Comercialización Pesquera del Caribe

Lic. JOSE GONZALEZ PEDRERO
*Director General de Fomento
Departamento de Pesca
México, D. F.*

ABSTRACT

Values and quantities of seafood produced from the Caribbean states of Campeche, Yucatán, and Quintana Roo are given for each state for 1976 and totals for the area for 1977.

Fishery production goals to be attained and expenditures to attain these goals are discussed under the National Fisheries Plan. Implementation of the plan suggests the need for different projects to stimulate the commercial improvement of the area.

The paper also points out the need for international cooperation in marketing and makes recommendations to do this.

Quiero expresar a ustedes nuestro reconocimiento sincero por la atenta invitación con que nos han distinguido para participar, como ponentes, en este foro que reúne a muy importantes científicos, industriales y administradores pesqueros de Estados Unidos y América Latina.

Estimamos que la celebración, en México, de la XXXI Reunión Anual del Gulf and Caribbean Fisheries Institute es, además de honrosa para nosotros los mexicanos, acertada, pues nuestro país está empeñado en una verdadera lucha en favor de la alimentación y el empleo, ambos estrechamente vinculados a las posibilidades que ofrece la actividad pesquera en sus distintas fases de captura, procesamiento industrial, distribución y comercialización.

El tema que nos toca desarrollar es este último de la comercialización, aspecto a todas luces vital para el desenvolvimiento socialmente sano de esta actividad productiva. Creemos que las mejores perspectivas de aumentar la participación de los productos pesqueros en el consumo habitual de nuestras poblaciones, se relacionan íntimamente con la racionalidad y eficiencia de los

sistemas de comercialización, a su vez de importancia sustancial para la formación de los precios, la suficiencia de los volúmenes y la oportunidad de la oferta de este tipo de bienes.

El Mercadeo de Productos Pesqueros en México

Los más importantes centros de consumo se sitúan en nuestro país en las áreas urbanas de mayor población y poder adquisitivo.

Actualmente, por ello, los productos de la pesca contribuyen aún precariamente a solucionar las necesidades alimenticias de nuestra población, debido, entre otras causas, a deficiencias existentes en los sistemas de distribución y a la ausencia relativa de medios de conservación de productos frescos o refrigerados.

La reducida influencia actual de la pesca en la satisfacción de las necesidades nutricionales de nuestra población, es más evidente si se estiman los precios relativos de los productos pesqueros. De aquí se desprende la necesidad de impulsar decididamente a la pesca en todas sus facetas, diversificando las formas tradicionales de consumo, racionalizando sus precios y aumentando la calidad de los productos.

La disposición de divulgación para estimular el consumo está enlazada a los programas de comercialización y distribución.

México pretende superar los problemas en el área de comercialización que caracterizan a los países en vías de desarrollo. Los rasgos sobresalientes de estos problemas consisten en una oferta y demanda limitadas en el ámbito interno y una concentración geográfica en la distribución de los productos.

En el mercado nacional se presenta una situación en la que, por un parte, no se vende más porque no se produce más, y por otra, el esfuerzo en la producción se ve limitado por un consumo insuficiente, estableciéndose de esta forma un círculo vicioso en el que se interrelacionan: una oferta deficiente en su cuantía y en su estructura y una demanda débil que se ejerce sólo en determinadas temporadas del año, concentrándose en pocas especies.

Por otra parte, el consumo está social y geográficamente concentrado. De modo que el círculo vicioso: baja producción -bajo consumo- baja producción, ha de quebrantarse elevando y diversificando el nivel de explotación de los recursos y agilizando el proceso de distribución de los productos.

Nuestro país realiza, por estas razones, además de esfuerzos para aumentar y diversificar la producción pesquera, programas en materia de comercialización para que los productos pesqueros sean accesibles y atractivos a los consumidores por sus condiciones de calidad, higiene, precio y disponibilidad. Diseña y construye centros de recepción, conservación y manejo de los productos; organiza un sistema de transporte para el manejo de la producción; promueve la comercialización masiva de los productos pesqueros procesados; reorienta y fortalece los sistemas de distribución. En el ámbito del comercio exterior, busca diversificar geográficamente los mercados, promoviendo la exportación de exedentes.

Para ello se aprovechan todos los sistemas y redes comerciales ya existentes, establecidos por los sectores social, privado y público, apoyándose además en el programa de infraestructura mediante la construcción de una red de distribución regional. El Plan Nacional de Desarrollo Pesquero señala

un programa de comercialización y transporte por valor de 3 173 millones de pesos, que se espera generará 3 325 empleos directos.

La inversión se distribuirá en 53 módulos frigoríficos y 15 bodegas refrigeradoras con un desembolso de 543 millones de pesos; 135 centros de venta, con erogación de 1 215 millones de pesos; 330 camiones frigoríficos y 295 trailers, con un costo de 1 415 millones de pesos.

El programa se complementa con una numerosa red de pequeños expendios de pescado y con la utilización de los canales de ventas al menudeo, particularmente en las zonas rurales y ciudades pequeñas del país.

La comercialización se apoya permanentemente en campañas de publicidad que promueven y orientan el consumo. Además, la aplicación invariable de la investigación de mercados en esta importante área, nos permite conocer cada día mejor el tamaño y características del mercado nacional, los gustos y preferencias, analizando oportunidades potenciales de venta, canales de distribución, etc., y obteniendo en esta forma elementos sólidos para una planificación que permite vislumbrar resultados satisfactorios en el mercado interno y exterior.

En lo externo, a diferencia de la balanza comercial del país (que arroja saldos negativos), la de productos pesqueros ofrece un saldo marcadamente superavitario.

En forma resumida, el marco de políticas que México ha adoptado en materia de comercialización interna y externa de productos pesqueros es la siguiente:

Comercialización de Productos Pesqueros a Través de Empresas Paraestatales

El gobierno mexicano ha creado la empresa pública Productos Pesqueros Mexicanos, S.A. de C.V., consorcio que agrupa 20 empresas paraestatales con actividades de captura, transformación y comercialización de productos pesqueros. Los objetivos de aquella inciden particularmente en la distribución de especies de consumo popular, en la regulación de los precios y ampliación del mercado interior; en el establecimiento de condiciones propicias para el incremento de la producción de alimento de origen pesquero; en apoyar la producción del sistema cooperativo pesquero e intervenir en la exportación de camarón y otras especies para el mercado exterior.

Productos Pesqueros Mexicanos, S.A., asume, bajo la dirección y supervisión del Departamento de Pesca, la responsabilidad estatal en la actividad pesquera. Opera con recursos propios y aportaciones presupuestales del gobierno federal para cubrir el costo de sus operaciones. Su acción en el mercado es de relativa importancia, dada la masa de recursos que maneja y el impulso que genera como acelerador de la producción y del consumo.

En una economía de mercado, como la nuestra, el Estado no sustituye a la iniciativa de los particulares, sino concurre en condiciones complementarias, por sí y por medio del impulso financiero que presta a las formas de producción cooperativa y privada.

La participación en la venta de productos pesqueros se integra con una

cadena de centros de distribución mayorista y al detalle en los principales centros urbanos del país y se complementa con la cadena de más de 5 000 tiendas de la Compañía Nacional de Subsistencias Populares (Conasupo), empresa estatal que atiende la demanda de productos básicos para sectores de reducida capacidad adquisitiva. Colateralmente, la distribución de productos pesqueros tiene acceso a las tiendas de Estado para los empleados públicos y al sistema de mercados públicos municipales.

Fomento a los Canales de Comercialización

Con el propósito de hacer compatible la oferta y el consumo, se ha creado una serie de dispositivos para estimular el establecimiento de nuevos canales de comercialización, tanto para el interior como para el exterior. Las ventas al menudeo se dejan a cargo de los particulares y se alienta la acción de los sectores sociales del área, congruente con la política de que la participación estatal es solamente complementaria. El estado asume la responsabilidad de prestar servicios de información sobre precios y mercados, certificación y controles de calidad, promoción del consumo popular, facilidades de financiamiento selectivo, mercadeo, investigación tecnológica, capacitación, etc.

Por otra parte, se facilitan las operaciones de descarga en puertos en forma de servicios, en tanto que las inversiones de acopio y almacenamiento se delegan a concesionarios, estimulándolos con financiamientos y exenciones fiscales; participando en una serie de obras donde la acción privada es omisa o incosteable. Otro tanto ocurre con el sistema de transporte y procesamiento.

Mercadeo de Productos Pesqueros para Población de bajos Ingresos

Como norma de política básica, el Estado mexicano se ha propuesto elevar sustancialmente el componente de productos pesqueros en la alimentación de la población, particularmente la del sector de menores ingresos. Al efecto, se destinan cuantiosos recursos financieros, a través de Productos Pesqueros Mexicanos, S.A., para la colocación de la producción destinada al consumo popular, a precios reducidos. Destaca aquí la inminente adopción de un sistema de precios de garantía con el propósito de asegurar precios remunerativos al pescador y productos baratos y a precios estables a los consumidores.

Aspectos interesantes de nuestra política de estímulo al consumo de productos pesqueros consiste en el propósito de aprovechar próximamente, para el acomodo comercial de los incrementos que están generándose en la producción de escama, el mayor número de organizaciones sociales como cuarteles del ejército, internados estudiantiles, reclusorios, guarderías, hospitales, albergues, sistemas de desayunos escolares, etc., aprovechando así la enorme capacidad de compra del Estado, complementando esta acción con técnicas promocionales, a través de todos los medios masivos de difusión y de la edición directa de recetarios y folletos, para difundir las propiedades nutritivas y los usos culinarios del pescado; así como la venta de productos en "tianguis" y mercados "sobre ruedas" (unidades de venta móviles), removiendo obstáculos municipales y eximiendo de impuestos a las ventas al menudeo.

Promoción del Consumo

La promoción interna del consumo pone especial énfasis en el desarrollo de las formas tradicionales de producto fresco, refrigerado, congelado y seco, sin

desatender el mercado de enlatados, tan importante en el renglón de sardinas y los programas preferenciales para el desarrollo de nuevos productos, como salchichas, semipreparados (pepe pez), tortas, concentrados, etc., destinados a mejorar la alimentación popular.

Comercialización Externa

La política de fomento de las exportaciones guarda especial consideración al fortalecimiento del mercado externo tradicional y a la apertura de nuevos mercados.

México mantiene la exportación de productos pesqueros entre los cinco principales productos que concurren al exterior.

La promoción de las exportaciones se lleva a cabo por regiones, sectores o individualmente, en atención a las necesidades del mercado externo, en condiciones competitivas y con apoyo estatal en materia de transporte, organización para uniformar la oferta y estímulos fiscales y financieros de toda índole. En esta acción se propician la unificación de prácticas de venta y sistemas de mercadeo; investigaciones del mercado internacional para captar demandas y reunir requisitos para participar con eficacia; realización de ferias y exposiciones a niveles nacional y regional; presentación de muestras por canales oficiales e iniciativas a través de misiones comerciales, consulados y consejerías comerciales, en coordinación con el Instituto Mexicano de Comercio Exterior y las Secretarías de Comercio y Relaciones Exteriores; empresas representativas en el exterior para comercialización de los productos, familiarización con los requerimientos, condiciones y procedimientos de los países importadores; promoción de convenios de intercambio y negociación internacional para la inclusión de productos pesqueros exportables; normas de calidad; servicios de información referentes a los países importadores; clasificación y denominación de los productos, de acuerdo con los nombres comunes internacionales; alicientes fiscales y arancelarios que se traducen en exenciones o devoluciones de impuestos de exportación y en supresión de impuestos a la importación de materias primas auxiliares, maquinaria y equipo destinados a captura y transformación, devolución de impuestos indirectos, etc.

Como apoyo decisivo, México mantiene diversos fondos financieros para estimular las exportaciones, formar inventarios para exportar y garantizar el pago de las operaciones.

Oferta Regional Mexicana

Las entidades federativas de México en la zona del Caribe son: Campeche, Yucatán y Quintana Roo. Produjeron en 1976 46 mil toneladas de pescados y mariscos, con valor de 871 millones de pesos.

| Entidades Federativas | Toneladas | Valor en pesos |
|-----------------------|-----------|----------------|
| Campeche | 23 724 | 696,423.00 |
| Quintana Roo | 1 411 | 45,063.00 |
| Yucatán | 20 304 | 129,120.00 |

En 1977, la producción respectiva fué de 50 mil toneladas, con un valor total de 1 452 millones de pesos.

Entre las principales especies comestibles producidas, destacaron las siguientes: camarón, cazón, corvina, cherna, guachinango, jurel, mojarra, pargo, pulpo, robalo, sierra, tiburón, almeja, bagre, caracol, langosta, mero, mojarra, picuda, tortuga, anchoveta, rubia y tambor.

En cuanto a las especies industriales, las más señaladas fueron: aleta de tiburón, piel de tiburón, sardina, harina de pescado, concha de caracol y piel de tortuga.

Los medios de captura de estas tres entidades sumaron 2 311 embarcaciones, 861 de altura y 1 450 de ribera. Las cooperativas pesqueras son propietarias de 1 230, los empresarios particulares de 1 005 y las empresas para estatales de 76.

México cuenta con un Plan Nacional de Desarrollo Pesquero. En este Plan se han previsto para 1982, los siguientes incrementos en flota para los Estados señalados: con una inversión de 1 520 millones de pesos, 732 nuevas embarcaciones (132 de altura y 600 de ribera) que proyectan una captura equivalente a 174 mil toneladas, casi 105 mil toneladas de mar abierto y las demás de la acuicultura continental.

En el Golfo de México, concurren a la producción pesquera otras cuatro entidades federativas, cuya oferta podría sumarse a la correspondiente a las entidades de Campeche, Yucatán y Quintana Roo, y conjuntar así el esfuerzo pesquero de México en toda la zona atlántica. Estas entidades son Tamaulipas, Veracruz y Tabasco, cuya producción durante 1977 fué de 63 mil toneladas, de suerte que la explotación pesquera mexicana en la zona del Golfo de México y el Caribe representó en el último año 115 mil toneladas. La perspectiva de captura pesquera de las seis entidades que ofrece el PNUD es de aproximadamente 417.0 miles de toneladas para 1982.

Formas de Presentación y Transporte

México ofrece diversas formas de presentación de los productos pesqueros, entre otras: congelado (entero, rebanado y fileteado), enlatado, ahumados y seco-salado.

Generalmente, los productos se transportan al exterior en barcos con cámaras de refrigeración de la empresa Transportación Marítima Mexicana, S.A., que cuenta con cuatro buques equipados, de capacidad promedio para 500 toneladas. Además, existen varias agencias que operan con buques extranjeros que en total suman 20 150 toneladas de capacidad para carga refrigerada. Los productos que no necesitan refrigeración no presentan mayor problema para su transportación.

Precios de Venta

Los precios de los productos se fijan de acuerdo al precio de mayoreo existente en el momento de cerrar la operación, más los costos de transportación, que se aplican de acuerdo a las tarifas generales de la transportación marítima internacional.

Demanda Mexicana

El consumo nacional aparente de productos pesqueros es en México de 515

071 toneladas. En efecto, nuestro país produjo en 1977 562 102 tons., importó 15 241 y exportó 62 276 tons.

Las exportaciones pesqueras rebasan (4.427 millones de pesos) notablemente a las importaciones (210 millones), manteniendo un fuerte saldo positivo que en 1977 fué para el país de aproximadamente 4 217.0 millones de pesos.

Los productos para usos industriales representaron el 93% de las importaciones y las de consumo humano tan sólo el 7%.

Las principales especies que se demandan en sus diferentes presentaciones son, para consumo humano: angulas, arenque, bacalao, calamares, anchoas, atún, caviar, sardina, berbereches y centolla para uso industrial: aceite de bacalao, aceite de hígado de bacalao, harina de pescado, agar-agar y conchas.

Estimo que, con la información anterior (y con la más amplia y detallada que podemos ofrecer a ustedes en el Departamento de Pesca), podremos concluir que México puede - y desea - sumar su esfuerzo al de los países del Caribe por convertir su potencial pesquero en una fuente real de alimentos, empleos y divisas que respalden positivamente el esfuerzo global de desarrollo de la zona.

Sólo quisiera agregar que conviene realizar tareas concretas que alienten la colaboración regional en el área pesquera.

Complementación e Integración

Lo primero que salta a la vista al examinar las cifras correspondientes a la comercialización en el Caribe, es que el comercio entre nuestros países reviste menor importancia entre sí que aquel que se realiza de los países del Caribe hacia terceros. Esto puede explicarse en el hecho de que nuestras economías nacionales resultan, en términos generales, competitivas y no complementarias. Los países del Caribe suministran productos primarios al mercado mundial de características similares y han descuidado relativamente su diversificación productiva, sobre todo en el área alimentaria, al punto de que algunos de estos países han debido importar durante los últimos años fuertes cantidades de alimentos en renglones donde, en otras épocas, habían sido autosuficientes.

El flujo del comercio zonal se realiza a base de exportaciones de materias primas a los países desarrollados e importación de productos elaborados de estos últimos países. Junto a ello nuestras naciones, dueñas de un potencial de recursos alimentarios aprovechable y de gran significación, continúan padeciendo en buena medida la desnutrición de grandes sectores de su población. Mientras competimos entre sí en el mercado internacional por colocar unos cuantos productos primarios, descuidamos la explotación de aquellos recursos naturales que pueden dar atención a las urgentes necesidades de nuestras mayorías sociales. Quizás, en vez de seguir concentrando esfuerzos únicamente en la producción y exportación de café, cacao, caucho, plátano, azúcar, algodón, etc., debieramos plantearnos como inaplazable un desarrollo paralelo e intensivo en el campo de los cereales, de los forrajes, de los productos pecuarios y pesqueros.

El caso de la pesca configura una de las más valiosas expectativas para

impulsar el desarrollo económico de nuestros países. Los grandes potenciales de recursos pesqueros continentales, litorales y los de la Zona Económica Exclusiva de 200 millas, sólo comparables con los petroleros, constituyen un medio importantísimo para acelerar la producción de alimentos y la capacidad de absorción de mano de obra a bajo costo.

Frente a recursos potenciales pesqueros comestibles e industriales que se estiman gruesamente en millones de toneladas anuales, la oferta de productos pesqueros en la región del Caribe apenas representa una producción de 500 mil toneladas anuales, para un área de mercado calculada conservadoramente en 30 millones de habitantes.

Bien nos vendría, por tanto, adoptar medidas de complementación y asistencia para desencadenar esfuerzos de planificación zonal en la rama pesquera, transfiriendo de unos países a otros aquellos adelantos que puedan repercutir en el propósito de incrementar los niveles de vida, sobre todo de los grupos demográficos de bajos ingresos, en el marco de un modelo tecnológico que impulse las empresas medianas y pequeñas que utilizan mejor los recursos locales y generan más empleo por unidad de capital invertido. Las perspectivas de cambio de las condiciones de la producción pesquera en la Zona del Caribe pueden movilizarse por la acción solidaria de los países que la conforman, con recursos propios y orientación basada en intereses comunes. Instrumentos importantes de la integración pesquera regional son las políticas de producción, de investigación, de becas, flujo regional de productos, aranceles, comercio recíproco, formas de pago y frente común ante terceros países. Claro está que, colateral y complementariamente, los países importadores de alto desarrollo (como los Estados Unidos) representan también una interesantísima posibilidad de colaboración técnica y financiera.

Cuba, México, Venezuela y Puerto Rico, por ejemplo, mantienen niveles de experiencia que pueden y deben compartir con los demás países del área en materia de tecnología industrial, de investigación, de capturas, en materia de acuicultura y de construcción de embarcaciones, dentro del marco de un deseable esfuerzo solidario que nos lleve, a mediano plazo, a duplicar por lo menos la generación de alimentos y materias primas de origen marino y a alentar el consumo por habitante de estos bienes. Las experiencias pesqueras del Perú y Brasil son también estimables.

En el campo de la colaboración y asistencia, pueden asimismo implementarse coinversiones para crear los dispositivos para un mercado regional de acuerdo con las conveniencias e intereses de los países del área.

Analicemos con mayor detalle algunas posibilidades de apoyo recíproco y complementación regional:

Comercio Intraregional

Existen posibilidades de un mayor intercambio de productos pesqueros entre los países de la región, algunos de los cuales requieren grandes cantidades de pescado barato que no están en condiciones de producir, mientras otros tienen los recursos para ello. En muchos casos los acuerdos existentes no han dado especial importancia a los productos pesqueros, lo que ha restringido las posibilidades de comercialización interregional. La utilización integrada de la infraestructura de transporte propia de la región, puede tam-

bién servir para abatir costos excesivos.

Un expediente de gran importancia puede estar representado por la mejora de la difusión, entre nuestros países, del sistema de preferencias del Mercado Común Europeo, para propiciar una mayor incorporación de nuestros productos pesqueros en aquella importantísima área del consumo mundial.

Organizar, a nivel de los países del Caribe, un sistema de información comercial de productos pesqueros, con clara y oportuna expresión de requerimientos de las demandas internas, productos específicos de la región, indicando cantidades, calidades y precios, sería asimismo un valioso apoyo a la complementación.

Otras formas de respaldar la integración de los esfuerzos pesqueros de los países del Caribe serían: la identificación y eliminación de los obstáculos administrativos presentes; el establecimiento de normas sanitarias comunes y el mantenimiento de la calidad de los productos; el estudio de la posibilidad de una programación industrial coordinada de los productos pesqueros entre los países que se complementen, para un mejor aprovechamiento de los recursos disponibles; la organización periódica de Seminarios de Mercadeo de Productos Pesqueros en la zona del Caribe, y la promoción de sistemas de coinversión para organizar la flota pesquera zonal.

Defensa de Precios

El comercio internacional de productos pesqueros demanda especialmente la estructuración de una estrategia global para defender los precios en el mercado exterior, inscrita en el marco de los países que concurren a los grandes centros consumidores.

La condición de producto primario de los pescados y mariscos, sobre todo de aquellos cuya escala de exportación contribuye mayormente a la captación de divisas, imprime a las operaciones un carácter vulnerable, sensible a los cambios de política arancelaria.

Una estrategia de esta naturaleza, asociada a las políticas de conservación y aprovechamiento de los recursos de la pesca, podría derivar en un sólido intento por racionalizar la explotación de los recursos marinos y contribuir mejor a la alimentación mundial.

Lo que en otros ámbitos se ha configurado como convenios del azúcar, algodón, café, cacao, etc., constituye un imperativo para el renglón de comercialización de productos pesqueros. Los convenios de atún, bacalao y especies migratorias de alta densidad, han encontrado eco en los foros internacionales y, como ejemplo solidario, se han iniciado en un marco reducido de países limítrofes y se han ampliado de acuerdo con los intereses de todos los que participan en las pesquerías.

Las capturas de especies como camarón, langosta, langostino, corvina, y otras de menor importancia, asumen en la mayoría de los casos formas de pesca artesanal, en cuyo proceso participa un importante volumen de mano de obra y de recursos locales de producción, que son afectados gravemente por los cambios bruscos en la demanda y la variación de los precios internacionales, sin considerar las consecuencias imprevisibles de una disminución en los esfuerzos para captar recursos externos para el desarrollo. La actividad

pesquera en general, pero particularmente la realizada en el ámbito de los países de menor desarrollo, demanda seguridad y garantías de una evolución sostenida.

Un acercamiento de política en esta área, con técnicos que pudieran avanzar en la preparación de los instrumentos apropiados, facilitar el intercambio de información e identificar los intereses de cada país, podría servir de base para establecer un *convenio de defensa del mercado exterior de los productos pesqueros de la región*, que podría complementarse con un mecanismo de cooperación internacional donde participasen países que quisieran aportar recursos financieros, materiales y tecnológicos para garantizar la colocación de la producción pesquera adicional en el mercado exterior.

Concesiones Arancelarias

Debido a que, en el tratado de Chaguaramas, la Comunidad Caribeña se constituyó hasta 1973, el estudio de las relaciones entre sus países miembros es sumamente reciente; de esta forma, sectores estratégicos como el pesquero han tenido poca atención. Estudios de la CEPAL¹ han demostrado que el intercambio recíproco entre países del Caribe y la América Latina ha sido de mínimas proporciones, representando apenas el 8% del comercio global de la región.

Por este motivo, creemos constructivo impulsar el desarrollo del comercio pesquero con el Mercado Común del Caribe. Este, dentro de sus principales objetivos tiene los de coordinar progresivamente las relaciones comerciales de los estados miembros con terceros países o bloques de países y los planes de desarrollo para sectores específicos. La Asociación Latinoamericana de Libre Comercio (ALALC), donde participa nuestro país, por su parte, establece entre sus más significativas metas las de ampliar mercados, aprovechar recursos regionales y coordinar esfuerzos nacionales.

Por ésta razón, como participante en el bloque económico de la ALALC, México establece libre importación para países miembros y ninguna tasa advalorem sobre costo, seguro y flete (C.I.F.), concretamente en productos pesqueros como peces para ornamentación y pescados secos o ahumados (incluso cocidos antes o durante el ahumado), entre otros; así también en algunos bienes para la captura y transformación de productos pesqueros.

Esperamos, para terminar, que este evento, que reúne a numerosos científicos, profesionales y técnicos de grande y reconocida calidad, interesados en estimular el cada vez mayor y más racional aprovechamiento de los recursos pesqueros, tenga el buen éxito que merece. Por nuestra parte, ratificamos nuestro reconocimiento por su gentil invitación a exponer algunas ideas respecto a la comercialización de los productos pesqueros y reiteramos a ustedes que estamos a sus órdenes para cualquier ampliación o explicación de lo que aquí hemos expresado.

¹ Véase ONU-CEPAL "Estudio del Comercio Interamericano - DOC. E/CN. 12/369/Rev. 10. abril 1956.