

SESIÓN II EVOLUCIÓN HISTÓRICA DEL COMERCIO EXTERIOR

1. El Comercio y el Hombre en la Antigüedad

El comercio es una actividad humana muy antigua. En efecto, el hombre primitivo ya comerciaba y lo hacía para satisfacer sus necesidades básicas y obedeciendo a su naturaleza eminentemente social. Los primeros intercambios se hicieron entre tribus a través del **trueque**, término que proviene del verbo "**troc**ar" y que significa entregar una cosa a cambio de otra. Sin embargo, conforme las transacciones económicas se fueron haciendo más complejas, el comercio en base a trueque fue mostrando importantes inconvenientes.

En primer lugar, surgió la dificultad para valorizar los productos que se intercambiaban. Un asunto es trocar algún alimento por ganado estableciéndose una relación de intercambio conveniente y otro asunto muy distinto es tratar de intercambiar tres, cuatro o más productos al mismo tiempo, pues en estas circunstancias la valorización resulta muy difícil.

Por otro lado, se presentaban adicionales inconvenientes como la dificultad para trasladar permanentemente los productos que se quería vender o el hecho que no siempre se necesitaba ese producto en particular. En este contexto surgió la moneda como un instrumento facilitador del intercambio, lo que se constituyó en su función básica además de las funciones de unidad de cuenta y reserva de valor que adquirirían importancia posteriormente.

Como señala el historiador de las principales monedas René Sédillot: **"Cuando aparecen las primeras monedas para los pagos internacionales, monedas animales, vegetales, o minerales, se imponen por sí mismas, sin que sea necesario convenirlo expresamente.... La primera gran moneda internacional es el cauri, esa concha blanco- amarilla clara, semejante a la porcelana que recogen antes y después de las grandes mareas los indígenas de las Islas Maldivas, en el Océano Indico. Desde este centro ha irradiado durante siglos hacia el este hasta Indonesia, Filipinas, Nueva Zelanda - hacia el norte, la India, Indochina y China; hacia el oeste, todo el continente africano hasta Mauritania. El cauri se ha empleado como joya, atesoramiento y moneda de pago.... ha sido para muchos pueblos durante siglos - y aún milenios- el instrumento universal de pagos."**

El surgimiento de la moneda, las conquistas de nuevos territorios (que

implicaban, a su vez , nuevos mercados) y los adelantos tecnológicos que facilitaban la producción y el transporte fueron constituyéndose en factores propagadores del comercio y dándole cada vez un mayor alcance internacional. Pero quizás el factor más importante que ha estimulado el comercio internacional tiene que ver - como ya hemos anotado anteriormente- con lo que Adam Smith destacaba en el sentido que la división **del trabajo** y la especialización tienen su limitante en el **tamaño del mercado**. Smith afirma al respecto: "**Así como la facultad de cambiar motiva la división del trabajo, la amplitud de esta división se halla limitada por la extensión del mercado. Cuando este es muy pequeño, nadie se anima a dedicarse por entero a una ocupación, por falta de capacidad para cambiar el sobrante del producto de su trabajo, en exceso del propio consumo, por la parte que necesita de los resultados de la labor de otros**"

Por lo tanto, el desarrollo del comercio internacional es una condición fundamental para expandir la actividad económica.

Leyendo la **Biblia** nos podemos dar cuenta de lo antiguo que es el comercio. Precisamente, en **el Antiguo Testamento** encontramos, por ejemplo, referencias claras a actividades comerciales entre lejanas tierras durante el reinado de Salomón, el sabio gobernante de Israel. Así, en **1-REYES, 10** (27-29) se señala:

"Salomón hizo que la plata fuera tan abundante en Jerusalén como las piedras, y los cedros tan numerosos como los sicómoros" en la llanura. Los caballos de Salomón venían de Cilicia. Se traía de allá un carro por seiscientas monedas de plata y un caballo por ciento cincuenta. En iguales condiciones se los exportaba para todos los reyes de los heteos y para los reyes de Aram. Los mercaderes de Salomón eran los que hacían todos estos trámites."

Había, en consecuencia, una intensa actividad comercial: Salomón vendía a los heteos del norte carros de Egipto, y a los egipcios les vendía caballos heteos adquirió también naves de Tarsis y compró oro y perfumes en las costas de África.

2. **El Comercio en el Lejano Oriente y Egipto.**

En el Lejano Oriente, desde tiempos muy remotos, se desarrolló también una importante actividad comercial, especialmente entre India, China y Japón. Los europeos siempre se sintieron atraídos por estos pueblos especialmente por sus productos exóticos como perfumes y ungüentos. **A través del Golfo Pérsico se desarrolló el comercio entre Oriente y**

Occidente.

Por otro lado, los egipcios también gustaron de comerciar especialmente organizando caravanas hacia Etiopía, Níger y otros lugares. Como lo describe detalladamente el historiador Jacques Pirenne, durante el apogeo del Imperio Egipcio (del 1450 al 1372 a.de C. aproximadamente), las relaciones por mar y tierra eran constantes:

Los Chipriotas importan cobre de los puertos del Delta. El propio Rey de Alasia manda cantidades importantes de metal y de madera a cambio de plata, jarras de aceite, caballos, carros, una cama de madera incrustada en oro y vestidos femeninos. Naves fenicias remontan el Nilo hasta Tebas. En el país los cretences realizan un activo comercio de cerámicas y aceite de oliva, e importan cobre, plata, estaño y madera, transportando a las islas y Grecia, de regreso, productos manufacturados egipcios y artículos arábigos".

En esta época el comercio cretense domina todo el Mediterráneo y es tal su importancia que los Reyes de la XVIII Dinastía Egipcia construyeron un gran puerto en la Isla de Faros (que fue el origen de Alejandría) para recibir a los marinos cretences, que hacían de intermediarios entre los egipcios y los otros pueblos del Mediterráneo Oriental. Fue un periodo en el que se buscó expandir al máximo las relaciones comerciales de Egipto.

3. Los Fenicios y las Principales Rutas Comerciales

Los fenicios fueron unos grandes navegantes y lograron tener la mejor flota del Mediterráneo entre el Siglo XII y el Siglo VIII a.de C. Sus conocimientos astronómicos y sus mejores embarcaciones les permitieron emprender arriesgados viajes y convertirse en los comerciantes más intrépidos de la antigüedad. De la India traían canela; de Arabia, oro e incienso; de Egipto, algodón y vinos; de Siria, lana; de Armenia, caballos, etc.

Con estos productos iban a lo largo del Mediterráneo estableciendo contactos y comerciando con diferentes pueblos. En Occidente buscaban metales como el oro, plata, cobre, hierro y estaño así como animales y esclavos; a cambio ofrecían los productos que traían de Oriente. Tiro y Sidón fueron las dos ciudades más importantes de Fenicia, y, por supuesto, los centros comerciales más importantes de la época en Occidente

hasta que Alejandro Magno las conquistó.

Durante estos años las **principales rutas comerciales** que se habían establecido eran las siguientes:

Por tierra: Desde Babilonia hasta Samarcanda en la India y alrededor del Mediterráneo (se organizaban caravanas con camellos).

Por mar: A través del Mediterráneo y el Mar Negro; y, por el Océano Indico y el Golfo Pérsico.

Adam Smith al destacar las ventajas del transporte acuático para el comercio internacional señala: "...es **cosa natural que los progresos del arte y de la industria se fomentasen donde tales facilidades convirtieron al mundo en un mercado para toda clase de productos del trabajo; en cambio tales progresos tardaron mucho en extenderse por las regiones interiores el país...**' Las naciones que fueron civilizadas, en primer lugar, de acuerdo con los más auténticos testimonios de la historia, fueron aquéllas que moraban sobre las costas del Mediterráneo. Este mar, el mayor de los mares interiores conocidos del mundo, desconoce la fuerza de las mareas y , por eso, las olas se deben únicamente a la acción del viento.... Pasar las Columnas de Hércules, o sea transponer el Estrecho de Gibraltar , se consideraba en el -mundo antiguo la empresa de **navegación más admirable y arriesgada..**: En estos tiempos los navegantes (y comerciantes) buscaban efectivamente navegar sin perder de vista la costa debido a que todavía no se conocía la brújula y el Mar Mediterráneo daba esta tranquilidad.

4. El Comercio en Grecia y en el Imperio Romano

Los **griegos** no se destacaron precisamente por tener un comercio muy desarrollado e incluso algunos de los principales filósofos griegos no miraban con buenos ojos al comercio y a los comerciantes. Sin embargo, los griegos no producían lo suficiente para satisfacer las necesidades básicas de su población y por ello se vieron en la necesidad de comerciar con otros pueblos.

Platón (428 - 347 ó 348 a. de C.) analiza con profundidad las razones por la que surge el comercio en su famosa obra "La República". En el Libro Segundo afirma:

"¿Cómo irán mejor las cosas, haciendo uno sólo muchos

oficioso limitándose cada uno al suyo propio? Irán mejor si se limita cada uno al suyo propio ... Si queremos, en efecto, que todo marche bien, el labrador no debe hacer por sí mismo su arado, su azadón, ni las demás herramientas aratorias. Lo mismo sucede con el arquitecto, el cual necesita muchos instrumentos; y lo mismo con el zapatero y con el tejedor... He aquí que tenemos ya necesidad de carpinteros, herreros y otros obreros de esta clase, que tienen que entrar en nuestro pequeño Estado que de este modo se agranda... Es casi imposible que un Estado encuentre un punto de la tierra en el que pueda sacar todo lo necesario para su subsistencia.... También tendrá necesidad nuestro Estado, por consiguiente, de que vayan algunas personas a los Estados vecinos a buscar lo que le falta.... Pero estas personas darán la vuelta sin haber recibido nada si no llevan para cambiar cosas que allí se necesitan.. Por lo tanto, no basta que cada uno trabaje para el Estado, porque tendrá que trabajar también para las necesidades de los extranjeros... Habrá necesidad de gentes que se encarguen de la importación y exportación de los diversos objetos que se cambian. Los que tal hacen se llaman comerciantes.... Luego se necesitará un mercado y una moneda , signo del valor de los objetos cambiados ... ¿No es acaso esta cita una excelente explicación - para aquella época y aún para la nuestra - de temas como la especialización, la satisfacción de las necesidades de los consumidores, las ventajas del comercio internacional y la utilidad de la moneda?

Aristóteles (384 - 322 a. de C.) distingue entre un tipo de adquisición "natural" y un tipo de adquisición "antinatural" y considera al comercio como un cambio natural pues, en su origen, su único fin era el satisfacer necesidades naturales. Dice Aristóteles: "... **En su origen, el cambio no se extendía más allá de las primeras necesidades, y es ciertamente inútil en la primera asociación, la de la familia. Para que nazca es preciso que el círculo de la asociación sea más extenso.... Este es el único cambio que conocen muchas naciones bárbaras, el cual no se extiende a más que al trueque de las cosas indispensables; como, por ejemplo, el vino que se da en cambio de trigo.**

El filósofo griego relaciona luego el comercio internacional con el origen de la riqueza y el surgimiento de la moneda: "...aquí **es donde puede encontrarse lógicamente el origen de la**

riqueza. A medida que estas relaciones de auxilios mutuos se transformaron, desenvolviéndose mediante la importación de los objetos de que se carecía y la exportación de aquellos que abundaban, la necesidad introdujo el uso de la moneda, porque las cosas indispensables a la vida son naturalmente difíciles de transportar."

En ésta época se llegó a despreciar el comercio cuando se aleja de sus fines naturales y se hace para generar riqueza. "**El dinero es el que parece preocupar al comercio, porque el dinero es el elemento y el fin de sus cambios; y la fortuna que nace de esta nueva rama de adquisición parece no tener realmente ningún límite...**" y agrega que el comercio se di vida"...en **tres ramas diversamente lucrativas: comercio marítimo, comercio terrestre y comercio al por menor..:**

Pero, mientras el pensamiento predominante en la época le daba al comercio un tratamiento ético, el fenómeno seguía desarrollándose y haciéndose cada vez más complejo. En la época de **Pericles** (495 - 429 a. de C.), Jefe de Estado Ateniense, el puerto del Pireo llegó a ser un muy importante centro comercial. Como señala Alberto Malet, este puerto"...fue **almacén o depósito de los trigos de Tracia y de Egipto, de la pesca del mar Negro, de los metales del norte, de los tapices y telas de Oriente, de los cedros, de la púrpura y de la cristalería de Fenicia, del lino de Egipto, y de los vinos y frutos de las islas...."**

De los **romanos** y su vinculación al comercio podemos destacar su lucha contra los piratas que se habían convertido en el principal enemigo del flujo de mercancías por vía marítima, confirmando desde esa época que la seguridad es esencial para la normal marcha del comercio. También construyeron importantes puertos en el Mediterráneo como el de Ostia preparados para buques veleros y de mayor tamaño y capacidad de carga.

Roma llegó a ser la ciudad más importante de Occidente y, por supuesto, a ella llegaban productos de todo el mundo incluidas las fieras salvajes que utilizaban en el circo. Ya en la época de la decadencia del Imperio, **con Dioclesiano, surgen** las primeras asociaciones comerciales con fines de protección y ayuda mutua tal como la " naviculari marini".

5. El Comercio en la Edad Media

Durante la Edad Media, el comercio de Occidente experimentó un notable retroceso. Recordemos que entre las características principales de la economía feudal estaba el autoabastecimiento; todo giraba alrededor del feudo como una especie de microregión sin conexión con los otros feudos. El comercio era en sí mismo un elemento desintegrados de esa rígida estructura feudal y por eso no se le promovió durante varios siglos.

El pensamiento económico que se desarrolla en esta época está muy vinculado a concepciones de tipo ético-moral en relación a temas como la propiedad, el comercio, la moneda y la usura (tasa de interés) Santo Tomás de Aquino (1225 - 1274) en su libro "La Suma Teológica" afirma : "**...Todo lo puede el dinero en opinión de los infinitos necios, que sólo saben de -bienes corporales que se obtienen con el dinero Con el dinero pueden adquirirse todos los bienes del comercio, pero no los espirituales, que no pueden venderse**". El comercio, como otros fenómenos económicos, se explica en esta época en relación a si se considera adecuado o inadecuado, mas no se da una explicación sobre su naturaleza, lo que sí ocurrirá años más tarde con los economistas clásicos.

Contrariamente a lo que ocurría en Occidente, en la parte oriental de lo que fue el Imperio Romano (**Bizancio**), el Emperador **Justiniano** fomentó el comercio con China a través de dos rutas: **por vía terrestre** a través de Persia y por **vía marítima** por el Golfo Pérsico, el Océano Indico y Ceilán (isla que actualmente se denomina Sri Lanka). Consiguieron importar gusanos de seda desde China y crearon en Bizancio una industria de la seda.

Los **bárbaros** se fueron asentando paulatinamente en los territorios conquistados y, poco a poco, la actividad comercial se fue recuperando. Hacia el Siglo XI d. C. **Venecia** y **Flandes** se constituyeron en dos núcleos comerciales muy importantes. Los venecianos comerciaban directamente con Siria y Egipto a los que compraban perfumes de todo tipo que, a su vez, distribuían por toda Europa. Por su parte, los flamencos importaban lana de Inglaterra y Castilla y confeccionaban tejidos que luego vendían.

Con el auge del comercio surgieron las **factorías** que se ubicaban en todos los puertos importantes. Las factorías eran grandes almacenes en los que se depositaban las mercaderías en espera de la llegada del barco en el que iban a ser transportadas. Las caravanas que llegaban por tierra guardaban allí sus productos

para ser embarcados posteriormente. Así, las factorías de la Edad Media son el antecedente de los actuales Almacenes Generales de Depósito en el comercio exterior. Las factorías más importantes del Mediterráneo fueron las de Constantinopla, Caffa, Acre, Beirut, Antioquía y Trípoli, entre otras.

Mientras esto ocurría en el Mediterráneo, en el norte de Europa, en el Mar Báltico, hacia fines del Siglo XII varias ciudades de la costa se asociaron con fines comerciales y para defenderse de los temibles vikingos. El centro comercial más importante era la ciudad de Lubeck y desde ahí se consolidó la **Liga Hanseática** creando factorías desde España hasta Rusia (entre las que destacan: Gotland, Novogorod, París, Londres y Brujas).

En esta época, las principales rutas comerciales eran las siguientes:

- a) Por tierra habían tres grandes caminos
 - Desde el Mar Báltico hasta Venecia,
 - Siguiendo el curso del Río Danubio, hasta el Mar Negro,
 - Desde Brujas a Marsella, siguiendo el curso del Río Rhin. Las rutas terrestres seguían pues el curso de los principales ríos navegables.
- b) Por mar habían también tres grandes rutas:
 - A través del Mar del Norte,
 - De Génova hacia Oriente Medio y de ahí hacia China e India,
 - De Bizancio a Creta y a Oriente Medio.

En esos años la navegación había mejorado enormemente con la utilización en toda Europa de un invento chino muy antiguo: **la brújula**. Se va consolidando desde entonces un cambio cualitativo en el comercio internacional que pasa de ser un comercio intracontinental a un comercio intercontinental, proceso que posteriormente se acelerará con los descubrimientos geográficos y el invento de la máquina de vapor que permitirá viajes más rápidos por la vía marítima.

También habría que mencionar la participación de los árabes en el comercio internacional que, aunque al principio no fue muy intensa, desde la unificación conseguida por el Profeta Mahoma, se expandieron fuera de su península llegando a dominar el norte de África y la Península Ibérica además de varias islas del Mediterráneo. Con ésta expansión se desarrolló su economía y su comercio; Bagdad, Damasco y El Cairo se convirtieron en los centros comerciales más importantes.

6. Las Ferias, los Mercados y las Instituciones Bancarias : Factores que Promueven el Comercio Internacional

El desarrollo de los mercados y la organización de las Ferias constituyó un definitivo impulso, primero al comercio local y después al comercio internacional. Una de las Ferias más importantes fue la de Champaña, región francesa famosa por sus vinos, que se encuentra ubicada entre Flandes y el Norte de Italia. Las ciudades feriales gozaban de una serie de privilegios que les otorgaba el Rey. En efecto, éstas tenían protección especial, y durante los días de Feria se suspendían los juicios y las ejecuciones. La propia Iglesia levantaba la prohibición de la usura (término que se utilizaba para describir el préstamo de dinero a cambio de un interés) durante los días que duraba el evento ferial.

Por otro lado, un factor que también ha influenciado positivamente en el desarrollo del comercio internacional ha sido el crecimiento experimentado por las actividades de los bancos. Los antecedentes más remotos de las actividades bancarias se encuentran 2000 años a.de C.. en Babilonia. La aparición posterior de la moneda favoreció las operaciones bancarias que se generalizarían en Grecia y Roma. La condena de la Iglesia a la práctica de la usura hizo que durante buena parte de este período la actividad bancaria se mantuviera relativamente estancada.

En esa época las actividades bancarias estuvieron básicamente a cargo de los judíos, los templarios (que ayudaron a financiar las Cruzadas a Tierra Santa) y los lombardos.

En esta época se ideó la "**letra de pago**", documento por el que se comunicaba a un banquero de otra ciudad que pagase al portador una cantidad determinada de dinero. Con ello se dio un paso importante en el fomento del comercio pues los comerciantes estaban expuestos a continuos asaltos en los largos e inseguros caminos. La "letra de pago" es el antecedente de lo que hoy se conoce como la "**letra de cambio**" ampliamente utilizada en las operaciones comerciales.

7. El Comercio Internacional durante el Siglo XVI

Como hemos visto anteriormente, en la Antigüedad y en la Edad Media, el comercio internacional no tenía el carácter general que en nuestros días presenta. Charles Gide apunta al respecto: "**...Estaba en manos de algunos pueblos pequeños, quienes, por razón de su situación marítima -Tiro y Cartago en la Antigüedad, las Repúblicas de Italia o las ciudades de la Hansa en la Edad Media, Holanda a principios de la historia moderna- habían monopolizado el comercio y los transportes. Los demás pueblos desempeñaban un papel puramente pasivo.**"

Durante el Siglo XVI se produce una reorientación del comercio desde el Mediterráneo y el Báltico, donde había estado concentrado hasta entonces, hacia el Océano Atlántico. Lo anterior está muy relacionado al descubrimiento del continente americano por Cristóbal Colón a fines del siglo anterior y al mayor conocimiento del África por parte de los portugueses. El descubrimiento de "nuevos mundos" impulsó a comerciantes, navegantes, misioneros, colonos y aventureros a emprender largos viajes por vía marítima. Los "nuevos mundos" implicaban también "nuevos mercados". A partir de esos años, el comercio internacional por mar se convirtió en el más importante por ser una vía más rápida, más segura y más barata.

Se empiezan a desarrollar las empresas comerciales, generalmente individuales o familiares. Entre estas últimas destacan la familia Fugger, la familia Affaitadi y la familia Médicis. En estos años se amplía el uso de la "letra de cambio" como documento negociable y endosable a favor de un tercero. Se empezó entonces a comprar bienes sin dinero, tan sólo con la firma de una serie de "letras" con un vencimiento determinado y a negociar esos documentos valorados.

El comercio intercontinental se desarrollaba básicamente entre América, España y Portugal. Llegaban a Europa nuevos productos, especias o sustancias aromáticas, azúcar, pimienta, madera del Brasil, así como oro y plata de América del Sur. España, Inglaterra y Holanda se constituyeron en las potencias comerciales de la época.

8. **El Mercantilismo.**

Desde fines del Siglo XVI y, de manera más evidente, durante los Siglos XVII y parte del XVIII se desarrolló la denominada "**Época del Mercantilismo**". Se difunden entonces ideas como aquella que asociaba la riqueza de un país a la cantidad de metales preciosos (oro y plata) que pudiera atesorar; posteriormente se considerará que las exportaciones deben ser mayores que las importaciones; y, en una etapa más desarrollada se considerará que lo importante es exportar productos manufacturados.

Gide analiza el entorno en el que surge el mercantilismo y las razones por las que empieza a ser importante la competencia a nivel internacional: "Cuando los grandes Estados modernos comenzaron a constituirse, en los Siglos XVI y XVII se produjo un cambio importante en el comercio internacional por dos razones:

1. Porque esos grandes Estados manifestaron la pretensión de constituirse en mercados nacionales, de

producir lo que necesitaban y de bastarse a sí mismos.

2. Porque la apertura de las grandes rutas marítimas del mundo dio al comercio internacional un desarrollo hasta entonces desconocido. La competencia internacional...comenzó a hacerse sentir desde el día en que dicho comercio se halló en condiciones de transportar artículos de consumo corrientes, tales como los paños de Flandes. Entonces fue cuando se constituyó un conjunto de teorías...que han recibido el nombre de mercantilismo.

Xavier Scheifler, por su parte, considera que "los autores que generalmente se catalogan bajo la etiqueta de "mercantilistas" no conocieron nunca esta denominación, que proviene de Adam Smith... El Mercantilismo no es una escuela, sino únicamente todo el conjunto de recetas económicas que busca un objetivo: el enriquecimiento del Príncipe, en los primeros siglos, y de la Nación en el Siglo XVIII":

El Mercantilismo tomó una forma particular según el país o países donde se practicaba. Así, el Mercantilismo Español fue esencialmente metalista (bullonista); el holandés y el británico fue un mercantilismo de naturaleza financiera y comercial, y el francés un mercantilismo industrial. Entre los mercantilistas más destacados podemos mencionar a Josiah Child (1630-1699), Thomas Mun (1571-1641) y William Petty (1623-1687) en Inglaterra ; Jean Bodin (1530-1596) en Francia; Antonio Serra en Italia ; y, Juan de Mariana en España.

Thomas Mun, por ejemplo, publicó en 1621 su "Discurso acerca del Comercio de Inglaterra con las Indias Orientales" y más tarde escribió su famosa obra "La Riqueza de Inglaterra por el Comercio Exterior" que fue publicada por su hijo en 1644. Para Mun el medio para aumentar la riqueza es el comercio exterior. "La regla que se ha de observar en el comercio para obtener la acumulación de metales preciosos es la de vender más en valor de lo que importamos:

Es a los mercantilistas a quienes se les atribuye la idea de utilizar los derechos de aduana para dificultar la entrada de productos extranjeros y desarrollar la industria nacional a lo que se denomina el "proteccionismo". Fueron los mercantilistas los que asesoraron a "Cromwell en Inglaterra, Colbert en Francia, que fueron los primeros hombres de Estado que crearon un verdadero y completo sistema proteccionista".

9. El Comercio Internacional en los Siglos XVIII y XIX

En el Siglo XVIII el mundo empieza a experimentar los beneficios de la denominada "Primera Revolución Industrial". A los importantes cambios tecnológicos y al fenómeno del "maquinismo" se añaden la ampliación de los mercados, el desarrollo de los medios de transporte, importantes cambios institucionales e incluso cambios en la mentalidad de los agentes económicos, y todo ello influye en el comercio internacional. En este Siglo la flota de barcos ingleses es impresionante. Se construyen navíos más grandes y más rápidos con diseños modernos que aumentan su capacidad de carga y exigen tripulaciones más profesionales y experimentadas. El comercio se intensifica; Europa consume cada vez más azúcar, café, algodón, tabaco, té, seda, tejidos de algodón, estampados, porcelanas y, a cambio, exporta productos manufacturados. Este comercio se orienta fundamentalmente hacia el Oeste de manera que decaen antiguos puertos como el de Venecia y adquieren importancia como centros comerciales Londres, Bristol, Liverpool, Burdeos, Copenhague, entre otros.

En 1775 apareció publicado el libro de Richard Cantillos titulado: "Ensayo sobre la Naturaleza del Comercio en General" en el que el autor realiza una explicación acerca de la importancia de los gastos de transporte y su incidencia en la competitividad. Afirma: "Los gastos de transporte aumentan considerablemente el precio de las cosas que se remiten a lejanos países, pero estos gastos son bastante módicos en los Estados marítimos, donde existe una navegación regular para todos los puertos extranjeros, gracias a la cual casi siempre se encuentran naves dispuestas a hacerse a la vela, transportando cuantas mercancías se les confía, por un flete muy razonable. No ocurre lo mismo en los Estados donde la navegación no es floreciente. Precisa en ellos construir navíos expresamente para el transporte de mercaderías, lo que, en ocasiones, se lleva todo el beneficio; la navegación en tales casos resulta muy costosa, circunstancia que desalienta por completo el Comercio. En este contexto de profundas transformaciones económicas y sociales y de verdadera efervescencia comercial se empiezan a acumular capitales y muchos comerciantes se convierten en solventes hombres de negocios. También se hace más evidente el proceso de interdependencia entre países. Los países se especializan cada vez más y exportan de acuerdo a sus ventajas comparativas.

El Siglo XIX es un período de grandes inventos como el ferrocarril y el telégrafo que también tienen gran repercusión en el comercio

internacional. Se realizan asimismo importantes obras de ingeniería que facilitan el transporte marítimo y se inician los trabajos de dos canales de estratégica ubicación e importancia: Suez y Panamá. El primero comunica el Mediterráneo - cuya única salida era hasta entonces el Estrecho de Gibraltar- con el Mar Rojo y, por lo tanto, con el Océano Indico, mientras que el segundo comunica dos grandes océanos: el Atlántico y el Pacífico; ambos permiten un importante ahorro de tiempo y dinero para el transporte marítimo de mercaderías. Ya no son estas épocas de comerciantes propietarios de pequeñas naves que navegan en busca de productos nuevos; tampoco son tiempos de asociaciones comerciales de tipo familiar como las que originalmente se formaron. Son más bien años en los que se crean grandes sociedades comerciales y se empiezan a suscribir tratados comerciales entre dos o más países. Y, paralelamente, van surgiendo asimismo bancos comerciales internacionales con una amplia red de sucursales y una diversidad de operaciones de financiamiento que ponen a disposición de los operadores del comercio internacional.

10. **El Comercio Internacional en el Siglo XX.**

El comercio internacional de nuestros días es igual de fascinante que el que conocieron los primeros comerciantes, pero es también más diversificado y complejo. Desde los años cincuenta, con la invención de la computadora, la participación de los servicios en el comercio internacional ha crecido sustancialmente; los adelantos en los campos de la informática, telemática, robótica, transportes (en este siglo se incorporan la aviación comercial y los grandes camiones de carga) así como en la biotecnología y en la ciencia de los nuevos materiales, han planteado nuevos retos para el comercio internacional, con mayores exigencias de eficiencia y calidad, lo que ha obligado a las empresas a buscar liderazgos competitivos sostenibles.

Los cambios tecnológicos son muy rápidos y tienen efectos tanto en la producción como en la comercialización. Sólo por poner un ejemplo reflexionemos sobre el hecho que, hasta mediados de los años ochenta, las empresas que participaban en el comercio internacional se comunicaban y hacían sus pedidos y cotizaciones vía telex ; hacia fines de esa década prácticamente ya no habían -en las empresas aparatos de telex pues estos habían sido reemplazados totalmente por el telefax y, en los años noventa, las comunicaciones y transacciones se hacen por correo electrónico , con los consiguientes efectos positivos en tiempos y costos , y todo ello ha ocurrido en menos de diez años.

Podríamos citar muchos otros ejemplos igualmente espectaculares

como el desarrollo de los mega-puertos, la mayor rapidez y capacidad de bodega para el transporte de carga con los buques celulares de tercera generación; la importancia del uso de contenedores y el desarrollo de tecnologías para lograr la adecuada conservación de productos perecibles de exportación hasta que lleguen a sus mercados de destino con los contenedores "de atmósfera controlada"; la organización de Ferias Especializadas; la venta a través de catálogos, el consumo mediante tarjetas de crédito, etc.

Por otro lado, los consumidores del Siglo XX son más exigentes y mejor informados y la mentalidad de los empresarios también ha cambiado orientándose fundamentalmente a satisfacer las exigencias del cliente; se trabaja entonces para que el cliente o consumidor final tenga un buen producto y un buen servicio y, al mismo tiempo, se hacen permanentes esfuerzos para reducir los costos y lograr una organización flexible en la empresa.

Hoy en día, para que un producto sea competitivo, es tan importante que sus costos de producción sean bajos como que el costo de la distribución física internacional sea también bajo. Nos referimos a los costos de transporte, almacenamiento, servicios de financiamiento, seguros, aseguramiento de calidad, certificación sanitaria, aduanas, envase y embalaje y otros costos que, en conjunto, pueden marcar la diferencia entre poder exportar o no.

El comercio de fines del Siglo XX exige, por lo tanto, no sólo **empresas exportadoras competitivas** sino también un **entorno competitivo**, lo que significa que existan clientes exigentes, mercados locales dinámicos, proveedores comprometidos con la excelencia en el servicio, factores de producción de alta calidad, buena infraestructura, permanente capacitación, políticas macroeconómicas adecuadas, es decir, un esfuerzo general por lograr una participación exitosa en el comercio internacional.

Hemos podido apreciar cómo, a lo largo de la historia, el comercio internacional ha tenido una orientación Oriente- Occidente la que se ha mantenido substancialmente durante el Siglo XX. Desde la finalización de la Segunda Guerra Mundial y, de manera especial, en los últimos treinta años, se han consolidado tres ejes comerciales de importancia: el de EE.UU. que es -individualmente considerado - la primera potencia comercial del mundo; el de Europa Occidental, liderado por Alemania; y el asiático liderado por Japón. Estos, tres ejes comerciales explican las tres cuartas partes del comercio mundial.

Al mismo tiempo, se han consolidado o creado Bloques Regionales de Integración que constituyen poderosas fuerzas comerciales como la Unión Europea o el Tratado de Libre Comercio de América del Norte (TLQ respectivamente. En América Latina, los países hacen esfuerzos por avanzar en las diferentes etapas de la integración (que inicialmente es básicamente comercial) en Bloques como la Comunidad Andina, el MERCOSUR o el Mercado Común Centroamericano (MCCA).

El debate que, desde la época del mercantilismo, se planteaba entre los que son partidarios del **liberalismo** comercial y los que defienden el **proteccionismo**, en esta época se relaciona a las diferentes posiciones que tienen **multilateralistas** (que propician el libre comercio) **y regionalistas** (que sostienen la conveniencia de consolidar los Bloques Regionales de Integración). Los primeros consideran -como refiere Jagdish Bhagwati - que: "**... los Bloques Comerciales pueden ser buenos en principio, pero es probable que sean malos en la práctica**"; por su parte, los regionalistas - entre los que destaca Paul Krugman - piensan que "**... los Bloques Comerciales son malos en principio, pero buenos en la práctica**". Lo que añadiríamos nosotros es que si los Bloques de Integración son buenos o malos no es lo más importante; se trata más bien de analizar si contribuyen o no y de qué manera al crecimiento y al mayor bienestar mundial.

Por definición, los Bloques Regionales de Integración - como veremos más adelante- suponen un cierto grado de proteccionismo y podría parecer contradictorio que en la actualidad coexistan esfuerzos por fomentar el libre comercio y por consolidar las experiencias de integración entre países. Sin embargo, se considera que es posible compatibilizar la interdependencia nacida de Acuerdos Preferenciales en el marco de la integración con la interdependencia resultante de la liberalización del comercio en general. A esta posición se le ha **denominado "Regionalismo Abierto"** y es sostenida por la Comisión Económica para América Latina (CEPAL)".

Los mercados son hoy, en relación a décadas anteriores, mucho más abiertos especialmente en cuanto a niveles arancelarios y, aunque todavía se mantienen restricciones al libre flujo de mercancías (especialmente de tipo no-arancelario) la tendencia es hacia una mayor liberalización del comercio internacional. A ello ha contribuido el hecho que el comercio internacional durante el Siglo XX se ha organizado multilateralmente, especialmente después de la Segunda Guerra Mundial.

La organización del comercio a nivel multilateral se sustentó durante

varias décadas en el Acuerdo GATT del año 1947 y , a fines de 1994 , la mayoría de los países del mundo suscribieron un nuevo Acuerdo denominado GATT' 94 ha dado origen a la Organización Mundial de Comercio (OMC) que entró en funciones al año siguiente. Entre las principales tareas que se ha propuesto la OMC están las de servir de Foro para las negociaciones, contribuir a la solución de diferencias y propiciar una mayor transparencia en las transacciones comerciales internacionales con la reducción o eliminación de restricciones no-arancelarias. Así, el contexto internacional muestra, en líneas generales, mercados más abiertos y una más expresa voluntad política para procurar un comercio más libre.

No podríamos dejar de mencionar - al caracterizar el comercio internacional del Siglo XX - la importancia del fenómeno de la **Globalización**. En efecto, ya en los albores del tercer milenio, la economía y el comercio mundiales se han globalizado, lo que requiere un análisis más cuidadoso pues, si bien los tres ejes comerciales que hemos mencionado anteriormente lideran efectivamente el comercio mundial, las empresas líderes que se ubican en estos países tienen capitales provenientes de diferentes países y diseñan estrategias corporativas con criterios globales.

Cuando nos referimos a este fenómeno hablamos de **mercados globales**, de **empresas globales** e incluso de **Productos globales**; estos últimos, si bien han sido manufacturados finalmente en un país, incluyen miles de horas-hombre, procesos productivos, tecnologías y servicios provenientes de diferentes países, de personas que no se conocen y que permiten que ese producto pueda ser ofrecido masivamente en el mercado y a precios competitivos. En estas circunstancias hablar de un producto "made in" o "hecho en" algún país determinado es solo referencial.

Se analizan hoy en día nuevos temas del comercio internacional como el comercio de servicios y los derechos de propiedad intelectual, el comercio y el medio ambiente e incluso la relación entre el comercio y la legislación laboral. Así pues el comercio internacional ha evolucionado desde cuando los pueblos antiguos intercambiaban productos entre sí, superando grandes distancias y con medios de transporte todavía precarios, hasta nuestros días en que las transacciones comerciales se hacen por vía electrónica. Pero existe un aspecto común: **a lo largo de la historia los hombres han buscado en el comercio internacional una forma de lograr una mayor interdependencia entre sus pueblos y elevar el bienestar de sus ciudadanos.**

Proponemos, a continuación, un intento de sistematización de las principales características que ha ido teniendo el comercio internacional desde la antigüedad hasta nuestros días:

RESUMEN

- ✓ El comercio es una actividad humana muy antigua. Los primeros intercambios se hicieron en base al trueque.
- ✓ El uso más generalizado de la moneda, las conquistas **de nuevos territorios** y el uso de medios de **transporte** más rápidos para la época, fueron factores que contribuyeron a expandir el comercio, dándole cada vez más un alcance internacional.
- ✓ En el Antiguo **Testamento** encontramos referencias precisas sobre actividades comerciales entre lejanos territorios durante el reinado de **Salomón**.
- ✓ A través del **Golfo Pérsico** se desarrolló el comercio entre **Oriente y Occidente**. El **Lejano Oriente** siempre fue una zona de intensa actividad comercial, especialmente entre **India, China y Japón**.
- ✓ Los **egipcios** organizaban caravanas hacia Etiopía, Níger y otros lugares. El comercio cretense domina todo el **Mediterráneo**.
- ✓ Entre los Siglos XII y VIII a.de C. los **fenicios** tuvieron la mejor flota del Mediterráneo. Comerciabán con India, Arabia, Egipto, Siria, Armenia de donde traían productos para vender en Occidente.
- ✓ Los **griegos** y los **romanos** no fueron precisamente destacados comerciantes.
- ✓ En la **Edad Media** el comercio de Occidente experimento un notable retroceso. El comercio era un factor desintegrados de la rígida estructura feudal. En cambio, en **Bizancio**, Justiniano fomentó el comercio con China por vía terrestre y marítima.
- ✓ Hacia el Siglo XI d.C., **Venecia** y **Flandes** se constituyeron en importantes centros comerciales. Se intercambiaban productos de Siria y Egipto con productos europeos.
- ✓ Posteriormente surgieron grandes almacenes a los que se denominó "factorías " que se ubicaban en los puertos importantes. En el Siglo XII se creó la Liga **Hanseática** constituyéndose factorías desde España hasta Rusia.
- ✓ En estos años se empieza a utilizar en Europa la brújula lo que mejora las condiciones de navegación. Poco a poco, se pasa de un **comercio intracontinental** a un **comercio intercontinental**.
- ✓ El desarrollo de las **ferias**, los **mercados** y de las **instituciones bancarias** también favoreció el comercio internacional. Se empieza a utilizarla "**letra de pago**" en las transacciones.
- ✓ Durante el Siglo XVI **se reorienta el comercio internacional**

desde el Mediterráneo y el Báltico hacia el Océano Atlántico, por los descubrimientos y las conquistas en territorios en América y África.

✓ Entre fines del Siglo XVI y mediados del Siglo XVIII se desarrolla en Europa la "**Época del Mercantilismo**" en la que se plantea, primero el atesoramiento de metales preciosos y, posteriormente, los mercantilistas más avanzados sostienen que la riqueza de un país se basa en su comercio internacional. Se plantean las primeras tesis y **políticas comerciales proteccionistas**.

✓ En la segunda mitad del Siglo XVIII se produce la "**Primera Revolución Industrial**". Nuevas tecnologías como la **máquina de vapor** y, en general, el fenómeno del "maquinismo"; nuevos mercados; desarrollo de los medios de transporte; cambios institucionales y de mentalidad; son todos factores que influyen en el dinamismo del comercio internacional.

✓ El Siglo XIX es un período de grandes inventos como el **ferrocarril y el telégrafo**; se inician importantes obras de ingeniería como el **Canal de Suez** y el **Canal de Panamá**. Se empiezan a constituir **grandes sociedades comerciales y bancos internacionales** que le dan nuevas perspectivas al comercio internacional.

✓ Desde fines de la Segunda Guerra Mundial se han ido consolidando tres ejes comerciales de importancia: **EE.UU., Europa Occidental y el Asia Oriental**. Al mismo tiempo que se hacen esfuerzos por **multilateralizar** (liberalizar) el comercio, también se desarrollan esfuerzos **porregionalizar** o consolidar los **Bloques Regionales de Integración**. Actualmente se busca una convergencia entre ambas alternativas.

✓ Existe una organización multilateral del comercio liderada por la **Organización Mundial del Comercio (OMC)**. El comercio internacional de fines del Siglo XX es un **comercio global**, con mercados relativamente más abiertos, con consumidores más exigentes y mejor informados, con tecnologías que cambian aceleradamente y con **nuevos temas** como los servicios, la protección de los derechos de la propiedad intelectual y el medio ambiente. Se requieren, en este marco, empresas y entornos cada vez más competitivos.

