

“riores y derechos de portazgo, y sometido su  
 “sistema aduanal en los puertos y fronteras á  
 “una revisión lógica y razonada.

“Su influencia bienhechora puede muy bien  
 “ejercerse más allá de sus fronteras marítimas  
 “y terrestres, y desempeña un noble papel  
 “cuando se esfuerza en obtener la unión de los  
 “diversos países en todas las cuestiones que á  
 “los intereses materiales se refieren.

“La elaboración de un Código de Comercio  
 “internacional, los estímulos combinados que  
 “las diversas naciones beneficiadas hayan de  
 “otorgar á las grandes líneas de navegación ó  
 “á los ferrocarriles internacionales, con el fin  
 “de aumentar los medios y disminuir los gas-  
 “tos de transporte entre ellas; la reducción de  
 “los impuestos á la navegación, y dentro de los  
 “límites de lo posible la concordancia y reci-  
 “procidad de los diferentes sistemas aduanales,  
 “son otras tantas cuestiones que se imponen  
 “al estudio de los Gobiernos de los pueblos  
 “cultos.

“Y hoy puede decirse con más razón que  
 “nunca, que el Estado que inicie ante los de-  
 “más la adopción de las ideas indicadas, habrá  
 “merecido bien, no tan sólo de su patria, sino  
 “de la gran familia de los pueblos civilizados.”

Además de todas esas disposiciones de tras-

cidental utilidad y de los nobles esfuerzos que  
 hacen para unificar los sistemas de pesos y  
 medidas y para establecer la posible armonía  
 entre las legislaciones sobre propiedad indus-  
 trial, los gobiernos, para fomentar las riquezas  
 nacionales y el tráfico exterior, recurren, como  
 los particulares, á los benéficos resultados de  
 una bien estudiada y constante publicidad.

Así, por ejemplo, puede decirse que en los  
 momentos actuales, muy pocos son los países  
 que no poseen una publicación especialmente  
 consagrada á los datos y á los informes remiti-  
 dos por los Cónsules á sus gobiernos respec-  
 tivos.

Una publicación de esta naturaleza no sólo  
 ofrece siempre un gran interés, por la emula-  
 ción tan legítima como fecunda que en los es-  
 tudios que la constituyen se observa entre los  
 Representantes de las diversas Naciones, sino  
 que presta también grandes y eficaces servicios  
 al país que la sostiene, por las noticias de inte-  
 rés y los datos útiles que en ella encuentran  
 con frecuencia sus industriales y sus comer-  
 ciantes.

Las Exposiciones regionales, relativas á de-  
 terminada industria ó á las producciones de  
 una zona circunscrita; los certámenes naciona-  
 les y las exhibiciones de carácter internacional

y universales, constituyen otro elemento poderoso de publicidad y propaganda, de que se valen frecuentemente los gobiernos de los pueblos cultos.

Así, en 1890, además de las exposiciones de Bellas Artes que se verifican anualmente en todas las grandes capitales y que se conocen con el nombre de "El Salón," se celebraron en Europa, al mismo tiempo, una gran Exposición internacional de toda clase de industrias, y otra especialmente consagrada á la agricultura nacional, en Paris; una, internacional también, de Minas y Metalurgia, á la que concurrió México con éxito brillante, en Londres; otra, de industria y principalmente de electricidad, en Edimburgo; una internacional de selvicultura, en Viena; otra, de higiene industrial, en Amsterdam, y una especial de industria azucarera, en Praga.

Todas ellas tuvieron buen éxito y produjeron excelentes resultados para la popularización de los esfuerzos, de los recursos, de los productos y de los adelantos de las naciones que tomaron parte en esos grandiosos certámenes de la inteligencia y del trabajo del hombre.

Las Exposiciones permanentes industriales y de arte industrial, y los Museos comerciales, constituyen, por último, otro maravilloso ins-

trumento de publicidad y de enseñanza, que han empezado á poner en juego en los últimos años los gobiernos ilustrados.

Y ya que en el curso de esta breve enumeración de los esfuerzos de Estados y particulares, para resolver las graves dificultades económicas del momento, hemos llegado á mencionar la importante institución cuyo estudio va á ser una de las materias principales de este Informe, dejaremos para otro punto de este trabajo el análisis de los Museos industriales y de arte industrial, así como la organización de la enseñanza mercantil, y nos consagraremos por ahora á presentar los datos recogidos, acerca de los Museos comerciales.

#### LOS MUSEOS COMERCIALES.

Establecer relaciones directas entre el productor y el consumidor, ó por lo menos, entre el productor y el comerciante importador en los centros consumidores:

Fomentar el desarrollo de la producción nacional, facilitándole la salida hacia los mercados que puedan consumirla:

Buscar constantemente nuevos y más ventajosos consumos, poniendo á los productores y comerciantes, con los datos que se les suministran, en aptitud de rivalizar con los competi-

dores que de tiempo atrás conozcan y dominen los mercados nuevos:

Enseñar objetivamente al productor, para estimular así su progreso, que el artículo semejante al suyo es mejor y más barato en tal ó cual país:

Darle á entender, de visu, que él puede tal vez proporcionar al comercio del mundo, al mismo ó más reducido precio y en mejores ó iguales condiciones de calidad, éste ó aquel artículo, popular y á la moda, en uno ó varios mercados:

Independer por completo á la producción nacional de la tutela de los competidores extranjeros, y encarrilarla en el sendero de los gustos, necesidades y exigencias de los consumidores:

Facilitar el estudio de las condiciones económicas de los países más ó menos lejanos, cuyas fronteras estén abiertas al comercio universal:

Hacer patente la comparación entre los productos nacionales y extranjeros, para poder juzgar así de la capacidad real de los productores de todos los países.

Proporcionar á los comerciantes, á los industriales y á los obreros, la apreciación práctica y justa de los productos actuales, tan útil é interesante para ellos como lo son para el artista, para el literato y para el sabio los tesoros de

colecciones existentes en los museos artísticos, históricos y científicos:

Y sobre todo, por último, como al principio se dijo, tratar de establecer relaciones directas entre el que produce y el que consume, disminuyendo así la desproporción entre la oferta y la demanda, fomentando la explotación y el movimiento de las riquezas de un país; tal es el fin supremo que se ha tratado y trata de conseguir con la creación de los Museos Comerciales en las principales naciones del mundo.

No puede dudarse de que es oportuna la institución de esos Museos. Vienen á tiempo; porque á la vez de establecimientos de enseñanza objetiva de primer orden, constituyen, para el pueblo que sabe servirse de ellos, una arma preciosa en la lucha industrial y mercantil del momento actual.

Y así parece que Bélgica, con su bien organizado é importante Museo Comercial de Bruselas, y el de gran porvenir de Amberes; y Alemania, con los no menos interesantes que tiene establecidos en varios puntos del poderoso Imperio, y sus Museos flotantes, pueden servir de ejemplo.

Han logrado, si no derrotar, disminuir al menos en algunos puntos la importancia del comercio inglés, dueño y señor hasta hace poco

tiempo de varios mercados, en que por años y años reinara en absoluto sin competencia alguna. La lucha es cada día más terrible, más inteligente, más activa.

Y no sólo se acentúa constantemente la competencia entre los países manufactureros, que crean por todas partes Escuelas y Museos industriales y Museos de arte industrial, como sucede en Francia y en Bélgica, en Inglaterra y Alemania y en Italia y Rusia, y en general en todas las naciones de Europa.

La batalla económica, tiende á generalizarse también entre los países productores de las materias primas, utilizables en las diversas industrias.

Y es natural, porque su número crece sin cesar.

El gran Imperio colonial inglés y la prosperidad de muchas colonias francesas, han servido de estímulo á las naciones del Continente europeo.

Y para ensanchar su esfera de acción y de influencia, buscan por todas partes, empeñosamente, nuevos territorios que proteger, que civilizar, que hacer producir y que transformar en tributarios de su poderosa industria.

A las naciones latino-americanas, á las colonias inglesas y francesas, á las posesiones es-

pañolas, holandesas y del Portugal, van agregándose ahora á toda prisa los territorios africanos que fomentan los pueblos de la Europa.

Así, por ejemplo, el Rey de los belgas, tan ilustrado como progresista, deseando abrir horizontes nuevos al comercio de sus nacionales, y facilitar colocación ventajosa á los productos de su industria, rechazados hoy por una terrible competencia de los Mercados antiguos, ha fundado hace pocos años el Estado independiente del Congo.

Esta nueva Nación, cuyo brillante porvenir está asegurado por las grandes riquezas naturales que posee, no sólo será sumamente útil para la prosperidad económica de Bélgica, sino que desde el punto de vista de la causa de la civilización, el nuevo Estado libre del Congo constituye una grande y noble empresa del gobierno belga.

Y por lo tanto, puede decirse, como se pudo ver en la Exposición internacional de Paris en 1889, que las maderas y las fibras, y las gomas y las resinas, y el café y el caoutchouc, y los minerales importantes, y los productos tropicales en general, van ahora al Viejo Continente, de todas partes del mundo.

Si á ejemplo de Bélgica, Francia y Alemania, Inglaterra y Austria, Italia y Rusia, Por-

tugal y España, han establecido, tratan de crear ó están fundando Museos comerciales importantes, los países productores de materias primas tampoco se dan momento de reposo.

La República Argentina, y Chile y el Brasil y Venezuela; las posesiones inglesas, las francesas, las españolas, y en general, todas las colonias europeas, figuran en escala más ó menos importante en todas ó casi todas las exposiciones, y establecen exhibiciones permanentes de sus principales productos, bien en sus Consulados, en algunos casos, bien en Agencias especiales, ó bien en sus Cámaras de Comercio en el exterior ó en los Museos mercantiles ya establecidos.

Y no se limitan á esto, sino que crean también en sus capitales, para perfeccionar el pensamiento, Museos comerciales importantes.

Tal parece ser el caso, según el informe del distinguido Director del Museo mercantil é industrial de Turin, en Buenos Aires y en Montevideo; y también, según noticias, en Río Janeiro, Caracas y Santiago.

Se impone, pues, en un país como el nuestro que, gracias á su actual administración, evoluciona en perfecta paz, y no quiere, como es justo, permanecer estacionario é inmóvil ante los

adelantos de los demás, se impone el estudio concienzudo de las principales Colonias europeas y de las Repúblicas nuestras hermanas, de Centro y de Sur-América.

Y se hace indispensable igualmente, dadas las aficiones artísticas de nuestra raza y los primeros ensayos hechos en materia de producción manufacturera en ciertos ramos, estudiar á fondo el interesante movimiento artístico-industrial de Europa entera. Así llegaremos tal vez á crear entre nosotros, si bien sea con más modestas formas, algunas instituciones análogas á las que hoy constituyen el legítimo orgullo de los pueblos cultos de la tierra.

Ha sido, pues, perfectamente oportuno estudiar en su organización y funcionamiento las instituciones que tantos bienes están produciendo á los países que las han creado.

En la hora actual, en que la competencia ha llegado á ser tan viva, en que los productores y comerciantes se ven obligados á luchar con toda su inteligencia y energía, es necesario y urgente, para hacer más activa la circulación de las riquezas de un país, para favorecer su comercio de exportación, poder crear ó desarrollar rápidamente la organización especial que dicho comercio necesita.

Y esto, sin que sea indispensable ó como has-

ta aquí imprescindible, utilizar los servicios, relaciones y conocimientos de los agentes intermedarios en general. Porque en las circunstancias actuales de la competencia industrial y mercantil, cada gasto, por pequeño que sea, que se economice, cada trámite que se suprima, cada simplificación que se introduzca, es un paso que se da hacia el triunfo y desarrollo del comercio de la nación.

En efecto, se ha acentuado mucho en los últimos años la desproporción entre la oferta y la demanda, entre la producción y el consumo.

Por otra parte, los industriales y los comerciantes, habituados á vender sus productos en su misma plaza ó en los países vecinos, no se resignan fácilmente á abandonar sus viejos mercados, que han llegado á serles inaccesibles por el proteccionismo ó la competencia.

Además, las primeras tentativas hechas para conquistar nuevos mercados, han tenido que luchar siempre con numerosas dificultades, ocasionadas por los competidores que conocían mejor las exigencias del comercio en los países lejanos.

Porque para practicar con buen éxito el comercio de exportación es necesario, como es sabido, disponer de una organización especial que implica la existencia de corresponsales hábiles,

activos y honrados, así como de medios eficaces de cobrar los créditos, siendo además indispensable conocer bien los medios y gastos de transporte al mismo tiempo que los hábitos y la organización mercantil de las plazas de consumo.

Los industriales que no poseen esa organización se ven obligados á recurrir, para realizar la venta de sus productos, á los recursos de que disponen las casas y sociedades exportadoras, establecidas con todos los elementos necesarios.

Estos comerciantes especialistas en exportación se establecieron en los países productores, obedeciendo al gran principio de la división del trabajo.

Con su auxilio, consistente en estudiar con todo cuidado las necesidades de los diversos mercados del Globo, y en transmitir al industrial las órdenes consiguientes, pagándole al contado, y concediendo á los compradores los créditos necesarios, los industriales deberían poder emplear todo su tiempo y su capital íntegro en producir lo mejor posible dentro de las condiciones más económicas, confiando á los referidos intermediarios todos los detalles de la parte mercantil de su empresa productora. Por desgracia son frecuentes los casos en que no es eso lo que se verifica, pues aunque muchos de esos exportadores proceden con toda honorabi-

lidad, prestando servicios utilísimos en el sentido indicado y sin dar motivo á la más ligera crítica, son numerosas las quejas á que dan lugar, hablando en general, los procedimientos de los exportadores en los centros de producción.

Según un brillante informe escrito con motivo de la Exposición internacional de Amberes en 1885, por el Sr. Alfredo Geelhand, Miembro distinguido del Consejo de aquel grandioso puerto, las quejas principales respecto á los intermediarios de que se trata, se fundan en los siguientes hechos:

“1º La insuficiencia de los informes dados por el comerciante exportador al industrial. El primero tiene evidentemente gran interés en conservar el secreto de los mercados de consumo que ha sabido conquistar. En la práctica se limita, pues, á someter al industrial un ejemplar sin ninguna indicación mercantil, suplicándole le haga conocer el precio á que podría producir y vender la mercancía semejante. Si el precio le parece demasiado alto, el intermediario conduce naturalmente sus investigaciones hacia otros industriales, y no se resuelve á dar una orden sino cuando se ha convencido de la imposibilidad de poder conseguir con mayor economía el artículo

“que desea. Ahora bien, en tiempos de crisis, sobre todo, suele el comerciante exportador encontrar á un industrial dispuesto á entregarle la mercancía solicitada en condiciones que no le dejan la utilidad suficiente. El productor obra entonces de esta manera, ó por amor propio, á fin de no dejarse arrebatar el trabajo por un competidor, ó por miedo de perder la clientela del intermediario, ó finalmente, por procurar á su personal el trabajo que le hace falta.

“2º El estado de dependencia absoluta en que el industrial se encuentra colocado respecto del intermediario.

“Éste da á menudo órdenes, para la ejecución de las cuales son indispensables aparatos y útiles especiales.

“Al espirar los contratos que han motivado la compra de ese material, el productor se ve obligado á aceptar las nuevas condiciones que le sean impuestas.

“En caso de resistencia de su parte, se rompen las relaciones, y corre entonces el riesgo de no encontrar colocación para sus productos, respecto de los cuales ignora el destino que les daba el intermediario, sin conocer tampoco á los compradores que los consumirían.