

# EL COMERCIO

---

## HISTORIA, EVOLUCIÓN Y FUTURO

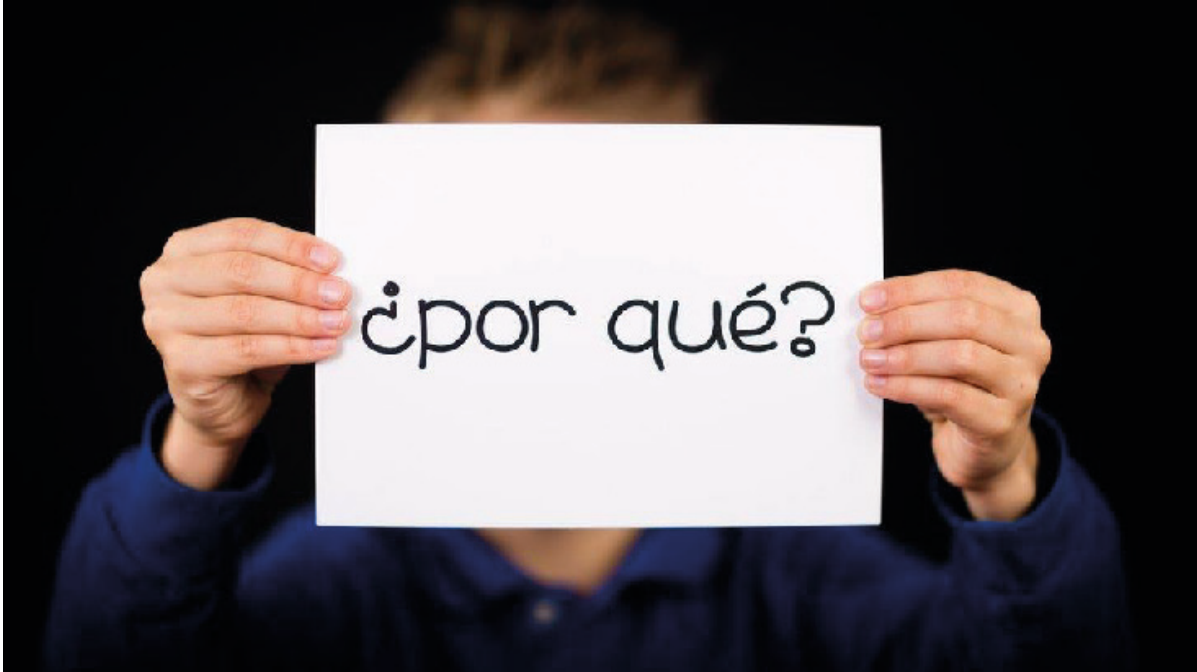
Proyecto Final de Grado - Curso 2022-2023

ALUMNO: AMANDO MILLA JARA  
TUTOR: JOAN SERAFÍ BERNAT

# ÍNDICE

Introducción ¿El porqué?	3
Definición.	4
. Historia del comercio.	5
El trueque, la etapa precedente.	5
La moneda/Las primeras monedas/porque se acuñó.	6-7
Edad Antigua.	8
El comercio en la edad media.	9-14
Origen de la Banca/Nace la Banca moderna en la Edad Media.	15
Los viajes de Cristobal Colon.	17
La conquista de América y la explotación comercial de las Indias.	18
La sociedad y la económica de los reinos Cristianos.	19
La era de los descubrimientos.	19
Comercio transatlántico.	20
La españa del siglo XVII: Evolución económica y social en el siglo XVII.	20
Siglo XVIII en España.	21
Siglo XIX.	22
Transporte de mercancías en el Siglo XIX.	22-23
El mercado en España en el Siglo XIX.	23
El Sigo XX y la Globalización.	24-29
E-commerce SIGLO XXI.	30
El futuro del comercio.	34
¿Y el Metaverso?.	35
El objetivo.	36
Final del trabajo, Citas.	37
Bibliografía.	38

# INTRODUCCIÓN ¿EL PORQUÉ?



Permítanme presentarme, soy Amando Milla Jara. Mi vida profesional ha girado en torno al comercio durante más de cuarenta años. Mis comienzos fueron a través de un negocio familiar. Ante los retos de aquella época, pronto me vi involucrado en determinados movimientos cuyo objetivo era mejorar las condiciones comerciales, formando mi primer grupo de compra. Ese fue un primer paso que me llevó a ser partícipe y miembro fundador de dos federaciones nacionales de sociedades de compra, siendo miembro en las juntas nacionales de las mismas durante treinta años. Coparticipé en la creación de la primera marca en reconocimiento espontáneo del sector en nuestro país, y presidí la plataforma de Castellón durante más de veinticinco, hasta mi jubilación.

A lo largo de esta trayectoria he adquirido una visión del comercio difícil de conseguir, entendiendo el comercio y su problemática desde un prisma diverso, que abarca el proveedor, el punto de venta y el usuario final. Y como no podía ser de otra manera, ¿de que iba a tratar este trabajo?

Soy consciente de que el tema no es de los más apasionantes, pero es evidente que el comercio ha jugado y juega un papel fundamental en el desarrollo de los pueblos y civilizaciones desde la antigüedad hasta nuestros días.

El comercio de bienes físicos se remonta a la prehistoria, donde se intercambian productos entre pueblos asentados en distintos climas y tipos de suelo, con el fin de satisfacer bienes o servicios. Esto constituye el primer peldaño de la actividad comercial sin la intervención del dinero.

# DEFINICIÓN



*El Caduceo (símbolo del comercio)*

El término comercio proviene del concepto latino commercium y se refiere a la transacción que se lleva a cabo con el objetivo de comprar o vender un producto.

# HISTORIA DEL COMERCIO

## HECHOS MAS RELEVANTES A LO LARGO DE LA HISTORIA DEL COMERCIO.

- . El trueque etapa precedente desde el periodo Neolítico 10.000 a. a.C.
- . Aparición de la moneda, entre los años 680 y 560 a.C.
- . El nacimiento de la banca moderna año 1.171 (Venecia).
- . La era de los descubrimientos años 1.474 a 1.521.
- . Las innovaciones en los transportes, segunda mitad siglo XIX.
- . La Globalización principios del siglo XX.
- . El E-commerce, finales del siglo XX.
- . El Metaverso, expertos opinan ("será una realidad en 2.027).



Los orígenes del comercio se remontan a finales del Neolítico, cuando se descubrió la agricultura. Al principio la agricultura que se practicaba era de subsistencia, donde las cosechas eran para la población dedicada a los asuntos agrícolas. Sin embargo, a medida que iban incorporándose nuevos desarrollos tecnológicos al día a día de los agricultores, las cosechas obtenidas eran cada vez mayores. Así llegó el momento propicio para el nacimiento del comercio. Por lo tanto, los excedentes de las cosechas empezaron a intercambiarse con otros objetos en los que otras comunidades estaban especializadas. Las cosechas obtenidas eran mayores que la necesaria para la subsistencia de la comunidad. Ya no era necesario que toda la comunidad se dedicara a la agricultura. La población empezó a especializarse en alfarería o a trabajar los metales. Este comercio primitivo, no solo supuso un intercambio local de bienes y alimentos, sino también un intercambio global de innovaciones científicas y tecnológicas. Además del intercambio de innovaciones, el comercio también propició un paulatino cambio en las sociedades. Ahora la riqueza podía almacenarse e intercambiarse. Empezaron a aparecer las primeras sociedades capitalistas tal como las conocemos hoy en día, y también las primeras estratificaciones sociales. En un inicio las clases sociales eran simplemente la gente del poblado y la familia del dirigente. Más adelante aparecieron otras clases sociales más sofisticadas como los guerreros, los artesanos, los comerciantes, etc.

## EL TRUEQUE, LA ETAPA PRECEDENTE.

No obstante, hay que subrayar que hasta la aparición del dinero, las antiguas civilizaciones lo que hacían era llevar a cabo el comercio mediante lo que se denominaba trueque. Esta operación consistía en adquirir un producto en concreto de un vendedor al que se le pagaba otorgándole otro producto que éste necesitara. De esta manera puedo recalcar que dicha operación comercial se basaba fundamentalmente en el intercambio de productos de primera necesidad, tales como podían ser los alimentos.

## LAS PRIMERAS MONEDAS.



Los reyes lídios emitieron las primeras monedas a finales del siglo VII a.C. Acuñadas, y no fundidas, poseen el aspecto de pequeñas pepitas o granos, y el electro de que están compuestas se conocía desde antiguo en Oriente como “oro brillante u “oro blanco,, el leukos chrysos del que hablaba el historiador griego Herodoto. Nosotros llamamos electro a ese oro blanco por influencia de Roma.

Los romanos designaban con esta palabra tanto la aleación del oro con la plata como la resina solidificada que conocemos como ámbar. El ámbar por lo general de color amarillento, posee la propiedad de electrizarse si se frota con energía, razón por la que el “electro,, romano y nuestro moderno vocablo “electricidad,, comparten la misma raíz. Las monedas de electro muestran normalmente una apariencia áspera, y en un principio no se diferenciaron demasiado de los fragmentos de lingote mesopotámicos o del grano que se atesoraba en los almacenes de palacios y templos, una semejanza que sin duda fue buscada conscientemente.

El lado principal de estas nuevas pepitas estampadas por un sello oficial entre redondeadas y aplanadas, se llama convencionalmente “anverso,,y al comienzo adoptó una superficie frecuentemente estriada e irregular. Los reversos, o partes secundarias de las monedas, fueron marcados desde un principio con uno, dos o tres golpes o impresiones. Esto se hizo así ante todo para mostrar al usuario la buena calidad del metal, tanto en la superficie como en el interior de la pepita estampada que era la nueva moneda.

Con el tiempo, ciertas imágenes sustituyeron completamente a las estriás. Las que aparecen con mayor frecuencia en antiguo electro son animales completos o partes de ellos. Los hay salvajes y domésticos, reales y mitológicos; terrestres, acuáticos y voladores, vertebrados e invertebrados. Pero también aparecen objetos inanimados y motivos florales y geométricos, de forma que, a finales del siglo VII a. C., podemos identificar hasta cien diseños en las monedas arcaicas de electro. Ello no significa que hubiera el mismo número de lugares de fabricación o cecas, que quizá no llegaron a cincuenta. Entre las que pueden identificarse con pocas dudas están las de Cizico, que empleó el atún como emblema, y Focea, que marco sus monedas con un grifo o, mas frecuentemente, con una foca (phoke en griego). Normalmente se considera que la representación de una cabeza de león enfrentada a otra de toro está ligada a los soberanos lídios de la dinastía Mermnada, cuyo último representante fue Cresos.

Que las primeras monedas de electro fueron acuñadas en Asia Menor occidental y las islas vecinas no plantea ninguna duda. Los hallazgos arqueológicos más importantes en este campo fueron obra de la misión británica que, entre los años 1904 y 1905, excavó el templo de Artemisa en Efeso, donde halló 93 monedas entre los depósitos de fundación (las ofrendas religiosas que se realizaban al comienzo de una obra); otra expedición austriaca que trabajo allí entre 1986 y 1994 hizo nuevos descubrimientos. Estos hallazgos han provocado un intenso debate sobre la fecha en que aparecieron las primeras monedas en Asia Menor : hacia el año 675 a.C., para unos, y hacia 600 a. C. , para otros. La vasija (olpe) en la que el arqueólogo D.G. Hogarth encontró el primer tesoro descubierto en el templo, en 1904-1905, se ha datado en torno al año 630 a.C. , lo que nos da una fecha intermedia entre las anteriores.

Las primeras monedas de electro se caracterizan por una gran precisión en el peso y en la aleación de oro y plata. Esta precisión, unida al respaldo oficial simbolizado por las marcas impresas, pretendía conferir a la moneda un valor fijo y superior al del metal que contenía. Dicho de otro modo, la moneda estaba sobrevalorada. Ello no es de extrañar, ya que muchos estudiosos piensan que la moneda tuvo su origen en la voluntad de hacer circular en forma de lingotitos o de granos de oro devaluado (blanco, o con plata), lo que debía ser tomado por oro puro (rojo, o sin plata).

## PORQUÉ SE ACUÑÓ.



La invención de la moneda coincidió, no por casualidad, con el surgimiento en el Egeo de las poleis o ciudades-estado griegas, caracterizadas por prácticas igualitarias entre los ciudadanos, tanto en su forma de actuar como de legislar. Aunque es cierto que la polis podía exigir a sus ciudadanos diversos servicios de forma gratuita, también era consciente de que algunos de los trabajos que demandaba eran onerosos o inapropiados.

En consecuencia, compensaba con moneda las molestias que entrañaban estos servicios. Se sabe, por ejemplo, que a los ciudadanos atenienses se les entregaron monedas en época arcaica y clásica por asistir a asambleas políticas y juicios. Eran monedas de pequeño valor, pero que compensaban por la obligación de asistir a una asamblea, para lo cual muchos atenienses debían desplazarse del campo a la ciudad y abandonar sus cultivos. También recibían un sueldo los remeros de la flota de guerra ateniense, ciudadanos pobres que no tenían la obligación de defender a la ciudad, a diferencia de los hoplitas, los infantes que se pagaban su equipo de guerra (pues pertenecían a grupos sociales superiores) y estaban obligados a luchar sin recibir compensación a cambio. Y muchas veces se acuñó moneda para pagar a mercenarios.

Las primeras poleis en acuñar moneda fueron las de Jonia, en la costa occidental de Asia Menor, con las que Lidia mantenía estrechas relaciones económicas y culturales. De hecho, las ciudades griegas pudieron obtener beneficios al acuñar moneda, haciéndola circular en su territorio con un valor superior al valor real del metal usado (ya que, con ello, su riqueza era superior al valor del metal precioso que verdaderamente poseían). Esto explicaría porqué tantas poleis acuñaron moneda, y por que desde finales del siglo VI a.C. se extendió con gran rapidez la acuñación de monedas de plata. Los ciudadanos propios y los extranjeros utilizaban esta moneda sobrevalorada en determinadas circunstancias (compra de mercancías, pago de derechos de paso y de tasas...). A cambio de imponer su moneda en su territorio, la polis tuvo que respaldarla encargándose de su producción, respaldo que se manifestó en la elección de las figuras y los textos que aparecían en la brillante superficie del metal.



# EDAD ANTIGUA



La Edad Antigua constituye un largo periodo histórico que se extiende desde el principio del mundo hasta la caída del Imperio Romano.

Si consideramos el comercio desde un punto de vista mas amplio, o sea desde que varias personas se dedicaron exclusivamente a él, constituyendo la profesión de mercaderes, entonces su origen debe buscarse en las épocas posteriores al singular cataclismo conocido con el nombre de Diluvio Universal. Sin duda, los pueblos antiguos traficaron unos con otros en mayor o menor grado, y el comercio surgió en todos ellos a la vez, por efecto de una serie de causas y concausas que convirtieron este ejercicio en una necesidad indeclinable, sin que pueda atribuirse a ninguno en particular la gloria de haberle inventado o instituido.

No obstante, preciso se hace reconocer que por su espíritu mercantil o por la importancia de su trafico, hubo algunos que se distinguieron sobre todos los demás de una manera extraordinaria, y bajo tal concepto merecen especial mención la India, Egipto, Fenicia, Cartago, Grecia y Roma.

## **LOS PRIMEROS GRANDES COMERCIANTES DEL MUNDO.**

Las embarcaciones fenicias llevaban por las costas del Mediterráneo mercaderías de todas las naciones e ideas civilizadoras.

Los arameos, fueron grandes comerciantes; su tráfico se hacía por tierra, entre ciudad y ciudad. Pero antes de que los arameos aparecieran en la historia, existió un pueblo también de grandes mercaderes, sólo que éstos se diferenciaban de aquellos en que, considerando el mar más como un medio de comunicación que como elemento separador, hacían su comercio a bordo de sus ventrudas naves.

Este pueblo era el de los fenicios, los mayores navegantes de la antigüedad.





Los fenicios, como otras tribus semitas tuvieron su origen en la vida nómada que se hacía en el desierto de Arabia; luego, decidieron asentarse en ciudades y hacerse civilizados. Pero los fenicios se establecieron sobre la costa oriental de Mediterráneo, en una estrecha faja de terreno que se extiende entre dicho mar y los montes Líbano y Antilíbano, que cerraban el país a toda expansión territorial empujándolo, en cambio, por la pendiente de sus montañas, hacia el mar. La tierra era árida, y los montes cercanos proveían de abundante madera para construir barcos; sobre la costa había excelentes puertos naturales, donde los Fenicios pudieron fundar sus ciudades. Las principales fueron Sidón, Tiro, Arad, Berito y Biblos. El mar fue la vida para los Fenicios. Sus naves eran casi redondas, con poca quilla, para no embarrancar en las costas. No eran veloces, porque su misión era de paz. Sus anclas eran de plata maciza. Al principio solo llevaban mercaderías a Egipto y otros lugares próximos a la costa Mediterránea. Pero pronto se volvieron audaces, y sus barcos llegaron a Creta, a Grecia, a Italia y a la costa septentrional de África. Pasaron el estrecho de Gibraltar y fundaron Gadir, hoy Cádiz, en la costa atlántica del sur de España.



Pero hicieron aún más, llegaron a las Casiterides, o islas del estaño, que se supone son la moderna Inglaterra, mucho antes de que egipcios y babilonios se enteraran de la existencia de las Islas Británicas. Es cierto que las antiguas ciudades fenicias tenían cada una su rey o jefe supremo, pero como estos preferían el comercio a la guerra y las conquistas, no son famosos por sus hazañas bélicas, como Nabuconodosor de Babilinia o Thutmosis de Egipto. Un antiguo rey de Biblos, Ahitam, por ejemplo es recordado porque fue el Hiram de la Biblia, amigo de David y Salomon, que ayudó en la construcción del gran templo de Jerusalén, y porque en su tumba había inscripciones muy valiosas que muestran el tipo de letras que usaron los primeros fenicios.

Los fenicios, desde luego, tuvieron que luchar repentinamente contra Ramses, contra Sargón o contra Sennaquerib; pero lo hicieron sólo para defender sus hogares; nunca para conquistar otras naciones. Prefirieron hacerse ricos mediante la compra y la venta, y no arrebatando los bienes de sus semejantes; fueron sabios, prudentes y humanos.

## EL COMERCIO EN LA EDAD MEDIA.

Siglo V d.C – Siglo XV d.C. En este periodo empiezan a surgir importantes rutas comerciales transcontinentales que intentan suplir la alta demanda europea de bienes y mercancías. Se crean rutas de importación muy frecuentadas. El establecimiento de rutas sirve para reactivar la economía de numerosas regiones. A finales de la Edad Media surge la banca como establecimiento monetario que presta una serie de servicios y facilita mucho el comercio. En el nacimiento y la evolución del comercio distinguimos tres etapas, que son: el trueque, la moneda y el crédito. En la actividad comercial, se involucran varios elementos que hacen posible dicho proceso: el fabricante, el distribuidor y el consumidor. Además, de un estatuto que imponga las reglas del mismo para la protección de todos los involucrados.



A partir del siglo XII, se dieron profundos cambios en Europa, el comercio en la Edad Media: la economía rural y cerrada, propia de la época feudal se transformó, gradualmente en una economía abierta y comercial .

Entonces, la industria, los mercados y el dinero recobraron importancia. Este renacimiento comercial, que llegó a su auge en el siglo XIII, se debió, fundamentalmente, a las siguientes causas:

- Aumento de la producción agrícola**, pues generó un excedente de productos que debieron ser vendidos fuera de su área.
- La paz en Europa**, que ofreció seguridad en los caminos y en los mares luego de varios siglos de conflictos.
- Aumento de la población** debido a la disminución de las guerras y al mejoramiento de las condiciones alimentarias, que provocó la necesidad de satisfacer los requerimientos de más gente cada vez.
- Las cruzadas**, que abrieron nuevos caminos comerciales marítimos y terrestres y revitalizaron el comercio entre Oriente y Occidente.

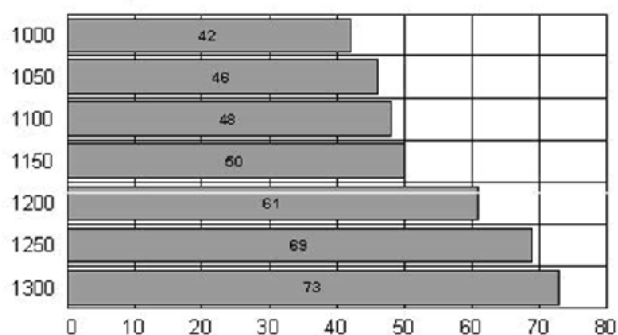
## LA POBLACIÓN Y SUS NECESIDADES. EL AUMENTO DEMOGRÁFICO.

A pesar de las escasas fuentes que se tienen para calcular el volumen de la población en la Edad Media, se sabe, por aproximaciones basadas fundamentalmente en la extensión de los cultivos, que desde el siglo XII hubo un gran aumento demográfico en Europa. Los historiadores opinan que hacia el año 1100 la población europea era de unos 48 millones de habitantes; hacia el 1200 pasó a ser de 61 millones de habitantes y en el 1300 superó los 73 millones. Este aumento demográfico, que exigió un mayor desarrollo económico, al mismo tiempo propició una mayor disponibilidad de mano de obra.

### CRECIMIENTO GLOBAL DE LA POBLACION

*Europa: 1000 a 1300*

*Millones de personas*



## TRES NECESIDADES BÁSICAS.

La actividad comercial e industrial de la Edad Media se destinó, principalmente, a satisfacer las necesidades básicas de la población: **alimentación, vestido y vivienda.**

La industria de la alimentación fue la que más se desarrolló, pese a que la mayoría de los productores trabajaban en pequeño volumen y a que casi todo este comercio en la Edad Media se efectuaba en la corta distancia que mediaba entre el campo y la ciudad. Sin embargo, siempre hubo ciertos productos alimenticios que solo podían obtenerse de lugares más lejanos, y algunas zonas, como por ejemplo Flandes y Noruega, se veían obligados a importar incluso sus alimentos esenciales de lejos.

Entre los productos alimenticios que más se comerciaron figuran los cereales, los productos lácteos, la sal y la cerveza.

## UN NUEVO PERSONAJE: EL MERCADER.

Al fortalecerse el comercio en la edad media, se formó en Europa una clase de comerciantes profesionales o mercaderes que con su profesión, relegaron la actividad agraria a un papel secundario. Estos mercaderes crearon una mentalidad propia, muy particular.

La mayoría de los mercaderes era de origen rural: personas que se habían visto forzadas a abandonar el campo por el aumento de la población y la falta de tierras, optando por un estilo de vida errante y azaroso. Entre esta masa de desarraigados y aventureros se formaron los primeros comerciantes. Los primeros comerciantes solo recorrían pequeñas distancias para vender sus productos, pues los caminos eran malos y los bandidos los asaltaban con frecuencia. Además, cada vez que cruzaban un feudo, el señor feudal los obligaba a pagar un impuesto o les confiscaba sus mercancías.



Estos comerciantes vendían sus productos al menudeo. Sus mercancías eran principalmente, artículos de primera necesidad como, por ejemplo sal, cerveza, miel, lana y cereales.

A finales del siglo XII en cambio, los mercaderes se volvieron errantes. Se trasladaban con sus mercaderías de lugar en lugar y vendían sus productos en ferias que se celebraban en fechas y lugares establecidos. Por eso se los llamó pies polvorientos.

Los pies polvorientos usaron animales de carga, en particular caballos, para transportar sus mercancías. Otro vehículo muy utilizado por estos primeros comerciantes fue el carro de cuatro ruedas, tirado por caballos o por bueyes. Para compensar las dificultades, los peligros y el costo del camino, los pies polvorientos vendieron no solo productos de primera necesidad si no, también productos de lujo como perfumes, especias y tintes que les dejaban un amplio margen de ganancias.

También usaron las vías fluviales y las marítimas. A partir del siglo XIV los mercaderes se volvieron sedentarios pues el volumen creciente de sus mercaderías dificultó su traslado de feria en feria.

Entonces, comenzaron a establecerse en determinadas ciudades y comenzaron a vender al por mayor.

## EL COMERCIO LOCAL.

El primer tipo de comercio en la edad media que cobró importancia fue el comercio local, es decir, el que se efectuaba del campo a la ciudad. A través de este comercio, los campesinos libres y los señores feudales vendían sus excedentes a la ciudad: productos agrarios, madera, cuero y lana principalmente. Luego con las ganancias obtenidas con sus ventas, compraban en las urbes mercancías más elaboradas de las que no disponían en el campo como, por ejemplo, telas y herramientas.

El comercio local nunca desapareció. Sin embargo, fue el comercio a la larga distancia o internacional el que caracterizó el renacimiento económico de la Edad Media.

## LOS MERCADERES Y EL CAMPO.

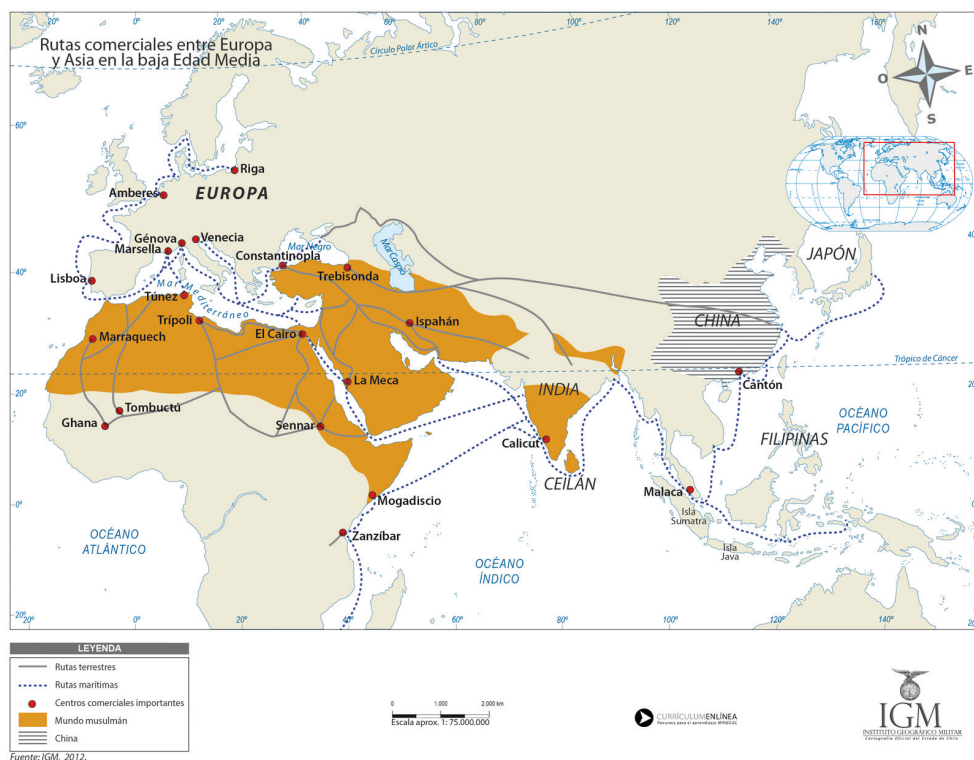
Una nueva clase social.

Desde principios del siglo XII, la superpoblación, el hambre y las guerras habían bandeado a un número considerable de individuos, errantes, privados de todo, que pasaron a engrosar la multitud de mendigos o peregrinos ya existente. Entonces, algunos se dedicaron a pequeños negocios. Probaron una nueva suerte que nada tenía en común con las actividades tradicionales. Así pues, uno puede suponer que estos mercaderes crearon una mentalidad propia, muy particular. Esta gente, que hizo tabla rasa de sus antiguos vínculos, se lanzó a la aventura buscando ante todo un rápido enriquecimiento. Los cronistas de la época hablan de advenedizos, de hombres sin fe y sin ley, sin escrúpulos, que por sus costumbres y modos difieren de los demás hombres.

## DEL CAMPO A LA CIUDAD.

La mayoría de las ciudades medievales del siglo XII eran pequeños centros donde los habitantes del campo circundante ofrecían un excedente de su producción a cambio de objetos elaborados en la ciudad, como zapatos, o de artículos que llegaban a ella procedentes de otras regiones. Las ciudades reunían el excedente de su propia zona y lo distribuían en su territorio. Para concentrar estos movimientos de compra venta, las ciudades organizaron ferias que se celebraban una vez a la semana.

## EL COMERCIO INTERNACIONAL Y SUS CENTROS.



El renacimiento del comercio en la Edad Media se dejó sentir en toda Europa, pero hubo dos grandes focos donde este se concentró: **Italia del Norte y Flandes**. Ambas eran zonas muy pobladas que se dedicaban a la manufactura de tejidos, de objetos de metal y de cerámica.

### Italia

Italia se benefició del comercio internacional, pues estaba al centro de una antigua red vial romana y en medio del Mediterráneo. Por ello y como consecuencia de las cruzadas, sus ciudades controlaron el comercio con Oriente. Los puertos más beneficiados con ello fueron Venecia, Génova y Pisa. A través del Mediterráneo, Italia vendía a Oriente productos propios y artículos traídos del norte de Europa. De Oriente, los comerciantes italianos llevaban a Europa especias, sedas y perfumes.

### Flandes

Otra zona comercial que gozaba de una situación estratégica era Flandes, que se hallaba frente al mar del Norte y en la que desembocaban varios ríos europeos, como el Rin y el Mosna.

La región de Flandes perteneció a una importante liga comercial, la liga Hanseática, que comerciantes alemanes habían organizado con las ciudades de Hamburgo, Lübeck, Rostock y Stettin a la cabeza. Esta liga monopolizó las exportaciones del norte de Europa, desde Novgorod en la actual Rusia, hasta Londres.

De esta manera la liga Hanseática consolidó un importante tráfico de trigo, madera y pieles que, en Flandes, se reunía en la ciudad de Brujas, que fue su principal puerto de almacenaje y redistribución. Flandes exportaba los productos de estas regiones al resto de Europa del centro y del sur y de objetos de Oriente. Exportaba también sus propios tejidos. Por seguridad, los mercaderes preferían el transporte fluvial. Las redes fluviales más importantes fueron las del río Po, el Rodano, el enrejado de ríos de la zona de Flandes, el Rin y el Danubio. Sin embargo, el medio fluvial también estaba sujeto a impuestos.

El medio más barato fue el marítimo, por eso fue el preferido a pesar de los riesgos de naufragio y de piratería, de la poca capacidad de las naves o de la lentitud del viaje. Además, un solo barco podía llevar las cargas de varios comerciantes a la vez.

## LAS FERIAS COMERCIALES EN LA EDAD MEDIA.

La actividad comercial se impuso en toda Europa el transcurso de siglo XIII. Dentro de un ambiente de plenitud económica, alcanzaron gran importancia las ferias, grandes mercados situados en zonas de contacto entre el comercio mediterráneo y el nórdico, a las que acudían mercaderes de todos los lugares de Europa.





Las ferias no eran mercados permanentes, pues solo se realizaban en ciertos periodos del año. Su celebración duraba varios días. A estas citas comerciales, acudían, también titiriteros y juglares, que añadían a la celebración un carácter festivo.

De todas las ferias que se celebraban en la Edad Media, las que alcanzaron mayor renombre fueron las ferias de Champaña, que se instalaban en la llanura francesa de ese nombre, a medio camino entre Venecia y Brujas. Las ferias de Champaña eran, por lo tanto, lugares de encuentro entre los comerciantes flamencos e italianos.

## OTROS INSTRUMENTOS DE EL COMERCIO EN LA EDAD MEDIA.

Paralelamente al desarrollo comercial a larga distancia, se produjo un desarrollo monetario a través del cual la acuñación y la circulación monetaria aumentaron.

Las primeras monedas que cobraron un valor internacional y que por lo tanto tenían vigencia en varios países, se hicieron a finales del siglo XII en Venecia: los Matapanes de plata. Después, Francia, Flandes e Inglaterra acuñaron también, monedas internacionales de plata.

La acuñación de oro en cambio, fue propia del siglo XIII. A partir de entonces, la mayoría de los países europeos adoptó el bimetalismo monetario: el uso de monedas de plata y de oro.

Para agilizar las transacciones comerciales se formaron los primeros bancos y aparecieron los banqueros, que se especializaron en reconocer las diferentes monedas, su peso y sus equivalencias.

Con el tiempo, los banqueros se volvieron prestamistas que cobraban intereses por los préstamos que realizaban, aceptaban velar por los ahorros, abrían libros de cuenta y efectuaban transferencias monetarias para sus clientes.

Puesto que viajar con grandes sumas de dinero era muy incomodo como peligroso, la mayor parte del comercio comenzó a realizarse en forma de transacciones a crédito.

También se utilizaron las letras de cambio: un acuerdo entre un prestamista y su deudor en el que el dinero prestado podía devolverse un tiempo después en un lugar diferente al del préstamo y en otra moneda diferente a la prestada. De esta manera, un mercader italiano, que quisiese comprar, por ejemplo tejidos en Flandes, podía pedir una letra de cambio en esa región y comprar lo necesario y un tiempo después, pagarlo en Italia. Las letras de cambio eran empleadas no sólo por comerciantes sino también por otros viajeros, con el mismo fin que los modernos cheques de viaje.

## ORIGEN DE LA BANCA.

Resulta muy difícil para los historiadores fijar los inicios del fenómeno bancario; pues, es cierto que se remonta en la antigüedad. Fueron los conocidos trapezites, cuya fama proviene de ser los primeros en iniciar el cálculo del interés. En Roma, a los banqueros se les llamó *argentarius* y su negocio se situaba al norte del Foro en unos locales llamados tabernas argentarias. En ellos se negociaba dinero y se hablaba de préstamos y de reembolsos. Los *argentarii* cuya función era básicamente del cambio de monedas de todas las partes del imperio, otras de sus tareas eran las de anticipar fondos, recibir depósitos, así como dar servicios de custodia de bienes y objetos de valor. Una parte de estos *argentarii* se especializó en actividades propiamente dichas del crédito recibiendo el nombre de "faeneratores", los cuales estuvieron presentes a lo largo de toda la historia hasta la actualidad, hacían de prestamistas cobrando un alto tipo de interés que aclamaron derecho por el uso de sus capitales; de ahí proviene la palabra *-usura-*, siendo generalmente mal visto por la sociedad. No obstante, los banqueros eran gente procedentes de las actividades económicas y del comercio. Es de importancia destacar, que en el año 1406 se funda el primer banco moderno llamado Banco di San Giorgio, en Génova, Italia. Durante los siglos XVIII Y XIX se produjo un fuerte crecimiento en el negocio bancario. Dado que los bancos jugaron un papel clave en el movimiento de monedas de oro y plata, y las cuáles eran cambiables entre sus tenencias. Tanto para la estabilidad económica en general como para la garantía de sus clientes surgió la regulación financiera en casi todos los países, y esto ocurrió en el siglo XX, de forma que las normas mínimas de la actividad bancaria y de la competencia financiera evitara o frenara las posibles quiebras bancarias, especialmente durante las crisis económicas.

## NACE LA BANCA MODERNA EN LA EDAD MEDIA.

La Banca empieza a desarrollarse y a parecerse a lo que hoy denominamos negocio de intermediación financiera durante la Edad Media. El mantenimiento durante siglos de la especialización bancaria consolidada a finales del Imperio Romano produjo un estancamiento en el desarrollo bancario. Tanto la contracción del comercio europeo como la oposición de la Iglesia que condenaba el préstamo a interés, generaron hasta el siglo XI un cierto letargo de la banca. Fueron las Cruzadas las que provocaron con los grandes movimientos de personas, tropas y bagajes un claro renacimiento de la actividad comercial a lo largo y ancho del Mediterráneo lo que estimuló la aparición de nuevos instrumentos financieros. Basándose en las prohibiciones eclesiásticas, la hipótesis tradicional considera a los Judíos como iniciadores de la Banca moderna, pero hoy sabemos que los cristianos supieron salvar todas esas prohibiciones con hábiles procedimientos. Además, la actividad de los banqueros judíos no fue tan universal como se había venido defendiendo, ya que salvo en España y el Languedoc, nunca representaron un papel preponderante en el negocio financiero.

Sin embargo, es evidente que las prohibiciones y limitaciones legales a la adquisición de propiedades rurales fueron determinantes en su decisión de dedicarse a las actividades mercantiles y bancarias.



*Monumento ecuestre a cosme de medici en la piazza della signoria. Florencia (Italia).*

También muy pronto aparecen como prestamistas de dinero algunos monasterios. Las grandes propiedades de las que eran dueños o usufructuarios y las rentas obtenidas de ellas les permitían realizar préstamos de dinero que a veces se garantizaban con hipotecas constituidas sobre propiedades rurales. Estos préstamos no eran muy lucrativos y su interés era muy bajo, ya que la idea fundamental de estas operaciones era arrancar de las garras de los usureros al pueblo llano.

De ahí nace la idea de los Montes de Piedad y de las Cajas de Ahorros. Lo mismo puede decirse de las nuevas instituciones religiosas nacidas en el siglo XII, como los caballeros de la Orden del Temple, que se significaron como tesoreros reales y garantes de los compromisos financieros de San Luis, rey de Francia. Los templarios comenzaron a ejercer estas funciones con el objeto de recaudar fondos para el Papado y las Cruzadas pero terminaron convirtiéndose, gracias a la red de casas y monasterios que gestionaban y al origen aristocrático de casi todos sus miembros, en banqueros de reyes, mercaderes y comerciantes.

La intolerancia religiosa de los siglos XI y XII dio lugar a la persecución de los judíos y culminó con su expulsión de diversos reinos. Los almohades prohibieron la práctica del judaísmo en Al-Ándalus sobre 1140 y Felipe Augusto de Francia los expulsó de sus dominios tras confiscar sus bienes en 1182. En 1290, Eduardo I de Inglaterra firmó el decreto de expulsión y ya en el siglo XIV, los reyes de Francia volvieron a expulsarlos en 1306, 1321, 1322 y 1394. A lo largo del cuatrocientos se repitieron las persecuciones y expulsiones. Austria (1421), Parma (1488), Milán (1490), Castilla y Aragón (1492), Lituania (1495), Portugal (1496), Navarra (1498) y Provenza (1500), Brandenburgo (1510), Túnez (1535), Nápoles (1541), Génova (1550), Baviera (1554) y los Estados Pontificios (1569 y 1593) completan la lista de estados que decretaron la expulsión de los judíos. Resulta curioso que siendo la base teórica de las persecuciones las prohibiciones eclesiásticas fuera el Papa el último en decretar su expulsión.

Todas estas decisiones provocaron grandes movimientos de población entre los diversos reinos europeos y contribuyeron a expandir los conceptos financieros manejados por los experimentados banqueros judíos y a su sustitución progresiva por lombardos y cahorsinos que no estaban afectados por las prohibiciones eclesiásticas. Tal fue la importancia de las familias de comerciantes lombardos convertidos en banqueros que en centroeuropa sigue llamándose lombardo al tipo de interés aplicado a los anticipos sobre títulos y Lombard Street es la calle de Londres donde aún siguen establecidos muchos bancos de la City. Aún así tuvieron que recurrir en más de una ocasión a la protección de la Curia Pontificia que los necesitaba como "mercatores vel cambiatores papae". Sus operaciones típicas eran los préstamos garantizados con hipoteca y sus operaciones habituales financiaban más el consumo que la inversión. Los italianos, en especial los lombardos, que gozaban desde antiguo de exenciones en materia eclesiástica, financiaron el comercio con Oriente y a partir del siglo XII extendieron sus actividades al resto de los reinos de Europa. Las grandes ferias comerciales que merecen, sin duda alguna, más de una nota futura dieron lugar a considerables movimientos de fondos, lo que unido a la inseguridad de los caminos movió a los banqueros a idear procedimientos de transferencia de dinero que no requirieran su transporte y así nació la Letra o Carta de pago, por la que se rogaba a un colega que pagara una cantidad determinada al portador de la misma.

La mayoría de los historiadores económicos coinciden en que la Banca nació más del cambio de moneda que del préstamo. Los cambistas aceptaban la custodia de las monedas confiadas por sus clientes y las ponían a su disposición en el momento en que las necesitaban. Sobre este fondo, el cambista se encargaba de efectuar pagos por cuenta de su depositante y pronto obtuvo autorización para invertirlo por su cuenta comprometiéndose a entregar al cliente cuando lo pidiera una suma equivalente a la depositada. Hacia 1155 aparecen los Bancherius genoveses y a finales de ese siglo ya se tienen noticias de compensaciones, pagos efectuados a nombre de clientes y giros realizados sobre depósitos a "discrezione", que los clientes entregaban a cambio de un interés. En el siglo XIV aparece la "polizza", documento precursor del cheque y los Banchi di Scritta que asentados en la veneciana Piazza di Rialto además de realizar las funciones financieras ya conocidas, crearon una especie particular de préstamo mediante la expansión de la Conta di banco que se utilizó como una auténtica moneda fiduciaria, ya que eran depósitos bancarios transferibles sin limitación, basados en la confianza y equivalentes a la circulación a descubierto. Entre las Compañías de este tipo destacan las familias Accaiuoli, Peruzzi, Bardi, Alberti y sobre todos ellos, los Médici. Estos anotaban en sus libros los depósitos y saldos de sus clientes y mediante una hábil compensación de partidas efectuaban los reglamentos de cuentas evitando la circulación monetaria.

Es claro, por tanto, que el desarrollo bancario era muy elevado a la llegada del Renacimiento y que si cualquiera de estos banqueros italianos del cinquecento se pasara por una de nuestras sucursales podría extrañarse de los sistemas informáticos pero, en ningún caso, de las operaciones realizadas.





Otros navegantes siguieron explorando las tierras descubiertas por Colón. Américo Vespucio recorrió las costas sudamericanas y fue el primero en defender la existencia de un nuevo continente, América. Núñez de Balboa cruzó de pie el istmo de Panamá y descubrió el océano Pacífico. Su expedición confirmó que América era un nuevo continente y que para llegar a Asia había que continuar navegando hacia el Oeste. Fernando de Magallanes y Juan Sebastián Elcano dieron la primera vuelta al mundo, demostrando definitivamente que la Tierra es redonda.



## LA CONQUISTA DE AMÉRICA Y LA EXPLOTACIÓN ECONÓMICA DE LAS INDIAS.

En el siglo XVI se procedió a la conquista del continente americano. Fue una empresa rápida gracias a la superioridad militar y científica de los conquistadores, quienes utilizaban armaduras protectoras, armas de fuego y caballos, animales desconocidos por los indios, a los que causaban terror. A esto también contribuyeron otros factores, la crisis interna de los imperios azteca e inca, que permitió a los conquistadores aliarse con los pueblos rivales, la identificación de los conquistadores con dioses cuyo regreso anunciaban las profecías religiosas de los indios y la transmisión de epidemias desconocidas entre la población indígena como la gripe, la viruela, etc.

En 1518 partió de Cuba una expedición dirigida por Hernán Cortés, que desembarcó en territorio mexicano y fundó la ciudad de Veracruz. Este territorio estaba habitado por los aztecas. Cortés les sometió militarmente tras conquistar la capital, Tenochtitlán. Los territorios aztecas quedaron incorporados al imperio español. También se anexionaron las actuales Guatemala y Honduras.

En 1531 comenzó la conquista del imperio inca, que se extendía por Perú, Ecuador, Bolivia y parte de Chile. Dirigió la expedición Francisco Pizarro, quien aprovechó los enfrentamientos entre los incas, hizo prisionero al emperador inca Atahualpa y lo mandó ejecutar. Luego conquistó la capital del imperio, Cuzco, y fundó la ciudad de Lima.

En la misma época, se exploraron Florida, Texas y California en América del Norte. Más al Sur se conquistó Chile, se recorrió el Amazonas y se fundó Buenos Aires. En Asia, se conquistaron las islas Filipinas a las que bautizaron así en honor del príncipe Felipe, hijo de Carlos I. Los nuevos territorios americanos supusieron una importante fuente de ingresos para Castilla. Las actividades económicas principales fueron la minería, la agricultura, la ganadería y el comercio. La minería explotó los yacimientos de oro y plata de México y Perú mediante el trabajo de los indios. La Corona española utilizó los metales preciosos para financiar una política exterior costosa en vez de desarrollar la economía doméstica. La agricultura y la ganadería dieron lugar a la creación de grandes propiedades trabajadas por indios o esclavos negros africanos.

Las Indias fueron una fuente de intercambios comerciales. Castilla suministraba trigo, aceite, ganado vacuno y ovino y armas. De América llegaban oro y plata, también maíz y cacao, productos desconocidos en Europa hasta aquel momento. El comercio con las Indias fue un monopolio castellano concedido al puerto de Sevilla. La flota de Indias estaba compuesta de barcos mercantes escoltados por barcos de guerra, que protegían el convoy de los ataques de los piratas ingleses y holandeses.

## LA SOCIEDAD Y LA ECONOMÍA DE LOS REINOS CRISTIANOS.

Los reinos cristianos peninsulares eran sociedades estamentales, donde se diferenciaban los grupos privilegiados del estamento popular, el no privilegiado. Los estamentos privilegiados eran la nobleza y el clero, que gozaban de privilegios, como no pagar impuestos. Además, poseían señoríos territoriales, recibidos como pago por sus servicios en la Reconquista y desempeñaban cargos en la administración. El campesinado era el grupo más numeroso del estamento popular. En las ciudades, los propietarios de talleres, pequeños comerciantes y los asalariados también pertenecían al estamento no privilegiado.

En cuanto a la economía, las actividades agrarias predominaban sobre las demás. La agricultura era la base económica de todos los reinos cristianos. En las tierras de secano se cultivaban cereales, vid y olivo, y en las tierras de regadío, hortalizas y frutales. La ganadería sería especialmente importante en Castilla y se centraba en la cría de oveja merina, que proporcionaba una lana de excelente calidad destinada a la exportación. La ganadería pertenecía mayoritariamente a la nobleza y el clero. Para defender sus intereses, los ganaderos formaron una poderosa asociación llamada la Mesta.

En las ciudades la artesanía producía, entre otros bienes, tejidos de lana, algodón, piel, hierro y vidrio. Los artesanos se agrupaban en gremios para la ayuda mutua. La construcción naval se localizaba en Santander, Sevilla, Barcelona y Valencia.

El comercio se realizaba en tiendas, en mercados semanales y en ferias. En Castilla se desarrolló el comercio primero a lo largo del Camino de Santiago. Más tarde se produjo un despegue del comercio atlántico, que se centró en dos áreas, el norte y el sur. Los puertos cantábricos, como Bilbao y Santander, exportaban a Inglaterra y a Flandes vino, hierro y lana e importaban tejidos de lujo. Los puertos de Andalucía occidental exportaban cereales, aceite, vino y cuero e importaban tejidos de calidad de Flandes, oro de África, y productos orientales de lujo, como especias y seda. En la corona de Aragón, el principal foco comercial era Barcelona. Esta ciudad comerciaba con todo el Mediterráneo.

## LA ERA DE LOS DESCUBRIMIENTOS.

La exploración europea en el extranjero condujo al aumento del comercio mundial, con el contacto entre el Viejo Mundo (Europa, Asia y África) y el Nuevo Mundo (América y Australia) produciendo el intercambio colombino; una amplia transferencia de plantas, animales, alimentos, poblaciones humanas (incluidos esclavos).

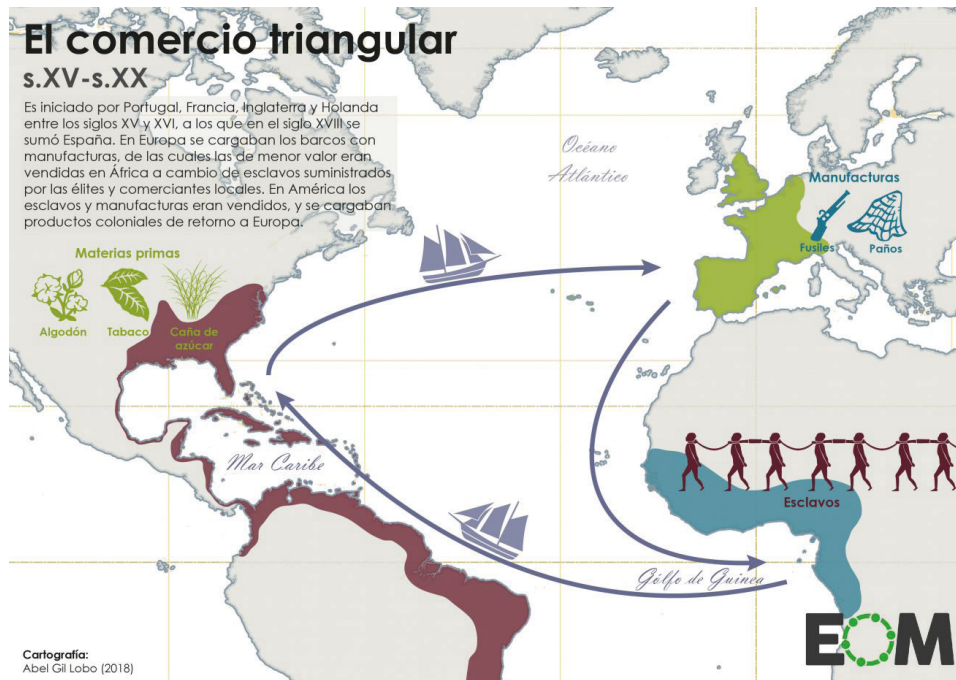


En el siglo XV aumentó el comercio, se extendió el uso de la moneda, las letras de cambio, los cheques, y aparecieron los bancos fortaleciendo el crecimiento de la banca europea y el surgimiento de grandes bancos europeos (como el banco de Ámsterdam, el banco de Suecia, el banco de Inglaterra, etc.).

El oro y la plata se convirtieron en los metales más importantes y deseados para hacer monedas, con las cuales se compraron mercancías y las especias del Oriente.

## COMERCIO TRANSATLÁNTICO.

Siglo XVII Las travesías transatlánticas entre Europa y América cobran un papel fundamental en esta época, no solo por el transporte de mercancías sino también por el tráfico de pasajeros. Nueva York se convierte en la capital comercial de Estados Unidos y en una de las principales ciudades del mundo.



## LA ESPAÑA DEL SIGLO XVII: EVOLUCIÓN ECONÓMICA Y SOCIAL EN EL SIGLO XVII.

El siglo XVII fue un siglo de crisis económica en Europa en general, en el Mediterráneo en particular, y, muy especialmente, en la Península Ibérica. En la Corona española la crisis fue más temprana y más profunda que en el resto de Europa.

Ya en la primera mitad del siglo aparecen serios problemas demográficos. Cruentas epidemias, entre las que destacan las de peste, se repitieron periódicamente, coincidiendo con épocas de carestía y hambre. Un ejemplo: Sevilla perdió 60.000 habitantes en la peste de 1647. Otros factores coadyuvaron a la crisis demográfica: la expulsión de los moriscos en 1609 supuso la pérdida del tres por ciento de la población del reino, siendo especialmente grave en Valencia y Aragón; las frecuentes guerras exteriores y el incremento de los miembros del clero que redundó en descenso de la tasa de natalidad. La crisis golpeó con más fuerza a Castilla que a los reinos periféricos.

En la segunda mitad del siglo, la crisis continuó y se agudizó. A la decadencia de la agricultura, agravada por la expulsión de los moriscos, se le unió la de la ganadería lanar, que encontró graves dificultades para la exportación, y la de la industria, incapaz de competir con las producciones extranjeras.

El comercio también entró en una fase recesiva. La competencia francesa en el Mediterráneo y la competencia inglesa y holandesa en el Atlántico, agravaron una coyuntura marcada por el creciente autoabastecimiento de las Indias y el agotamiento de las minas americanas. Consecuencia de la crisis comercial fue la disminución de la circulación monetaria.

La situación fue empeorada por la incorrecta política económica de los gobiernos de la Corona, que agravaron más que solucionaron los problemas: envilecimiento de la moneda (menos plata en su contenido), devaluación monetaria, aumento impositivo...

En este marco de crisis económica, la sociedad estamental española vivió un proceso de polarización marcada por el empobrecimiento de un campesinado que constituía la mayor parte de la población, la debilidad de la burguesía y las clases medias, y el crecimiento numérico de los grupos sociales improductivos como la nobleza y el clero en un extremo y los marginados: pícaros, vagos y mendigos en otro. La mentalidad social imperante, marcada por el desprecio al trabajo, agravó la crisis social y económica. El hidalgo ocioso y el pícaro se convirtieron en arquetipos sociales de las España del Barroco.

## SIGLO XVIII EN ESPAÑA.

En la búsqueda del deseado fomento económico, el comercio ocupó entre los gobernantes una posición de primera línea puesto que para muchos representaba la medida del progreso económico de la nación: el estado de las fuerzas productivas de la monarquía tenía en el tráfico mercantil el mejor barómetro. El esperado aumento de la producción agraria e industrial se vinculó a la posibilidad de conseguir nuevos mercados. Y aún más: la política internacional no sólo era el mantenimiento formal de los oropeles dinásticos, sino una manera de conseguir que la economía nacional se fortaleciese a través de buenos tratados comerciales. Los esfuerzos por promover la actividad mercantil estaban justificados en la mentalidad de unas autoridades fuertemente influenciadas por la idea de conseguir una balanza comercial favorable a España. La creación de juntas de comercio y consulados, el reforzamiento de la Junta General de Comercio, el impulso para la creación de compañías privilegiadas o los decretos de libertad de comercio con América, fueron otros tantos ejemplos de una política sinceramente preocupada por la reactivación comercial. La tarea no era fácil. Las condiciones generales de la economía y la sociedad española no eran ciertamente las más idóneas para auspiciar la eficaz articulación de un mercado interior que ayudara a dinamizar el comercio hispano. Sin embargo, parece evidente que el incremento de la población, la agricultura y la industria, unido a una coyuntura económica bonancible en el contexto internacional, provocaron un aumento considerable de los intercambios, tanto en el ámbito interior como exterior, este último principal preocupación de unas autoridades sabedoras de que en las colonias estaba la principal fuente de riqueza de la Corona. El comercio interior de España, esto es, de una provincia a otra, es bien poca cosa. Esta sentencia del francés Alexandre de Laborde a principios del XIX, era una expresión bastante certera para describir el mercado interior español durante la centuria ilustrada. En efecto, el radio habitual de los intercambios en poco superaba el ámbito local o comarcal a través de los mercados y ferias que por doquier se celebraban.

El autoconsumo campesino era elevado puesto que los hombres del campo se abastecían alimentariamente, producían parte de su propia vestimenta y la mayoría de los utensilios de trabajo o del hogar. Y lo poco que no era de elaboración propia, lo compraban a los artesanos locales. Además, las clases productoras tenían poca capacidad de consumo después de saldar sus cuentas con los señores, la Iglesia o el Estado. Y las rentas acumuladas por los poderosos tampoco representaron un tirón definitivo para el consumo. En estas circunstancias, el conjunto de la demanda nacional vivía en una situación de relativo aletargamiento respecto a lo que ocurría en otros países europeos. La penuria de la mayoría de los españoles y la desigual distribución de la propiedad y la renta, era los problemas centrales para elevar la demanda y el consumo.

A estos principales inconvenientes, se unía una serie de estorbos que dificultaban la articulación del mercado interior. Inconvenientes a los que las autoridades borbónicas trataron de poner remedio aun a sabiendas de que se topaban con los intereses corporativos y con la necesidad de movilizar unos recursos que la hacienda real no tenía. En cuanto a las facilidades para la libre circulación de productos, los gobernantes pusieron su empeño en eliminar las aduanas interiores entre los antiguos reinos, objetivo conseguido desde 1717 con la única excepción del caso vasco. Sin embargo, no tuvieron tanto éxito con los peajes interiores (portazgos, pontazgos y barcajes) que siguieron prácticamente intocables al estar buena parte de ellos en manos de la nobleza titulada. En 1757 se procedió a la anulación de los derechos de rentas generales que gravaban las mercancías con el objetivo de incentivar la libertad de su tráfico. En 1765 se decretaba la abolición de la tasa del grano con la intención de agilizar el tráfico de cereales. A pesar de estos esfuerzos, la práctica del comercio prosiguió fuertemente reglamentada durante el siglo por el Estado, los gremios y las autoridades locales. Así, por ejemplo, la hacienda pública continuó manteniendo por razones fiscales una serie de estancos en régimen de monopolio, entre los que destacaban el tabaco y la sal.

Finalmente, debe recordarse asimismo la deficiente situación en la que se encontraba el transporte, pieza vital en todo intento de incrementar las fuerzas productivas nacionales. En este sentido, tras unos primeros esfuerzos en la primera mitad del siglo (el puerto de Guadarrama, la carretera de Burgos a Santander por Reinosa), fue en tiempos de Carlos III cuando los planes viarios tomaron un impulso definitivo a través de un modelo radial que pretendía unir Madrid con las principales capitales, llegándose a construir unos 1.200 kilómetros. También se iniciaron una serie de carreteras interregionales y se emprendió la construcción de más de 700 puentes, de numerosos canales dedicados a estimular la comercialización agraria (Manzanares, Imperial de Aragón, Castilla) y el arreglo de bastantes puertos marítimos (Valencia, Bilbao, Barcelona) por los que navegó una flota mercante que llegó a alcanzar unas 175.000 toneladas, su nivel más alto desde los mejores años del Quinientos. Todos estos esfuerzos tuvieron una relativa recompensa.

Las manufacturas catalanas se extendieron por muchos rincones de la geografía hispana; la lencería gallega cruzó los campos de buena parte de Castilla; la sedería valenciana rebasó asiduamente los límites de su región; la lana castellana continuó la ruta del Cantábrico hasta tierras europeas; el pescado capturado con las artes de arrastre surtió el litoral y el interior; la siderurgia vasca encontró su salvaguarda en el propio mercado español. A pesar de las deficiencias estructurales comentadas, el comercio interior aumentó durante el siglo. Sin embargo, la mayor densidad de los intercambios no consiguió dar una mejor articulación al mercado interior hasta convertirlo en un verdadero mercado nacional.

## **SIGLO XIX.**

En la segunda mitad del XVIII inició la primera revolución industrial en Inglaterra y se fue extendiendo al resto de los países europeos. Mientras que la segunda revolución inició hacia el final del siglo XVIII y se caracteriza por nuevos descubrimientos científico técnicos. El despegue económico y la transformación del modelo de producción son características fundamentales de la vida económica durante esta época.

Este proceso condujo a la sociedad desde una economía tipo agrícola tradicional hasta una economía caracterizada por procesos de producción casi totalmente mecanizados para fabricar a gran escala. Lo que quiere decir que la economía que estaba basada en el trabajo manual fue reemplazada por una economía dominada por la industria y la manufactura.



Lamentablemente esta evolución de la economía tuvo lugar a costa del descontento de los trabajadores, quienes se expresaron en contra de la industria culpándola del desempleo y de sus malas condiciones de vida.

## **TRANSPORTE DE MERCANCÍAS EN EL SIGLO XIX.**

La Revolución Industrial no hubiese tenido éxito sin el desarrollo de nuevos medios de transportes, que hicieron llegar las mercancías en el siglo XIX producidas en la fábrica hasta los mercados donde las consumían los clientes finales. Estos nuevos transportes son necesarios tanto para el comercio nacional y como para el comercio internacional.

La navegación a vela dominó durante un tiempo más los mares hasta que los barcos a vapor aparecieron y superaron los inconvenientes de los anteriores. El problema principal del almacenamiento de carbón era que, para alimentar la máquina de vapor, ocupaba demasiado espacio barcos y disminuía la carga comercial que se podía transportar.

Sin embargo, esto tuvo solución y se solucionó creando puestos de abastecimiento de carbón en las diferentes rutas marítimas. Y una vez que se empezó a utilizar la hélice, los barcos a vapor resultaron el medio de transporte por excelencia, sobre todo para las grandes travesías.

El desarrollo del ferrocarril fue, sin lugar a duda, la gran empresa del siglo XIX. Las consecuencias de su uso fueron enormes para la economía del momento, facilitando tanto el transporte de mercancías en el siglo XIX como la importación y la exportación. Por lo que, desde el punto de vista industrial, el ferrocarril impulsó de manera considerable su producción, dando paso a más mano de obra que equivalían a muchos nuevos puestos de trabajo.

## **INNOVACIÓN EN EL TRANSPORTE.**

Las innovaciones en el transporte revitaliza noblemente el comercio, ya que con la mejora del transporte de mercancías, estas pueden ser manufacturadas de forma barata a todos los puntos de consumo. Una de las primeras aportaciones de la revolución del transporte fue el ferrocarril en la primera mitad del siglo XIX. Transporte fluvial también tuvo mucha importancia en algunos lugares de Europa y América. Por último, el gran avance lo constituyó la aparición del automóvil con la construcción sistemática de carreteras.

## **EL FERROCARRIL EN ESPAÑA.**

La primera línea de ferrocarril realizada fue Barcelona-Mataró (28 Km.) en 1848 y la segunda Madrid-Aranjuez en 1851. La Ley General de Ferrocarriles de junio de 1855, concedía una serie de ventajas económicas (subvenciones) a las compañías que se decidieran a construir. De este modo, aparecieron las grandes sociedades de crédito extranjeras, principalmente francesas. Se aceleró el ritmo de construcción de líneas ferroviarias: en 1858 había 850 Km. de vías construidas y abiertas al público, mientras que en 1866 la red alcanzó los 5.145 Km (en esas fechas, la red ferroviaria alcanzaba una extensión aproximada de 17.500 Km. en Francia y 18.000 Km. en Alemania). Se estableció una estructura radial de la red, con centro en Madrid, dificultando las comunicaciones entre las zonas más industriales. El ancho entre carriles era superior al del resto de Europa, lo que obstaculizó los intercambios. Esta decisión resultó una equivocación técnica que contribuyó a aislar a la economía española de la europea. La introducción del ferrocarril supuso una revolución en el sistema de transporte peninsular, al permitir el traslado y la comercialización de los productos entre las principales zonas agrícolas e industriales españolas.

## **EL MERCADO EN ESPAÑA EN EL SIGLO XIX.**

**COMERCIO INTERIOR:** Hasta mediados del siglo XIX se establecieron una serie de leyes para favorecer los intercambios comerciales: se eliminaron los gremios y las tasas e impuestos indirectos sobre el comercio. A mediados del siglo XIX con la aparición del ferrocarril y la aplicación de la máquina de vapor en los barcos se intentó favorecer los intercambios de personas y mercancías. El principal problema seguía siendo la escasa demanda de una población fundamentalmente agrícola.

**COMERCIO EXTERIOR:** Los intercambios fueron incrementándose a partir de mediados del siglo XIX. Se importaba algodón en rama y carbón, y exportábamos minerales, productos agrarios y tejidos de algodón. Tras la pérdida de las colonias americanas, los intercambios se mantuvieron más fuertes con Francia y Gran Bretaña.

**POLÍTICA COMERCIAL:** Si hasta 1870 predominó una política librecambista, a partir de esa fecha se estableció el proteccionismo que benefició a las industrias textiles catalanas, a los agricultores cerealistas castellanos, a la minería asturiana y a la siderurgia vasca, pero frenó a la modernización y competitividad de la industria española, como consecuencia de esto el consumidor obtuvo una menor calidad y un precio superior.

## **LA NUEVA SOCIEDAD.**

Desde el punto de vista social el desarrollo del ferrocarril facilitó la movilidad de las personas y también agilizó el proceso de globalización mezclando diferentes costumbres. Además del transporte de tropas hacia sus bases militares durante las épocas de guerra.

La revolución en el transporte produjo el desarrollo de las comunicaciones mediante la construcción de carreteras, facilitando entonces el proceso de emigración. Por lo que, las ciudades empezaron a crecer. La mayor parte de las fábricas se situaban a las afueras de las ciudades y por ello muchos campesinos emigraron en busca de trabajo, tanto para las ciudades como fuera del país.

Otros avances, además del transporte de mercancías en el siglo XIX, ligados a la revolución industrial que cambiaron totalmente la vida cotidiana son: el teléfono, el correo, el telégrafo y la prensa rotativa.

# EL SIGLO XX Y LA GLOBALIZACIÓN.

La globalización, en ocasiones denominada mundialización, es un proceso económico, tecnológico, político, social y cultural a escala mundial que consiste en la creciente comunicación e interdependencia entre los distintos países del mundo, uniendo sus mercados sociales a través de una serie de transformaciones sociales y políticas que les brindan un carácter global.

La globalización es a menudo identificada como un proceso dinámico producido principalmente por la sociedad y que ha abierto sus puertas a la revolución informática, llegando a un nivel considerable de liberalización y democratización en su cultura política, en su ordenamiento jurídico y económico nacional, y en sus relaciones nacionales e internacionales.



Este proceso originado en el seno de la civilización occidental y que se ha expandido alrededor del mundo en las últimas décadas de la Edad Contemporánea (segunda mitad del siglo XX). Con el fin de la Guerra Fría, recibe su mayor impulso potenciada por las empresas multinacionales y la libre circulación de capitales, junto con la implantación definitiva de la sociedad de consumo. El ordenamiento jurídico también siente los efectos de la globalización y se ve en la necesidad de uniformizar y simplificar procedimientos y regulaciones nacionales e internacionales con el fin de mejorar las condiciones de competitividad y seguridad jurídica, además de universalizar el reconocimiento de los derechos fundamentales de la ciudadanía.

En la cultura se caracteriza por un proceso que interrelaciona las sociedades y culturas locales en una cultura global (aldea global), aunque existe divergencia de criterios sobre si se trata de un fenómeno de asimilación occidental o de fusión multicultural. En lo tecnológico la globalización depende de los avances en la conectividad humana (transporte y telecomunicaciones), facilitando la libre circulación de personas y la masificación de las TIC (tecnologías de información y comunicación) y el internet. En el plano ideológico, los credos y valores colectivistas y tradicionalistas causan desinterés generalizado y van perdiendo terreno ante el individualismo y el cosmopolitismo de la sociedad abierta. Los medios de comunicación clásicos, en especial la prensa escrita, pierden su influencia social (cuarto poder) frente a la producción colaborativa de información de la Web 2.0 (quinto poder), y continúa en el siglo XXI. Se caracteriza en la economía por la integración de las economías locales a una economía de mercado mundial, donde los modos de producción y los movimientos de capital se configuran a escala planetaria («nueva economía»).

Mientras tanto, respecto a la política, los distintos gobiernos van perdiendo atribuciones en algunos ámbitos que son tomados por la sociedad civil, en un fenómeno que se ha denominado sociedad red. El activismo cada vez más gira en torno a movimientos sociales y las redes sociales mientras los partidos políticos pierden su popularidad de antaño, se ha extendido la transición a la democracia contra los regímenes despóticos, y en políticas públicas destacan los esfuerzos para la transición al capitalismo en algunas de las antiguas economías dirigidas y la transición del feudalismo al capitalismo en economías subdesarrolladas de algunos países, aunque con distintos grados de éxito. Geopolíticamente el mundo se debate entre la unipolaridad de la superpotencia estadounidense y el surgimiento de nuevas potencias regionales, y en relaciones internacionales el multilateralismo y el poder blando se vuelven los mecanismos más aceptados por la comunidad internacional. La sociedad civil también toma protagonismo en el debate internacional a través de ONG internacionales de derechos humanos que monitorean la actividad interna o externa de los Estados.



En el ámbito militar surgen conflictos entre organizaciones armadas no-estatales (y transnacionales en muchos casos) y los ejércitos pertenecientes al estado (guerra contra el terrorismo, guerra contra el narcotráfico, etc), mientras las potencias que realizan intervenciones militares a otros países (usualmente a los considerados como Estado fallido) procuran ganarse a la opinión pública interna y mundial al formar coaliciones multinacionales y alegando el combate a alguna amenaza de seguridad, no sin amplios debates sobre la legitimidad de los conceptos de guerra preventiva e intervención humanitaria frente al principio de no intervención y de oposición a las guerras.

La valoración positiva o negativa de este fenómeno, o la inclusión de definiciones alternas o características adicionales para resaltar la inclusión de algún juicio de valor, pueden variar según la ideología del interlocutor. Esto ocurre porque el fenómeno globalizador ha despertado gran entusiasmo en algunos sectores, mientras en otros ha generado un profundo rechazo (antiglobalización), habiendo también posturas eclécticas y moderadas.

## **COMERCIO INTERNACIONAL.**

El paso del comercio internacional al comercio global ha sido uno de los acontecimientos más trascendentales en el ámbito económico en los últimos años, lo mismo que ocurrió cuando se pasó de la autarquía al comercio internacional. El comercio internacional se inició con el tráfico de especies, oro, plata y piedras preciosas, desde que existe el transporte y los mercaderes, pero fue con la revolución industrial (que trajo el motor a vapor, los medios de transporte y de producción masivas), que logró una escala continental e intercontinental. Con ello, se transformaron las estructuras, los sistemas y las formas de producción en cada país y en cada área económica existente en el mundo. Cambió no sólo el ámbito económico sino también el ámbito político, social y cultural de los pueblos.

Con el comercio internacional nacieron los mercados internacionales y la interdependencia entre los países, tanto en sus formas de producción como en la asignación de recursos (qué y cuanto producir de cada bien), cada país se especializa en aquellas actividades en las que tiene ventajas comparativas. Es este principio el que rige el ámbito económico en el mundo y en función del cual se crean las Teorías de Comercio Internacional, sobre cuyas bases se estructuran las Políticas de Comercio Internacional.

Es en Inglaterra donde nació la revolución industrial y en ella basó su imperio económico. Durante el siglo XIX los ingleses lograron crear una base industrial universal que les permitió modificar la producción de muchos de los bienes de consumo existente en dicha época (vestuario, alimentos, etc.). Los principales productos que se comercializaron fueron las materias primas (minerales, carbón, fibra textil, etc.), maquinaria industrial (muchas de ellas se fabricó en los países de origen y/o destino, en grandes maestranzas) y de productos finales (textiles). El comercio internacional y el transporte empezaron a tener gran importancia, apareciendo las primeras líneas de servicios de transporte marítimo.

A fines del siglo XIX y comienzos del siglo XX, EE.UU. rompió los esquemas de fabricación y comercialización al desarrollar la producción en serie, que se basó en grandes líneas de ensamblaje, y en el uso de piezas intercambiables. Con ello, lograron producir en grandes lotes maquinarias, equipos y bienes de consumo durable (artefactos domésticos y electrodomésticos) a bajo costo y accesibles a la gran mayoría de los hogares en el mundo, es decir, la producción masiva de máquinas de coser, de escribir, radios, teléfonos, electrónicas, línea blanca, etc. Esta innovación cambió la forma de vida de la población en el mundo y los sistemas de comercialización y transporte.

En esta revolución post-industrial y cultural, la masificación de la producción de los vehículos automotores significó un cambio estructural en la infraestructura, la distribución en el abastecimiento de insumos (petróleo, caucho, acero, etc.), y productos, el transporte de bienes y personas, etc. que tuvo un impacto que es importante destacar independientemente.

En el comercio internacional se produjo un cambio notable, la producción en línea trajo consigo las economías de escala, donde un número muy reducido de plantas podían abastecer el consumo en todo el mundo. Para ello, fue necesario armar sistemas de comercialización donde la producción de equipos, productos y repuestos, se hacían en el origen y se transportaban a los destinos, lugar en que se hacía la mantención y la reparación. Con ello, las necesidades de transporte se multiplicaron.

Estos sistemas de comercialización, compuestos de redes de distribuidores (proveedores de combustibles, vendedores de repuestos, talleres de mantención y reparación, etc.), masificaron los mercados y desterraron para siempre el autoconsumo y la producción artesanal. La división del trabajo pasó a ser el concepto universal de como producir y hacer las cosas.

En los mercados, los norteamericanos impusieron la competencia donde los conceptos de precios y costos fueron el dogma. Con plantas cada vez más grandes aparecieron las empresas multinacionales que amenazaron con capitalizar la producción y el comercio mundial. Ante esto nació el proteccionismo, la ingerencia de los Estados en la actividad económica y los grandes bloques políticos que separaron al mundo occidental del mundo socialista y, entre ellos, el tercer mundo.

Sin embargo, el comercio internacional nunca dejó de crecer, interrumpido básicamente por la 1a. y 2a. guerras mundiales, creció sin precedentes a partir de los años cincuenta en el mundo occidental (y probablemente al interior del bloque de países socialistas), especialmente entre Norteamérica y Europa. En esta etapa se incorporaron Japón y los NIE's (Taiwán, Corea del Sur, Singapur y Hong Kong), en el Asia, y Brasil en Latinoamérica. El resto de Latinoamérica se encierra en sus políticas de industrialización mediante la sustitución de importaciones, basando sus exportaciones en uno o dos grandes "commodities".

Luego, las grandes rutas comerciales se establecieron sin competencia entre los países del norte, además de Australia y Nueva Zelanda en el hemisferio sur.

## **GLOBALIZACIÓN DE PRODUCTOS Y EMPRESAS.**

En los años 70, empezó una nueva revolución comercial, Japón se introdujo con fuerza en los mercados internacionales y EE.UU. se abre al mundo, basados en la globalización de productos y de las empresas.

## **JAPÓN Y LA GLOBALIZACIÓN DE LOS PRODUCTOS.**

Los japoneses introducen una nueva revolución en los sistemas de producción y distribución en el mundo industrial. Básicamente, debido a la carencia de recursos naturales y de espacio (sólo el 25% del territorio de este país es habitable), la industria japonesa está obligada a trabajar con líneas de producción muy pequeñas (celdas de producción) y a carecer de inventarios, ya que no hay espacio para ello. Esto significa que la fabricación de partes y piezas debe hacerse independiente de las líneas de ensamblajes ("outsourcing") y los componentes confluyen al ensamblaje en el momento de su producción, sin inventarios intermedios ("Justo a tiempo"). Con ello, el transporte y la distribución pasa a ser parte de la función de producción, englobados por una logística que no puede fallar. Para que estos sistemas pudiesen funcionar, desarrollaron el concepto de mejoramiento continuo, lo que se engloba en el concepto de Calidad Total de Gestión (Total Quality Management).

A diferencia de los norteamericanos, introducen el concepto de planificación flexible, para cumplir con el "justo a tiempo", (pequeños lotes), basados en la automatización y robotización. Las economías de escala las obtienen el abastecimiento, especialmente de materias primas, y en la distribución, consiguiendo cada vez mayores participaciones de mercado.

Las economías de escala en el transporte las logran desarrollando la industria naval de los súper graneleros (Ore and Bulk Carrier), tanqueros (Oil Carrier), y combinados (Ore, Bulk and Oil Carrier), hasta tamaños no imaginables en dicha época (400 a 500 mil DWT). Además, con contratos de grandes volúmenes de compra en grandes yacimientos (mineral de hierro), desarrollaron una nueva forma de abastecimiento masivo.

Las participaciones de mercado las han logrado mediante precios (costos de fabricación), hipersegmentación de mercados, cambios muy frecuentes en el ciclo de vida de los productos y globalización de los productos y mercados. Las economías de escala en la producción las han conseguido en la fabricación de componentes estandarizados, que con pequeños cambios sirven para nuevos modelos y para otros productos orientados a segmento de mercados completamente diferentes. Un ejemplo de esto es la fabricación de motores, chips, elementos ópticos, etc. Por ello, los grandes grupos (Keiretsus) cuentan con agentes a gran escala, involucrados en muchos negocios y mercados, que aprovechan al máximo las economías de cobertura de mercados (Scope Economies).

Los cambios en los esquemas de comercialización de las empresas japonesas se deben también a causas históricas. La falta de espacio en los hogares y fábricas japonesas, los obliga a miniaturizar los artefactos del hogar, así como equipos y maquinarias de fabricación. Luego, ofrecen al consumidor occidental un artefacto personal (no familiar como lo hicieron los norteamericanos), multiplicando con ello el número de consumidores y ampliando los mercados. Un claro ejemplo de ello son los radios a transistores de Sony, probablemente el primer producto japonés en traspasar las fronteras internacionales y globalizarse.

Si a lo anterior se suma el hecho que las empresas japonesas no se globalizan, producen en Japón y exportan desde allá, se puede entender porqué el comercio internacional y el transporte crecen aceleradamente, y porque el eje principal del comercio se traslada desde el Atlántico (Norteamérica - Europa) al Pacífico (Japón -Asia - Norteamérica).

Los productos se globalizan cuando con leves modificaciones traspasan barreras aduaneras y culturales, accediendo a cualquier mercado no restringido en el mundo. Los japoneses no son inventores del concepto, por cuanto las grandes transnacionales occidentales lo hicieron con anterioridad, pero se orientan en esta dirección y con ello lo refuerzan.

## LA GLOBALIZACIÓN DE LAS EMPRESAS NORTEAMERICANAS.

Aún hasta a fines de los años 60, muchos economistas pensaron que la economía norteamericana podía ser autosustentable, debido a que este país era superior al resto del mundo en prácticamente cualquier actividad productiva. Sin embargo, el rápido incremento de los salarios y reglamentos, obligaron a las empresas a buscar proveedores en otras partes del mundo. En un inicio, en la fabricación de productos finales derivados de la industria liviana (textil, vestuario, calzado, plástico, etc.).



Las grandes empresas dueñas de las plantas de producción, de los sistemas de distribución y de las marcas fueron a los NIE, las cuales no sólo enseñaron los métodos de fabricación, sino que proveyeron equipo, financiamiento e incluso líneas de producción para fabricar con la marca del cliente. En un principio subcontrataron servicios muy específicos. Por ejemplo, en la confección de prendas de vestir llevaron las piezas cortadas desde sus fábricas y contrataron sólo costura, armado, planchado y embalaje. Normalmente, la operación logística completa, desde comprar la materia prima, transportar las partes y componentes y retomar con los productos terminados, fue realizado por la empresa matriz.

En la medida que la base industrial de estos países se fue desarrollando, compraron nuevos servicios, contrataron nuevas empresas y con ello fueron trasladando el proceso completo de fabricación a ultramar. Al incorporar nuevos países y empresas, hicieron competir a los proveedores de estos países por cada uno de los servicios que componen la fabricación del producto final. De fabricantes se transforman en agentes comercializadores, concentrándose en las funciones de servicio. En esta forma introducen el concepto de competitividad a nivel mundial, las empresas localizadas en cualquier parte del mundo compiten sobre las mismas bases por la producción de los mismos productos.

Con el desarrollo de la base industrial y de los negocios en los NIE y en cualquier país abierto a estos nuevos sistemas de comercio internacional, nuevas y cada vez más avanzadas y complejas actividades industriales se trasladan a ultramar, pasando este sistema a ser una forma de supervivencia de las empresas norteamericanas para competir en sus propios mercados. La industria de la electrónica, computación e incluso de la maquinaria pesada, fueron trasladando aquellas actividades intensivas en mano de obra a los NIE, a Brasil y a cualquier país que no sólo ofreciera las condiciones necesarias, sino que principalmente pudiera competir con el país/empresa más competitiva en el mundo.

En los años 80, se abrieron la mayoría de los países del sureste asiático (Malasia, Filipinas, Indonesia, etc.). Más importante aún, en 1978 empezó China Continental. En los 90, están empezando el resto, India, Vietnam, etc. y con ello, sin duda, todo el Asia. En los años 90, también se abren los países de América Latina, previo a lo cual sólo Chile y posteriormente México, ya habían iniciado el proceso de apertura. También los países de Europa Oriental después de la caída del Muro de Berlín. Pero también, en los años 80 las grandes empresas europeas empezaron a incorporarse al sistema, con lo cual aumenta la demanda y el comercio internacional. Por ello, podemos decir que, casi sin excepción, actualmente nos encontramos en un mundo abierto al comercio y la competencia internacional.

## **COMPETITIVIDAD INTERNACIONAL.**

En un mundo que tiende a la globalización, cada empresa y actividad económica debe competir con sus similares ubicadas en cualquier lugar del mundo. Para sobrevivir, deben transformar las ventajas comparativas en ventajas competitivas.

Por ello, los países que se abren al comercio exterior deben diseñar una serie de medidas macroeconómicas que permitan a las empresas privadas desarrollar ventajas competitivas sin restricciones. Luego, la apertura siempre viene acompañada de desregulación de los mercados, entre ellos: el de los factores productivos (laboral y de capitales), de productos (materias primas, productos intermedios y finales) y servicios (incluyendo los de comunicaciones y de transporte). Así como también, de programas de privatización de las empresas públicas (incluyendo los servicios básicos), algunos servicios públicos (salud, educación, aduana, etc.) y, en muchos casos, la infraestructura o al menos su operación.

Las ventajas competitivas son pasajeras, van cambiando en la medida que los competidores cambian sus estrategias, los países sus regulaciones y los bloques su organización interna.

La apertura al comercio internacional unilateral de los países en el Lejano Oriente, Latinoamérica, Europa Oriental y ex-Unión Soviética, ha producido un cambio sin precedentes en la competitividad internacional de países y empresas, la emergencia de nuevos mercados, la formación de bloques de países y liberalización del comercio internacional, principalmente de los países en desarrollo.

Los países que iniciaron antes este proceso, como los NIE, están buscando escalar nuevas etapas en la producción industrial, tratando de desarrollar tecnología para competir con los países desarrollados. Asimismo, trasladando sus propias actividades intensivas en mano de obra a los países con ventajas comparativas en este recurso. Los países emergentes, con tremendas ventajas comparativas en calidad y valor de la mano de obra (los agrupados en el ASEAN, China y últimamente India, Vietnam, etc.), están obteniendo crecientes participaciones de mercado en la producción de ensamblajes, industria liviana y otras intensivas en mano de obra. Lo mismo ocurre con México en el Tratado de Libre Comercio de Norteamérica (TLCNA) y los países centroamericanos en el Caribbean Basin Initiative Program (CBI).

Los países industrializados tienen que diversificarse internacionalmente en la producción para mantener su competitividad, ampliando también el rango de productos y procesos a fabricar internacionalmente.

Esta globalización de la producción viene acompañada de flujos de capital, de inversión directa en los países de reciente desarrollo, y de internacionalización de las grandes empresas (en los mercados financieros internacionales) en los países de mayor desarrollo. Para los primeros, significa consolidar su apertura, equilibrar sus sistemas económicos, privatizar sus empresas públicas productivas y de servicios, mejorar su infraestructura, reformar sus sistemas laborales, etc. Para los segundos, consolidar sus equilibrios macroeconómicos, internacionalizar sus mercados financieros, ampliar y mejorar su infraestructura y todos los elementos que signifiquen mejorar su competitividad.

En países desarrollados, la desregulación de los mercados de transporte, servicios y la privatización de empresas públicas se inició en la década de los 80, primero en EE.UU. y el Reino Unido. Esta aún continúa, al iniciarse en países como Francia e Italia, con mayor tradición socialista. Luego, la tendencia a una menor ingerencia del Estado es universal.

Los salarios y la calidad de la mano de obra continúa teniendo la más alta prioridad en las decisiones de localización de las instalaciones de producción y servicios, porque la tecnología y capital han pasado a tener una alta movilidad. Por ello, en todos los países ha cobrado un alto interés la revisión de los sistemas de regulación de los mercados de la mano de obra y de la seguridad social, que inciden en el costo y, de los sistemas educacionales, que inciden en la calidad. Además de la gran preocupación por los costos globales de producción y transporte, más allá del costo físico "in-situ," de producción. El clima político, social y económico tienen fuerte incidencia en el riesgo país y con ello en la tasa de descuento con que se evalúan las inversiones. La infraestructura de transporte, comunicaciones y de servicios relacionados, influye en proporciones importantes en el costo del bien final puesto a disposición del consumidor, por lo que representa un factor de increíble importancia en la competitividad de un país.

## **GLOBALIZACIÓN DE LOS MERCADOS FINANCIEROS.**

Un aumento explosivo en la movilidad del factor capital, en los 80, ha conducido a mercados totalmente relacionados a nivel mundial, para los países que han optado por abrirse a los mercados externos. La globalización en los 90, incluirá nuevos países, mercados e instrumentos financieros. Esta se ha precipitado con la desregulación de los mercados financieros, la diversificación global de las carteras de colocaciones y la tecnología de las comunicaciones, que permitió perfeccionar los flujos de información. Cada uno de estos factores ha conducido a que los grandes mercados, donde la oferta de ahorros es de dimensiones colosales, como en EE.UU, Europa, Japón, Taiwán, etc., puedan colocar sus fondos en cualquier mercado abierto en el mundo, que ofrezca una mayor rentabilidad.

Hasta los años 80, los países con altas tasas de ahorro presentaban fuertes ventajas comparativas para la inversión local, al ofrecer bajas tasas de interés, posibilitando su rápido desarrollo. Países como Japón, Corea, Taiwán, etc. pudieron gozar por mucho años de esta tremenda ventaja en relación a occidente. Relaciones de 1: 2 entre las tasas de interés de largo plazo (Bonos de Gobierno), entre los mercados de EE.UU. y Japón, perduraron por mucho tiempo, pero actualmente han convergido al mismo valor en ambos países y también en Europa. Luego, el costo de los créditos dependerá de la empresa y del lugar de la inversión. Las empresas reconocidas que ofrecen mayor seguridad podrán obtener créditos a costos más bajos. Los países que tengan un menor riesgo podrán ofrecer mayores atractivos para atraer las inversiones, mejorando su competitividad.

La competencia por la disponibilidad de fondos va a ser cada día más intensa. Entre los principales demandantes se encuentran: los gobiernos de los países desarrollados (para cubrir déficit), los países de la Ex-Unión Soviética, los países emergentes de Asia y de Latinoamérica. Luego, la competitividad país pasa por ofrecer muy buenas condiciones (rentabilidad) y seguridad. Especialmente importante porque en el mundo moderno la mayoría de los fondos se canalizan a través de inversión directa (bonos, acciones, joint venture), es decir, participación en la propiedad.

## **GLOBALIZACIÓN DE LA MANO DE OBRA..**

La mano de obra se ha globalizado no porque su movilidad haya aumentado sino porque las empresas lo han hecho. El costo de la mano de obra en los países emergentes del Lejano Oriente es US\$1,0/Jornada y constituye la línea base ("„bottom line,„) para competir en cualquier negocio, sea local o internacional, en cualquier país abierto a los mercados externos. Esto porque en estos países la oferta de obreros, para cualquier propósito práctico, es infinita (más de mil millones de personas en edad de trabajar). Luego, en cualquier inversión el costo de la mano de obra va a aparecer en forma directa o indirecta, valorada de acuerdo a su productividad y, con ello, en la competitividad a nivel país. Por lo tanto, la única forma de competir con una mano de obra sobrevalorada es agregar valor a la jornada de trabajo, en factores que permitan hacerla comparable con la del Lejano Oriente.

## **PRINCIPALES BLOQUES Y ÁREAS ECONÓMICAS.**

En general el mundo se clasifica en países desarrollados o industrializados, en desarrollo y sub-desarrollados. Los primeros constituyen los principales mercados, pero los segundos observan las tasas de crecimiento más rápidas. Sin embargo, esta clasificación no sirve para entender el comercio y el transporte. Para ello, es importante identificar las principales áreas y bloques económicos y las principales rutas o tráfico internacionales.

# E-COMMERCE SIGLO XXI.

Desde el catálogo de productos hasta las actuales tiendas online, el ecommerce he evolucionado hasta convertirse en un medio más para la venta. Ha supuesto una forma nueva de distribución y comercialización de los productos, y ha cambiado la forma de comprar de los consumidores.

## LOS ORÍGENES DEL E-COMMERCE.

### **Historia del ecommerce: desde la venta por catálogo.**

El comercio electrónico cuenta con un recorrido histórico. La venta por catálogo tiene una antigüedad de casi un siglo y medio (fue inventada en 1872) y se le ocurrió a Aaron Montgomery Ward, un comercial que se dedicaba a viajar por todos los Estados Unidos para abastecer de productos a los comercios de las principales poblaciones. Pero el señor Montgomery se dio cuenta que había una importantísima parte de la población que no tenía acceso a los productos que él suministraba a los comercios: los agricultores y todo aquel que vivía en zonas rurales (por aquella época un porcentaje muy elevado de estadounidenses). Aaron Montgomery Ward ideó un método de venta que eliminase a varios intermediarios y que fuese directamente desde su punto de venta en Chicago hasta los compradores. Alquiló un almacén y adquirió un extenso lote de productos (que al comprarlos al mayor le salió por un precio bastante bajo), después mandó imprimir varios cientos de copias de una hoja en la que aparecían los 163 productos que tenía a la venta y los distribuyó entre varias cooperativas agrícolas. Los compradores debían marcar qué productos querían adquirir (entre los que se encontraban ropa, sombreros, calzado, herramientas, enseres de cocina, armas de fuego...) y enviar la hoja por correo. En cuestión de unas semanas les llegaba a su domicilio (en los casos de viviendas más alejadas se enviaba a la estación de ferrocarril más próxima). De esta forma el consumidor podía comprar directamente desde casa sin necesidad de desplazarse, y sin necesidad de interactuar con un vendedor.

### **Historia del e-commerce: Precedentes.**

La aparición de la tarjeta de crédito influyó positivamente en la historia del e-commerce, concretamente en el desarrollo de este tipo de venta, impulsando las ventas por catálogo, contribuyendo a generar un tipo de comercio que se realiza desde casa, y desasociado del modelo tradicional de tienda. A principios de 1970 aparece la posibilidad de transferir fondos monetarios y posteriormente, apareció el intercambio de datos electrónicamente. Estos nuevos procesos permitieron a las empresas aumentar su competitividad e incorporar el comercio electrónico a su actividad comercial diaria. Es también en 1970 cuando comienzan a incorporarse las computadoras en las relaciones comerciales, intercambiando órdenes de pedido o facturas. Se aplicó sobre todo en el sector productivo e introdujo muchas ventajas. En la década de 1980, la televisión comenzó a emitir programas de televeta, introduciendo al consumidor en un mundo de compras sin necesidad de palpar o tener delante físicamente el producto. Con un mayor dinamismo y realismo que los productos de catálogo, la venta a través de este canal supuso un éxito rotundo. Otro hecho que marcó un precedente se produce en 1995, cuando los países del G7/G8 crean una iniciativa global orientada hacia las PYMES para que estas puedan acceder a las ventajas del comercio electrónico. Con todos esto, ya se habían sentado las bases tecnológicas y comerciales para el desarrollo del e-commerce. Tanto empresas como consumidores se beneficiaban de sus ventajas.

## LA LLEGADA DE INTERNET.

Con la llegada de Internet, el comercio electrónico se estandariza y comienza a formar parte del día a día de empresas y consumidores. Las posibilidades que ofrecen las páginas web de mostrar texto y contenidos multimedia, las han consolidado como catálogos digitales, dónde las empresas pueden mostrar sus productos y servicios a nivel global.

La comunicación a través del correo electrónico y las pasarelas de pago contribuyeron a automatizar el proceso de compra y la gestión del cobro. Con ellas, y junto a la necesidad de competir a través del canal digital por el mismo público objetivo, nace el marketing digital.

La globalización del comercio electrónico planteo un reto de logística para las empresas, que tenían que buscar sistemas de envío de sus productos a sus clientes que ahora estaban repartidos por todo el mundo. Las empresas de paquetería y mensajería se reinventaron para poder hacer frente a la nueva realidad del comercio, y al incremento del tráfico de productos.

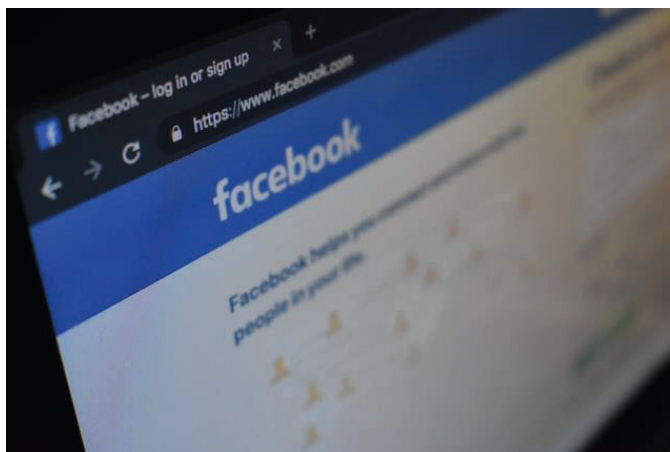
La historia del e-commerce es la historia de las empresas que se enfrentan a un nuevo reto, a un nuevo canal de venta con sus ventajas y comienza a contemplar la transformación digital de sus canales de venta para poder atender la creciente demanda que Internet genera.

## SURGEN LAS MARCAS ICÓNICAS DEL E-COMMERCE.



- En 1995 aparece eBay y Amazon abre su primera tienda digital dedicada a la venta de libros digitales.
- Una compañía supera por primera vez la millón de dólares en ventas a través de ecommerce. Se trata de la compañía Dell en 1997.
- Ebay crece y compra y estandariza PayPal como método de pago en 2002.
- Primero Apple en 2007 lanza su iPhone, y Google hace lo mismo con su sistema Android un año más tarde. Nace el e.commerce desde dispositivos móviles.

## LAS REDES SOCIALES EN LA HISTORIA DEL E-COMMERCE.



Las redes sociales forman parte de la historia del e-commerce. Con la aparición de las redes sociales, no sólo cambia la forma en la que se relacionan las personas, sino también las empresas con los clientes y las empresas entre sí. Rápidamente las redes sociales se convierten en un canal de difusión de productos, servicios y experiencias que aprovechan las empresas para dar a conocerse y conectar con su público objetivo, ayudadas de las herramientas analíticas. Se estudia de forma más exhaustiva el comportamiento de los usuarios, creando perfiles de usuarios mejor definido. Ahora las empresas pueden concentrar sus esfuerzos de venta y marketing en aquellos lugares y redes sociales en los que se concentran la mayoría de sus usuarios. Plataformas como Facebook e Instagram comienzan a posibilitar la venta de productos directamente a través de los perfiles de sus usuarios.

## **VENTAJAS DEL E-COMMERCE.**

Tanto en los procesos de compraventa entre empresas (B2B) o entre empresas y clientes finales (B2C), la irrupción del e-commerce ha supuesto no solo una forma nueva de desarrollar el proceso comercial. Además, ha supuesto una serie de ventajas para ambas partes, empresas y consumidores.

### **Ventajas del e-commerce para las empresas:**

-Mejoran la distribución: Sobre todo a las empresas que distribuyen productos digitales en los que el costo de distribución tiende a cero.

-Ampliación del mercado: Permite acceder a un mercado global, ampliando así exponencialmente el número de clientes potenciales.

-Comunicaciones comerciales: El email, los sistemas de almacenamiento en la nube y las videoconferencias han mejorado las comunicaciones comerciales. Las han dotado de inmediatez y permitiendo utilizarlas como método de venta de productos. Un ejemplo claro son las aplicaciones de email marketing.

-Beneficios operacionales: El uso de la web para informar a los clientes, permitirles extender el horario de compra. Además contribuye a generar un espacio donde encontrar información detallada de los productos reduce costes, tiempos y errores. Por otro lado, permite encontrar y acceder a nuevos mercados.

-Branding: El e-commerce permite extender y difundir la imagen de marca de forma digital.

-Fidelización de clientes: Mediante el uso de comunicaciones más personalizadas, el uso de áreas privadas, los blog y otros elementos orientados a clientes conseguimos vincularlos con la marca y fidelizarlos.

-Comunicaciones B2B: Específicamente, el e-commerce ha facilitado la comunicación de compra venta en empresas, agilizando, simplificando y automatizando los procesos.

-Reducción de costes: La venta por e-commerce reduce considerablemente los gastos fijos de la empresa. Sobre todo en almacenaje, stock de mercancías (sobre todo con el dropshipping) y en alquileres o compras de inmuebles asociados a la actividad comercial de la empresa.

-Aumento de las ventas: El canal digital se suma a los canales físicos y tradicionales de ventas. Es como tener una «tienda virtual» más, un punto de venta nuevo, por lo que, consecuentemente, se trata de un insumo a la hora de incrementar las cifras de ventas.

### **Ventajas del e-commerce para los clientes finales:**



Con el e-commerce el cliente no va a buscar el producto a un punto de venta, el producto va hasta el cliente.

-Variedad de productos: La globalización del mercado, y la digitalización de los canales de venta de las empresas, han aumentado el catálogo de productos disponibles para los consumidores.

-Reducción del precio de venta: La concurrencia de ofertantes a nivel global, ha endurecido la competencia, y su consecuencia ha sido la disminución del precio de venta para muchos productos.

-Compras fáciles: Con el e-commerce, todo el proceso de compra se puede realizar desde el domicilio del cliente de forma cómoda y fácil.



-Accesibilidad para las actividades comerciales: El e-commerce hace accesible los procesos de compra venta especialmente a las personas con diversidad funcional y problemas específicos de movilidad. Con la llegada del e-commerce ven incrementada su independencia a la hora de realizar las actividades de la vida diaria. Sobre todo las relacionadas con la adquisición de bienes o servicios.

## **CARACTERÍSTICAS DEL E-COMMERCE.**

-Espacio virtual: Se trata de un espacio virtual donde las empresas pueden mostrar sus productos y que permite a los compradores acceder en cualquier momento.

-Clientes: La mayoría de los clientes de ecommerce suelen ser personas jóvenes y de mediana edad. Suele tener un grado alto de conocimientos digitales y en el uso de Internet.

-En cualquier lugar y a cualquier hora: La proliferación del uso de dispositivos móviles y el acceso masivo a Internet, ha posibilitado dos de las características fundamentales del ecommerce. Por un lado, su disponibilidad las 24 horas del día y durante todo el año. Por otro lado, la posibilidad de acceder desde cualquier lugar donde tengamos cobertura de datos móviles (playa, segundas residencias, desde la montaña, en una cafetería...).

-Movilidad del cliente: Este tipo de comercio no requiere que el cliente se desplace a los puntos de venta. El producto es el que se desplaza hacia donde esté el cliente.

-Interacción: Aunque no se precisa de vendedores físicos, existen medios de comunicación a disposición de los clientes. Los chats, el email o incluso las redes sociales, permiten al comprador interactuar con el vendedor para obtener información o resolver problemas relacionados con la venta.

-Internacionalización: Tanto si el vendedor distribuye sus productos a todo el mundo como si no, estos serán visibles de manera globalizada.

## **EN CONCLUSIÓN.**

Desde su aparición hasta nuestros días, el e-commerce se ha ido estandarizando y ha aumentado sus cifras de venta. Hemos llegado al punto en el que cada vez son más las empresas que se suman a las ventajas. Sobre todo tener digitalizado su canal de venta. Disponer de un sistema e-commerce en el que exponer los productos aumentará las ventas, a acceder a nuevos mercados y a reducir los costes relacionados con la compra venta. Pero, me atreveré a hacer estas consideraciones:

“El público sera cada vez más exigente, le dará mucha importancia a la inmediatez, a los costes de envío, a los plazos de entrega y a la política de devoluciones..”

“El comercio electrónico no va a suplantar a las tiendas físicas, si no que se seleccionará lo mejor de ambos mundos para que sean complementarios..”

“Será muy importante que el consumidor se sienta como una persona y no como un número más dentro de una base de datos..”

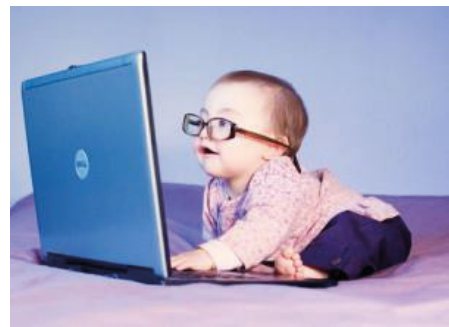
# EL FUTURO DEL COMERCIO.

En los últimos dos años la humanidad ha asistido a una de las mayores transformaciones de la historia en los hábitos de consumo, con un crecimiento espectacular de las interacciones en línea y del e-commerce. ¿Hacia dónde va ese universo?



## OPINIÓN PERSONAL.

Haciendo referencia al título de este trabajo en el que también se cita el futuro del comercio, estoy convencido de haber entrado en un "jardín... de difícil salida y con un altísimo riesgo de omitir cuestiones que marcarán dicho futuro como son: las variantes tecnológicas mejoradas y nuevas que, superarán las experiencias en las compras actuales, los sistemas de pago que dejarán obsoletos a los actuales a corto plazo, los cambios sociológicos producidos en las nuevas generaciones, generación Z (neonativos digitales) y generación Alpha (cien por cien digitales) abrirán nuevos horizontes y percepciones produciendo un cambio de paradigma en los conceptos de la compra.



En lo referente a las ventas, los comerciantes del futuro flexibilizarán sus actuales fórmulas adaptándose a los gustos y tendencias que irán apareciendo por parte de las generaciones ya citadas. Aunque no será menos cierto que sirviéndose de los asombrosos bancos de datos que dispondrán y que ya disponen, intentarán modificar costumbres y tendencias con un claro ánimo de optimizar las operaciones y conseguir mayores rentabilidades y beneficios. Para ello se producirán grandes concentraciones y fusiones en los operadores de venta, esto producirá que entre unos pocos sean capaces de suministrar todo tipo de productos a nivel mundial. Esta situación pondrá en peligro la competencia. Se crearán grandes zonas de desabastecimiento, se cambiarán costumbres alimentarias, el empleo que creen, será más precario.



Aparecerán nuevos organismos que regulen estas situaciones, a pesar de la dificultad que ello conllevara, por el poder en todas sus variantes, que estas grandes corporaciones acumularán. Otros agentes que influirán en el comercio del futuro será el mundo financiero y sobre todo la banca que no será ajena, ni lo es ya, a la vertiginosa velocidad de los cambios tecnológicos de los que Internet es principal protagonista, veremos monedas virtuales avaladas por entidades y operadores y sistemas de pago que ni pensamos.

## ¿Y EL METAVERSO?



Ya está aquí el continuo del Metaverso con un gran número de nuevas tecnologías y experiencias que revolucionarán la forma de operar de las empresas. Las empresas líderes necesitarán estrategias para un mundo donde lo físico se está mezclando con lo virtual, en muchas plataformas diferentes y que deberán gestionar para llegar a sus clientes, empleados y partners. Hoy asistimos a la aparición de cuatro piezas básicas del continuo: Web Me, El mundo programable, Lo irreal y Calcular lo imposible. Las empresas están a punto de encontrarse en la intersección de muchos mundos nuevos en los que mantendrán realidades físicas y virtuales construidas por ellas mismas y ofrecerán servicios en entornos creados por otros. El metaverso será un sitio donde todas esas experiencias van a requerir métodos de pago adecuados a esta nueva realidad. Las personas se moverán todos los días entre esos mundos.

## LAS TENDENCIAS.

Las innovaciones tecnológicas del presente se están convirtiendo en las piezas que harán posible nuestro futuro común. Las tendencias exploran todo el continuo, desde lo virtual hasta lo físico, y tanto en personas como en máquinas, identificando las áreas en las que las empresas ambiciosas puedan encontrar más oportunidades sin dejar atrás el presente para anclarse firmemente en el futuro.

---

## EL OBJETIVO.

El objetivo de este trabajo ha sido, “destilar”, la abundante información que existe con referencia al comercio. Resaltar los hechos más relevantes desde el principio de los tiempos hasta hoy mismo, volcando mi modesta opinión de un futuro, basándome en mis experiencias en este dinámico y apasionante mundo.

---

# FINAL DEL TRABAJO

Me gustaría terminar con unas citas:

“Todos vivimos de vender algo” (*Robert Louis Balfour Stevenson*).

“El arte del comercio está en comprar a tres euros lo que vale seis y en vender a seis lo que vale tres”. (*Francois Marie Feurier*).

---

DEDICATORIA  
“A mi mujer y a mis hijos “

AGRADECIMIENTOS  
A mi tutor *Joan Serafi Bernat*, sin su orientación y consejos este trabajo no hubiera sido posible. También a la universidad, por su personal y recursos que me han permitido alcanzar este logro académico.

# BIBLIOGRAFÍA

-Historia National Geographic.

-Wikipedia.

-<https://es.slideshare.net/MarcelaBonilla/historia-del-comercio-26996173>

-<https://tareasiuniversitarias.com/los-primeros-grandes-comerciantes-del-mundo.html>

-González, María y Guzmán, Jorge (2014, 9 de diciembre). El Comercio en la Edad Media. Historia Universal. <https://mihistoriauniversal.com/edad-media/el-comercio-en-la-edad-media>

-<https://conectasoftware.com/tienda-online/la-historia-del-ecommerce-de-la-venta-por-catalogo-a-la-tienda-online>

-<https://www.infobae.com/economia/2022/05/01/el-futuro-del-comercio-y-el-comercio-del-futuro-ventas-y-consumo-en-un-mundo-que-ya-cambio/>..

-<https://www.novocargo.com/como-se-transportaban-mercancias-en-el-siglo-xix/>..

-<https://definicion.de/comercio/>

-artehistoria. (s. f.). Comercio y finanzas en el XVIII | arthistoria.com...

-artehistoria.com. <https://www.artehistoria.com/es/contexto/comercio-y-finanzas-en-el-xviii>

-<https://quote-citation.com/es/> Available at: <<https://quote-citation.com/es/>> [Accessed 1 August 2022]

-<https://elmaslargoviaje.wordpress.com/2013/06/19/la-edad-media-origen-de-la-banca-moderna/>

-<https://riull.ull.es/xmlui/bitstream/handle/915/7510/La%20Evolucion%20del%20Sistema%20Bancario.pdf?sequence>