

LOS MUSEOS COMERCIALES EN SU FUNCIÓN DOCENTE Y ECONOMICA

LA política comercial, basada en la división internacional del trabajo, ha hecho necesario un análisis certero de las diversas posibilidades que cada país nos brinda. Tanto los consumidores como los productores, necesitan conocer las circunstancias y factores que concurren en el mercado, sobre todo, tratándose de una economía estatal, en la que el Estado canaliza las iniciativas privadas, con arreglo a un plan de integración económica.

Para poder llevar a cabo un verdadero estudio de la producción nacional y su localización geográfica, viendo los artículos de que carecemos y las calidades y precios de coste de los poseídos, es preciso disponer de un MUSEO permanente DE PRODUCTOS COMERCIALES, en el que estén representados los industriales de las diversas regiones españolas.

Pero, para lograr una plena eficacia en su cometido, es necesario que este MUSEO esté dotado de un absoluto dinamismo, en el que se realicen, simultáneamente, una labor docente, utilísima para los alumnos de un Centro como nuestra ESCUELA CENTRAL SUPERIOR DE COMERCIO, y una tarea de difusión y acercamiento, no sólo entre los productores y consumidores españoles, sino también entre éstos y los hispanoamericanos.

Vamos a tratar de analizar las ventajas que podría proporcionar, desde todos los puntos de vista que se considere, este MUSEO permanente DE PRODUCTOS COMERCIALES, y sus principales características.

La instalación de un MUSEO de tal naturaleza, sería de la mayor

utilidad en Madrid, por constituir esta Villa el centro geográfico de la Nación y ser, además, la Capital del Estado. Con ello, se dispondría de un centro activo de información, en el que, aprovechando todos los recursos técnicos de la Cámara Oficial de Comercio, se pondría a disposición de los comerciantes e industriales todos cuantos datos necesitasen, relativos a las diversas industrias nacionales. Se establecería una conexión de industrias, se analizarían sus fuentes y sus posibilidades: maquinaria más moderna, capacidad potencial, costes marginales, organización y administración más eficientes, normas de organización contable, esquemas de fabricación, ciclos de producción, análisis químico de los productos comerciales, ensayos y valoraciones —según los casos— de los mismos, y, principalmente, la coordinación integral de todas nuestras fuentes de producción, para llegar a una verdadera *estática económica*, armonizando recursos con necesidades, y dotando al país de un verdadero plantel de técnicos, conocedores —teórica y prácticamente— de todos los problemas del comercio nacional.

La organización del MUSEO de referencia, encomendada al personal técnico de una Escuela como nuestra Central Superior de Comercio, que, como Centro ordenador y de formación profesional, podría aprovecharlo, como ya se ha indicado, en beneficio de su gran masa docente y de nuestra economía nacional, permitiría realizar una gran labor pedagógica, en las diversas enseñanzas, singularmente en las de la Cátedra, eminentemente práctica, de «MERCOLOGIA» y sus anexas, poniendo a los discípulos de estas disciplinas en un mayor contacto con la vida intensa del Comercio, ya que se elaborarían estadísticas de producción, análisis de costos, planes de distancias económicas, técnica publicitaria, etc., y se redactarían Memorias y Monografías de las diversas ramas de la producción nacional. Este MUSEO, completamente dinámico, tendría todas las ventajas de los Centros estáticos: «stands», vitrinas, salas de conferencias y exposiciones, que siempre constituyen lugares de afluencia turística, con la consiguiente labor de propaganda y estímulo entre los productores; pero ofrecería, además, la enorme ventaja sobre aquéllos, de ser un Centro vivo, de iniciativas y sugerencias; un laboratorio activo, en

el que se abordarían todas las cuestiones que afectasen al comercio nacional.

Las diversas regiones españolas estarían representadas con sus industrias típicas; y se determinarían las circunstancias específicas que concurren en cada una de ellas.

La valoración que, por motivos psicológicos, conceden los grandes núcleos de población a los distintos bienes, da lugar, al cabo de algunos períodos, a intensas alteraciones en la demanda, por cuyo motivo se hace imprescindible un estudio de las características del mercado, labor que podría llenar muy bien dicho MUSEO, mediante una oficina registradora de las informaciones solicitadas sobre los diversos artículos.

Otra misión, de tanto interés como las anteriores, había de ser la determinación de «escandallos», ya que, para la fijación del precio de coste, tiene una gran transcendencia la exacta discriminación de los gastos, los que sólo podrían reducirse a un mínimo, contrastando los de los diversos artículos producidos.

Para llegar a conocer el potencial económico del país, es necesario conocer las zonas productoras, las cuales se ponen en conexión mediante una técnica de transportes con las zonas de consumo; este conocimiento, apoyado en una serie de factores de índole geográfica (clima, latitud, flora, fauna, minería, desarrollo industrial, población, medios de comunicación, etc.), podría lograrse organizando el MUSEO, si se juzgase conveniente, por zonas económicas naturales, articulándolas e integrándolas en la estructura económica nacional, y especializándolas en una determinada actividad productiva, en relación con las circunstancias favorables que en ellas concurren, para intercambiar sus productos con arreglo a la ley de la oferta y la demanda, determinando la estructura y ritmo de la economía nacional.

Uno de los defectos principales de los estudios económicos, comerciales y financieros, en España, ha sido su carácter teórico, desvinculado de los problemas vivos que la realidad plantea, y esto se ha debido, más que a la falta de celo y preparación de Profesores y alumnos, a una defectuosa orientación docente, por la carencia de material, seminarios y laboratorios apropiados, en los que, a semejanza de lo

que ocurre en otros países, se llevase a cabo una intensa preparación práctica de las diversas materias que integran nuestros estudios. Padece una verdadera hipertrofia de teóricos de tipo medio, lo cual, unido al empirismo atávico de nuestros comerciantes e industriales, sin iniciativas, sin anhelos de mejora, sin estar aireados por una fuerte corriente de superación científica, han mantenido a nuestra Patria en un letargo económico, frente a sus posibilidades naturales.

Si observamos el ejemplo de Suiza, por ejemplo, donde la magnífica orientación teórico-práctica de los estudios económicos, singularmente en Neuchatel o Neufchatel y en Zurich, ha dado, como consecuencia, un espléndido desarrollo de su potencial económico, comprenderemos el interés transcendental que, para el resurgimiento económico de España, tiene la mejora e incremento de los estudios económicos: comerciales y financieros.

En la Escuela de Altos Estudios Mercantiles de Madrid, existía ya un Museo de productos comerciales, con un exclusivo objeto docente, que había empezado, bajo los mejores auspicios, a prestar un servicio activo en la preparación de los alumnos, y estaba bastante adelantada su organización; este Museo, totalmente destruído en nuestra gran Cruzada gloriosa de liberación, constituye una necesidad imperiosa en las tareas docentes, y, hasta cierto punto, también en la parte de información general para el público, lo mismo nacional que extranjero, que quisiera documentarse de la riqueza agrícola, industrial y mercantil de nuestro amado país; y al tratar ahora de su reconstrucción, sería muy conveniente dotarlo de una estructura y fines en armonía con todas las razones expuestas, ya que, de este modo, reportaría un beneficio considerable, no sólo a la labor cotidiana de la Cátedra, sino, principalmente, al fomento, desarrollo y progreso de la economía española.

España necesita, y ahora más que nunca, preparar, seleccionar el mayor ejército posible de capacidades y técnicos comerciales, que, al igual que se procura forjar el espíritu militar en las Academias militares, alcanzasen un espíritu emprendedor en nuestras Escuelas de Comercio, y adquiriesen, conjuntamente, una preparación sólida, siempre dentro del máximo ambiente práctico; y la enseñanza económica,

comercial, contable y de organización, precisa, en los actuales instantes de la vida española, su mayor rendimiento, sobre todo en el Centro Superior Oficial de la Nación, como actualmente aspira a serlo la ESCUELA CENTRAL DE ALTOS ESTUDIOS ECONOMICOS, cuyo Profesorado entusiasta puede encauzar tan prácticamente cuestiones tan vitales para su enseñanza, junto con el concurso de las demás entidades locales, nacionales y aun extranjeras, necesarias para su cooperación e intercambio.

Debidamente seleccionados los alumnos en cada grupo (unos con carácter eventual y los más destacados por su celo y competencia, como fijos), podían desarrollar, dentro del MUSEO, constituido como entidad económica autónoma, todas las atenciones y labores para esta gestión de:

Propaganda y correspondencia.

Clasificación y Organización.

Administración y Contabilidad.

Ensayos y Análisis de los productos comerciales.

Estadísticas y Memorias.

Consejo Económico y Proyectos.

Ferias, Exposiciones y Mercados.

Congresos, Relaciones con el exterior.

Iniciativas (conferencias, visitas de empresas, certámenes, audiciones, proyecciones, etcétera); a fin de llevar por toda la Nación, de un modo eficaz y progresivo, incluso por los países de las Naciones hermanas de Ultramar, un trabajo de reconstrucción y revalorización económicas.

A otra circunstancia de sumo interés habría de sujetarse la instalación de un MUSEO de tal naturaleza: la de situarlo en un lugar céntrico de la Capital. La razón es obvia: si la finalidad perseguida había de ser, al par que docente, de propulsión, orientación y estímulo del comercio y la industria nacionales, relacionando a los productores y consumidores, dando a conocer los progresos e iniciativas de las diversas zonas productoras, estimulando y encauzando

la demanda y la oferta, con una técnica publicitaria viva, dinámica, patriótica, mucho más eficaz, económica y científica que la realizada por agentes y profesionales, se comprende que el acceso al MUSEO en cuestión sea cómodo y rápido, que no obligue a los visitantes y consultores a un desplazamiento molesto y largo, que les aleje de los centros vitales de la ciudad, atendiendo a la psicología de nuestros días, en que la rapidez y el «confort» constituyen los factores esenciales del éxito.

Actualmente, en que la voz de España lleva al corazón de nuestros hermanos de América los sentimientos eternos de nuestra comunidad de destino, en que la Hispanidad deja de ser un concepto histórico para convertirse en un sentimiento vivo, convendría un acercamiento comercial más íntimo, en el que se lograra conocer y admirar los productos de la América hispana, haciendo llegar al mismo tiempo nuestros estímulos y experiencias, intercambiando ideas, productos e iniciativas; lejos de todo espíritu sórdido de lucro, sin otro afán que un vehemente deseo de mejorar y fortalecer las relaciones culturales y económicas entre las florecientes Repúblicas hispanoamericanas y la Madre España. Bien recientemente, la Embajada de la República Argentina ha solicitado de la Escuela Central Superior de Comercio, a petición, de la Facultad de Ciencias Económicas de Buenos Aires, Gabinete de Práctica de la Profesión, un intercambio cultural, que ya se verificaba anteriormente, pero que quedó interrumpido ante nuestra Gloriosa Cruzada, iniciada el 1936.

En el MUSEO que proponemos podrían estar representados los países hermanos con sus productos típicos, con sus folletos y medios de información, con sus publicaciones especializadas, que brindarían, principalmente a los Seminarios de Geografía Económica y Política Aduanera de la Escuela, un soberbio campo de experimentación y trabajo.

Y así, del mismo modo que el Patronato del Museo de América, bajo la presidencia del Excmo. señor Ministro de Educación Nacional, en su organización y desenvolvimiento, habrá de contribuir a estrechar los vínculos culturales e históricos de nuestra España

con las Naciones de Hispanoamérica, así este MUSEO de productos comerciales complementarí la labor de aquél, armonizando los intereses mercantiles.

Tendrían cabida también en el nuevo Consejo del Sindicato de Iniciativas y Turismo de Madrid estas bellas ideas de nuestro proyectado MUSEO, que sería tan acogedor de todo cuanto pudiera redundar en beneficio de nuestra Industria y nuestro Comercio. Bien planeado y organizado el Museo Comercial, con el Patronato selecto que en su día había de nombrarse, seguramente proporcionaría los provechosos resultados que de él cabe esperar para el futuro económico-mercantil de nuestra Patria.

Aisladamente se han llevado a la práctica en algunas regiones españolas, las menos, las instalaciones de Museos, Ferias, que con mayor o menor vida cultural, realizan gestiones económicas en su región. Muy en breve se abrirá al público la V Feria de Muestras de Bilbao, que a la gran variedad y calidad de los productos tradicionales de la industria y comercio vizcaínos, se sumarán todos aquéllos nuevos, nacidos y desarrollados durante la guerra y post-guerra española, los cuales serán una palpable demostración de lo que representa dentro de le órbita nacional, la potencialidad industrial y mercantil de Vizcaya.

Pues bien, si todas esas ventajas reporta una simple Feria de Muestras de una región, calcúlese la hermosa perspectiva de un MUSEO PERMANENTE DE PRODUCTOS COMERCIALES instalado en Madrid, capital y epicentro natural de España, bajo la dirección y tutela de la ESCUELA CENTRAL DE ALTOS ESTUDIOS ECONOMICOS. Pero el nuevo edificio a construir, cuya necesidad se siente plenamente, debe alzarse en algún solar céntrico de nuestro Ayuntamiento, y por ser digno Patrono de nuestra Escuela su Excmo. señor Alcalde, y por tratarse de asunto tan vital y de tanta transcendencia para la Capital, seguramente no habría de faltarnos este apoyo municipal. Este MUSEO, alimentado con la savia de la labor constante y entusiasta, sobre todo de Profesores y alumnos, sería un completo espejismo, si no tuviese una realidad financiera; mas, meditando un poco, basta para comprender que sería suficiente

para contribuir a su sostenimiento la ayuda económica modesta de los comerciantes e industriales representados, los cuales compensarían extraordinariamente los pequeños gastos que ello pudiera reportarles, con la labor de publicidad y mejora que sus industrias experimentarían; de las Cámaras de Comercio e Industria, con la organización de certámenes, ferias y exposiciones, a ser posible bianuales, en primavera y otoño, y del Estado, en la instalación del edificio adecuado a tal fin, anexo a la misma Escuela, pero con vida relativamente independiente, para su mejor desenvolvimiento, mas con la *máxima responsabilidad* en sus dirigentes.

Un MUSEO de estas dimensiones y perspectivas constituiría un exponente más del ansia imperial y progresiva que la nueva España alienta en el despertar luminoso de sus glorias legendarias...

Dr. CLARO ALLUÉ SALVADOR