



Revista tiempo&economía
ISSN: 2422-2704
tiempoyeconomia@utadeo.edu.co
Universidad de Bogotá Jorge Tadeo Lozano
Colombia

Estrategias para conectarse con el mundo: puertos del Caribe, redes agenciales y redes marítimas desde Valle del Cauca y Santander (Colombia) durante la segunda mitad del siglo XIX

Quejada-Camacho, Juan Carlos; Carreño-Tarazona, Clara Inés

Estrategias para conectarse con el mundo: puertos del Caribe, redes agenciales y redes marítimas desde Valle del Cauca y Santander (Colombia) durante la segunda mitad del siglo XIX

Revista tiempo&economía, vol. 7, núm. 1, 2020

Universidad de Bogotá Jorge Tadeo Lozano, Colombia

Disponible en: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=574565844004>

DOI: <https://doi.org/10.21789/24222704.1551>

La revista tiempo&economía es una publicación electrónica semestral, que tiene por objeto principal divulgar trabajos teóricos e investigaciones prácticas en las áreas de historia económica, empresarial, de empresarios y, asimismo, de las ideas administrativas, económicas y contables de Colombia, la región y el mundo.



Esta obra está bajo una Licencia Creative Commons Atribución-NoComercial-CompartirIgual 4.0 Internacional.

Estrategias para conectarse con el mundo: puertos del Caribe, redes agenciales y redes marítimas desde Valle del Cauca y Santander (Colombia) durante la segunda mitad del siglo XIX

Strategies for a World Connection: Caribbean Ports, Agency and Maritime Networks from Valle del Cauca and Santander (Colombia) during the Second Half of the 19th Century

Juan Carlos Quejada-Camacho
Universidad del Valle, Colombia
juan.quejada@correounivalle.edu.co

DOI: <https://doi.org/10.21789/24222704.1551>
Redalyc: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=574565844004>

Clara Inés Carreño-Tarazona
Universidad de Boyacá, Colombia
cicarreno@uniboyaca.edu.co

Recepción: 25 Septiembre 2019
Aprobación: 26 Octubre 2019
Publicación: 29 Noviembre 2019

RESUMEN:

Este trabajo analiza las estrategias de los comerciantes de Santander y Valle del Cauca (Colombia) para conectarse con el mundo durante la segunda mitad del siglo XIX. El análisis parte de la hipótesis que ambas regiones no se encontraban aisladas, pese a estar lejos del mar, sino que ambas superaron esa barrera con estrategias tendientes a crear redes mercantiles nacionales e internacionales. A partir del concepto de redes mercantiles de Reinhard Liehr, identificamos: los comerciantes, la forma de conectarse a los puertos del Caribe y las redes agenciales y marítimas que construyeron. Finalmente, presentamos una comparación entre ambas regiones, la cual da cuenta de una integración comercial permanente a base de redes que eliminó el aislamiento. Las fuentes de consulta empleadas son: aduanas, manifiestos de importación, periódicos, publicaciones oficiales y registros notariales.

PALABRAS CLAVE: redes mercantiles, comerciantes, Santander, Valle del Cauca, Siglo XIX, historia económica.

ABSTRACT:

This paper studies the strategies used by merchants from Santander and Valle del Cauca (Colombia) to connect with the world during the second half of the 19th century. The analysis is based on the hypothesis that both regions were not isolated despite being located far from the sea, but that both regions overcome that barrier with strategies to create national and international commercial networks. From Reinhard Liehr's concept of commercial networks, we identified: merchants, the way they connected to the Caribbean ports, and the agency and maritime networks they built. Finally, we compare both regions, showing a permanent commercial integration based on networks that eliminated isolation. Customs, import manifests, newspapers, official publications, and notarial records were used as sources of information for this research.

KEYWORDS: Mercantile networks, merchants, Santander, Valle del Cauca, 19th century, economic history.

INTRODUCCIÓN

El presente artículo se inscribe en el periodo comprendido entre la segunda mitad del siglo XIX e inicios del siglo XX, en el cual se originó una fuerte integración a base de intercambios comerciales entre Colombia, Europa y Estados Unidos que confluyó en intereses de comerciantes nacionales y extranjeros (Ocampo, 1984; Posada, 1918; Posada, 2015). A partir de ese contexto, el objetivo del presente artículo será demostrar que, contrario a lo que pueda pensarse, esta integración no solo se dio desde los espacios del Caribe (Barranquilla, Cartagena o Santa Marta) sino también desde regiones “aisladas” por barreras geográficas, sin vías de comunicación y lejanas al mar, como Santander y Valle del Cauca, gracias a que comerciantes nacionales

y extranjeros construyeron redes de comercio que terminaron superando el aislamiento y generando una integración, como se ha demostrado para otros casos (Ibarra 2007; López, 2019; Rothschild, 2014; Sánchez, 2007).¹

Ubicando los contextos, para el caso del Valle del Cauca de fines del siglo XIX, Cali era una ciudad del interior sobre un valle fértil en medio de dos cordilleras, siendo parte de una división político-administrativa de tres niveles distinta a la actual: nivel macro regional (conocido como el Gran Cauca), nivel regional (Valle del Cauca) y nivel local (Distrito de Cali). Según el análisis y en comparación con otras plazas, a finales del siglo XIX Cali era la principal plaza comercial del Gran Cauca porque logró articular tres funciones: (i) ser productor de bienes, (ii) ser centro de acopio y de distribución de productos locales e importados y (iii) ofrecer servicios internos y externos a los comerciantes (Diario Oficial, 1877-1902; El Ferrocarril, 1878-1898). Además, su comercio operaba como ciudad de integración regional (Mino, 2006; Quejada, 2019b).

Para ejemplificar lo anterior, debemos mencionar el seguimiento a fuentes como *El Ferrocarril*, *El Diario Oficial*, *Notaría Primera y Segunda de Cali*, las cuales demuestran que el comercio de Cali fue el más dinámico del suroccidente del país por los factores² descritos a continuación: (i) su posición geográfica estratégica entre Buenaventura (principal puerto colombiano del Pacífico) y el interior del Gran Cauca (rica región con mercados de producción y consumo de bienes); (ii) el desarrollo de cuatro niveles de comercio (local, regional, nacional e internacional); y (iii) la articulación de distintos circuitos a su influencia: hinterland,³ Buenaventura, poblaciones caucanas (Palmira, Buga, Jamundí, Quilichao, Popayán, y Manizales), circuitos nacionales (Panamá, Bogotá y Antioquia) y circuitos internacionales (Pacífico suramericano [Ecuador y Perú], el Caribe [Cuba], el Atlántico norte [Estados Unidos] y Europa [Inglaterra, Alemania, Francia e Italia, entre otros]).

En el caso de Santander, la trayectoria de este departamento es el resultado de una red de negocios de varias sociedades comerciales involucradas en diversas operaciones mercantiles de la región, que tomaron como centro la ciudad de Bucaramanga. Sus estrategias se observaron en diferentes fases, iniciando con la articulación del comercio local con los centros comerciales de las Antillas y los mercados extranjeros, para luego ir fortaleciendo las actividades de exportación e importación entre los centros de mercado de Santander y la costa Caribe colombiana, a la vez que implementaba estrategias para agruparse y facilitar el control sobre la región y otros circuitos (Carreño, 2013, 2015).

Llegados a este punto, es necesario establecer un estado de la cuestión entre dos posturas contrarias, la del “aislamiento regional” y la de “integración regional”. El aislamiento regional parte del debate suscitado desde el proyecto de construcción del Estado-Nación colombiano, donde se buscó constantemente una salida económica de las regiones, partiendo de la legislación sobre la apertura de caminos y la construcción de ferrocarriles (Vergara-Velasco, 1901, p. 799). Esto ha repercutido en la historiografía posterior, en la que varios autores concluyeron que, en las regiones, la producción económica se encontraba limitada a pequeños espacios dependientes de vías de comunicación reducidas y en mal estado, dejando los aspectos económicos más significativos a regiones geográficamente más aptas y dinámicas, por su cercanía a puertos marítimos y fluviales (Gutiérrez, 2012; Ramírez & Pachón, 2006; Safford, 2010; Vargas, 2002).

Por su parte, la integración regional parte de recientes estudios (Carreño, 2015; López, 2019; Mejía, 2014; Quejada, 2019a, 2019b) sobre los vínculos entre los empresarios del Caribe con el interior de Colombia, demostrando que “los fenómenos de interconexión entre las economías regionales” han sido dominantes (Mejía, 2014, p. 188), quizá por falta de interés y la ausencia de estudios regionales que demuestren, a partir de fuentes primarias, las redes comerciales tejidas dentro de las regiones interiores (Casanare, Boyacá, Santander, Valle y otras) para conectarse paulatinamente con regiones cercanas, el país y luego con el mundo. Lo anterior permite observar que poco se ha resuelto sobre la necesidad de conectar los estudios locales e independientes a un estudio mayor e interconectado que permita, como afirma Mejía (2014), desvirtuar aquellos estudios

que señalan que la actividad económica de algunas regiones colombianas se encontraban “incorporadas como cuerpos satelitales de la dinámica de las grandes regiones” (p. 187).

Teóricamente, con el propósito de analizar esas estrategias a partir de la construcción de redes, tomamos el concepto de “redes mercantiles” propuesto por Reinhard Liehr (1998), con el que metodológicamente analizamos la forma en que los comerciantes regionales se conectaron a redes mayores, combinando relaciones de parentesco, intereses y asociaciones comerciales y favoreciendo los intercambios a largas distancias del comercio transatlántico (López, 2019). En este sentido, se trabajan transversalmente fuentes documentales como las aduanas, los manifiestos de importación, periódicos, publicaciones oficiales, registros notariales y crónicas de viajeros, localizados en los archivos históricos regionales de Santander y el Valle del Cauca, así como en el Archivo General de la Nación, en Bogotá.

Este trabajo tiene la siguiente estructura: (i) se identificará la conducta de los comerciantes (independientes y especialmente de casas comerciales); (ii) se describirá su conexión con los puertos del caribe colombiano; (iii) se caracterizará el proceso de construcción de redes agenciales y marítimas; y (iii) se presentará una comparación de los resultados.

PRIMERA ESTRATEGIA: CONECTARSE CON LOS PUERTOS DEL CARIBE

La conexión de Cali con el lejano puerto de Colón en el Caribe

La primera estrategia del comercio de Cali para participar de manera más competitiva en el mercado mundial fue lograr establecer una conexión estable con un puerto sobre el Caribe que permitiera servirle como punto de partida y de llegada para Norteamérica, Antillas y Europa, que eran los lugares de mayor tráfico y comercio del mundo. Conforme las fuentes lo han mostrado, se ha realizado la reconstrucción de esta conexión Cali-Colón de 866 kilómetros, como se muestra en la tabla 1.⁴

TABLA 1
Recorrido de la conexión Cali-Puerto de Colón, 1879-1900.

Paso	Recorrido	Distancia en km	Medios de transporte*	Objetivo
1	Llegar a Cali	-	A, B	Acopio de mercancías en Cali
2	De Cali a Juntas	40	A, B	Primer transporte/bodegaje
3	De Juntas a Córdoba	60	A, B	Segundo transporte/bodegaje
4	De Córdoba a Buenaventura	25	A, B, C	Tercer transporte/bodegaje/embalaje ferrocarril
5	Descargue del ferrocarril	-	-	Trasbordo mercancías del ferrocarril al vapor
6	Manejo en Buenaventura	-	-	Acopio de mercancías/bodegaje/ trámites aduaneros/trasbordo mercancías del tren al vapor
7	De Buenaventura a Panamá	664	D	Cuarto transporte/llevar las mercancías al istmo para cruzarlo/descargar en Panamá
8	Trasbordo del vapor al ferrocarril de Panamá	-	-	Acopio de mercancías/bodegaje/ trasbordo de mercancías
9	De Panamá a Colón	77	C	Quinto transporte/cruzar istmo del Océano Pacífico al Atlántico en ferrocarril
10	Manejo en Colón	-	-	Acopio de mercancías/bodegaje/ trámites aduaneros/trasbordo de mercancías
11	De Colón a Norteamérica, el Caribe y Europa	Distancia variable	D	Alcanzar los mercados directos de exportación, importación, oferta de créditos y servicios
*Medios de transporte: arriería (A); navegación fluvial (B); ferrocarril (C); navegación marítima (D).				

autores a partir de A.H.C., F.N., N.P.C y N.S.C. (1850-1900); A.G.N., Sección República, Fondo Aduana Buenaventura (1862-1894); El Ferrocarril (1878-1899); Diario Oficial (1877-1900); Díaz (1997); Eder (2004); Hettner, 1976; Posada (1918); Rivera & Garrido (1946).

Como se observa, la conexión que se estableció entre Cali y Colón fue sumamente compleja. ¿Cuáles fueron las motivaciones para paulatinamente ir estableciendo esta conexión? A partir de las citadas fuentes, es posible establecer que esta motivación partió de tres actores: (i) comerciantes que viajaban a vender y adquirir mercancías a Panamá, Kingston o la Habana, (ii) altos funcionarios estatales regionales y nacionales y (iii) comerciantes extranjeros. Esta motivación de impulsar el comercio fue bidireccional en todo momento, conjugando intereses de nacionales (generar riqueza, salir del atraso y la crisis) y extranjeros (abrir mercados para sus productos) (Hyland, 1983; Valencia, 1990, 1993; Posada, 1918).

Aunque en la primera mitad del siglo XIX la conexión Cali-Colón funcionaba, las fuentes demuestran que se hizo bajo un estado precario. Para comenzar, ninguna línea de vapores internacionales prestaba su servicio, lo que generaba un sometimiento al uso de embarcaciones independientes que no daban seguridad a carga y pasajeros. Tecnológicamente, los barcos eran de vela y no de vapor y su alcance era limitado, llegando únicamente hasta los puertos de Panamá, Cartagena y Kingston. El trayecto Cali-Buenaventura era difícil, sin ferrocarril, y debía navegarse el peligroso río Dagua para agilizar o seguir la arriería, marchando por días. Estas condiciones generaron un transporte limitando en carga, lento, peligroso y dañino con las mercancías (Molien, 1970).

Al ver todas las dificultades anteriores, junto con las pérdidas ocasionadas, las motivaciones del comercio caleño giraban en torno a condiciones de transporte rápidas, con más capacidad, menos peligros y más

baratas; mejores rutas del interior hacía el mar; la obtención de mayores ganancias, aprovechando el creciente y lucrativo comercio internacional (exportando e importando mercancías, usando créditos y servicios); satisfacción en el consumo de bienes importados en número cada vez mayor; y el fortalecimiento de sus negocios en ciudades americanas y europeas. En pocas palabras, los comerciantes sabían que debían aplicar estrategias para mejorar su conexión al mundo (El Ferrocarril, No. 22, 5 de abril de 1878; Valencia, 1990; 1993). La hipótesis es que estos deseos se cristalizaron, en gran parte, durante la segunda mitad del siglo XIX gracias a que los actores involucrados en el comercio de Cali decidieron aplicar una estrategia de conexión estable entre Cali y Colón, expresada en tres cambios profundos.

El primer cambio fue en materia de transporte y alcance, donde la clave fue establecer en Cali sucursales que representaban las líneas de vapores internacionales. Esto hizo que estos medios de transporte prestaran sus servicios a los comerciantes de Cali atracando en Buenaventura, lo cual se dio a partir de 1879.⁵ La llegada de estas líneas fue el salto cualitativo. Se trataba de buques de vapor que aumentaron en miles de kilómetros el alcance de los comerciantes caleños, llegando directamente al Caribe, las Antillas, Norteamérica y Europa o el principal comercio del mundo, el Atlántico (Quejada, 2019b).

Al igual que los transportes marítimos, el segundo cambio se dio en las rutas desde el interior hacia el mar, o lo que sería, para el caso del Valle del Cauca, la ruta Cali-Buenaventura. Uno de los avances en esta materia fue la construcción del primer tramo del Ferrocarril del Cauca entre Córdoba y Buenaventura, el cual agilizó el trayecto y aumentó la capacidad de carga hacia el puerto. El ferrocarril evitaba navegar el río Dagua con sus problemas (huelgas de bogas, grandes danos a las mercancías, mermaba las pérdidas y permitía controlar el movimiento de los bienes). Otro aspecto de mejora fue el camino de Cali-Buenaventura. Pese a que persistían algunas dificultades, la necesidad de utilizar esta ruta para la construcción del ferrocarril ayudó a que se invirtieran recursos y esfuerzos, representados en zanjias, movimientos de tierras, trabajos de adecuación, entre otras mejoras (González, 2015).

El tercer cambio fue la logística, en la que varios actores e instituciones crearon una red agencial y marítima (que se explica en el próximo apartado). Con esas redes en marcha, se contaba con transporte desde Cali hasta Buenaventura y desde ahí a cualquier parte del mundo. Se trataba de una red compleja de recibos, documentación y trámites que establecía un seguimiento y control a los bienes transportados, varios puntos de bodegaje (Juntas y Córdoba) en caso de percances en el camino, un manejo más ágil en el tránsito de las cargas gracias a combinar la arriería con el uso del ferrocarril y el esmero por utilizar toda clase de empaques (cajas, bultos, barriles, latas) para conservar al máximo el estado de los bienes transportados. En resumen, la logística dio transporte, seguridad y capacidad de traer o llevar intactas las mercancías entre Cali y cualquier lugar del mundo.

Las fuentes señalan entonces los resultados que trajo consigo la aplicación de una primera estrategia, que corresponde a contar con una conexión estable con un puerto en el Caribe, el mencionado puerto de Colón. Este permitió conectar de manera estable a Cali con el mundo, algo que no se había logrado en la primera mitad del siglo XIX. Así mismo, se desarrolló una logística muy minuciosa que permitió movilizar las mercancías entre el interior y el exterior de manera cada vez más eficiente. Parte del éxito de esta estrategia fue agenciar las líneas de vapores internacionales que les dieron los barcos, el alcance y la seguridad en el transporte interoceánico entre Cali y el mundo. Esa conexión dio como resultado el aumento de los negocios internacionales, junto con un incremento de las mercancías importadas de mayor consumo.

Santander y su articulación con los centros comerciales de las Antillas y los mercados extranjeros

Durante la segunda mitad del siglo XIX, el comercio entre el interior y el Caribe colombiano fue cada vez más ininterrumpido. La conducta de los negociantes funcionaba a partir de la celebración de contratos sobre

exportación y la venta de productos agrícolas como quina y café.⁶ Con la intención de ampliar el mercado, los comerciantes regionales se valieron de la proximidad con otros comerciantes extranjeros para contratar con casas comerciales internacionales, cuyos representantes se encontraban ubicados en los puertos de Cartagena, Sabanilla y Maracaibo.

El mercado local también contrastaba con los productos manufacturados en el exterior. Si bien la producción era bastante limitada, los comerciantes intentaron despachar sus productos atendiendo a la demanda en otras regiones (AGN, Ministerio de Hacienda, Adm. Aduanas, f. 126, carp. 1, caja 5). Las actividades comerciales de Santander no fueron la excepción, y difícilmente podían desligarse del conjunto comercial con los puertos del Caribe. Ubicada al nororiente de Colombia, esta región concentró una parte importante de comerciantes que terminaron coincidiendo en las prácticas monopólicas al incorporar funciones políticas en el movimiento comercial, así como la generación de un flujo de emigración hacia las zonas más dinámicas de Bucaramanga, Cúcuta y los Andes venezolanos. En los casos analizados se identificó la manera en que las fianzas y las deudas permitieron analizar las conexiones entre los negociantes del interior de Santander con los mencionados puertos.

La amplia geografía de Santander, que incluía Bucaramanga y Cúcuta, conservó durante todo el siglo XIX estrechos vínculos con las regiones del Zulia, Táchira, Mérida y Trujillo, en Venezuela (Suárez, 1994, p. 18). Por su parte, las áreas productivas del sur de la Región Marabina (Maracaibo), San Cristóbal, San Antonio y Cúcuta, las más apartadas de las costas caribeñas, constituyeron el hinterland más activo de su circuito agroexportador, sobre el cual sus operaciones de intercambio mercantil presentaron el máximo crecimiento a finales del siglo XIX y principios del siglo XX (Cardozo, 1991, pp. 101, 102). Es precisamente ese circuito el que merece ser analizado a partir de las trayectorias de los comerciantes y mediante la organización de sus redes sociales.

Las mercancías enviadas a través de puertos de pequeña escala aumentaron de forma notable a finales del siglo XIX. Las procedentes de Europa se depositaban en consignación en el puerto de Maracaibo, como primer destino, para luego ser enviadas por el río Zulia hasta Encontrados y de allí a los puertos de Los Cachos, Villamizar y por el río Táchira en la frontera a Cúcuta (Laurent, 2008, pp. 379-380, 406). La ruta de acceso para introducir mercancías hacia el interior del país, especialmente hasta Santander, incluía el puerto de Maracaibo y el puerto de Sabanilla. El volumen de mercancías exportadas estaba representado, en parte, con cargas de quina y café remitidas a casa comerciales extranjeras que mantenían vínculos directos con comerciantes localizados en Bucaramanga, eje principal entre el cruce de caminos para el intercambio de mercancías entre Bogotá y la costa Caribe.⁷ Aun cuando la aduana representó un volumen de comercio exterior intermedio, esta llegó a registrar también una cantidad considerable de introducciones ilícitas, es decir, contrabando de mercancías extranjeras procedentes de vías terrestres y fluviales, específicamente del río Táchira y de Maracaibo.

Sobre la segunda mitad del siglo XIX algunos trabajos identifican una importante cantidad de conexiones o vínculos entre la región costera colombiana. Los estudios sobre la costa Caribe y la historia empresarial ampliamente difundida en la concentración de un grupo de comerciantes del Caribe, describen las actividades de negociantes extranjeros, principalmente alemanes, franceses, ingleses, sirios y libaneses, recreadas en espacios geográficos con producción de café, quina, cacao y caña de azúcar.

Evidentemente, los comerciantes no solo manejaban el comercio en Barranquilla. En el caso de los alemanes, este grupo extendió sus operaciones a las poblaciones vecinas, además de destacarse como agentes de casas comerciales en el interior. Adicionalmente, estos comerciantes administraron la exportación de tabaco, algodón y café, el transporte fluvial, el comercio mayorista y al detal, la producción ganadera, los negocios por comisión y las agencias de embarque. En concreto, a los comerciantes alemanes se les relacionó comúnmente con el progreso de Barranquilla, como resultado del crecimiento de sus casas comerciales y su interés para la construcción del ferrocarril que unió la ciudad con el puerto de Sabanilla (Posada, 1998, pp. 333-334).

La importancia del puerto fue el resultado de la transformación a partir de su apertura en la bahía de Sabanilla, así como la construcción de la línea del ferrocarril de Bolívar, que facilitó la comunicación con Barranquilla. Por otro lado, el puerto fue habilitado para cumplir las funciones de escala marítima y fluvial, además de posibilitar las operaciones para controlar el movimiento comercial y evitar la introducción de mercancías ilegales (Correa, 2012a, pp. 241-242; Laurent, 2008, pp. 413-417).

SEGUNDA ESTRATEGIA: CREAR REDES AGENCIALES Y MARÍTIMAS

Redes agenciales y marítimas para el caso de Cali

La estrategia de conectarse a los puertos del Caribe fue capitalizada por una segunda estrategia: crear redes agenciales y marítimas (figura 1 y tabla 2). Pero ¿Qué entendemos por red agencial? Se trata de una red conformada por casas comerciales, comerciantes, empresarios de distintos sectores y agentes comerciales nacionales y extranjeros que, interconectados entre sí, realizan negocios de toda clase (compraventas, créditos) o hacen diligencias en cualquier lugar donde se requiera adelantar transacciones, ya sea en espacios locales o internacionales.

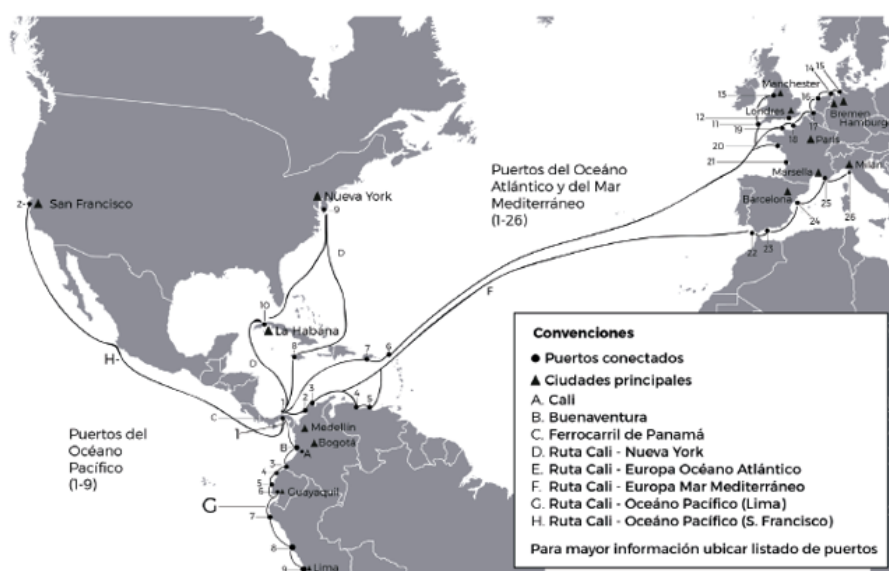


FIGURA 1

Panorama redes agenciales y marítimas desde Cali, 1850-1900

Nota: los nombres de cada puerto pueden ser ubicados siguiendo la enumeración de la tabla 2.

tanto el mapa como el cuadro son elaboración de los autores a partir de A.H.C., F.N., N.P.C y N.S.C. (1850-1900); A.G.N., Sección República, Fondo Aduana Buenaventura (1862-1894); El Ferrocarril (1878-1899); Diario Oficial (1877-1900); relatos de viajeros (Díaz, 1997); y fuentes contemporáneas: (Posada, 1918). *Nota: recordemos que Panamá fue parte de Colombia hasta el año 1903.

TABLA 2
Listado de los puertos conectados a Cali, 1850-1900

Puertos Océano Pacífico			Puertos Océano Atlántico y Mar Mediterráneo		
N.º	Nombre	País	N.º	Nombre	País
1	Panamá	Colombia*	1	Colón	Colombia*
2	San Francisco	Estados Unidos	2	Cartagena	Colombia
3	Tumaco	Colombia	3	Sabanilla (Barranquilla)	Colombia
4	Esmeraldas	Ecuador	4	La Guaira	Venezuela
5	Manta	Ecuador	5	Puerto Cabello	Venezuela
6	Guayaquil	Ecuador	6	Saint Thomas	Islas Vírgenes (Inglaterra)
7	Paíta (Piura)	Perú	7	Ponce	Puerto Rico (España)
8	Pacasmayo	Perú	8	Kingston	Jamaica (Inglaterra)
9	Callao (Lima)	Perú	9	Nueva York	Estados Unidos
			10	La Habana	Cuba (España)
			11	Plymouth	Inglaterra
			12	Southampton	Inglaterra
			13	Liverpool	Inglaterra
			14	Bremen	Alemania
			15	Hamburgo	Alemania
			16	Róterdam	Holanda
			17	Amberes	Bélgica
			18	El Havre	Francia
			19	Cherburgo	Francia
			20	St. Nazaire	Francia
			21	Burdeos	Francia
			22	Cádiz	España
			23	Málaga	España
			24	Barcelona	España
			25	Marsella	Francia
			26	Génova	Italia

tanto el mapa como el cuadro son elaboración de los autores a partir de A.H.C., F.N., N.P.C y N.S.C. (1850-1900); A.G.N., Sección República, Fondo Aduana Buenaventura (1862-1894); El Ferrocarril (1878-1899); Diario Oficial (1877-1900); relatos de viajeros (Díaz, 1997); y fuentes contemporáneas: (Posada, 1918). *Nota: recordemos que Panamá fue parte de Colombia hasta el año 1903.

¿Dónde se puede apreciar el funcionamiento de esta red para el caso de Cali? En los múltiples negocios registrados en las fuentes. Durante la segunda mitad del siglo XIX, al analizar las escrituras comerciales e inmobiliarias, documentos oficiales, anuncios de los periódicos y estadísticas, se observan múltiples negocios realizados entre comerciantes de Cali con lugares y comerciantes de todos los niveles: locales, regionales, nacionales e internacionales.⁸

En este análisis se encontraron varios elementos que conformaron la red agencial desde Cali, cada uno desempeñando una función determinada. Las casas comerciales, los comerciantes y los empresarios de Cali eran encargados de autorizar el negocio. Los agentes comerciales ejecutaban el negocio previa autorización de los anteriores actores en el lugar donde fuere necesario. Las instituciones (notarías, aduana, juzgado, oficina de registro y la prensa) daban marco legal a toda la negociación, a los comerciantes y a los agentes. Los

instrumentos legales (poderes generales y especiales, recibos, escrituras) fueron el soporte legal que fijaba las condiciones de cada negocio, además de inscribirlos dentro de un marco de ley.

En cuanto a las características de esta red agencial, destacan las siguientes: (i) la capacidad de hacer negocios dirigidos desde Cali en cualquier lugar, local, regional, nacional e internacional; (ii) la capacidad para hacer cualquier tipo de negocios (compraventas, créditos) y cualquier tipo de diligencias (autorizaciones, representaciones legales, diligencias varias, constituciones o liquidaciones de sociedades); (iii) la disponibilidad para todo aquel que las necesitara, ya sea persona natural o jurídica; (iv) la cobertura de pequeñas o grandes distancias utilizando los medios de comunicación disponibles (telégrafo y correspondencia si estaban en el lugar de interés) y la realización de viajes terrestres con arriería y ferrocarril (en el interior) o de viajes marítimos en barcos a vapor (en el caso de los viajes al exterior); (v) flexibilidad en cuanto a costos bajos y reemplazo de cualquiera de los elementos de manera rápida; (vi) presencia en más de 50 lugares, aunque sus bases de operación fueron Buenaventura, Palmira, Popayán, Ciudad de Panamá, Guayaquil, Nueva York y París.

A partir de lo anterior, se proponen los siguientes resultados propios del análisis de esta red. El primero es que la red sostuvo constantemente el ritmo de los negocios para una ciudad que experimentó dificultades constantes de comunicación y de orden público, gracias a que evitaba los desplazamientos y se apoyaba en un marco legal sólido. Segundo, permitieron a Cali ampliar la zona de influencia de su comercio y sus negocios sobre los circuitos próximos como el *hinterland* y las ciudades vallunas y caucanas.

Además, en tercer lugar, conectaron a Cali de manera directamente con los negocios internacionales en ciudades comerciales de gran importancia (París y Nueva York, entre otros) que representaron mayor riqueza al comercio de dicha ciudad.

Por otra parte, conectadas a las redes agenciales anteriormente descritas, el análisis indica que existía una segunda red que complementaba lo hecho por la primera. ¿Qué entendemos por redes marítimas? Es una red conformada por casas comerciales, comerciantes, agentes comerciales, líneas de vapores internacionales e instituciones privadas y estatales que actúan como un engranaje para transportar todas las mercancías, valores, correos y pasajeros involucrados en los negocios entre Cali y el mundo a través del puerto. ¿Dónde se puede apreciar el funcionamiento de esta red marítima para el caso de Cali? En los múltiples movimientos como los anuncios de líneas de vapores internacionales en el periódico El Ferrocarril, las estadísticas aduaneras del Diario Oficial, y los relatos de viajeros y fuentes contemporáneas, observamos el transporte de diversos tipos de mercancías, valores, correos y pasajeros.⁹

Ahora bien, vale la pena explicar los elementos que conformaron este tipo de red marítima. Las casas comerciales y los comerciantes locales autorizaban los negocios, recibían y despachaban las mercancías, valores y demás, preparándolas para su viaje; en algunos casos, eran también representantes de las líneas de vapores. Los agentes comerciales en su mayoría representaban y respaldaban el servicio de las líneas de vapores internacionales, coordinaban la logística del transporte entre Cali y Buenaventura y realizaban los trámites necesarios en la Aduana. Las líneas de vapores internacionales transportaban todos los efectos desde Buenaventura hasta su destino final, cubriendo todo lo que surgiera en el trayecto (transbordos, uso de transportes terrestres, o averías de las mercancías). Los funcionarios de aduanas y del puerto eran los encargados de legalizar y contabilizar las mercancías y demás bienes. Los instrumentos legales fueron documentos (libros contables, recibos, telegramas, cartas, información estadística) que legalizaban, describían y contabilizaban las mercancías comercializadas. Por su parte, la red de transporte interno fue la encargada de transportar todo lo generado por el comercio entre el interior, Cali y el puerto, combinando transportes terrestres y navegación fluvial. La publicidad y los periódicos anunciaron en Cali a los interesados los servicios, destinos, precios, itinerarios y representantes legales de las líneas de vapores.

Estudiando a fondo este tipo de red, las características más destacadas fueron, en primer lugar, el cubrimiento de una gran extensión y el desarrollo de un largo alcance (Suramérica, el caribe, Norteamérica, Europa atlántica, báltica y mediterránea). En segundo lugar, el resultado de la unión de los intereses de

comerciantes caleños con líneas de vapores junto a las instituciones privadas y estatales. Tercero, esta red fue servida por nueve líneas marítimas que prestaron un servicio eficiente, con buques de vapor, atraque en distintos puertos, manejo de varias rutas, conexiones con transportes terrestres, fluviales y marítimos en varios destinos y un sistema de seguros para proteger las mercancías en caso de percances; además, desarrollaron un transporte multiusos (carga, pasajeros, valores y correos).

Los resultados de la red marítima para Cali permiten hacer una serie de consideraciones. Se puede afirmar que esta red fue el complemento a la operación de la red agencial, ya que manejó el transporte de todos los bienes y pasajeros que desde Cali se movilizaban hacia el espacio internacional. La operación de estas redes marítimas permitió al comercio de Cali actuar con mercados internos y más que todo con mercados internacionales. Adicionalmente, su accionar entre los años 1850 y 1900 hizo crecer sustancialmente el comercio exterior de Cali, lo que se tradujo en un aumento del número de negocios, puertos conectados, mercancías y pasajeros movilizados. Así mismo, fue un factor decisivo para que el comercio de Cali articulara tres cosas: (i) su papel productor de bienes, (ii) su rol como centro de acopio y de distribución de productos locales y extranjeros y (iii) el desarrollo de una oferta de servicios internos a comerciantes.

Redes mercantiles como estrategia para conectar los centros de mercado con el Caribe

Varios puertos regionales fueron determinantes para el comercio nacional hacia mediados del siglo XIX. La amplia franja norte costera estaba delineada por los intereses de comerciantes y productores que confluían en los principales puertos caribeños en tierra: Maracaibo, Puerto Cabello, La Guaira, Carúpano, Sabanilla, Cartagena, Santa Marta, Riohacha y Colón. Los productos agropecuarios y mercancías manufacturadas europeas circulaban por ellos a través de las islas del Caribe, siendo puertos de tránsito, transbordo y negocios (Aruba, Curazao, Kingston, La Habana, Saint Thomas, Barbados, Pointe a Pitre, Basse Terre, St. Pierre, Ponce, Mayagüez, Puerto Príncipe, Colón y Trinidad, entre otros) (Urdaneta, 2006).

Así mismo, la importación de mercancías adquirió una considerable relevancia mercantil en los puertos más importantes de Colombia (Tumaco, Riohacha, Sabanilla, Buenaventura, Santa Marta, Cartagena y Cúcuta), los cuales fueron destino de embarcaciones procedentes de los puertos de Liverpool, Grimsby, Manchester, Southampton (Inglaterra), El Havre, Saint Nazaire, Marsella, Cherbourg, Bordeaux (Francia), Bremen, Hamburgo (Alemania), Nueva York, New Orleans (Estados Unidos), Málaga, Cádiz, Santander y Barcelona (España), como se muestra en la tabla 3 (Dawson, 1884).

TABLA 3

Principales escalas de las líneas de vapores en las Antillas o islas del Caribe durante el intercambio comercial entre Europa y el puerto de Sabanilla (Colombia), 1880-1910

Hamburg-American (Alemania)	West India and Pacific (Reino Unido)		Royal Mail (Reino Unido)		General Transatlantic (Francia)		Atlas (Reino Unido)	Harrinson (Reino Unido)	Transatlantic (España)
Unico vapor	Primer Vapor	Segundo Vapor	Primer Vapor	Segundo Vapor	Primer Vapor	Segundo Vapor	Unico vapor	Unico vapor	Unico vapor
Hamburgo (Ale.) ⁽¹⁾	Liverpool (RU) ⁽¹⁾	Liverpool (RU) ⁽¹⁾	Southampton (RU) ⁽¹⁾	Southampton (RU) ⁽¹⁾	El Havre (Fr.) ⁽¹⁾	Saint Nazaire (Fr.) ⁽¹⁾	Nueva York ⁽¹⁾	Liverpool (RU) ⁽¹⁾	La Habana ⁽¹⁾
El Havre (Fr.)	Barbados	Barbados	Barbados	Saint Thomas	Bordeaux (Fr.)	Pointe à Pitre	Cartagena	Barbados	Santiago de Cuba
Saint Thomas	Trinidad	La Guaira	Trinidad	Puerto Príncipe	Santander (Esp.)	Basse Terre	Sabanilla	Trinidad	Sabanilla
La Guaira	La Guaira	Puerto Cabello	Carúpano	Jamaica	Pointe à Pitre	St. Pierre	Cartagena	La Guaira	Cartagena
Puerto Cabello	Puerto Cabello	Curazao	La Guaira	Colón	Basse Terre	Fort de France	Colón	Puerto Cabello	Colón
Colón	Curazao	Santa Marta	Puerto Cabello	Cartagena	St. Pierre	La Guaira	Santa Marta	Curazao	Cartagena
Sabanilla	Sabanilla	Sabanilla	Curazao	Sabanilla	Fort de France	Puerto Cabello	Nueva York ⁽²⁾	Sabanilla	Sabanilla
Curazao	Cartagena	Cartagena	Sabanilla	Cartagena	Carúpano	Sabanilla		Cartagena	Santiago de Cuba
Puerto Cabello	Colón	Colón	Cartagena	Colón	La Guaira	Colón		Colón	La Habana ⁽²⁾
La Guaira	Liverpool (RU) ⁽²⁾	New Orleans (EE.UU.)	Colón	Jamaica	Puerto Cabello	Cartagena		New Orleans (EE.UU.)	
Ponce		Liverpool (RU) ⁽²⁾	Cartagena	Puerto Príncipe	Sabanilla	Sabanilla		Liverpool (RU) ⁽²⁾	
Mayagüez			Sabanilla	Saint Thomas	Colón	Puerto Cabello			
Saint Thomas			Trinidad	Cherbourg (Fr.)	Sabanilla	La Guaira			
El Havre (Fr.)			El Havre (Fr.)	Southampton (RU) ⁽²⁾	Puerto Cabello	Fort de France			
Hamburgo (Ale.) ⁽²⁾			Londres		La Guaira	St. Pierre			
			Bremen (Ale.) ⁽²⁾		Carúpano	Basse Terre			
					Fort de France	Pointe à Pitre			
					St. Pierre	St. Nazaire (Fr.) ⁽²⁾			
					Basse Terre				
					Pointe à Pitre				
					Santander (Esp.)				
					Bordeaux (Fr.)				
					El Havre (Fr.) ⁽²⁾				

⁽¹⁾ Destino inicial/⁽²⁾ Destino final.

autores con base en Dawson (1884, pp. 348-349) y Diario Oficial, n. 8125-8126, pp. 685 y 688.

El frecuente comercio entre Europa, los puertos del Caribe y el interior de Colombia se observa a partir de los registros de despachos que se realizaban desde Havre. En su revista consular, se informaba sobre las mercancías enviadas para Santa Marta, Cartagena y Colón. El movimiento indicaba que en un primer momento las mercancías iban a bordo del vapor inglés “Stromboth” para luego hacer transbordo en Liverpool al vapor “St. Thomas”, que continuaría su viaje para los mencionados puertos. En el mismo mes fueron embarcados desde El Havre entre cuatro y cinco vapores que hicieron su escala en Southampton y Liverpool, transbordando a los vapores de las líneas Hamburg-American, West India and Pacific y Royal Mail.

Dentro de las mercancías se destacan los tejidos de seda, lana y algodón, libros, porcelanas, instrumentos musicales, útiles, perfumería, medicamentos, armas, sombreros, productos químicos, entre otros. Así mismo, la revista citaba una lista de precios de artículos que por su composición era de interés para el comerciante

colombiano, tales como la concha de tortuga y de nácar, cocos pequeños, bálsamo de tolú y corozos provenientes de las Antillas.¹⁰

Los intercambios con los países europeos se evidenciaron a partir del ingreso de los vapores transatlánticos y el aumento de nuevas rutas comerciales con Europa (Ocampo, 1984, p. 161). Los vínculos comerciales colombianos, efectuados directa y regularmente con Europa y Estados Unidos, estuvieron asociados con las principales líneas de vapores postales marítimas, como la West India & Pacific Steam Ship Co. Ltd., la Compañía General Transatlántica (Compagnie Générale Transatlantique), la línea postal marítima conocida como la Mala Real Inglesa (Royal Mail Steam Ship Packet Co.), la Hamburguesa Americana (Hamburg Amerikan Line), la Harrison Line Co. y la Compañía Transatlántica Española.

La frecuencia de los intercambios y los enlaces con los puertos de escala en el Caribe aumentó de forma considerable a finales del siglo XIX. Así, antes de ingresar en las costas colombianas, los vapores transatlánticos de los puertos europeos transbordaban mercancías en islas caribeñas. En el caso de los puertos de Liverpool y Southampton, en Inglaterra, las escalas frecuentes eran en los puertos de San Vicente, Barbada, Trinidad, Granada, St. Thomas, Puerto Príncipe, Kingston, Antigua, Saint Kitts, Jacmel, Colón, La Guaira, Puerto Cabello, Curazao, para finalmente llegar a Santa Marta y Cartagena.

Las compañías de vapores ingresaban primero a puertos de escala localizados en las Antillas antes de arribar a los puertos definitivos (Sabanilla, Cartagena, Santa Marta y Riohacha). Por su parte, los vapores españoles enlazaban escala en Cuba para luego llegar a Sabanilla (figura 2). En el caso de la aduana de Cúcuta, se enviaron mayoritariamente cargas provenientes del puerto de Maracaibo con destino al puerto de Villamizar, fronterizo entre Colombia y Venezuela, cuyo origen era Nueva York, Curazao, Birmingham, Liverpool, Manchester, París, El Havre, Burdeos, Marsella, Málaga, Génova, Hamburgo, Venezuela y La Habana.¹¹



FIGURA 2

Detalle de la circulación de vapores europeos entre las Antillas y los puertos del Caribe (1880-1910)

Elaboración de los autores con base en Dawson (1884, pp. 348-349).

Un evento importante de la década de 1870 fue el ingreso de mercancías extranjeras, hecho que representó una marcada influencia en la circulación del comercio, sobre el cual los alemanes contribuyeron decididamente. Por ejemplo, en una de las facturas de dichos agentes, se declaraba un buen número de artículos de cobre y hierro, entre los cuales llama la atención calderos, clavos, cajas de tachuelas, barras de hierro, planchas de cobre y planchuelas, piedras de afilar y tarros de pintura preparada. Las facturas se encontraban a nombre la Sociedad J. Helm & Cía., una de las sociedades con mayor actividad económica en Barranquilla (Meisel & Vilorio, 2003, p. 515), encargados de recibir las mercancías provenientes de Londres y Alemania (Diario Oficial, 1877, p. 4980).

Otro caso conocido fue el del comerciante Louis Gieseken, quien al arribar a Barranquilla, en la década de 1880, fundó con A. Held la compañía Gieseken & Held, formando parte de la firma Schutte, Gieseken & Cía., con sede en Bremen. Años después, en 1892, la compañía exportó algunos géneros del país como pieles, café y tabaco, aprovechando su desempeño como agentes de compañías de vapores fluviales por el río Magdalena y con su propia compañía fundada en 1887. La sociedad da un giro en ese mismo año, cuando el socio Held se retiraba de la compañía, situación que, además, permitió que dos de los miembros de su personal, A. Ringe y G. Strauss, entraran como socios de la firma, remplazando el nombre por Gieseken, Ringe & Cía. (Posada, 1998, p. 515).

En el reporte del cónsul de Estados Unidos en Jamaica, se señalan las importaciones realizadas durante el año 1891, incluyendo en orden de importancia a Reino Unido, Estados Unidos, Canadá, Colombia, Indias orientales británicas, Indias occidentales británicas, Alemania y Francia. Con relación a las exportaciones, el diplomático señala también en orden de importancia a Reino Unido, Estados Unidos, Francia, Alemania, Canadá, Rusia, Indias occidentales británicas, Italia y Holanda (Estes, 1891).

CONEXIÓN A LOS PUERTOS DEL CARIBE, REDES AGENCIALES Y REDES MARÍTIMAS: ESTRATEGIAS A PARTIR DE LA TEORÍA SOBRE LAS REDES MERCANTILES

Al hacer una comparación, las estrategias de las dos regiones hasta los puertos caribeños y desde allí a los mercados internacionales requirieron de una serie de habilidades que dependían, a su vez, de la frecuencia y organización de las sociedades. Para los casos del Valle del Cauca y Santander, se pueden realizar las siguientes comparaciones.

En primera instancia, la base de las dos estrategias, tanto la conexión a puertos caribeños como la construcción de redes agenciales y marítimas, tuvo en las casas comerciales su origen. Así mismo, en Santander y Valle del Cauca, o Bucaramanga y Cali, estas casas comerciales funcionaron de la misma manera: como negocios de acumulación de capitales, sitios para emprender las conexiones (primero a los puertos y centros comerciales del Caribe), así Santander lo hizo, con Barranquilla y Cali con Colón. Otra similitud es que las dos regiones fortalecieron de igual manera sus casas comerciales: fusionaron negocios, se asociaron para traer las importaciones y pagar los derechos aduaneros, se asociaron con comerciantes caribeños y extranjeros, y crearon asociaciones vía matrimonios. La diferencia es que Santander tuvo más opciones para sus casas comerciales, mientras que el Valle solo tuvo a Colón; luego de crear primero fuertes vínculos con Panamá.¹²

En segundo lugar, establecida la base desde las casas comerciales, vino la conexión al Caribe. Una similitud es que ambas regiones primero se preocuparon por llegar a los puertos del Caribe colombiano o venezolano (que operaba para el caso de Santander). Una vez establecidos en dichos puertos, dieron el segundo paso, que era llegar a las Antillas. Posteriormente dieron un tercer y definitivo paso: llegar directamente a Estados Unidos y Europa. De otro lado, una diferencia entre estas regiones es que Santander tuvo un proceso de conexión más rápido, en todos los sentidos, que el Valle, puesto que estaba geográficamente más cerca del Caribe, tuvo menos dificultad para llegar utilizando transportes terrestres y fluviales y contaba con dos opciones, ya fuera en el caso de puertos colombianos o venezolanos. Por su parte, el Valle tenía que combinar transporte terrestre, férreo, fluvial y marítimo para llegar hasta el Istmo de Panamá, cruzarlo y, finalmente, llegar a su puerto caribeño en Colón, que era su única opción.

De otro lado, valorando las redes agenciales, tenemos una similitud total entre las regiones a la hora de construirlas. Primero, en ambas intervinieron tres grupos: comerciantes nacionales, comerciantes extranjeros y la participación de agentes y funcionarios; aunque fueron los comerciantes los que estuvieron interesados en establecer redes de comercio entre Colombia, Europa y Estados Unidos para hacer negocios de mercancías y acceder a créditos. Segundo, y de igual manera, sus redes agenciales comenzaron en los puertos caribeños para después acceder a los mercados internacionales importantes en Inglaterra, Francia, Estados Unidos y otros

países. Tercero, ambas regiones tuvieron el mismo éxito con sus redes agenciales. La única diferencia es que la red del Valle tuvo más alcance, porque no solo operó para mercados del Atlántico, como la santandereana, sino que operó también en mercados del Pacífico, haciendo negocios en Ecuador y Perú, como se muestra en las figuras 1 y 2.¹³

Por último, comparando las redes marítimas, se encuentra más de lo mismo. En Santander y Valle los actores que intervinieron en su construcción fueron semejantes (comerciantes, casas o sociedades comerciales, agentes, líneas de vapores internacionales, instituciones, funcionarios, etc.). Tanto una como otra región tuvieron un largo alcance operando en el Caribe, Las Antillas, Estados Unidos y Europa. Sin embargo, en este punto aparecen las diferencias, puesto que la red marítima del Valle fue más extensa, tuvo más kilómetros, rutas y puertos conectados, al cubrir dos océanos (Atlántico y Pacífico) y, por ende, dos grandes mercados internacionales (figuras 1 y 2).¹⁴

CONCLUSIONES

La primera evidencia que surge del manejo de las fuentes es algo totalmente contrario a lo que postulado anteriormente en Colombia: regiones del interior del país como Santander y Valle, en vez de estar aisladas, se encontraban conectadas al comercio –pese a las dificultades geográficas y de comunicaciones– gracias a dos estrategias: alcanzar puertos en el Caribe y crear redes agenciales y marítimas para sostener esa conexión.

El creciente intercambio comercial entre Colombia y el exterior en la segunda mitad del siglo XIX favoreció el establecimiento de dichas conexiones regionales. Hemos observado que esta coyuntura cruzó los intereses de comerciantes regionales y extranjeros de iniciar a mediados de la década de 1850 e intensificar sus relaciones comerciales en las décadas posteriores, puesto que ambos grupos estaban interesados en abrir mercados para sus productos, acrecentar sus capitales y expandir sus negocios, lo que los llevó a tejer redes comerciales conjuntamente para intercambiar sus productos: manufacturas y productos primarios entre las regiones y el exterior. Por ello, se trata de un proceso bidireccional.

El aislamiento de estas regiones se eliminó gracias a la conexión con los puertos del Caribe colombiano y para ambas concluimos que cumplió una triple función. Inicialmente, fue el primer paso para salir del aislamiento, ya que implicaba recorrer una distancia desde el interior hasta los puertos. Luego, permitió que las redes nacionales extendieran diversas relaciones y negocios con comerciantes en el Caribe (Colón, Barranquilla, Puertos venezolanos). Finalmente, sirvió como punto de apoyo de las redes internacionales durante su acceso a diferentes puertos y ciudades (París, Londres, Nueva York, Bremen y Hamburgo). Al final proponemos que la conexión al Caribe fue decisiva para las regiones del interior, en tanto les permitió entrar en una dinámica de redes y negocios globales al utilizar sus puertos y redes.

Aunque salir del aislamiento era la prioridad, nosotros vamos más allá, considerando un segundo paso, es decir, aquello que sostuvo esa conexión con el Caribe y luego con el mundo, lo cual denominamos “redes agenciales”. Hemos visto que estas redes fueron el resultado de comerciantes, agentes y funcionarios locales y extranjeros, cuyo uso era fuente de información, negocios, mercancías y créditos globales; redes que se extendieron continuamente, accediendo a espacios regionales e internacionales. No hay que olvidar que estas crecieron gracias a una conjugación de otras redes (familiares, sociales y marítimas) agenciadas por diferentes actores y varias estrategias.

Un último paso para salir del aislamiento fue la consolidación de redes marítimas, cuya construcción se dio a partir de la combinación de actores (comerciantes, agentes y funcionarios) e instituciones (casas comerciales y empresas de vapores). En su elaboración, todos los actores que participaron fueron de gran importancia, con un significativo apoyo del servicio de líneas de vapores internacionales inglesas, francesas, alemanas, españolas e italianas, considerando que sus itinerarios cubrieron el transporte desde el interior hasta los puertos del Caribe y desde allí hasta los mercados internacionales. El interés de conformarlas se dio por la necesidad de transportar mercancías, valores y personas entre las regiones y los mercados principales: Europa, Estados

Unidos, Las Antillas y Suramérica, recordando que estas redes marítimas fueron parte de una red mayor, que no solo involucraba sino que también dependía de las redes agenciales locales y nacionales.

Por último, advertimos que quedan retos por continuar y espacios abiertos para discusiones futuras respecto a la “integración regional”. Uno de ellos es continuar con investigaciones regionales que estudien los procesos de conformación de redes comerciales explorando fuentes primarias en los copiosos archivos existentes sobre comercio, sociedad y consumo. Lo segundo sería observar que poco se ha emprendido sobre la importancia de conectar los estudios locales e independientes con estudios amplios e interrelacionados, con el fin de debatir aquellas investigaciones que señalan que las actividades económicas de las regiones colombianas se encontraban dependientes y anexas a la dinámica de regiones más desarrolladas.

REFERENCIAS

- Brisson, J. (1989). *Viajes por Colombia en Los Años de 1891 a 1897*. Bogotá: Banco de la República.
- Camacho, S. (1897). *Notas de Viaje (Colombia y Estados Unidos de América)*. Bogotá: Gannier Hermanos/Librería Nacional.
- Camacho, S. (1923). *Memorias de Salvador Camacho Roldán*. Bogotá: Editorial Bedout.
- Cardozo, G. (1991). *Maracaibo y su región histórica: el circuito agroexportador: 1830-1860*. Maracaibo: Universidad del Zulia.
- Carreño, C. (2013). *Las vías de comunicación entre Santander y los llanos: el camino hacia Casanare, segunda mitad del siglo XIX*. Bucaramanga: Universidad Industrial de Santander.
- Carreño, C. (2015). Puertos locales y bienes de consumo: importación de mercancías finas en Santander, Colombia, 1870-1900. *América Latina en la Historia Económica*, 22(1), 85-114. doi: <https://doi.org/10.18232/alhe.v22i1.600>
- Colmenares, G. (1983). *Cali: terratenientes, mineros y comerciantes siglo XVIII*. Bogotá: Banco Popular/Universidad del Valle.
- Correa, J. (2012a). El ferrocarril de Bolívar y la consolidación del puerto de Barranquilla (1865-1941). *Economía Institucional*, 14(26), 241-266.
- Correa, J. (2012b). *The Panama Railroad Company. O cómo Colombia perdió una Nación*. Bogotá: Colegio de Estudios Superiores de Administración.
- Dawson, T. (1884). *Ocean Steamers at Sabanilla. Report of the United States Consul in Barranquilla*. En *Consular Reports on Commerce and Manufactures*, 45, 348-349. <https://babel.hathitrust.org/cgi/pt?id=uc1.a0001686831;view=1up;seq=358>
- Díaz, J. (1997). *Viajeros extranjeros por Colombia*. Bogotá: Presidencia de la República.
- Duque, M. (2005). Comerciantes y empresarios de Bucaramanga (1857- 1885): una aproximación desde el neoinstitucionalismo. *Historia Crítica*, 29, 149-184. <https://doi.org/10.7440/histcrit29.2005.07>
- Eder, P. (2004). *El fundador. Santiago M. Eder. Recuerdos de su vida y acotaciones para la historia económica del Valle del Cauca*. Cali: Manuelita S.A.
- Estes, W. R. (1891). *Foreign Trade of Jamaica. Report by Consul of Kingston- Reports from the consuls of the United States*. En *Consular reports on Commerce, Manufactures, etc.* No 134, v. XXXVII, n.º 132-153, pp. 321, 349, 356. <https://babel.hathitrust.org/cgi/pt?id=mdp.39015067314339;view=1up;seq=363>
- Espínola, E. (2006). Christern & Co.: 1876-1899. Formación de una firma alemana en Maracaibo, en *Viejas y nuevas alianzas entre América Latina y España*. En XII Encuentro de Latinoamericanistas Españoles. Santander: Consejo Español de Estudios Iberoamericanos.
- González, J. (2015). *Los trabajadores del ferrocarril del Pacífico 1880-1915*. Cali, Colombia: Universidad del Valle.
- Gutiérrez, F. (2012). *Las comunicaciones en la transición del siglo XIX al XX en el sistema territorial colombiano*. Medellín, Colombia: Universidad Nacional.
- Hettner, A. (1976). *Viajes por los Andes colombianos (1882-1884)*. Bogotá: Banco de la República, 1976.

- Holton, I. (1970). Valle Del Cauca. En *Viajeros Extranjeros En Colombia. Siglo XIX* (pp. 11-66). Cali: Carvajal y Cía.
- Holton, I. (1981). *La Nueva Granada: Veinte Meses en los Andes*. Bogotá: Banco de la República.
- Hyland, R. (1983). *Sociedad y economía en el Valle del Cauca. El crédito y la economía 1851-1880*. Bogotá, Colombia: Banco Popular/Universidad del Valle.
- Ibarra, A. (2007). Redes de circulación y redes de negociantes en Guadalajara colonial: mercado, élite comercial e instituciones. *Historia Mexicana*, 3(56), 1017-1041.
- Laurent, M. (2008). *Contrabando en el siglo XIX. Prácticas y discursos de resistencia y reproducción*. Bogotá, Colombia: Universidad de los Andes.
- Liehr, R. (1998). Redes mercantiles y organización empresarial de un comerciante del centro de México. *Mercados regionales y atlánticos, 1807- 1877. Am. Lat. Hist. Econ.*, 9(5), 25-39. doi: <https://doi.org/10.18232/alhe.v5i09.216>
- López, E. (2019). Del puerto al altiplano: comerciantes de importación en Santafé de Bogotá a finales del siglo XVIII. *Procesos Históricos*, 36, 60- 83.
- Meisel, A., & Vilorio, J. (2003). Barranquilla hanseática: El caso de un empresario alemán. En C. Dávila (Comp.). *Empresas y empresarios en la historia de Colombia. Siglos XIX-XX. Una colección de estudios recientes* (pp. 513- 547). Bogotá, Colombia: Norma/Uniandes.
- Mejía, J. (2014). Vínculos interregionales en la economía colombiana del siglo XIX: el empresariado de la costa caribe en el interior del país, 1840-1880. *Economía & Región*, 8(1), 185-211.
- Mino, M. (2006). *Núcleos urbanos mexicanos siglos XVIII y XIX. Mercado, perfiles sociodemográficos y conflictos de autoridad*. Ciudad de México: El Colegio de México.
- Molien, G. (1970). Por El Dagua Hacia El Chocó. En *Viajeros Extranjeros En Colombia. Siglo XIX* (pp. 29-45). Cali: Carvajal y Cía.
- Ocampo, J. (1984). *Colombia y la economía mundial, 1830-1910*. Bogotá, Colombia: Siglo XXI.
- Posada, E. (1998). *El Caribe colombiano: una historia regional (1870-1950)*. Bogotá: Banco de la República/El Ancora Editores.
- Posada, E. (2015). *Colombia. La apertura al mundo. 1880-1930. Tomo 3*. Madrid: Taurus.
- Posada, J. (1918). *Libro Azul de Colombia*. New York: The J.J. Little & Ives Comp.
- Quejada, J. C. (2019a). Procesos de adaptación y cambio. El paso del comercio local al comercio global en la ciudad de Cali (Colombia) a través de las casas comerciales, 1880-1900. En *CLADHE VI*, Santiago de Chile, 23 y 26 de julio.
- Ramírez, M., & Pachón, A. (2006). *La infraestructura del transporte en Colombia durante el siglo XX: una descripción desde el punto de vista económico*. Bogotá, Colombia: FCE.
- Rivera-Garrido, L. (1946). *Impresiones y recuerdos. Tomo I*. Bogotá: Editorial A.B.C.
- Rodríguez, D. (1988). *Comerciantes del Valle del Cauca siglo XIX (tesis de pregrado)*. Cali, Universidad del Valle.
- Rothschild, E. (2014). Isolation and Economic Life in Eighteenth-Century France. *American Historical Review*, 119(4), 1055-1082. <https://doi.org/10.1093/ahr/119.4.1055>
- Safford, F. (2010). El problema de los transportes en Colombia en el siglo XIX. En A. Meisel & M. Ramírez. (Ed.). *Economía colombiana del siglo XIX* (pp. 199-243). Bogotá: FCE/Banco de la República.
- Sánchez, E. (2007). Las incertidumbres del cambio: redes sociales y mercantiles de los hacendados-comerciantes azucareros del centro de México (1800-1834). *Historia Mexicana*, 3(56), 919-968.
- Suárez, M. (1994). *Las haciendas cafeteras y su producción: Valles de Cúcuta y el Táchira, 1840-1900*. Cúcuta: FMPCA.
- Urdaneta, A. (2006). Intereses y rivalidades regionales en la Venezuela Caribeña. *Memorias*, 2(4).
- Valdivia, L. (1992). *Economía y espacio: El Valle del Cauca 1850-1950*. Cali: Universidad del Valle.
- Valencia, A. (1990). Los proyectos económicos de los regeneradores en el Valle del Cauca (1875-1890). *Historia y Espacio*, 4(13), 1-30. doi: <https://doi.org/10.25100/hye.v0i13.6826>

- Valencia, A. (1993). *Empresarios y políticos en el Estado Soberano del Cauca, 1860-1895*. Cali, Colombia: Universidad del Valle.
- Vargas, H. (2002). De la mula al avión: notas para una Historia Social de la infraestructura de transporte en Colombia. *Estudios Sociales*, 12, 13-21. doi: <https://doi.org/10.7440/res12.2002.01>
- Vergara-Velasco, F. (1901). *Nueva geografía de Colombia. Escrita por regiones naturales*. Tomo I. Bogotá: Imprenta de vapor.
- Quejada, J. C. (2019b). *La dinámica y las operaciones del comercio regional a finales del siglo XIX: el caso de Cali (1880-1900)* (tesis de maestría). Cali: Universidad del Valle.

NOTAS

- 1 Cabe advertir a los lectores que, pese a la bidireccionalidad del proceso, nos concentramos en estudiar el papel de los comerciantes nacionales, dejando el estudio de los comerciantes extranjeros para próximos trabajos.
- 2 Algunas referencias del comercio: Colmenares (1983), Rodríguez (1988), Valdivia (1992) y Valencia (1993).
- 3 Hinterland es un término que significa “zona de influencia”. Se utiliza para designar territorios cercanos bajo la influencia comercial de una ciudad. Por ejemplo, el hinterland de Cali eran las zonas de Menga, Aguablanca, Paso del Comercio y el sur actual de Cali que va hacía Jamundí, entre otras.
- 4 AHC, FN, NPC, Tomos 27-105 [1882-1900] y NSC, Tomo 38- Tomo I de 1905 [1877-1905]; AGN, Sección República, Fondo Aduana Buenaventura (1862-1894); El Ferrocarril, No. 1 – No. 829, (1878- 1899); Diario Oficial, No. 1 – No. 11.783, (1864-1902); Díaz, 1997; Eder, 2004; Hettner, 1976; Posada, 1918; Rivera-Garrido, 1946.
- 5 Las líneas de vapores internacionales que sirvieron a Cali fueron al menos nueve: la Pacific Steam Navigation Company de Inglaterra unió Cali-Europa, Cali-Norteamérica y Cali-Suramérica desde 1879; la Compañía de Vapores Transatlántica Mala Real de Inglaterra conectó regularmente Cali- Europa desde 1882; luego, la Compañía General Transatlántica Francesa estableció servicio entre Cali-Europa desde 1884; la Hamburg American Packet Co. de Alemania sirvió desde 1891 entre Cali-Europa; por último, la compañía naviera La Veloce (La Veloz) de Italia y la Empresa de vapores alemana Kosmos de Alemania establecieron servicio Cali-Europa desde 1894.
- 6 AHR, Notaría 1, 1886, t. III, n. 537, caja 156, ff. 598r-600r.
- 7 AHR, Notaría Primera, 1886, t. III, n. 537, caja 156, ff. 598r-600r.
- 8 AHC, FN, NPC, Tomos 27-105 (1882-1900) y NSC, Tomo 38 (1877) - Tomo I de 1905; AGN, Sección República, Fondo Aduana Buenaventura (1862-1894); El Ferrocarril, número 1 a 829, (1878-1899); Diario Oficial, número 1 a 11.783 (1864-1902); Eder, 2004; Posada, 1918; Hettner, 1976.
- 9 AGN, Sección República, Fondo Aduana Buenaventura (1862-1894); El Ferrocarril, números 1 a 829, (1878-1899); Diario Oficial, números 1 a 11.783 (1864-1902); Hettner (1976); Holton (1970, 1981); Molien (1972); Brisson (1989); Posada (1918).
- 10 AHR, Diario Oficial, 1872, n. 2480, pp. 216, 218.
- 11 AHR, Diario Oficial, 1878, n. 4165, p. 5.697; Diario Oficial, 1890, n. 8125-8126, pp. 685 y 688.
- 12 Para el caso de las sociedades comerciales en Santander, consultar: AHR, Notaría Primera, 1880, t. 3, caja. 129, n. 546, f.263; AHR, Diario Oficial, 1892, n. 8883, ff. 1015-1016; 1892, n. 9026, 1679; Duque (2005, p. 163). Para el caso del Valle, consultar: AHC, FN, NPC, Tomos 27-105 (1882-1900) y NSC, Tomo 38 (1877), Tomo I de 1905; Diario Oficial, números 1-11.783 (1864-1902); Rodríguez (1988).
- 13 Para evaluar las redes agenciales en Santander, consultar: AGN, Ministerio de Hacienda, Administración de Aduanas, 1897, t. 424, f. 331; AHR, Diario Oficial, 1882, n. 5352, p. 10461. Para el Valle, consultar: AGN, Sección República, Fondo Aduana Buenaventura (1862-1894); El Ferrocarril, números 1-829 (1878-1899); Diario Oficial, números 1-11.783 (1864-1902); Camacho (1897, 1923); Eder (2004); Garrido (1946).
- 14 Para evaluar las redes marítimas en Santander, consultar: AHR, Diario Oficial, 1882, n. 5352, p. 10461; AHR, Notaría Primera, 1883, n. 319, t. III, caja 144, ff. 818r-821v; Dawson (1884, pp. 348-349); Espínola, 2006, pp. 88-104). Para el Valle, consultar: AGN, Sección República, Fondo Aduana Buenaventura (1862-1894); El Ferrocarril, números 1-829 (1878-1899); Diario Oficial, números 1-11.783 (1864-1902); Posada (1918); Correa (2012); González (2015).