



UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE
MÉXICO

FACULTAD DE FILOSOFÍA Y LETRAS

Colegio de Estudios Latinoamericanos

LAS CARACTERÍSTICAS DEL COMERCIO INTERNO EN
HISPANOAMÉRICA DE 1830 - 1880

T E S I S

QUE PARA OBTENER EL TÍTULO DE

LICENCIADA EN ESTUDIOS LATINOAMERICANOS

P R E S E N T A :

NELLY ROSALÍA VILCHIS NÉSTOR

Asesora: Mtra. Isabel Avella Alaminos

Ciudad Universitaria

enero de 2006



Universidad Nacional
Autónoma de México

Dirección General de Bibliotecas de la UNAM

Biblioteca Central



UNAM – Dirección General de Bibliotecas
Tesis Digitales
Restricciones de uso

DERECHOS RESERVADOS ©
PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL

Todo el material contenido en esta tesis esta protegido por la Ley Federal del Derecho de Autor (LFDA) de los Estados Unidos Mexicanos (México).

El uso de imágenes, fragmentos de videos, y demás material que sea objeto de protección de los derechos de autor, será exclusivamente para fines educativos e informativos y deberá citar la fuente donde la obtuvo mencionando el autor o autores. Cualquier uso distinto como el lucro, reproducción, edición o modificación, será perseguido y sancionado por el respectivo titular de los Derechos de Autor.

AGRADECIMIENTOS

- En primer lugar, a la Maestra Isabel Avella Alaminos, mi asesora de tesina, por apoyarme en la realización de este trabajo, por su paciencia, su disponibilidad y buenos consejos para llevar a buen término mi investigación.
- A mi *Alma Mater*, la Universidad Nacional Autónoma de México, porque en ella he recibido mi formación profesional, para mí es un orgullo pertenecer a esta institución y formar parte de sus egresados.
- A mis sinodales: Ana Carolina Ibarra, Alfredo Ávila, Carlos Rodríguez y Rodolfo Aguirre, por sus comentarios hacia mi trabajo, los cuales me ayudaron a mejorar esta tesina.
- A Roberto Machuca, por su apoyo moral y académico, sin el cual no hubiera sido posible la realización esta ardua tarea.
- A mi familia: mis padres Prócoro Vilchis y Yolanda Néstor, por todo el apoyo incondicional que en mi vida me han brindado, por su ejemplo y enseñanza. De igual manera a mis hermanos Octavio y Miguel.
- A mis amigos y amigas del grupo 3^a raíz de danza afroantillana, quienes se han convertido en una segunda familia, en la cual he encontrado momentos de enorme alegría y compañerismo.
- A todas las personas de que alguna manera me ayudaron para que esta investigación finalizara de manera exitosa.
- Y especialmente al ser que nos mantiene vivos cada día: Dios.

Nelly Rosalía Vilchis Néstor

INDICE

Las características del comercio interno en Hispanoamérica de 1830 - 1880.

Introducción-----	7
Presentación-----	7
Importancia y marco histórico-----	8
Objetivo general-----	12
Objetivos particulares-----	12
Delimitación espacio-temporal-----	12
Limitaciones del tema-----	14
Metodología-----	14
Esquema de trabajo-----	15
Capítulo 1 Antecedentes del comercio interno en Hispanoamérica-----	16
1.1 Antecedentes del comercio interno en Hispanoamérica a fines del siglo XVIII y principios del XIX-----	16
1.1.1 Región Andina-----	18
Nueva Granada (Colombia) -----	18
Nueva Granada (Ecuador) -----	19
Perú-----	19
Alto Perú (Bolivia) -----	20
1.1.2 Región Caribe-----	20
Nueva Granada (Venezuela) -----	20
1.1.3 Región Cono Sur-----	21

Río de la Plata (Argentina) -----	21
Río de la Plata (Uruguay) -----	22
Río de la Plata (Paraguay) -----	22
Chile-----	23
1.1.4 Región Capitanía General de Guatemala (Centroamérica) -----	23
1.1.5 Región Nueva España (México) -----	24
1.2 El comercio y los comerciantes durante la guerra de independencia-----	25
Conclusiones-----	27
Mapa 1 Hispanoamérica 1800-----	29
Mapa 2 Hispanoamérica 1830-----	30
Capítulo 2 Producción y comercio interno en Hispanoamérica 1830 –1850----	31
2.1 Región Andina-----	31
Colombia-----	31
Ecuador-----	32
Perú-----	33
Bolivia-----	34
2.2 Región Caribe-----	34
Venezuela-----	34
2.3 Región Cono Sur-----	35
Argentina-----	35
Uruguay-----	36
Paraguay-----	36
Chile-----	36

2.4 Región Centroamérica-----	37
2.5 Región México-----	37
Conclusiones-----	39

Capítulo 3 Producción y comercio interno en Hispanoamérica 1850-1880-----41

3.1 Región Andina-----	41
Colombia-----	41
Ecuador-----	42
Perú-----	42
Bolivia-----	43
3.2 Región Caribe-----	44
Venezuela-----	44
3.3 Región Cono Sur-----	44
Argentina-----	44
Uruguay-----	45
Paraguay-----	46
Chile-----	46
3.4 Región Centroamérica-----	46
3.5 Región México-----	47
Conclusiones-----	48

Capítulo 4 Características económicas del comercio interno en Hispanoamérica 1830 –1880-----50

4.1 Medios de transporte y comunicaciones -----	51
---	----

Región Andina-----	52
Región Caribe-----	54
Región Cono Sur-----	54
Región Centroamérica-----	55
Región México-----	55
4.2 Medios de pago-----	56
Tlaco, claco y pilón-----	58
Moneda feble-----	59
4.3 Alcabalas-----	60
Conclusiones-----	61
Mapa 3 Colombia-----	64
Mapa 4 Cono Sur-----	65
Capítulo 5 Características sociales del comercio interno en Hispanoamérica --	66
1830-1880 y espacios del comercio: ferias y pulperías	
5.1 Composición social de los comerciantes en Hispanoamérica.-----	66
5.2 Los pequeños establecimientos en México-----	68
5.3 Los espacios del comercio interno: pulperías y ferias-----	69
5.4 Las ferias en Hispanoamérica: un espacio de comercio interno-----	71
Centroamérica-----	74
México-----	75
Conclusiones-----	77
Mapa 5 Sudamérica-----	79
Mapa 6 Centroamérica-----	80

Mapa 7 México -----	81
Conclusiones Finales -----	82
Bibliografía General -----	89

Introducción

Presentación:

El tema que nos ocupa estudia, de manera general, el desarrollo del comercio interno, sus características regionales y sus espacios de comercialización, como las ferias y pulperías, en Hispanoamérica de 1830 a 1880.

Una parte muy importante que debe aclararse dentro del presente trabajo es la diferencia que hago entre los conceptos de Latinoamérica e Hispanoamérica. La región Latinoamérica abarca en su totalidad a los territorios que alguna vez fueron dominios de naciones europeas de origen latino: España, Portugal y Francia. Por otro lado, Hispanoamérica se refiere sólo a la zona que comprendieron las colonias españolas en América, que ocupa hoy en día desde México hasta Argentina, omitiendo a Brasil por ser de origen portugués.

Otro punto muy importante en el desarrollo de la tesina es sobre los conceptos de producción y consumo. Si bien ambos están estrechamente relacionados con el comercio, la producción abarca bienes y servicios que una comunidad desarrolla para su comercialización, tanto en la zona de fabricación como en puntos lejanos; por su parte el consumo es la adquisición de bienes o servicios hechos para satisfacer las necesidades de la población. Los dos conceptos son imprescindibles para que el comercio en general se lleve a cabo y aunque se puede crear confusión en su empleo, debo hacer la distinción para evitar complicaciones y sobre todo para distinguir entre la producción y el consumo en determinada localidad.

Importancia y marco histórico:

El comercio como actividad humana tiene un origen ancestral, desde los tiempos en que el hombre se estableció como sociedad y vio que esta tarea representaba una fuente de riquezas, ya que desde tiempos de Mesopotamia se practica el comercio¹. En el continente americano culturas como la maya o mexica también ejercieron el comercio dentro y fuera de sus fronteras de influencia e incluso por medio de él llegaron a dominar a muchos pueblos vecinos. Para los aztecas, los comerciantes (llamados pochtecas) incluso ocupaban una clase social importante, pues su trabajo se prestaba para servir no sólo de comerciantes, sino de espías y embajadores². Porque de alguna manera el comercio es un acto de comunicación, de establecer un contacto con el otro que abarque algo más que simplemente comprar algo, conlleva la idea de buscar y encontrar, de intercambiar, eso acarrea entablar poco a poco otro tipo de interacción, ahora de carácter social o cultural.

Para explicar la diferencia entre tipos de comercio primero debemos distinguir el comercio externo y el interno. Del primero, “se llama exterior o también comercio internacional a los intercambios de bienes económicos que se efectúan entre pueblos diferentes. Se mide por el control de las aduanas en el momento del tránsito de las mercancías por las fronteras y por la estimación de la importación del contrabando, cuando ello es posible.”³

El comercio interno, por su parte, es el intercambio dentro de una misma región nacional o país, responde a las necesidades de una población más pequeña y, por lo mismo, los productos a comercializar responden a las exigencias de un espacio más chico, aunque entre los productos se encuentren algunos de origen extranjero. Tanto en el exterior como el interior, la actividad comercial siempre implica un pago, una cuota

¹ Carlos Alvear Acevedo, *Historia de la cultura*, México, Jus, 23ª edición, 1986, p.p. 57-70

² *Ibid*, p.97

³ *Diccionario de Economía*, traducción de José Verde Aldea, Barcelona, Editorial Estela, 1964, p.19

que el comerciante debe dar para poder ejercer su actividad, lo que supone un costo adicional para el producto, bien o servicio que se comercializa, lo que se llama impuesto.

El comercio interno en América Latina en lo que respecta al mercado regional ha sido poco estudiado y valorado a pesar de que ha jugado un papel muy importante en la conformación de la economía en las regiones, antes y después de su independencia, especialmente la zona de Hispanoamérica.

Dentro del comercio interno en Hispanoamérica, se formaron espacios determinados para el intercambio de diferentes mercancías y servicios dentro de las regiones geográficas que existían desde antes de la llegada de los españoles y las divisiones administrativas que se establecieron posteriormente. En toda Hispanoamérica hay evidencias de la realización de mercados temporales o ferias, sobre todo en el periodo colonial, pero para su estudio en el siglo XIX no se encuentra mucha información.

Las colonias españolas en América mantenían a la Corona por medio de la producción de oro, plata, tabaco, añil y productos de consumo diversos. Durante tres siglos, muchos fueron los conflictos y descontentos que se gestaron debido a problemáticas administrativas y de intereses entre grupos de poder que buscaban mantener cierto control tanto en lo económico como en lo político. Los movimientos de independencia que se generaron a principios del siglo XIX tuvieron diversos orígenes tanto externos como internos, pero no es mi objetivo detenerme demasiado estudiando las causas, sólo mencionaré que la conformación de cada país se llevó a cabo de manera lenta y conflictiva, y fue hasta la tercera década del siglo estudiado que se pudo hablar de una estabilización política entre las nuevas naciones hispanoamericanas.

Para entender mejor como estaba conformada la región de Hispanoamérica explicaré cómo estaba dividida: España conservó en América tres virreinos y tres Capitanías generales. Por el norte estaba la Nueva España que se convirtió primero en el Imperio Mexicano y luego en la República Mexicana, abarcando desde lo que hoy es el sur de Estados Unidos hasta Oaxaca y la península de Yucatán; después Nueva Granada, conformada por los hoy territorios de Colombia y Ecuador⁴, junto con la Capitanía de Venezuela, se unieron durante el proceso de independencia y formaron lo que después se conoció como la Gran Colombia. El virreinato del Perú abarcaba las zonas de Lima y Chile aunque esta última fue una Capitanía General que estaba regulada por el virreinato antes mencionado; en el sur, del virreinato del Río de la Plata se separaron Bolivia, Paraguay Argentina y Uruguay; las últimas dos primero se unieron como las Provincias del Río de la Plata y posteriormente se independizaron. Por el Caribe la historia fue distinta, sólo Haití se liberó de Francia, incluso varios años antes de que las colonias españolas se independizaran, pero Cuba, la parte hispana de la isla La Española y Puerto Rico continuaron ligados a la Corona española, aunque mantuvieron relaciones con sus vecinos de la América continental (ver mapa 1).

La independencia de los Estados Unidos y las ideas de la Revolución francesa influyeron profundamente en la lucha libertaria de Latinoamérica. Sin embargo, las economías de la región no estaban muy desarrolladas, eran básicamente de exportación de materias primas, habían heredado vicios del régimen colonial y no impulsaron de manera importante un desarrollo industrial como el que hubo en ese entonces en Europa y en los Estados Unidos. Las enormes desigualdades sociales en cada región, además del constante acoso de los países europeos por volver a tener influencias y dominio en

⁴ Panamá formaba parte de Colombia en este periodo.

América, fueron y desafortunadamente siguen siendo una constante en la realidad hispanoamericana y latinoamericana, que ni los movimientos de independencia lograron resolver.

Desde mi punto de vista gran parte de los problemas que sufre en la actualidad toda la región latinoamericana y especialmente Hispanoamérica provienen de esos viejos resabios dejados desde la Colonia y no resueltos al concretarse la emancipación, que sumados al expansionismo norteamericano, enfrascaron a toda nuestra región en un círculo vicioso de subdesarrollo y dependencia económica, lo que fue más perceptible desde finales del siglo XIX. Es por eso que me interesa estudiar el mercado interno de América Latina en el periodo independiente, pues considero que gran parte del problema económico que sufre el área latinoamericana se debe a la ausencia de un mercado local autosuficiente, a la falta de producción de bienes de consumo hechos en esta región, lo que también habría aumentado el consumo interno, pero sobre todo, habría dado un mayor impulso a la producción y posterior comercialización de la manufactura nacional.

El comercio sirvió, además, como un medio de socialización de gran parte de la población, por ejemplo, las ferias, que son eventos de tipo comercial que tienen como objetivo la comercialización de artículos y servicios destinados a satisfacer tanto las necesidades básicas de la población, así como presentarse como un espacio lúdico. Estos eventos realizados después de la independencia representaron un fenómeno de gran importancia comercial y social ya que ahí confluían, aunque de manera temporal, una infinidad de artículos de provecho para la población del lugar donde se realizaban. Este evento significaba, como se dijo anteriormente, un momento de esparcimiento y sociabilidad para la gente, que contribuyó a promover, en unos casos, una integración

nacional y en otros a mantener circuitos y redes comerciales. Por otro lado, las pulperías fueron establecimientos fijos y semifijos que se desarrollaron de manera significativa en toda Hispanoamérica pero que tuvieron en la región del Cono Sur a sus mejores exponentes, eran lugares donde se exhibían y vendían diversos productos de consumo, ya fueran de primera necesidad como artículos suntuarios y que dieron origen a todo un tipo de convivencia tanto en regiones urbanas como de provincia, siendo en muchas ocasiones el único lugar de esparcimiento de la población. Es debido a su importancia económica pero sobre todo social la que más interesa en este trabajo, conocer cómo una actividad mercantil puede impactar en una determinada región y población, así como influyen en ella otros factores como los medios de transporte y de pago.

Objetivo General: Así, el objetivo general del trabajo es el estudio de las características básicas del comercio interno en Hispanoamérica desde 1830 hasta 1880.

Objetivos Particulares: El principal interés es examinar los aspectos cualitativos del comercio interno, las condiciones de los mercados internos, de manera general, su composición económica y social, la producción de bienes de consumo de las diferentes regiones, la problemática de los medios de transporte, los medios de pago del comercio interno e impuestos, además de los lugares de comercialización de las mercancías y la influencia social y cultural que conllevó el comercio de tipo regional y temporal.

Delimitación Espacio-Temporal:

Como hemos mencionado, este trabajo parte de un antecedente colonial del mercado interno, para entender los problemas que se presentaron después de la independencia en los mercados regionales en América Latina, sobre todo los cambios sufridos luego de 1830. Abarcamos alrededor de cincuenta años en la historia de Hispanoamérica, los

cuales llegan hasta 1880, una buena parte del siglo XIX, por cuestiones metodológicas, ya que la bibliografía encontrada comprende en su mayoría este periodo. Esta temporalidad también comprende la etapa previa a la industrialización, porque con la llegada de los ferrocarriles, alrededor de 1870, la economía comenzó a experimentar cambios radicales en su estructura. La situación mejoró y permitió entonces optimizar las relaciones sociales, comerciales y de todo tipo. Incluso hoy en día, la diversidad geográfica hace difícil el acceso en ciertos pueblos, y sin duda, la falta de una infraestructura de caminos es uno de los problemas más importantes para el bajo desarrollo de sus economías. Si esto sucede en la actualidad, en la época a la que nos referimos las comunicaciones evidentemente eran mucho más difíciles. El transporte adquirió entonces una gran importancia para el traslado de los productos y bienes de consumo, ya fuese a través de las recuas de arrieros que circulaban por México o la región andina, como por medio del transporte fluvial en otras partes.

Un punto que no debo dejar de explicar es la delimitación de zonas de estudio en las que se divide el trabajo: La división por regiones está determinada por la clasificación que se tiene para su estudio dentro del plan de estudios del Colegio de Estudios Latinoamericanos, es así que la región andina está compuesta por: Colombia, Ecuador, Perú y Bolivia; el Caribe está representado por Venezuela; el Cono Sur está conformado por Argentina, Chile, Uruguay y Paraguay. Centroamérica y México completan las demás regiones.

Limitaciones del tema:

Al revisar la bibliografía nos hemos encontrado con un gran número de dificultades para

obtener la información requerida para ciertos temas, como el estudio específico de los mercados regionales en Hispanoamérica en el periodo analizado y sobre todo para el estudio de las ferias comerciales. El tema de los mercados regionales en la etapa colonial ha sido un tema muy estudiado, pero sólo hablaremos de él como el antecedente del comercio interno en América Latina para el siglo XIX. En lo referente a la economía, sólo nos referiremos a porcentajes de venta, estadísticas o impuestos cuando el caso lo amerite, sobre todo el de las alcabalas, debido a que fueron factores importantes para el desarrollo del comercio interno, pero el análisis se centrará en los aspectos cualitativos del comercio interno.

Como mencionamos antes, los conceptos de producción y comercio están tan relacionados con la actividad comercial, que pueden llegar a confundirse entre sí, lo importante es resaltar que la producción de cualquier mercancía necesita de una comercialización adecuada para obtener de ella la mayor ganancia, y a su vez adquirir otras mercancías que no se tienen en otras zonas.

Dentro del comercio interno la comercialización de las diversas manufacturas se dio entre las zonas de influencia de las regiones productoras o por fuera de éstas, pero todo dentro de un determinado círculo de influencia ya fuera geográfico o social.

Metodología:

El estudio del comercio interno y regional, sus aspectos sociales y de tipo tecnológico implica definitivamente abordar aspectos económicos, pues los eventos mercantiles que cumplen con una función en el desarrollo de una región o país. Las fuentes se encuentran en bibliotecas y hemerotecas públicas, como: la Biblioteca y Hemeroteca Nacional, la Biblioteca Central de la UNAM, la Biblioteca *Samuel Ramos* de la Facultad de Filosofía y Letras, la Biblioteca *Simón Bolívar* del Centro

Coordinador y Difusor de Estudios Latinoamericanos (Ccydel), la Biblioteca del Instituto Mora, la Biblioteca *Daniel Cosío Villegas* del Colegio de México, el Centro de Investigaciones y Estudios Superiores de Antropología Social (CIESAS), así como las bibliotecas de los Institutos de Investigaciones Históricas, Económicas, Sociales y Estéticas de la UNAM.

Esquema de trabajo

El trabajo se divide en cinco capítulos, los cuales se desarrollarán de la siguiente manera. El primer capítulo está enfocado a los antecedentes del comercio interno en la región hispanoamericana, en los diferentes virreinos de España, durante el periodo de la independencia y los primeros años después de la misma. En el segundo capítulo, que abarca el periodo de 1830 a 1850, se situará la producción y comercio de las diferentes regiones. El tercer apartado se orientará a la etapa de 1851 a 1880, e igualmente que en el capítulo anterior, se estudiará la producción y compraventa regional, sólo que se hará énfasis en las diferencias que se presentaron con respecto al periodo anterior. En el número cuatro se examinarán los medios de transporte y las comunicaciones en el interior de cada país, la problemática que esto originó para el desarrollo del comercio interno, además de los medios de pago y la alcabala, el impuesto más importante que se cobró a la compra-venta. El quinto analizará los aspectos sociales del comercio; la composición social de los comerciantes, los espacios de comercio al menudeo como las pulperías, y finalmente las ferias como lugares de comercio de gran importancia para la vida económica y social de los pueblos.

Capítulo 1 Antecedentes del comercio interno de Hispanoamérica

1.1 Antecedentes del comercio interno en Hispanoamérica a finales del siglo XVIII y principios del XIX

Durante la época colonial el comercio interno fue una de las actividades más importantes para el desarrollo regional en toda Hispanoamérica. En cada lugar el intercambio de productos y servicios dio como resultado una serie de vínculos sociales muy importantes; cada región se especializó en determinados productos pero requería de otros artículos que debían ser llevados desde lugares muy apartados.

En esta etapa el comercio interno estuvo sujeto al pago de un impuesto obligatorio. Este impuesto llamado alcabala, fue “un derecho que se cobra sobre todas las cosas, muebles, inmuebles y semovientes que se venden o permutan,”¹ solamente el comercio de productos básicos de consumo entre los indígenas, el clero regular y secular estuvo exento de este gravamen.² Un impuesto que tuvo gran importancia dentro del comercio interno fue la alcabala de viento, la cual estaba orientada para “las transacciones de los más pequeños y medianos productores y de los mercaderes de muy poca entidad ligadas al ámbito de la actividad económica local.”³ Entre los artículos que se comercializaban y que en consecuencia resultaban gravados con este impuesto fueron desde textiles hasta alimentos como harina, azúcar, cacao, ganado, etc.

El impuesto generó descontento entre la población debido a que aumentaba durante las guerras de la Corona española porque generaba más aportaciones al Estado,

¹ José de Canga Argüelles, *Diccionario de la Real Hacienda*, Madrid, tomo I, 1968, p. 26

² La alcabala se dividía en: cabezón general, el cual era pagado por los hacendados y su producción, además de los establecimientos fijos como las pulperías. Su porcentaje era de 3%. Montserrat Fernández Martínez, *La Alcabala en la Audiencia de Quito*, Cuenca, Núcleo del Azua y de la Casa de Cultura Ecuatoriana Benjamín Carreón, 1984, p.p. 81-95

³ Juan Carlos Grosso, Juan Carlos Garavaglia. *La Región de Puebla y la Economía Novohispana. Las Alcabalas en la Nueva España*, México, Benemérita Universidad Autónoma de Puebla, Instituto Mora, 1996, p. 70

especialmente para la última fase del periodo colonial cuando, como mencionamos antes, España buscó el desarrollo para ella y no para sus posesiones en América.

El comercio interno en Hispanoamérica presentó una composición diversa, se movía entre la agricultura, la minería y demás actividades. Los productos que se vendían estaban divididos en tres rubros:

Efectos de Castilla: eran los géneros de origen español.

Efectos americanos: eran los artículos hechos en las regiones de América y que consistían en productos artesanales y comestibles.

Efectos de tierra: eran las mercancías que se producían dentro de la región.⁴

Un cambio muy importante en la economía colonial se dio con las reformas borbónicas a fines del siglo XVIII que afectaron a las colonias americanas de España, tanto en su economía interna como en la externa, aunque fue en esta última donde los cambios se hicieron más notorios. Una de las principales reformas fue el libre comercio de las colonias con otros países, como Inglaterra, con un Decreto sobre Comercio Libre de 1778⁵, el cual abrió un nuevo mercado para la producción inglesa de textiles, que fueron introducidos al mercado interno hispanoamericano, lo que después representó un problema muy grave para la producción local, especialmente en la región central andina. Las reformas borbónicas por un lado perjudicaron a las industrias textiles, pero beneficiaron a otras regiones como el Cono Sur que se favorecieron con el libre comercio, sobre todo de sus productos agrícolas, como el trigo y la carne.

⁴ Silvia Palomeque “Continuidad y cambio entre la colonia y la república. Estudio de los circuitos mercantiles y de las especializaciones productivas regionales en Cuenca, Ecuador” en *Circuitos Mercantiles y Mercados en Latinoamérica. Siglos XVII – XIX*, Jorge Silva Riquer, *et. al.*, (compiladores), México, Instituto Mora, Instituto de Investigaciones Históricas UNAM, 1995, p.p. 237 y 238

⁵ D.A. Brading “El mercantilismo ibérico y el crecimiento económico en la América Latina del siglo XVIII” en *Ensayos sobre el desarrollo económico de México y América Latina (1500-1975)*, Enrique Florescano (compilador), México, Fondo de Cultura Económica, (Economía Latinoamericana), 1987, p. 307

Las regiones en que se divide Hispanoamérica para su estudio económico son resultado de ciertas características en común que presentan cada una de ellas. La región andina comprendió la parte central de la cordillera de los Andes, principalmente porque dentro de esta región la economía estuvo estrechamente vinculada con su espacio geográfico y además fue muy diversa. La región Caribe se caracterizó por su economía ligada a la producción y exportación de caña de azúcar y otros productos tropicales. La zona geográfica del Cono Sur era muy extensa y debido a esto su producción interna fue diferente entre las regiones. La Capitanía General de Guatemala, por su parte, estableció una economía especialmente para la producción de colorantes que iban al mercado exterior. Nueva España fue un caso especial, su enorme territorio abarcó desde las regiones de California, Nevada, Texas y otras en el norte, hasta Oaxaca y Yucatán, esta enorme diversidad geográfica producía materia prima tan variada como plata (la producción más importante), oro, alimentos, manufacturas y muchas otras. Además era considerado el territorio más valioso para España, por ser el más poblado y el que generaba mayor riqueza a la Corona.

1.1.2 Región Andina:

Conformada por los antiguos virreinos de Nueva Granada, Perú y el Alto Perú, hoy Bolivia; esta última formó parte primero del virreinato del Río de la Plata, pero en la división socioeconómica moderna se le incluyó en el área andina.

Nueva Granada (Colombia): Comprendía una región geográfica complicada, la actual Colombia, es un territorio atravesado por varias cadenas montañosas, una de ellas la cordillera de los Andes, que determinó un bajo desarrollo comercial, debido a las malas comunicaciones terrestres. En la sierra se produjeron oro, maíz, frijoles y en menor cantidad ganado, tanto para servir como medio de transporte como para su

consumo interno. En la costa se producían alimentos tropicales, como frutas. Las diversas regiones de Nueva Granada se unieron a través del comercio interno, esto porque se vinculó la producción de la tierras frías y altas del interior y de las tierras bajas y cálidas de la costa.⁶

Nueva Granada (Ecuador): El territorio que hoy abarca Ecuador, tenía en la región de Cuenca, Quito y Guayaquil sus centros de comercio interno más importantes; este último también fue un puerto de gran relevancia para el comercio exterior. La cercanía con Perú hacía que tuviera relaciones comerciales primordiales con Cuzco, Lima y con el Río de la Plata. La región de Cuenca mantenía una producción variada; comerciaba con los animales de carga, textiles y productos como algodón, jabón, zapatos, sombreros de paja, mulas, y sobre todo con maíz, trigo y caña de azúcar. Las mercancías más valiosas eran las que venían de otras regiones de América, especialmente las de Perú. El maíz estaba destinado al autoconsumo de Cuenca; el trigo y la caña eran distribuidos al mercado de consumo. La caña también servía para producir azúcar, raspadura, panela y aguardiente, este último se consumía en Cuenca.⁷

Perú: Lima y Cuzco representaron los dos grandes centros de comercio en el virreinato del Perú, además de Chile, que contaba con Santiago, la capital, y Valparaíso, el puerto más importante. Su principal producción estuvo integrada por la minería y los textiles, que se elaboraban en Cuzco expresamente para su consumo en el Río de la Plata y Lima, además de otros productos como el algodón, el azúcar, que fue el producto más importante a finales de la colonia, y otros. Se celebraban ferias anuales en donde se concentraba una enorme cantidad de comerciantes tanto de Lima como de

⁶ Pedro Pérez Herrero, *Comercio y mercados en América Latina colonial*, Madrid, Fundación MAPFRE América, 1992, p.p. 283-285

⁷ Silvia Palomeque “Continuidad y cambio...” en *Op. Cit.* p. 241

Buenos Aires.⁸ La región sufrió una crisis tanto en la producción minera como en el comercio de textiles, producto del libre comercio entre Buenos Aires e Inglaterra (a consecuencia de las reformas borbónicas, como se dijo anteriormente).

Alto Perú (Bolivia): Potosí fue por demás el lugar de comercio más significativo del Alto Perú, actualmente Bolivia; primero porque estaba asentada en la región minera más importante del virreinato de Lima, y luego porque quedaba en medio de la ruta trasandina que comunicaba a los puertos del Pacífico y del Atlántico, es decir, a El Callao en Lima, con el de Río de la Plata. Junto con una parte de Ecuador, Perú y Argentina, formó un circuito conocido como “circuito andino.” El comercio interno se dio sobre todo con esta última. El Alto Perú fue la parte más poblada mientras formó parte del virreinato del Río de la Plata, y su producción principal estuvo fincada en la minería, además de textiles, producción agrícola y aguardiente. También se celebraron ferias, en donde se comerciaban productos tanto de primera necesidad como manufacturados.

1.1.2 Región Caribe

Nueva Granada (Venezuela): La hoy Venezuela también formaba parte de este virreinato, desafortunadamente las fuentes sobre el comercio interno son escasas, sólo para el comercio del Valle de Caracas se pudo encontrar cierta información. Una fuerte migración de población canaria (de las islas Canarias, España) llegó desde finales del siglo XVIII y transformó la estructura socioeconómica de Venezuela.⁹ Estos migrantes comenzaban a trabajar desde abajo, para después convertirse en pulperos, bodegueros o mercaderes, estos dos últimos dedicados al comercio al por mayor e

⁸ Rodolfo Eduardo Klien Samanez, *La economía peruana entre fines del siglo XVIII y principios del siglo XIX. Cambio en la continuidad*, México, Centro de Estudios Económicos y Demográficos, El Colegio de México, 1980, p. 77

⁹ Manuel Hernández González, *La hegemonía canaria en el pequeño comercio de Caracas, 1780-1810: los pulperos*, Manuel Hernández González, Madrid, 1992, p. 164

incluso al de exportación tanto legal como de contrabando. El pulpero por su lado, se dedicaba al comercio interno de menudeo, una labor diaria y exigente. Las pulperías, el local de venta, estaban llenas de productos diversos: “cerámica, quincallería barata, herramientas, vinos, azúcar, jamón, grasas, frutos secos, quesos, etc.”¹⁰ Si los comerciantes llegaban a reunir una importante fortuna, podían acceder a convertirse en bodegueros.

1.1.3. Región Cono sur

La región del Cono sur estuvo formada básicamente por el virreinato del Río de la Plata y la Capitanía General de Chile. En el primero se encontraba lo que actualmente corresponde a Paraguay, Argentina y Uruguay.

Río de la Plata (Argentina) El territorio que hoy comprende la república de Argentina estuvo dividido en tres regiones: el Litoral, el Interior y la Patagonia, esta última prácticamente despoblada durante todo el siglo XVIII y casi totalmente en el siglo XIX. El Litoral se caracterizó por la ganadería y sus productos derivados, así como un poco de producción agrícola, debido a que su mercancía más importante estaba destinada a la exportación, a través del puerto de Buenos Aires. El Interior basó su comercio en la agricultura intensiva y la producción artesanal. Esta era la zona más cercana al Alto Perú y por lo tanto su eje económico giró en torno al comercio entre Lima y Buenos Aires, pues esta fue la ruta por la que se comunicaron ambas ciudades. También se criaban mulas, que iban destinadas al consumo en Cuzco y las ferias de Salta. Un espacio de comercio interno urbano muy importante fueron las pulperías, como las mencionadas en la región de Venezuela, establecimientos pequeños de comercio de menor escala que constituían todo un mundo de sociabilidad y venta, sobre

¹⁰ *Ibid.* p. 166

todo para la población del grupo social de menores recursos. En estos lugares se podía encontrar casi cualquier artículo, incluso de contrabando, o los que estaban monopolizados, como el tabaco.¹¹

Río de la Plata (Uruguay): Llamada también la Banda Oriental de Uruguay, esta región perteneció a la parte del Litoral en el virreinato del Río de la Plata. Al igual que su contraparte argentina, era una zona de llanuras y pastos, por lo que su producción y comercio giraron en torno a la ganadería, sus derivados y la agricultura. Su población se asentó en los centros urbanos y en su mayoría estuvo compuesta por españoles peninsulares o criollos.

Río de la Plata (Paraguay): La yerba mate y el tabaco fueron los artículos generadores de impuestos más importantes que produjo esta región del virreinato. También se desarrollaron la ganadería, la agricultura, los cultivos de algodón y los tejidos, estos últimos comercializados en las comunidades pobres. Al ser una región pequeña, durante el periodo colonial dependió del virreinato de Río de la Plata, pero ya en la etapa independiente se vio forzada a mantener un aislamiento¹² y tuvo que prescindir de los artículos europeos porque todos los productos de exportación e importación que se podían consumir de manera interna tenían que pasar por Buenos Aires, que les cobraba altos impuestos. También tuvo mercados internos, que estuvieron más bien en las ciudades y poblaciones más importantes.

Capitanía General de Chile: sus relaciones comerciales estuvieron orientadas generalmente hacia el Perú. Sus productos más importantes eran: sal, frijol,

¹¹ Ángela Fernández, "Perfil de los pulperos en Buenos Aires, 1744-1810", en *Pulperos y pulperías de Buenos Aires 1740-1830*, Carlos Mayo (director), Grupo Sociedad y Estado, Mar del Plata, Universidad Nacional de Mar del Plata, Facultad de Humanidades, 1997, p.p 45-48

¹² Debido al gobierno del dictador doctor Francia, quien de 1814 a 1844 controló todos los aspectos de la vida de Paraguay, incluyendo su comercio

maíz, chuchoca,¹³ trigo, cueros de vacas, vino, aguardiente, grasa y otros. El comercio interior se dividía entre pequeños comerciantes generalmente establecidos en zonas rurales; los comerciantes *medianos*, importantes sólo en provincia pero más fuertes que los pequeños comerciantes dentro de la misma región e intermediarios entre los pequeños y los grandes comerciantes, algo así como una clase media. Este grupo debía concentrar las mercancías y llevarlas a bodegas en Valparaíso para su exportación o su consumo interno, aunque muchas veces los grandes comerciantes evitaban a los intermediarios y contactaban a los productores directamente en sus regiones.¹⁴

1.1.4. Región Centroamérica

Capitanía General de Guatemala: Centroamérica como la conocemos hoy no era muy distinta, sólo que no contaba con Panamá, que era parte de Nueva Granada. El aumento de población hizo crecer el comercio, que se especializó en productos para la exportación, como el añil, la grana cochinilla y la minería. Fue una región que tuvo incursiones y asedio inglés durante casi todo el periodo colonial. El añil constituyó el producto más importante porque en torno a él se movían los demás productos. La ganadería también tenía un lugar importante en el comercio, sobre todo en el interno. Este comercio era realizado por los grandes vendedores también llamados mercaderes¹⁵, la mayoría de éstos provenientes de Guatemala y que desplazaron a los comerciantes de las provincias. Las actividades económicas estuvieron limitadas, primero porque la mayor parte de la producción se iba a la exportación, y segundo, porque la demanda de productos era bastante reducida en el interior porque no había un mercado interno lo suficientemente desarrollado como para establecer un comercio fuerte, por lo que gran

¹³ Especie de maíz cocido y seco, usado como condimento

¹⁴ Juan Cáceres Muñoz, *Notables y poder rural en una sociedad del Chile central, Colchagua, 1750-1850*, México, editorial J. Cáceres Muñoz, 2001, p.p. 56 y 57.

¹⁵ Pedro Pérez Herrero, *Op. Cit.*, p. 265.

parte de la población llevó a cabo una producción de subsistencia.¹⁶

1.1.5 Región Nueva España

Nueva España (México): Este caso es especial no sólo por su extensa geografía sino por la variedad de su producción y comercio colonial, sobre todo al ser una región que proveía a España de la mayor parte de su riqueza. Este enorme territorio estuvo a su vez dividido en varias provincias y cada una se especializó en un producto que se podía comercializar tanto dentro como fuera de la región. El norte fue especialmente minero, el Bajío tuvo una producción más diversa, integrando además de la minería, la agricultura y la ganadería. Por otro lado, la región del sur como Oaxaca estuvo vinculada a los productos de tierra caliente, como el algodón, los tintes y el arroz.¹⁷ En Veracruz la producción se volcó al azúcar, el tabaco y productos tropicales. La península de Yucatán también tuvo ganado y agricultura, pero no producción minera.

Estas diferencias se debieron por una parte, como he dicho, al espacio geográfico, pero por otro lado, a la composición social de cada región. La región del norte estuvo poblada en su mayoría por españoles peninsulares, criollos y mestizos, además su densidad poblacional no fue muy alta y siempre tuvo conflictos con los grupos indígenas. El centro concentró a la mayor parte de la población, tanto de peninsulares como de criollos, mestizos y todas las castas que resultaron del proceso de mestizaje. Por el sur la población fue mayoritariamente indígena, lo que hacía de esta una región muy diferente, concentrada en la producción de artículos tropicales. Así, se puede ver que en la Nueva España el mercado interno estuvo segmentado, desunido,

¹⁶ Héctor Lindo Fuentes “Economía y Sociedad (1810-1870)” en *Historia general de Centroamérica*, Edelberto Torres Rivas, (coordinador general), Madrid, Comunidades Europeas, tomo 3, edición a cargo de Héctor Pérez Brignoli, Coedición con Sociedad Estatal Quinto Centenario, FLACSO, 1993, pp. 142-144

¹⁷ Pedro Pérez Herrero, *Op. Cit.*, p.p. 252, 255

aislado, y que el consumo de su producción sólo se demandó a nivel interregional y local.¹⁸ Aunque un dato que contrasta con lo anterior indica que toda la producción de las distantes regiones del virreinato y de importación se concentró en la ciudad de México, la cual sirvió como intermediaria y distribuidora de gran parte de la producción tanto nacional como internacional.¹⁹ Esto quiere decir que si bien las regiones estaban aisladas unas de otras, la capital del virreinato servía como un centro de abasto de todas las mercancías y productos que llegaban a concentrarse en la Ciudad de México, para su posterior comercialización.

1.2 El comercio y los comerciantes durante la guerra de independencia

Los tres siglos de dominación española llegaron a su fin en Hispanoamérica en las primeras dos décadas del siglo XIX, por medio de guerras civiles de independencia que de manera general duraron una década, de 1810 a 1820, con un saldo económico y social de pérdidas, debido a que, con los enfrentamientos, la producción y la economía sufrieron un desastre, disminuyeron la mano de obra y la comercialización de numerosos productos, se desmembraron muchos circuitos de comercio y sobre todo, las regiones tradicionales de comercio colonial se separaron en varias naciones independientes; además se presentaron problemas sociales como la hambruna, resultado de la escasa producción.

La etapa de independencia fue un periodo de muchos cambios, más políticos que económicos, como lo podemos ver en la continuación de la recaudación de impuestos por concepto de comercio. Un ejemplo es que para sostener al ejército de

¹⁸ Araceli Ibarra Bellón, *El comercio y el poder en México 1821-1864: la lucha por las fuentes financieras entre el Estado central y las regiones*, México, Fondo de Cultura Económica, Universidad de Guadalajara, 1998, p. 227

¹⁹ *Ibid.* p 228

Simón Bolívar, el financiamiento se dio por endeudamiento externo e interno, este último provocó que muchos comerciantes pequeños sufrieran para pagar la cuota forzosa, lo que muchas veces los llevó a la ruina.²⁰ Aunque también se presentaron ciertos casos en los que los comerciantes menores se convirtieron en terratenientes, aprovechando la situación de guerra en muchos lugares donde la producción y el comercio estaban en una posición delicada.

Si bien con la independencia se terminó con el control económico y político de España hacia Hispanoamérica, la problemática del comercio interno siguió siendo la misma que en el periodo colonial, como las malas comunicaciones y el transporte, que encarecían los productos; la rivalidad de regiones en la misma nación entre el comercio interno y el externo, y otros generados durante los primeros años de vida independiente, como la inestabilidad política de algunas regiones: el Río de la Plata y Nueva Granada. La primera región se dividió en cuatro naciones: Argentina (1816), Uruguay (1828), Paraguay (1811) y el Alto Perú, hoy Bolivia (1825); la Gran Colombia se formó en el año de 1821 con la unión de Colombia, Venezuela y Ecuador. Centroamérica también sufrió transformaciones importantes, pues al finalizar la guerra de independencia del Imperio Mexicano en 1821, se anexó a este último, aunque esta unión sólo duró unos cuantos años, pues después se disolvió y se formaron las Provincias Unidas de Centroamérica en 1823 (ver mapa 2).

Un problema muy importante y fundamental que después de la independencia se presentó a las nuevas naciones fue el reconocimiento político por parte de sus contrapartes europeas, especialmente Inglaterra y posteriormente los Estados Unidos,

²⁰ Fabio Zambrano Pantoja, *Notas sobre algunos aspectos económicos del siglo XIX en Colombia*, Medellín, Universidad de Antioquia, Facultad de Ciencias Económicas, Centro de Investigaciones Económicas, 1978 p. 21

llegando incluso a celebrarse Tratados de Amistad, Comercio y Navegación entre las naciones latinoamericanas para de esta manera reconocer su independencia y su derecho a comerciar entre estos nuevos Estados. Si bien este punto puede parecer más enfocado hacia el comercio exterior, las repercusiones para el comercio interno fueron la captación de un mayor volumen de divisas extranjeras que incrementó el poder adquisitivo y con ello se acrecentó el consumo interno.²¹ Aunque en la práctica esos tratados no resultaron tan benévolos, sobre todo con las naciones hispanoamericanas.

Conclusiones

La situación comercial de Hispanoamérica desde finales del periodo colonial hasta finalizada la emancipación de la naciones estuvo caracterizada por un comercio interno escaso, desunido y aislado de otras regiones, como fue el caso de México. En contraste, circuitos de comercio como el de los Andes y sus regiones vecinas estuvieron vinculados tanto a los productos que ahí se producían como a los que venían de regiones más lejanas. Su importancia se debió sobre todo a que esta región era productora del artículo más importante para la Corona española: la plata. Pero en otras regiones la desvinculación de las mismas las mantuvo aisladas de numerosos productos y artículos, obligándolas algunas veces a volverse regiones autárquicas, de manera que no se vincularon a otras zonas.

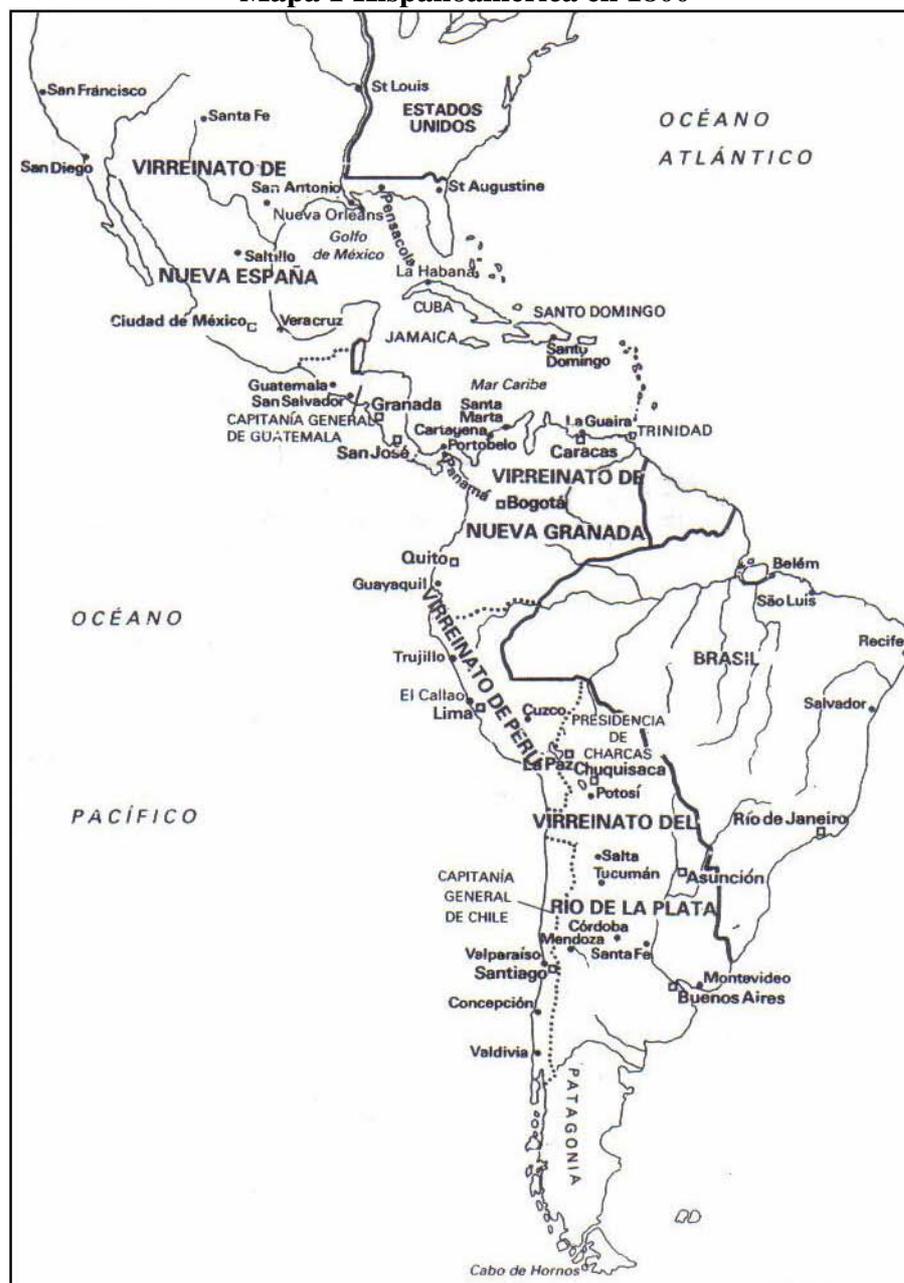
Muchos fueron los obstáculos del comercio interno en Hispanoamérica en el periodo colonial, tanto en su distribución como en su venta, pero lo que marcó un cambio muy drástico fueron las guerras de independencia que se dieron a principios del

²¹ Félix Becker, “Los tratados de amistad, comercio y navegación y la integración de los Estados independientes americanos en el sistema internacional” en *Problemas de la formación del Estado y de la nación en Hispanoamérica*, editado por Inge Buisson, Günter Kahle, Hans-Joachim König y Pietschmann Horts. Bonn, Internaciones, 1984, p.p. 251-253

siglo XIX; en todas las regiones los conflictos armados rompieron muchos de los circuitos comerciales y económicos, mermaron a gran parte de la población joven y la producción de muchos bienes y artículos se detuvo debido a la falta de mano de obra. Después de terminados los conflictos bélicos, el siguiente obstáculo fue la poca capacidad de compra de la población, pues los gastos militares generados por las guerras no dejaron capital suficiente para reactivar el consumo interno. Los primeros años después de la independencia de las naciones hispanoamericanas estuvieron caracterizados por una difícil situación, ya que la paz no llegó con la independencia de España, muchos conflictos internos surgieron y la inestabilidad política de varias regiones siguió generando problemas que se extendieron durante casi todo el siglo en gran parte del territorio hispanoamericano.

Como mencionamos anteriormente, el reconocimiento de los Tratados comerciales entre naciones europeas con los nuevos Estados Americanos fue de vital importancia en el aspecto político, ya que les concedió una especie de legitimación como naciones independientes, incluso entre los mismos países latinoamericanos. Este punto es importante resaltarlo, porque demuestra cómo el comercio, si bien en este caso el exterior, pudo contribuir al reconocimiento político de las naciones hispanoamericanas tanto en Europa como entre ellas mismas.

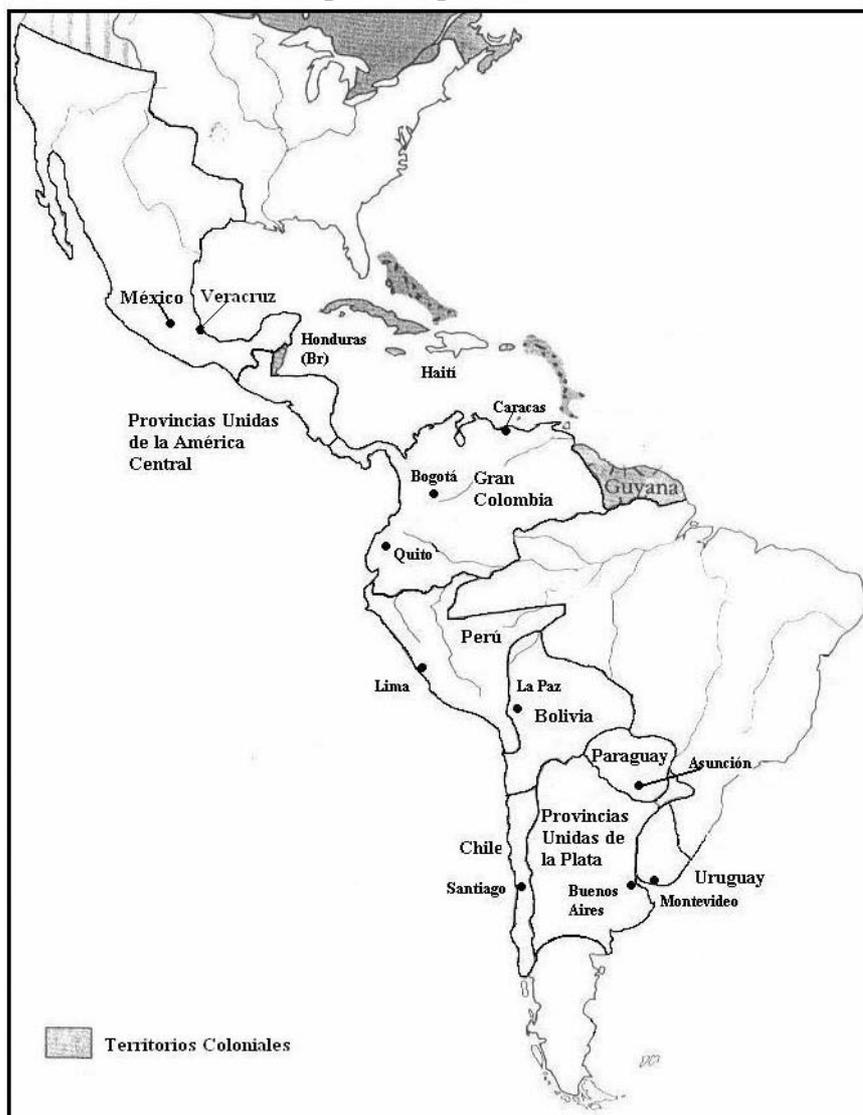
Mapa 1 Hispanoamérica en 1800



Fuente: Leslie Bethell, *Historia de América Latina*, traducción de Neus Escandell y Montserrat Iniesta, editorial Crítica, Barcelona, 2000, v. 5, p. 4

En este mapa se aprecia la división territorial que España había dispuesto para sus colonias en América. En el mapa siguiente se puede hacer un comparativo, con las fronteras entre virreinos y capitanías y las posteriores divisiones resultado de las separaciones políticas.

Mapa 2 Hispanoamérica en 1830



Fuente: Marcelo Carragnani, *El otro occidente: América Latina desde la invasión europea hasta la globalización*, traducción de Jaime Riera Rehren, México, El Colegio de México, Fideicomiso Historia de las Américas, Fondo de Cultura Económica, 2004, p. 148

Este mapa muestra de manera general la situación geopolítica de Hispanoamérica en el año de 1830, en él se puede ver la división política que resultó de las guerras de independencia.

Capítulo 2 Producción y Comercio Interno en Hispanoamérica 1830-1850

La independencia de las naciones hispanoamericanas no resolvió los problemas internos que, durante muchos años de dominio colonial y de guerras, se generaron en las regiones del continente. De manera general establezco el año de 1830 como un punto adecuado en el estudio del comercio interno, porque aproximadamente para este año la mayor parte de los países de Hispanoamérica eran ya independientes, aunque hubo sus excepciones. Los problemas internos y las rivalidades generadas durante muchos años terminaron por separar a Centroamérica en cinco naciones independientes: Guatemala, El Salvador, Honduras, Nicaragua y Costa Rica en 1838. También la región central de los Andes probó algunos años la unión entre Perú y Bolivia en la llamada Confederación Andina (1834), en la que ambos trataron de vincularse estratégicamente para crear una zona de gran fuerza económica, vinculada a la producción de plata, pero que no prosperó, poniéndose fin a la Confederación Andina en el año de 1839. Esta etapa finaliza en el año de 1850 debido a que el comercio interno sufrió cambios importantes después de la segunda mitad del siglo XIX.

Las regiones que se abordan en el trabajo se dividen ahora ya en las naciones independientes que resultaron de la emancipación: la región Andina (Colombia, Ecuador, Perú y Bolivia); en la región Caribe Venezuela; en el Cono Sur (Argentina, Uruguay, Paraguay y Chile); Centroamérica y México.

2.1 Región Andina: Colombia, Ecuador, Perú y Bolivia.

Colombia: Se encontró con un panorama muy adverso en el comercio interno; a pesar de su riqueza natural, no tenía desarrollado un comercio interno importante

como consecuencia, en parte, de la falta de caminos debido a la geografía del país. La comercialización de productos manufacturados extranjeros no se dio sino hasta el año de 1840, lo que por algún tiempo sirvió como barrera protectora para las producciones nacionales (véase cuadro 1).

Cuadro 1 Colombia Comercio Interno 1830-1850

Colombia Regiones	Faja Oriental: Bogotá, Tunja	Occidente: Valle del Cauca, Antioquia	Llanos Orientales
Productos para consumo local	Trigo, harina, papas, carne, telas de algodón y lana, etc,	Azúcar, cacao, oro (dinero), artesanías.	Ganado

Fuente: Fabio Zambrano Pantoja, *Op. Cit.* pp. 32-35

Ecuador: El caso es diferente al colombiano, porque este país desde tiempos de la colonia tuvo un comercio interior, regional y de exportación muy importante. Una de las regiones que más se ha estudiado es la zona de Cuenca, una ciudad de gran impulso comercial durante la primera mitad del siglo XIX. En el comercio interno su producción básica fue agrícola y ganadera. Los cambios sufridos al finalizar los problemas políticos derivados de la independencia, primero de España y luego de la Gran Colombia, transformaron el panorama del comercio al exterior y el interior, y durante la primera mitad del siglo XIX la producción se reorientó hacia el mercado interno y regional; se buscó la especialización de la producción agropecuaria y la minera. La producción que sí sobrellevó problemas y decayó fue la textil, debido a la llegada de manufactura inglesa del ramo¹; esta producción ecuatoriana tuvo que buscar nuevos mercados en Colombia y en la zona urbana y litoral de Ecuador (ver cuadro 2).

¹ Silvia Palomeque, Continuidad y cambio...”en *Op. Cit.* p.21

Cuadro 2 Ecuador Comercio interno 1830 - 1850

Productos que crecieron	Maíz, papa, cebada, derivados de caña de azúcar (aguardiente, azúcar) ganado ovino
Productos que decayeron	Ganado vacuno, trigo y textiles.

Fuente: Silvia Palomeque, *Cuenca en el siglo XIX: la articulación de una región*, Quito, Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales, ABYA-YALA, 1990. Serie Colección tesis historia 2, p. p. 25- 26

Perú: Tenía una fuerte relación comercial y social tanto con Ecuador como con Bolivia y el Río de la Plata a través del Alto Perú (Potosí). Pero las fronteras que se generaron después de la independencia rompieron con esa relación comercial regional que se había mantenido por siglos y muchos de los productos recibieron un duro golpe. Los textiles soportaron una baja considerable por la entrada de productos ingleses, aunque durante el tiempo que duró la Confederación Perú-Bolivia (1834-1839), su comercio resurgió de manera breve.² El azúcar, que era un producto de exportación, tuvo problemas en su mercado tradicional, pero encontró en el comercio interno su mercado de consumo, especialmente en la producción de aguardiente.³ “Para el consumo local se producían frutas, menestra⁴, cereales y alfalfa y se mantenía una pequeña ganadería”⁵. El comercio interno de Perú, especialmente de la región del Cuzco, decayó de manera considerable, por lo que dependió exclusivamente de la obtención de hoja de coca y de la producción para el comercio exterior de lana. Un problema que no hemos mencionado fue la aparición, en esta zona, de bandoleros y asaltantes, especialmente después de terminadas las luchas armadas, que tenía

² Magnus Möner, *Comercio y comerciantes del Cusco*, Lima, Instituto de Estudios Peruanos, 1979, p. 10.

³ Carlos Contreras y Marcos Cueto, *Historia del Perú contemporáneo: desde las luchas por la independencia hasta el presente*, 3a edición, Lima, Pontificia Universidad Católica del Perú, Universidad del Pacífico, Centro de Investigación, Instituto de Estudios Peruanos, 2004, p. 84

⁴ Legumbre seca.

⁵ Contreras, *Op.Cit.* p. 85

aterrorizados a comerciantes y arrieros.⁶

Bolivia: Formó parte del circuito comercial entre Lima-Alto Perú- Buenos Aires, porque siguió basando su riqueza en la plata producida en Potosí, aún después de la independencia, que circulaba por toda la región y que mantuvo la unidad económica durante la etapa colonial y principios del siglo XIX. Al igual que sucedió con Cuzco, la caída de productos importantes, como los textiles, se debió a la saturación de artículos ingleses, aunque hubo lugares como Cochabamba y Tomina que mantuvieron una producción importante de textiles.⁷ Bolivia tuvo a Potosí como principal productor de plata, pero también proveía mulas, necesarias para el transporte en la región, además de cultivar trigo y maíz para el mercado interno.

2.2 Región Caribe:

Venezuela: Por desgracia no hay muchos datos sobre el comercio interior de Venezuela durante este siglo. Sabemos que en los primeros años después de la independencia, el pequeño comercio urbano estuvo dominado por las pulperías ubicadas en pequeñas ciudades en donde sirvieron como centro de abasto de cualquier producto. Como referencia sobre el comercio interno se encuentran los testimonios de varios viajeros europeos que llegaron a Venezuela durante finales del siglo XVIII y la mayor parte del XIX. Estos viajeros vieron el poco desarrollo que Venezuela tuvo en este tiempo con respecto a Europa y al mismo tiempo relataron cómo era la economía de la región.⁸ Entre los productos que más se producían en la primera mitad del siglo XIX en Venezuela estuvieron el cacao, el café y el azúcar.

⁶ Alberto Flores Galindo, *Arequipa y el sur andino: ensayo de historia regional, siglos XVII – XX*, Lima, Horizonte, 1977, p. 46

⁷ Erick Langer y Viviana Conti, “Circuitos comerciales y cambio económico en los andes centromeridionales 1830-1930” en *Desarrollo económico: revista de ciencias sociales*, Buenos Aires, Instituto de Desarrollo Económico y Social, v. 31, n° 121 (abril – junio 1999), pp. 101-102

⁸ Miquel Izard, *La Venezuela del café vista por los viajeros del siglo XIX*, Caracas, Italgráfica, 1969, p. 42

2.3 Región Cono Sur: Argentina, Uruguay, Paraguay y Chile

Argentina: Tuvo un comercio interno diferente en cada provincia porque también las regiones eran distintas. Subsistieron tres regiones, el Litoral, el Interior y Cuyo. La región del Litoral tuvo una economía semejante a la del periodo colonial, con exportación de productos ganaderos y agrícolas; estos últimos debían competir con los productos brasileños.⁹ También era el único intermediario entre los productos del Alto Perú y del Río de la Plata. El Interior fue una región unida comercial e históricamente al Alto Perú, por lo que su comercio regional padeció la ruptura de ese eje comercial, basado en la producción platera de Potosí. También sufrió la disminución en el comercio de los textiles al momento de realizarse la apertura de los mismos al comercio de productos ingleses, pues era una región artesana muy importante. El comercio entre las regiones del Interior y el Litoral fue importante, por ejemplo, Tucumán, que estaba en la región del interior, comerciaba con el puerto de Buenos Aires, en el Litoral, productos como “cueros, suelas, bateas y en menor producción, quesos, maderas, rayos y ejes de carretas.”¹⁰ La región de Cuyo estaba cercana a la cordillera de los Andes y a Chile, lo que le vinculó comercialmente a estas tierras, su producción se orientó al aguardiente y vinos, los que en algún tiempo compitieron con las mercancías venidas de Europa, pero, al igual que sucedió con los textiles, su comercio casi desapareció. Después la región tuvo que producir alfalfa para la cría de ganado.¹¹ (Véase Cuadro 3).

⁹ Robert Schmit, “Comercio y mercado en el Litoral argentino durante la primera mitad del siglo XIX” en *Circuitos Mercantiles y Mercados en Latinoamérica. Siglos XVII – XIX*. Jorge Silva Riquer, et. al. (compiladores), México. 1995 Instituto Mora. Instituto de Investigaciones Históricas UNAM. p. 316

¹⁰ Erick Langer, “Circuitos comerciales...” en *Op. Cit.* p. 93

¹¹ Miguel Rosal, “El interior frente a Buenos Aires: flujos comerciales e integración económica”, en *Secuencia*, Nueva época, n° 31, enero-abril, México, D.F., Instituto Mora, 1995, p. 96

Cuadro 3 Argentina Comercio Interno 1830-1850

Regiones	Provincias	Productos
Litoral	Santa Fe, Entre Ríos, Buenos Aires y Corrientes	Productos ganaderos: cueros, carne salada y suelas. Productos agrícolas: yerba mate, tabaco.
Interior	Córdoba, Santiago del Estero, Tucumán, Salta, Jujuy, Catamarca y La Rioja	Textiles, azúcar
Cuyo	Mendoza, San Juan y San Luis	Vinos

Fuentes: Robert Schmit, "Comercio y mercado en el Litoral argentino..." en *Op. Cit.* p.302 y Erick Langer, "Circuitos comerciales..." en *Op. Cit.*, pp. 98-101

Uruguay: Formó por mucho tiempo parte del virreinato del Río de la Plata, y su economía no difería mucho de la región del Litoral argentino: era de exportación de productos ganaderos. Se tuvo que reestructurar el comercio interno, de manera que, después de su independencia de Argentina, se especializó en la comercialización de la carne y la agricultura para dar abasto a la población, tanto para el consumo interno como para el externo, vía el puerto de Buenos Aires.

Paraguay: Representó un caso muy especial, porque estaba ubicado en una zona en donde podía quedar aislado y tener dificultades para mantener un comercio no sólo interno, sino externo, pero sobre todo porque, como ya he mencionado, situaciones de carácter político mantuvieron al país en un aislamiento exterior y dedicado al autoconsumo. El producto más importante de Paraguay fue por mucho tiempo y siguió siendo la yerba mate, además del tabaco.

Chile: Fue una región que poco a poco fue creciendo en sus aspectos geográfico, demográfico y económico. La minería y la agricultura constituyeron los principales productos del comercio interno, el cual se diversificó en las zonas de alto desarrollo minero, como fue el caso de la plata y el cobre en la región del norte Chico (Copiapo).

2.4 Región Centroamérica

Centroamérica se encontró con problemáticas muy importantes dentro de su economía; como el hecho de que su producción se destinó a la exportación de productos como los tintes y que, a diferencia de lo que sucedió en la época colonial, no hubo una integración económica en cada país. También la existencia de grupos económicos de mucho poder con intereses locales fue muy evidente, en concreto la de comerciantes guatemaltecos y mineros hondureños. Los productos que se comerciaron a nivel interno fueron los remanentes de la producción dirigida al mercado externo, como el añil y el algodón. Una parte de la población, sin embargo, se dedicó a producir y vender artesanías y a la agricultura de subsistencia.¹² Entre los productos que se consumían a nivel local y regional estaban el azúcar, los productos ganaderos y en mucho menor medida el café.

2.5 Región México

El caso del mercado interno de México fue uno de los más complejos y amplios en Hispanoamérica, primero por su inmensa extensión territorial y en segundo lugar por su numerosa producción local y sus relaciones comerciales con el exterior. Pero estas características, si bien por un lado hicieron de México un enorme territorio con grandes riquezas, por otro lado condujeron a la existencia de un mercado interno desunido, debido a factores como el transporte caro, caminos difíciles por una geografía muy complicada, altas tarifas de impuestos internos, a la falta de capacidad económica de la población mayoritaria de México y también a la saturación de los mercados locales.¹³

Cabe mencionar que, a diferencia de otras naciones hispanoamericanas, como

¹² Héctor Lindo Fuentes “Economía y Sociedad...” en *Op. Cit.*, p. 144

¹³ Araceli Ibarra Bellón, *Op. Cit.* p. 225

las del Cono sur, México vivió una relativa estabilidad política la primera década después de su independencia, aunque para mediados del siglo XIX tanto las fronteras como su estructura política habían sufrido importantes transformaciones. En la primera mitad del siglo a estudiar, “el ejercicio del comercio conservó casi inalterables sus características coloniales”.¹⁴ Pero los cambios que se dieron con la independencia hicieron que las regiones de México que mantenían una relación con el centro del país, con la capital, dejaran de enviar sus productos al centro, lo que a su vez provocó que el centro acudiera a sus mercados más cercanos.¹⁵ Esta ruptura de algunos circuitos de comercio coloniales hizo entonces que muchas economías regionales practicasen el autoconsumo, lo que originó que no se desarrollara un mercado nacional constituido que integrara a todas las regiones, pues cada región estaba interesada en consumir lo que ella producía, además de que existieron diversas maneras de ejercer el comercio en pequeña escala (*vid infra*. p.69), pero “las autonomías de los mercados, sin embargo, no fueron totales ya que existió un flujo nacional de ciertas mercancías que alcanzó a la mayor parte de ellos.”¹⁶ Los mercados se dividieron en tres niveles: primero el nivel nacional, en el que circulaban mercancías de comercio exterior e importadas; segundo el nivel regional y tercero el nivel local, estos dos últimos comercializaban productos agropecuarios, mineros, artesanales y manufacturas regionales, además de productos importados¹⁷(ver el cuadro 4).

¹⁴ Inés Herrera Canales “La circulación; transporte y comercio” en *México en el siglo XIX (1821-1910) Historia Económica y de la estructura social*, Ciro Cardoso (coordinador), México, Nueva Imagen, 1990, p. 193

¹⁵ Araceli Ibarra Bellón, *Op. Cit.* p. 229

¹⁶ Inés Herrera Canales “La circulación: ...” en *Op. Cit.*, p. 218

¹⁷ *Ibid.* p. 219

Cuadro 4 Productos comercializados en México 1830-1850

Productos agropecuarios	Maíz, harina de trigo, legumbres, garbanzos, habas, lentejas, sebo, arroz, cueros, vino, ron, pulque.
Productos manufacturados y artesanías	Hilados y tejidos de algodón y de lana, rebozos, papel, jabón, etc.
Productos mineros	Hierro, cobre, plata y oro

Fuente: Inés Herrera Canales “La circulación:...” en *Op. Cit.*, p. 219; Araceli Ibarra Bellón. *Op. Cit.* p. 230 y Carl Christian Sartorius. *México hacia 1850*, México, CONACULTA, Dirección General de Publicaciones, 1990, estudio preliminar, revisión y notas Brígida von Mentz, p. 217.

Conclusiones

El comercio interno en Hispanoamérica después de la lucha por la independencia sufrió importantes cambios en su dinámica de comercialización, en su producción y sobre todo en la vinculación de redes comerciales entre una nación, una región y una localidad. La independencia trajo consigo el replanteamiento de las fronteras políticas, que en algunas regiones representó un obstáculo para la comercialización de los productos, debido a que se debía pasar por diversas aduanas, lo que generaba un mayor pago de impuestos. Puedo concluir que el mercado interno en Hispanoamérica tuvo características similares pero también importantes diferencias. Entre sus características similares estuvo la elaboración y consumo de artículos artesanales y de bienes agrícolas y ganaderos, destinados para el mercado local o regional, así como los problemas de comercialización de los productos por las dificultades geográficas.

Muchos fueron los problemas que presentó el desarrollo de la actividad comercial. Uno de los que parece fueron un caso común en toda Hispanoamérica fue la situación financiera que dejaron las guerras de independencia, por lo que apenas para el año de 1830 el intercambio comercial volvió a tomar impulso. Otra razón se debió a las condiciones geográficas que en algunas regiones fueron muy difíciles, incluso se puede decir que vivían en un relativo aislamiento, lo que a su vez obligó a ciertas regiones a buscar la autosuficiencia en el consumo local. Otra parte del comercio interno estuvo

relacionado con la elaboración y comercialización para el comercio externo, es decir, la producción destinada a los mercados mundiales, situación que formó una red comercial relacionada con esta producción y su venta en el exterior.

Entre las diferencias que se encontraron está el hecho de que algunas regiones se relacionaron de manera tal que las fronteras políticas prácticamente no tocaron los circuitos comerciales ya establecidos desde tiempos coloniales, como fue el caso de la región central de los Andes, que abarcó los territorios de Perú, Bolivia y Argentina. La tarea de vender su producción se encontró con las barreras políticas que pueden suponer, aumentaban los precios de los artículos, pero la necesidad de cubrir las demandas de consumo de la población hizo que esos circuitos siguieran manteniéndose y sobre todo, que los vínculos comerciales no rompieran los lazos sociales y culturales que habían creado las regiones de Hispanoamérica.

Capítulo 3 Producción y Comercio Interno en Hispanoamérica 1850-1880

A partir de la segunda mitad del siglo XIX el comercio interno, interregional y local sufrió cambios muy importantes en varios de los países de Hispanoamérica; a diferencia del periodo anterior, la producción local se enfocó hacia la exportación y el mercado local bajó su oferta, porque el objetivo más importante en este periodo fue la captación de ganancias monetarias del exterior. Las relaciones comerciales entre diversas regiones geográficas se modificaron porque el mercado se volvió más amplio y con mayor poder adquisitivo, pero al mismo tiempo se mantuvo un pequeño mercado interno con el objetivo de suministrar las necesidades básicas de la población, que a decir verdad, tanto en este periodo como en el anterior, no fueron muy grandes. También fue una época muy convulsionada en el aspecto político; varias guerras dentro y fuera de las naciones se dieron en este lapso en las que incluso las fronteras tuvieron transformaciones importantes o quedó mermada gran parte de la población. Otro cambio al final de esta fase fue la incipiente industrialización de algunas regiones que dio la pauta para iniciar otra etapa en las economías nacionales.

3.1 Región Andina

Colombia: Un elemento que formó parte importante del desarrollo del comercio interno de Colombia fue la apertura del río Magdalena como vía de comunicación entre el centro del país y otras regiones del interior con la costa, cuando el comercio de tabaco presentó un gran auge para la exportación.¹ Este cambio en los transportes de la región logró establecer relaciones interregionales, las cuales antes estaban muy reducidas. Con la navegación en el río Magdalena como el mejor medio de

¹ Fabio Zambrano Pantoja, *Op. Cit.* p. 24

transporte, Colombia vio nacer dos ciudades producto de este comercio interior: Barranquilla en la costa y Honda en el interior.² La primera sirvió como trasbordo al río y la segunda como el punto de embarque de toda la producción, tanto la que iba al mercado interno como la que era para exportación. En realidad el comercio interno en Colombia se mantuvo casi igual que en años anteriores, sólo que en este periodo el consumo de mercancías extranjeras fue creciendo, al igual que la exportación.

Ecuador: Durante la segunda mitad del siglo, la economía cambió radicalmente debido a la reactivación del comercio de exportación; esto hizo decaer a la economía interna y terminó por especializar a las regiones en un producto, redujo la producción interna y generó cambios demográficos al desplazarse mano de obra de la agricultura al sector exportador. Aun así se puede suponer que para cubrir las necesidades básicas de la población del interior siguió existiendo una red de comerciantes menores que mantuvo unidas y comunicadas a las regiones y sus productos.

Perú: En la mayor parte de Hispanoamérica el comercio exterior predominó en las economías nacionales, y Perú no fue la excepción; su producción al exterior para este periodo, además de la plata, fue el guano, un género de uso industrial muy apreciado e importante a nivel mundial.³ Como una zona con abundante población indígena, el tributo fue una fuente de ingresos primordiales desde el periodo colonial, pero después de la independencia, éste fue abolido, generando un cambio muy trascendente para el comercio interno. Esta nación mantuvo una relación comercial con Chile por un lado, pero a su vez siguió siendo parte del llamado “espacio económico peruano”, que involucró a Perú, Bolivia y el norte de Argentina, resultado del circuito

² *Ibid.* p. 109

³ El guano es un fertilizante que se obtiene de los desechos fecales y cadáveres de aves en Sudamérica.

comercial colonial. Los principales artículos del consumo interno en la zona de la sierra central y norte de Perú fueron el aguardiente y el añil, además de la pólvora, la cera, el jabón y la coca.⁴ Pero en general el comercio interno estuvo sólo vinculado a la comercialización de aguardiente para las regiones mineras y algunos alimentos que esas regiones no producían, además de la realización de ferias locales y regionales que, como en otras regiones, ayudaron a mantener un cierto comercio interno poco abundante.

Bolivia: En esta zona, el desarrollo del comercio exterior en Perú y Argentina y los cambios que sufrieron sus propias economías por esta circunstancia, transformaron de manera importante el desarrollo económico; primero porque al concentrarse su economía en el comercio mundial, los antiguos mercados interregionales se desintegraron, aunque no desaparecieron completamente, y después porque esto ayudó “en parte a integrar a regiones que permanecieron como periféricas en sus respectivas economías nacionales”.⁵ Aunque esta integración económica no unió del todo a la economía nacional, pues hubo una separación, primero, entre la región minera de La Paz y el norte de Bolivia y segundo, la región de Arica al sur de Perú y La Paz, Bolivia. La primera mantuvo su vínculo con el norte argentino y la segunda se enfocó a su intercambio con Chile.⁶ Pero el cambio más importante para Bolivia en el aspecto comercial sucedió con la guerra del Pacífico, cuando aliada con Perú, perdió con Chile su única salida al mar, lo que representó una transformación vital en sus relaciones comerciales y en su comercio al exterior.

⁴ Carlos Contreras, *El aprendizaje del capitalismo: estudios de historia económica y social del Perú republicano*, Lima, Perú, Instituto de Estudios, 2004, p. 94

⁵ Erick Langer, “Espacios coloniales y economías regionales: Bolivia y el norte argentino (1810-1930)” en *Siglo XIX, Revista de Historia*, Monterrey, Universidad Autónoma de Nuevo León, Facultad de Filosofía y Letras, año 2, n° 4 (jul.-dic. 1987), p. 147

⁶ *Ibid.* p.p. 149-150

3.2 Región Caribe

Venezuela: Entre los productos que se comercializaron en la segunda mitad del siglo XIX en el interior de Venezuela estuvieron el tabaco, el algodón y la caña de azúcar con sus derivados, además del café y el cacao. El tabaco no se exportaba por su baja calidad, el algodón tuvo un pequeño repunte en el mercado internacional durante la guerra civil norteamericana, pero al finalizar volvió a ser de consumo interno. La caña producía azúcar y aguardiente y su consumo interno era muy importante.⁷

3.3 Región Cono Sur

Argentina: Por el lado del Interior y norte de Argentina, la situación comercial siguió vinculada con el “circuito andino” (*vid. supra* p.20), pero a partir de la segunda mitad del siglo XIX, tuvo lugar un desplazamiento de ciertos productos como los textiles, que habían estado amenazados desde el periodo anterior, y cuyo comercio interregional entre el norte de Argentina y el sur de Bolivia para este tiempo había bajado considerablemente.⁸ Como la característica más importante de este periodo del comercio en Argentina fue la producción y comercialización de bienes de consumo para la exportación al mercado mundial, el comercio interno se vinculó totalmente a esta actividad. A partir de la década de 1850 el comercio entre las regiones tuvo cambios, si bien no radicales, por lo menos importantes para la relación comercial entre las mismas, como la “supresión de aduanas interiores, reformulación del sistema impositivo de las provincias.”⁹

El comercio entre las provincias argentinas y otras naciones como Chile,

⁷ Miquel Izard, *Op. Cit.* pp. 30-32

⁸ Erick Langer, *Op. Cit.*, p. 139

⁹ Daniel Campi y Rodolfo Richard Jorba “Las producciones regionales extrapampeanas” en *Liberalismo, Estado y Orden Burgués 1852-1880, Nueva Historia Argentina*, Tomo IV, Buenos Aires. Editorial Sudamericana, 1999, dirección de Marta Bonaudo, p. 366

Bolivia, Perú y Uruguay, más que comercio exterior, en realidad fue una compra-venta interregional de productos y bienes de uso común para la población en general, porque lo que no se producía en una región, era encontrada en otra y entonces para satisfacer esa demanda se debió recurrir a otros mercados, incluso fuera de las fronteras políticas, como fue el caso de las regiones de Mendoza y el norte de Argentina con el Perú y Bolivia. Entre los productos que las regiones comercializaron estuvieron: en Mendoza productos ganaderos y cereales como el trigo; y en la región de Tucumán la producción de caña de azúcar y sus derivados como el aguardiente; en ambos casos los bienes se destinaron al consumo interno de Argentina. La región del Litoral, además de una parte de Tucumán, ofertó productos ganaderos como pieles y carne, excedentes de los destinados a la exportación, y fue el almacén de todos los artículos de importación. También la producción de manufacturas locales aumentó la oferta de productos en el mercado interno.

Uruguay: La situación comercial y económica de este país no varió considerablemente con respecto al periodo anterior, es decir, su producción se basó en la producción ganadera y sus derivados: la producción ovina y la lana, artículo que por su gran cantidad se exportaba y cuyo excedente se usaba a nivel local. En la producción agrícola hubo dificultades, por la falta de interés en ésta debido a la abundante producción de ganado.¹⁰ El comercio interno se redujo a los productos ya mencionados porque más que buscar el abasto de la población, el fin primordial de la producción uruguaya fue la exportación.

¹⁰ Lucía Sala de Touron, *El Uruguay comercial, pastoril y caudillesco*, Lucia Sala de Touron, Rosa Alonso Eloy, con la colaboración de Julio C. Rodríguez, Montevideo, Uruguay, Ediciones de la Banda Oriental, 1986, v. I, p. 31

Paraguay: Su comercio interno fue avanzando en pocos años, pero el inicio de la guerra de la Triple Alianza (conformada por Argentina, Uruguay y Brasil) contra el Paraguay, que duró de 1864 a 1870, dio un duro golpe a su economía, debido al descenso de población,¹¹ lo que provocó una gran caída económica porque la producción decreció debido a la falta de mano de obra para realizar el trabajo. A partir de este hecho la economía de Paraguay debió reconstruirse.

Chile: Para 1870 se originó una guerra contra Perú y Bolivia¹² por el control de la salida al mar que Bolivia tenía (Tarapacá y Atacama) y que quedó bajo el control de Chile. Por un lado, la creciente exportación de guano hizo que aumentara la concentración de población, que demandó el acceso a productos agropecuarios, mismos que empezaron a tener un importante repunte.¹³ También, como hemos mencionado anteriormente, se mantuvo una relación comercial con Argentina vinculada al comercio de cereales y la producción de vinos. El crecimiento de la región minera impulsó la fabricación de bienes de consumo, como cerveza, una fábrica de jabón, de líquidos para alumbrado y una fábrica de aserrar.¹⁴

3.4 Región Centroamérica

Algunos viajeros como Wilhelm Marr, Ephaim George Squier¹⁵ o Jacobo Haefkens han dejado testimonio sobre pequeños mercados o ferias que se realizaban en algunas regiones como Costa Rica y Guatemala. Las ferias (*vid. infra. p. 73*) y mercados locales y regionales fueron los vínculos más importantes en el comercio interno de

¹¹ 75% de la población masculina paraguaya en *La economía del Río de la Plata durante el siglo XIX. correlación de documentos*, Buenos Aires, Fundación Bolsa de Comercio de Buenos, 1981, p. 3

¹² Guerra del Pacífico: 1879 – 1886

¹³ Elías Almeyda Arroyo, *Geografía de Chile*, Santiago de Chile, Universo, 1935, pp. 23 y 24

¹⁴ Julio Pinto Vallejos “El mercado minero como estímulo para la primera etapa de industrialización nacional: Chile, 1850-1914” en *Circuitos Mercantiles y Mercados ...* p. 416

¹⁵ Wilhelm Marr, “Sábado en la plaza” y Ephraim George “Las ciudades” en *Economía y Sociedad en Centroamérica y el Caribe. La mirada de los viajeros*, selección e introducción de Johanna Von Grafenstein Gareis, México, Mora, 2001, pp. 12 y 56

Centroamérica, toda vez que los intereses mercantiles de las naciones centroamericanas estuvieron puestos en la exportación. También se puede hablar de un comercio interprovincial y local, pequeño pero significativo. Algo muy importante en el comercio interno de Centroamérica fue que, si bien en algunas regiones el comercio local estuvo vinculado casi exclusivamente al comercio de exportación, algunos productos como el cacao y el azúcar iban encaminados al interior de la región.¹⁶

3.5 Región México

El comercio interno de México no presentó grandes variaciones en los productos que se comercializaron en las diversas regiones, siendo básicamente de los productos mencionados en el capítulo anterior, pero además debemos agregar los siguientes: azúcar, algodón, aceite, añil, harina, cacao, café, cera, tabaco, vainilla, grana cochinilla, palo de tinte y producción manufacturada de textiles de algodón y lana.¹⁷

Entre los artículos que se producían en México en este periodo de tiempo estaban: el maíz y en general los cereales, procedente de casi todo el territorio nacional. El cultivo del café comenzó a incrementarse en esta época, sobre todo en algunas partes de Veracruz y Chiapas. Las regiones de tierra caliente se enfocaron a la producción de caña de azúcar y algodón. Otros productos que comenzaron a cobrar importancia fueron el henequén en la zona de Yucatán y las maderas finas de las localidades tropicales.¹⁸

¹⁶ Héctor Lindo Fuentes “Economía y Sociedad...” en *Op. Cit.*, p. 192

¹⁷ Inés Herrera Canales “La circulación...” en *Op. Cit.* p. 219

¹⁸ Luis González y González “El hombre y la tierra” en *Historia Moderna de México*, Daniel Cosío Villegas (editor), 2a edición, México, Hermes, 1974, pp. 39-50

Conclusiones

El rasgo más significativo que presentó este periodo del comercio interno fue una disminución notable de la producción destinada al consumo local y un incremento enorme hacia la producción y comercialización de materias primas y bienes hacia el comercio exterior, especialmente para los mercados europeos y el norteamericano. Por otro lado, algunas zonas geográficas mantuvieron vínculos comerciales con otras, presentándose el intercambio comercial aún a través de fronteras políticas, como sucedió en el espacio comercial peruano, también conocido como circuito andino.

En este sentido no he tomado este tipo de comercio como estrictamente de exportación; si bien es cierto que el comercio de exportación tiene como característica el traspasar límites territoriales y que implica que el pago se realice a través de una moneda extranjera, la relación comercial, social y económica había ligado desde tiempo atrás a las regiones, de manera que yo entiendo este tipo de comercio entre estas naciones como un comercio interregional, más que como un comercio exterior.

Otros circuitos de comercialización que se desarrollaron nacieron por la necesidad de cubrir las carestías básicas de una población que se dedicaba a un trabajo especial, y como ejemplo ponemos a Chile en este periodo, donde se desarrolló un mercado y un comercio enfocado a las necesidades de la población que trabajó en las minas, al norte del país.

Cabe mencionar que en algunos casos la información sobre el comercio interno no es muy abundante, siendo el caso de Paraguay, debido a que durante este periodo su producción y comercio se vieron alterados por una guerra que, si no acabó con la población, por lo menos sí disminuyó considerablemente la producción tanto para la exportación como para el consumo local. Otro caso es Uruguay, del cual, más que no

tener información, lo que sucede es que el territorio era muy pequeño y su población no muy abundante, por lo que un estudio de su mercado interno es de gran dificultad, aunque esto no quiere decir que no haya habido comercio destinado a satisfacer las necesidades básicas de consumo de su población.

Con respecto a la producción de mercancías de toda Hispanoamérica, los cambios notables no se dieron sino hasta la segunda mitad del siglo estudiado, cuando la necesidad de obtener mayores ganancias económicas con el comercio exterior, hizo que se dejara a un lado la idea de abrir, de manera más amplia, un comercio al interior de las naciones, sobre todo cuando éstas producían a gran escala y contaban con suficiente excedente para exportarlo. En muchas ocasiones se privilegió la comercialización de materias primas al mercado internacional y el interno se descuido, de manera que, si durante la primera mitad del siglo XIX el mercado interno comenzó a tener una importancia, para la segunda parte éste fue desplazado en importancia por el exterior.

Para México la información sobre los artículos que se distribuían en el interior no presentó variaciones con respecto al periodo anterior. Los productos que se encontraban en los locales, mercados y ferias básicamente fueron de consumo, es decir, alimentos, ropa, bebidas, carne, y otros.

Capítulo 4 Características económicas del comercio interno en Hispanoamérica

1830-1880. Transporte, medios de pago y alcabalas.

Las características geográficas de Hispanoamérica siempre fueron y han sido hasta la fecha un obstáculo para desarrollar un comercio fuerte e integrar a diferentes regiones dentro de un espacio nacional. Desde la época colonial, en general los colonizadores españoles utilizaron las mismas rutas que ya estaban marcadas por los grupos indígenas de cada región. Durante ese periodo, y una vez establecidos los centros mineros, los caminos se proyectaron pensando en una óptima distribución y salida de la mercancía más importante: la plata y en menor grado el oro. Así se crearon rutas comerciales que sólo cubrían las necesidades básicas de las poblaciones mineras y otras ciudades que dependían de la producción minera, y que quedaban de paso entre las ciudades productoras, la capital administrativa y los puertos de embarque que llevaban la producción al exterior.

Una de las particularidades importantes que explican el poco desarrollo económico que hubo en Hispanoamérica fueron las comunicaciones y el transporte de los productos dentro de las regiones, factor que condicionó el valor de las mercancías. Sin embargo, el problema de las comunicaciones generó beneficios para algunos comerciantes que se dedicaron a los animales de carga y ganado, necesarios para el traslado de la producción a los centros de venta.

Además de estos factores importantes en el desarrollo del comercio interno, otro aspecto que influyó de manera importante fueron los pagos de impuestos o alcabalas al comercio. Estos impuestos de “distribución” interna, si bien encarecían los productos, fueron por demás básicos para las finanzas de los Estados. Por otro lado, el pago de las mercancías dentro del comercio interno se dio mediante monedas u otros

medios de pago como el cacao, los textiles, productos comestibles e incluso con moneda falsificada. Durante el periodo colonial el uso de estos medios de pago perduró en muchas regiones, especialmente para el comercio al menudeo, aunque el uso de moneda fraccionaria no fue un problema durante esta fase, pues la producción minera fue abundante. En la etapa de los conflictos bélicos de independencia, el uso de monedas representó un problema importante, pues se necesitaron recursos para abastecerse de armamento y bienes de consumo; ante eso se comenzó a producir dinero que sustituyera provisionalmente a la moneda española, buscando de alguna manera una independencia económica.¹ En los primeros años posteriores a la emancipación se siguió aceptando la circulación de dinero español e incluso se utilizó el mismo sistema de real de a ocho como moneda principal.

4.1 Medios de transporte y comunicaciones 1830-1880

El transporte fue un pilar fundamental del desarrollo económico de todo el territorio hispanoamericano.² El medio de transporte más importante durante la etapa colonial y a principios del siglo XIX para todas las regiones fue el de mulas y los responsables de conducir esas mercancías fueron los arrieros, cuyo trabajo durante varios siglos representó el único medio de comunicación entre las regiones. Este servicio recayó en los hacendados, las comunidades indígenas, los campesinos, además de los agentes de transporte y el comercio a gran escala. Los arrieros fueron el pilar del transporte de mercancías, desde tiempos coloniales y especialmente en la primera mitad del siglo XIX, la necesidad del servicio hizo que tanto los grupos sociales más bajos como los grandes comerciantes vieran en el flete un negocio muy redituable. También aparecieron otros

¹ Antonio Beltrán Martínez, *Introducción al estudio de la moneda Hispanoamericana*, Zaragoza, Gobierno de Aragón, Departamento de Educación y Cultura, 1997, pp. 47-48

² Silvia Palomeque “Loja en el mercado colonial” en *Mercados e historia*, Jorge Silva Riquer, et. al., (compiladores) México, Instituto Mora, (Antologías Universitarias), 1994, p. 219

medios de comunicación, como las carretas tiradas por bueyes y la navegación en balsas en los ríos. Este transporte fluvial se dio en algunas regiones, como Colombia y Venezuela, que contaban con ríos navegables, aunque su uso para comerciar no se desarrolló completamente sino hasta mediados del siglo XIX.

Región Andina: El área andina, integrada por Colombia, Ecuador, Perú y Bolivia, tuvo los mismos problemas que en toda Hispanoamérica en sus comunicaciones y transportes: las dificultades geográficas y el alto costo de los traslados desde los puertos o zonas productoras hasta los centros de consumo. En Colombia son muchos los testimonios que hablan de las enormes dificultades para ejercer la dinámica comercial y unir a las diferentes regiones entre sí de manera que se incentivara un comercio interno. Pero si bien no contaba con buenas comunicaciones terrestres, los ríos Magdalena y Cauca significaron, desde el siglo XVI, las únicas rutas fluviales, y a mediados del siglo XIX se comenzaron a utilizar la navegación a vapor principalmente por el río Magdalena, un transporte mucho más eficiente y barato a diferencia del champán y los bongos (embarcaciones rudimentarias para navegar). El río Magdalena, situado al centro del país, constituyó el camino más viable para la transportación de mercancías desde las regiones centrales hacia la zona de puertos en el Caribe.³

Por vía fluvial el transporte era estable, pero al llegar a tierra firme empezaban los problemas por el pésimo estado de los caminos, en donde circulaban lo mismo mulas que cargueros humanos, estos últimos, indios en su mayoría.⁴ Un dato que cabe mencionar fue la existencia de un camino que comunicaba desde el sur de

³ Fabio Zambrano Pantoja, *Op. Cit.* p. 37

⁴ Jorge Orlando Melo, “La evolución económica de Colombia 1830-1900” en *Manual de historia de Colombia*, introducción de Jaime Jaramillo Uribe, 3a edición, Bogotá, Instituto Colombiano de Cultura, Procultura, 1984, tomo II, p.p. 154-155

Colombia hasta Chile, el camino de la sierra; esta ruta comenzaba en la ciudad de Pasto, Colombia, llegaba a Quito y de allí a Chile, atravesando en medio de las montañas y de la cordillera de los Andes,⁵ bordeando la costa o internándose en la cordillera, pasando por importantes comunidades y pueblos en el interior (ver mapa 3).

Ecuador y Perú también se enfrentaron a estas dificultades geográficas, pero estos dos países no contaron con un medio fluvial que les permitiera manejar un mejor intercambio comercial, los ríos que bajaban de las montañas no eran aptos para la navegación, pues tenían numerosas caídas. El transporte era evidentemente en mulas y conducidas por los arrieros, característica que se repitió en todas las regiones montañosas. Un cambio trascendental en los transportes y las comunicaciones de la región se dio con la llegada del ferrocarril, especialmente enfocado a comunicar a las regiones mineras con el puerto de Lima, aunque esta transformación ocurrió después de 1860. Bolivia fue el mismo caso que Perú y Ecuador, sólo que aquí los caminos unieron dos direcciones; una para Perú y otra para Argentina. Ambos caminos estaban entre montañas, hasta donde se debían transportar no sólo los productos necesarios para el trabajo minero, sino también los artículos de consumo de esos núcleos de población y en donde en algunos de los caminos de herradura las distancias eran de 400 kilómetros.⁶ Al comenzar el auge del guano, la necesidad de impulsar el ferrocarril fue más que importante, siendo Perú el primero en planear la construcción del mismo entre Lima y el puerto de Callao.⁷

⁵ Secundino José Gutiérrez Álvarez, *Las comunicaciones en América*, Madrid, MAPFRE, 1993, p. 255

⁶ Víctor Peralta Ruíz, "El transporte en Iberoamérica antes de la llegada del ferrocarril, 1770-1860", en *Historia de los ferrocarriles de Iberoamérica (1837-1995)*, Jesús Sanz Fernández, (coordinador) et al., Madrid, Centro de Estudios y Experimentación Obras Publicas, 1998, p. 69

⁷ Secundino José Gutiérrez Álvarez, *Op. Cit.* p. 345

Región Caribe: El caso de Venezuela fue muy similar al de Colombia, con escasas rutas terrestres y en mal estado, pero con la existencia de ríos navegables que atravesaban gran parte del país y que servían de medio para comunicarse con otras regiones.⁸ Sin embargo, los relatos de algunos viajeros de la época coinciden en el escaso desarrollo de los transportes fluviales, especialmente el río Orinoco, como una importante vía de comunicación que no fue explotada lo suficiente para conectar a las regiones del interior, también debido al poco desarrollo de los caminos existentes.⁹ Los productos se veían en penosas dificultades para ser distribuidas al interior, debido a los malos caminos, especialmente en la temporada de lluvias.

Región Cono Sur: Esta región también estuvo conectada entre sí y con la región andina por vía terrestre, fluvial y marítima, por lo que compartió las mismas dificultades antes mencionadas en los caminos. El norte de Argentina, vinculado comercialmente con Bolivia, contó con un camino de herradura importante, mientras que la región del Litoral, junto con Uruguay y Paraguay, contó con ríos como el Paraná, el Paraguay, el Uruguay y el Río de la Plata, que sirvieron para transportar la producción del interior hacia los puertos. En el interior, por su parte, la movilización de mercancías se hizo por medio de las recuas de mulas o por caravanas de carretas; esto se debió a que la mayor parte de la producción argentina que se comerciaba con Bolivia era ganado para su venta en esas tierras.¹⁰ (ver mapa 4)

⁸ Víctor Peralta Ruíz, “El transporte en Iberoamérica...” en *Op. Cit.*, p. 64

⁹ Miguel Izard, *Op. Cit.* p. 26

¹⁰ *Ibid.* p. 76

Región Centroamérica: Los países centroamericanos, a pesar de ser independientes entre sí, mantuvieron una estrecha relación por medio del comercio. Sus caminos estaban orientados a satisfacer la producción de exportación, por lo que las comunicaciones iban de los centros productores a los puertos de embarque. Una particularidad de estos caminos fue que, a diferencia de la mayor parte de Hispanoamérica, éstos se tuvieron que construir durante el periodo colonial, pues no existieron rutas precolombinas terrestres o fluviales en estas regiones por las que se pudiera trazar un camino.¹¹ Como el objetivo de estos caminos fue facilitar el tránsito de las mercaderías hacia los puertos de exportación, el impulso para la construcción del ferrocarril a mediados del siglo tuvo mucha importancia entre las naciones centroamericanas como Guatemala y Costa Rica, por lo que alrededor de 1850 se inició el desarrollo de los ferrocarriles en Centroamérica, aunque su construcción se dio de manera muy lenta.¹²

Región México: El caso de México no se alejó mucho de las demás regiones, con la diferencia de que aquí no se desarrolló un comercio fluvial como en Colombia o el Cono sur; en esta región las comunicaciones y los transportes estuvieron monopolizados por las recuas de mulas y los arrieros, quienes proporcionaron en gran parte la única vía de comunicación en todo el país. Las regiones que se comunicaban con la capital eran: el camino de Tierra Adentro, que llegaba a las regiones del norte; el camino del sur o Ruta de Asia, hacia el Puerto de Acapulco y el camino a Veracruz, el puerto más importante. También podemos mencionar dos rutas marítimas; ya fuera en el Pacífico o en el Golfo de México; el primero conectaba a Acapulco con las costas de

¹¹ *Ibid.* p. 55

¹² Héctor Lindo Fuentes “Economía y Sociedad...” en *Op. Cit.*, p. 168

Oaxaca o los puertos de California, y por el otro enlazó a Veracruz con Campeche y Yucatán. La llegada de los ferrocarriles transformó de manera importante las rutas terrestres hasta 1870, cuando comenzó a dar servicio.¹³ La expansión paulatina del ferrocarril transformó las rutas del comercio, pero, sobre todo, ayudó a integrar mejor a las regiones.

El transporte de mercancías siempre fue un factor determinante en el abasto de los mercados regionales y locales, pero aunado a eso, también los medios de pago significaron otro aspecto igual de importante y determinante para el comercio; las monedas utilizadas tuvieron muchos nombres, según el país, pero todas las monedas se basaron en el sistema español.

4.2 Medios de pago

Durante el periodo colonial, las operaciones de compraventa se realizaron por medio de trueque, monedas sustitutas como el cacao, pastillas de azúcar morena u hojas de coca, además de los reales, pesos y demás divisiones de moneda española. Por otro lado, los sitios de venta estuvieron por lo general en pueblos semivacíos, y llegaron a representar un importante fenómeno no sólo comercial sino cultural.¹⁴

Uno de los problemas más grandes que se presentaron durante el siglo XIX fue la acuñación de las monedas más pequeñas, pues para las grandes transacciones y para el comercio exterior las monedas aceptadas eran el oro y la plata; para el comercio en el interior había monedas denominadas “fraccionarias”, es decir, de uso menor, mismas que sirvieron para la compra-venta en los mercados, plazas y ferias de las localidades

¹³ Víctor Peralta Ruíz, “El transporte en Iberoamérica...” en *Op. Cit.*, p. 53

¹⁴ Murdo J. Macleod, “Aspectos de la economía interna de la América Colonial: fuerza de trabajo, sistema tributario, distribución e intercambios” en *Historia de América Latina*, Leslie Bethell (editor), traducción de Neus Escandell y Montserrat Iniesta, v. 3, editorial Crítica, Barcelona, 2000, p. 175

pequeñas.

Una característica general del sistema monetario hispanoamericano fue que durante mucho tiempo se siguió utilizando el sistema español, hasta que a mediados del siglo se impuso el sistema decimal y con él se generalizó el uso del peso y sus divisiones.

El sistema español que se utilizó de manera general en Hispanoamérica fue el siguiente, en moneda de oro: 1 real de a ocho (es decir, 8 reales de plata hacían una unidad llamada real de a ocho), también llamado peso fuerte o peso; real de a 4: ½ peso o tostón; real de a dos: ¼ de peso o peseta; el real sencillo, el ½ real y el ¼ de real.¹⁵ También se dividieron así: 1 real = 10 décimos o 100 centavos; 2,4 y 8 reales (cobre).¹⁶

En cada lugar se dio a las monedas nombres diferentes, ya fueran colones (Argentina), cóndores (Colombia), venezolanos, francos (Ecuador), dineros (Perú), soles bolivianos y peruanos, etc., aunque el más general fue el peso.¹⁷

A partir de la segunda mitad del siglo XIX el sistema cambió a decimal, es decir, ahora ya no se llamaron reales sino pesos divididos en centavos, por ejemplo: 1 peso = 100 centavos.

Para el comercio al exterior la moneda más aceptada fue el real de a ocho en plata y para el oro el escudo, pero para el comercio interno las monedas más importantes fueron los reales y sus divisiones. En México y la región de Bolivia existieron dos tipos de moneda especialmente fabricadas para el comercio interno de mercancías; éstas fueron el tlaco o claco, junto al pilón para México y en Bolivia, la moneda feble. Para el caso de México este tipo de moneda circuló desde tiempos

¹⁵ Humberto Burzio, *Diccionario de la moneda hispanoamericana*, Santiago de Chile, Fondo Histórico y Bibliográfico José Toribio Medina, 1958, 2 v. p. 292.

¹⁶ Beltrán, *Op. Ci.* p. 66 y José Antonio Bátiz Vázquez “Aspectos financieros y monetarios 1821-1880” en *México en el siglo XIX*,... p. 186

¹⁷ Estos nombres fueron provisionales y cambiaron constantemente. Beltrán *Op. Cit.* pp. 47- 84

coloniales y siguió en el siglo XIX, mientras que en Bolivia la acuñación de feble se dio de manera primordial durante el siglo XIX. Si bien también se utilizó el real y en algunas ocasiones se llegó a usar moneda de oro, la mayor parte de las actividades comerciales se realizaron con estas monedas, además de que en muchos lugares, sobre todo en los de alta población indígena, se recurrió al trueque.

Tlaco, claco y pilón.

El tlaco o claco fue una moneda de tipo rudimentario, menuda y de poco valor que circuló en México desde mediados del siglo XVIII y que siguió utilizándose durante el siglo XIX. Tenía la particularidad de estar hecha de metal barato, de madera, vidrio, hueso y en el mejor de los casos de cobre y otras aleaciones.¹⁸ Ya ni hablar del pilón, que era la división más baja de todas las monedas, tanto que se regalaba en las tiendas y otros comercios.

Algo muy importante es que estas monedas (a excepción de las de cobre) no eran emitidas por alguna casa de moneda, sino por los propios comerciantes establecidos, como los tenderos, así como también los hacendados y los gremios como los mineros, es decir, por particulares que respaldaban el valor de los mismos, pero sólo se podía comprar y vender con esas monedas en el lugar en el que habían sido emitidas. En algunas ocasiones los ayuntamientos se adueñaron de ciertos tlacos particulares y les dieron un respaldo local.

Los tlacos, por lo tanto, reunieron estas condiciones: carecieron de respaldo oficial (a excepción de los tlacos municipales), su valor máximo fue de $\frac{1}{4}$ de real, se debían recibir como “cambio” al pagar con una moneda mayor, eran aceptados únicamente en el local que los había emitido, su valor podía sufrir cambios según los

¹⁸ Miguel L Muñoz, *Tlacos y pilones: la moneda del pueblo de México*, México, Fomento Cultural Banamex, 1976. p. 125

deseos del emisor, no llevaban grabado el nombre de la moneda ni tenían una forma determinada, por lo que bien podían ser redondos, cuadrados, etc.¹⁹ El tlaco o claco, llamado de esas dos formas, fue hasta mediados del siglo XIX la moneda usada por el pueblo humilde y pobre por ser la más baja denominación del real, la moneda base.

A mediados del siglo en México y también de manera general en Hispanoamérica se implantó el sistema decimal establecido con base en el peso y los centavos. Para darnos una idea de las equivalencias de las monedas para ese tiempo está el siguiente cuadro.

Cuadro 5 Equivalencias de las monedas en México 1830-1860

Metal	Nombre de la moneda en el sistema español	Equivalencia en el sistema decimal
ORO	Onza	16 pesos
	½ Onza	8 pesos
	¼ Onza	4 pesos
	Escudo	2 pesos
	Doblón o ½ escudo	1 peso
PLATA	Peso fuerte o Real de a ocho	100 centavos
	Tostón o cuatro reales	50 centavos
	Peseta o dos reales	25 centavos
	Real	12.5 centavos
	½ Real	6.3 centavos
COBRE	¼ de real o Cuartilla	3.0 centavos
	1/8 de real o Tlaco	1.5 centavos
	1/16 de real o Pilon	1 centavo

Fuente: José Antonio Bátiz Vázquez “Aspectos financieros y...” en *Op. Cit.*, p.p. 186-187

Estas aproximaciones dan una idea del valor de los tlacos y pilones que en México circularon para el comercio interno, que siguió operando hasta el periodo del porfiriato. Es lo que hoy corresponde al llamado “cambio” o “vuelto.”

Moneda feble

En la región andina, específicamente en la zona minera de Bolivia, se dio la acuñación, esta sí sustentada por parte del gobierno, de una moneda de uso corriente y rebajada en metal que se llamó moneda feble. Esta moneda, que se produjo durante la Colonia, en

¹⁹*Ibid* p. 117

baja cantidad, tenía un valor que correspondía a: 2, 1 y ½ real, era de plata pero más ligera en peso.²⁰ En cambio, las monedas fuertes de oro y las monedas de plata de mayor valor eran utilizadas sólo para las transacciones del comercio internacional (entendido como el comercio de ultramar), debido a que en los puertos no se aceptaba la feble.

Pero un dato importante de mencionar, en el caso de la moneda feble, es que ésta fue producida para el comercio interno de Bolivia, pero que llegó a usarse fuera de sus fronteras, sin salir del espacio económico andino, es decir, este dinero se usó desde Perú hasta el norte de Argentina, en donde tuvo un valor muy significativo.²¹ La moneda feble estimuló la dinámica comercial local y regional, al mismo tiempo que incentivó la producción y el comercio internos. La demanda de esta moneda fue tan grande que en algunos momentos llegó a superar la producción de la moneda fuerte, sobre todo en la segunda mitad del siglo. Aunque su uso en la región central andina fue dominante, en otros lugares esta moneda no fue aceptada, como en Chile.²² Esta gran fabricación de feble trajo como consecuencia una baja importante en la producción de dinero fuerte, exclusiva del comercio marítimo, aunque nunca provocó una crisis. Poco después de la segunda mitad del siglo el sistema monetario se transformó y dio paso al sistema decimal, que acuñó las monedas en plata y cobre.²³

4.3 Alcabalas

Un aspecto también importante dentro del comercio fue el pago de ciertos impuestos o contribuciones que se debía pagar por la compra y venta de diversos artículos. La

²⁰ Humberto Burzio, *Op. Cit.* p. 205

²¹ Antonio Mitre, *El monedero de los Andes*. región económica y moneda boliviana en el siglo XIX, México, Instituto Mora, Dirección de Bibliotecas Archivos y Museos, Centro de Investigaciones Diego Barros Arana, 2004, pp. 58 -59

²² *Ibid.* p. 29-31

²³ *Ibid.* p. 36

alcabala fue un impuesto que durante el periodo colonial y buena parte del siglo XIX se siguió cobrando a las operaciones comerciales, sobre todo en el comercio interno. Para el caso de México, después de lograda la independencia, las alcabalas pasaron a ser no sólo un impuesto estatal sino también un derecho de tránsito, aunque también la federación y los municipios cobraron ese impuesto.²⁴ El porcentaje de cobro del impuesto era para las mercancías importadas del 3%, para las nacionales del 12% y para los vinos y aguardientes el 25%,²⁵ además de que algunos productos como el maíz, frijol, entre otros productos de consumo, estaban exentos.²⁶ Durante mucho tiempo se trató de quitar este impuesto, pero no fue sino hasta 1896 cuando se logró abolir.²⁷

Conclusiones

Los medios de transporte y comunicaciones, así como la moneda y demás formas de pago fueron parte substancial del desarrollo comercial de Hispanoamérica incluso antes de la independencia de ésta. Estos dos aspectos fueron básicos para fomentar el crecimiento económico e impulsar el comercio interno, de tal manera que la comercialización de los distintos productos de una región o país pudieron ser consumidos en diferentes lugares. Porque el transporte fue un elemento que aumentó con frecuencia el costo de un producto, de manera que el pago final de una mercancía conllevó un pago extra por la transportación de la misma, sobre todo si ésta venía de algún lugar lejano, así que tanto los transportes como los medios de pago estuvieron

²⁴ Margarita Delgado Córdova y J.Jesús López Martínez, “La alcabala en la administración fiscal y su abolición en México del siglo XIX”, en *América latina en la Historia Económica, Boletín de fuentes, Mercados*, n° 2, julio – diciembre 1994, México, Instituto Mora, p. 68

²⁵ *Crónica gráfica de los impuestos en México siglos XVI-XX*, presentación de Rubén Aguirre Pangburn, introducción de Carlos Marichal, México, Secretaría de Hacienda y Crédito Público, Secretaría de Gobernación, 2003, diagramas, láminas, p. 95

²⁶ Araceli Ibarra Bellón. *Op. Cit.* p. 78

²⁷ Margarita Delgado, *Op. Cit.* p. 71

ligados de manera permanente.

El desarrollo de las vías de comunicación fue un factor que condicionó completamente el impulso de un mercado interno importante en donde la producción nacional pudiera llegar a cualquier lugar. Muchas de las rutas y caminos que se abrieron durante el siglo XIX se idearon con el fin de abrir un acceso a los productos que iban destinados al comercio de ultramar, pero gran parte de ellos sufrieron un gran desgaste y sobre todo en temporada de lluvias, estas rutas fueron intransitables. Sin embargo, se debe entender que el deterioro de las vías se debió primero al tránsito intenso que se dio y a los pocos medios tecnológicos para construir vialidades más amplias. Hasta mediados del siglo XIX, cuando comenzó a construirse el ferrocarril en algunas regiones, las diligencias, recuas de mulas, caravanas y cargadores fueron los únicos medios de transporte terrestres. Algunas regiones contaron con medios fluviales, mismos que contribuyeron enormemente a desarrollar el comercio interior, como fue el caso de Colombia. La llegada de los ferrocarriles marcó un progreso muy importante en el transporte, pues las grandes distancias y dificultades geográficas ya no fueron un obstáculo para comerciar, aunque en un principio los ferrocarriles estuvieron pensados, lógicamente, para el comercio exterior y sus productos.

En cuanto a los medios de pago, los cambios sufridos no fueron tan grandes como se pudiera pensar, la utilización del mismo sistema español para la denominación de la moneda en todos los países se debió, en mi opinión, a que el valor de las monedas era reconocido prácticamente en todos los países con los que se comerciaba, por ejemplo, el real de a ocho era la moneda más aceptada tanto en Europa como en Asia, así que su uso era necesario para el comercio externo.

El comercio interno, por su parte, se vio en la necesidad de tener monedas de

menor denominación o fraccionarias, sobre todo para las clases más pobres, así reaparecieron los tlacos o la moneda feble, sobre todo para el comercio interno. Esto da una idea de que las clases más pobres nunca tuvieron acceso a los pesos fuertes y no se diga a las monedas de oro. Los tlacos, al ser monedas privadas, mostraron que los comerciantes que las expedían podían hacer su voluntad con ellas, por lo que se puede pensar, aunque no se tiene evidencia de ello, que se cometieron abusos al comprador, que en su mayoría era el pueblo más humilde.

El tema de los impuestos en el comercio interno también merece atención, pues fue un factor determinante en el costo de las mercancías. Este impuesto como mencionamos, además de ser federal, era estatal y municipal, por lo que su porcentaje variaba según el lugar en donde se exigiera; esto gravaba el costo de los bienes y los encarecía para el consumidor final. Por otro lado, aunque no tenemos fuentes que den una información importante sobre las alcabalas en otras partes de Hispanoamérica, al ser un impuesto que se impuso en todos los territorios españoles y que se siguió cobrando, se puede pensar, aunque sin pruebas, que le sucedió lo mismo que en México.

Mapa 3 Colombia
Rutas terrestres y fluviales siglo XIX



Fuente: Secundino José Gutiérrez Álvarez, *Op. Cit.*, p. 267

Mapa de tráfico fluvial y terrestre en Colombia de los siglos XVII y XVIII. Estos caminos siguieron siendo ocupados durante el siglo XIX. En él se aprecian las dos ciudades que nacieron a raíz de la intensificación del tráfico por el río Magdalena: Honda y Barranquilla.

Mapa 4 Cono Sur Siglo XIX



Fuente: Secundino José Gutierrez Álvarez. *Op. Cit.* p. 335

Este mapa pertenece al correo del siglo XVIII pero al igual que en los anteriores, también fueron las principales rutas de transporte en esta región de Hispanoamérica.

Capítulo 5 Características sociales del comercio interno en Hispanoamérica en el periodo 1830 – 1880 y espacios de comercio.

Dos aspectos muy importantes dentro de esta importante actividad fueron la composición social de los comerciantes y los transportistas y los espacios que el comercio necesitó para llevarse a cabo. El dedicarse al comercio generó una clase social que lo mismo controlaba una región o localidad que cumplía con una función social, al mantener un vínculo no sólo comercial sino social y también cultural entre regiones distantes o cercanas.

Por otro lado, el comercio necesitaba de lugares donde exponer las mercancías, sobre todo para el comercio al menudeo, ya fuera en las ciudades o en los pequeños pueblos; estos espacios para ejercer el comercio fueron muy variados, y se convirtieron en centros de reunión de las clases sociales más bajas, cumpliendo así una función social; ejemplos de ello fueron las ferias y las pulperías. Los mercados temporales, desempeñaron una tarea social al llevar productos de lugares muy lejanos a ciudades y pueblos alejados, por una vez al año la población de ese lugar tenía acceso a ciertos productos que por cuestiones de tiempo y lugar, pocas veces se podían comprar. Las pulperías, por su parte, se mostraron como espacios primero económicos y después sociales a los que únicamente tuvieron acceso las clases más bajas, pues fue su espacio de recreación más comunitario.

5.1 Composición social de los comerciantes de Hispanoamérica

De entre los comerciantes debemos diferenciar a los grandes, los medianos y los pequeños comerciantes. Los primeros en su mayoría eran de origen español o europeo, obtenían sus ganancias de la importación y la exportación y acumularon

enormes fortunas, como fue el caso de los comerciantes canarios en Venezuela o los de origen europeo de Buenos Aires. Los medianos comerciantes por lo general, eran intermediarios que se dedicaban a comprar a los productores y vender la mercancía a los mayoristas y también llegaron a ser proveedores importantes en alguna provincia; estos comerciantes intermediarios solían ser criollos o mestizos. Los pequeños comerciantes fueron aquellos que iban de pueblo en pueblo comerciando con los productos de las regiones a donde llegaban, además cumplieron con el deber de mantener a las regiones unidas, ejerciendo un comercio de importación, sólo que a menor escala. Los pequeños comerciantes casi siempre fueron indígenas, campesinos o mestizos, aunque en algunos casos, subieron de estrato y se convirtieron en campesinos ricos. Estos comerciantes menores buscaban siempre los mejores precios para sus productos, ya que viajaban a regiones distantes e incluso pasaban fronteras e impuestos, todo para vender sus productos y comprar aquellos que hacían falta en su región.¹ No siempre el comercio en pequeña escala dio grandes ganancias, muchos de estos comerciantes se dedicaron a otros trabajos para subsistir como “agricultores, artesanos o pequeños burgueses urbanos”, para “soportar un mundo comercial donde impera el desorden de la actividad mercantil tradicional.”² Una parte importante de estos comerciantes al mismo tiempo fueron arrieros que se dedicaban en ciertas fechas no sólo a vender sino también a trasladar ellos mismos sus mercancías.

Otras características de este grupo que se deben mencionar, fueron las cualidades que los vendedores tuvieron para el buen funcionamiento de los locales: debían ser hábiles para atender a los clientes, especialmente con las mujeres, los niños, pero sobre todo, para entretener a los compradores mientras éstos esperaban sus

¹ Silvia Palomeque, *Cuenca en el siglo XIX...*, p. 34

² *Ibid* p. 35

mercancías.³

Un dato muy importante que debemos apuntar es la participación de productores y comerciantes indígenas, sobre todo en las regiones de producción de textiles, ganadera y agrícola. Los campesinos indígenas producían y en algunos casos vendían ellos mismos sus productos. Los productos indígenas constituyeron para algunas regiones, como el norte de Argentina, el artículo de consumo más importante, pero al mismo tiempo el más indefenso ante la competencia de los productos ingleses.

Por su parte, los pulperos en Argentina fueron mayormente hombres, pero también hubo mujeres al frente de estos lugares; la mayor parte de ellos no eran originarios del lugar en el que establecían su local, eran criollos o europeos, especialmente de España, pero hubo portugueses, ingleses, italianos, paraguayos, chilenos; y de las regiones interiores tucumanos, santiagueños, mendocinos, cordobeses y bonaerenses.⁴ Eran hombres jóvenes, en su mayoría, y por lo general estaban casados, pero comenzaban a tener familia ya establecidos en un lugar fijo, de manera que cuando los hijos crecían y el fundador del negocio envejecía, dejaba la pulpería en manos de sus hijos y él se retiraba a trabajar en alguna estancia rural que hubiera comprado antes.⁵

5.2 Los pequeños establecimientos en México

El ejemplo que se pone acerca de los pequeños establecimientos de comercio al menudeo en México se repitió en numerosos lugares de Hispanoamérica, sobre todo en las ciudades y localidades importantes. Una parte del comercio interno de México del siglo estudiado se desarrolló en las tiendas o establecimientos pequeños que de forma permanente ofrecieron su producción tanto de origen local, de la región, de otras

³ Carl Christian Sartorius. *Op. Cit.* p.p. 218-219

⁴ Daniel Alberto Virgili, "Las esquinas de la pampa. Pulperos y pulperías en la frontera bonaerense (1788-1865)" en *Vivir en la frontera: la casa, la dieta, la pulpería, la escuela 1770-1870*, Carlos Mayo (editor), Buenos Aires. Editorial Biblos. 2000. ils. Serie Colección Historias americanas. p. 104

⁵ *Ibid.* p. 117

regiones e incluso importada; y por otro lado en los mercados “exteriores”, establecidos de manera semifija, temporal y tradicional, es decir, en tianguis que tuvieron su origen desde la época prehispánica.⁶ Estos locales de venta han subsistido hasta la fecha, pero para la época de la que hablo eran los medios de comercio más accesibles para la población en general, además también ayudaban a colocar en mercados diferentes la producción de regiones muy apartadas, lo que contribuyó a fomentar el consumo de la producción nacional e integrar los mercados regionales y locales. Estos locales de venta, por lo general, se situaban en “las esquinas de las manzanas y, más aún, en los portales.”⁷

5.3 Los espacios del comercio interno: pulperías y ferias

Entre los lugares de comercio existieron los comercios fijos, llamados tendejones, pulperías o bodegas; algunos sólo se dedicaron a vender sus productos, pero muchos se establecieron como centros de reunión social para las clases bajas, las que encontraban en estos lugares todo tipo de productos y alimentos, con costos baratos para la población. Aunque las pulperías se extendieron por toda la región Hispanoamericana,⁸ las pulperías argentinas fueron famosas por todo el crisol económico y social que ahí se podía ver siempre: “una combinación de taberna y almacén a donde acude la gente del campo.”⁹ Gran parte de la clientela de las pulperías argentinas eran gauchos sin oficio ni beneficio que buscaban un lugar para beber, pero al mismo tiempo se podía compra toda clase de artículos, tanto alimentos como bienes. Estos lugares de esparcimiento y juego siempre tuvieron mala fama, especialmente los urbanos, debido a que en ellos se llevaban a cabo riñas e incluso asesinatos al calor de las copas: “En ocasiones

⁶ Francisco López Cámara. *La estructura económica y social de México en la época de la Reforma*. p. 84

⁷ Carl Christian Sartorius, *Op. Cit.* p.217

⁸ En Centroamérica se hace referencia a ellas en: *Historia general de Centroamérica...* p. 195

⁹ <http://www.tradiciongaucha.com.ar/Tradiciones/Pulperias.htm>

sobrevenían riñas a consecuencia de alguna disputa, o bien sucedía que dos reconocidos valientes se retaran a primera sangre, tocándole pagar el vino o cosa parecida al que perdiera.”¹⁰ Durante la mayor parte del siglo XIX las pulperías se establecieron en las provincias argentinas, donde la mayor parte de la población sólo contaba con estos almacenes para abastecerse de sus bienes.

Las pulperías argentinas se establecieron tanto en las zonas urbanas como en zonas rurales de Buenos Aires, Tucumán, Mendoza o Córdoba. Había las itinerantes y las permanentes; las primeras, también llamadas volantes, comerciaban en las regiones rurales dentro de un carro que recorría los pueblos. Las pulperías permanentes se establecieron en casas o locales que los pulperos compraban, las cuales tenían en su interior estantes llenos de productos diversos, balanzas romanas, vasos de varios tamaños que servían como medidas, embudos, además de una reja detrás de la que se despachaba.¹¹

Las pulperías, como he dicho, servían como espacios de esparcimiento para las clases pobres en las regiones urbanas, y en las zonas rurales servían como una conexión con las regiones más lejanas y con los centros urbanos. Además, en las zonas rurales fueron espacios de diversión, pues muchas de ellas se asentaron cerca de canchas de bolos, y dentro de los establecimientos se jugaba con naipes, además los viajeros aportaron carreras de caballos.¹² En las pulperías los productos foráneos y nacionales fueron más numerosos que los productos regionales, como se muestra en el cuadro 6.

¹⁰ *Ibid.*

¹¹ Daniel Alberto Virgili, “Las esquinas de la pampa...” en *Op. Cit.*, p. 104

¹² *Ibid.* p. 109

Cuadro 6 Productos que se comercializaban en las pulperías (Argentina)

Productos comestibles nacionales	Mate, café (en grano y molido), té, azúcar (de remolacha y caña), pimientos, condimentos, aguardiente,
Productos comestibles importados	<i>sardina, bacalao, vinos europeos (ginebra, anís y jerez), tabaco de Paraguay y Brasil.</i>
Productos manufacturados de origen nacional	Mercería (hilos, agujas, botones) zapatos (para hombre y mujer), cubiertos, vajillas, aceite de olor y plumas para escribir.
Productos manufacturados de origen extranjero	<i>Vestimenta (de algodón liencillos, sarasa, seda), ponchos, fajas inglesa.</i>
Productos regionales ¹³	Cueros vacunos, lanares o de nutrias, plumas de avestruz, cerdas, botas de potro y otros. Además, manufacturas indígenas como: ponchos, mantas o jergas pampas.

Fuente: *Ibid.* pp. 110-112

5.4 Las ferias en Hispanoamérica: un espacio de comercio interno

De origen español y con antecedentes coloniales importantes en diversas regiones (sobre todo las dedicadas al comercio de productos de ultramar), la feria fue el lugar en donde tanto los grandes como los pequeños comerciantes llegaron a vender y comprar toda una variedad de productos, y es de resaltar que en las ferias podían vender tanto artículos de consumo externo como interno.

La venta y compra de animales de carga y ganado, además de productos de consumo general, se realizaba en los circuitos mercantiles conocidos como ferias, que se celebraron desde la Edad Media en Europa y que fueron traídas por los españoles a América. Las ferias seguían un rigor y funcionamiento regulado por las autoridades mediante leyes e inspectores locales. Algunas se realizaban en los grandes núcleos de población, otras en puntos estratégicos del comercio interno, es decir, en lugares que quedaban en medio de las rutas mercantiles, pero las más famosas tenían lugar en donde se unían los distintos sistemas coloniales como el marítimo, el de tierra y el de los pequeños comerciantes. Las ferias, tanto las que se llevaban a cabo en los grandes centros o poblados como las realizadas en pequeños poblados indígenas, alteraban en

¹³ Los productos regionales no eran muy abundantes en estos locales.

gran manera la vida de esos lugares, casi siempre vacíos y olvidados, pero que cobraban vida durante los días que duraba la feria.¹⁴ Al mismo tiempo se desarrolló una compleja relación social y comercial temporal. En los poblados más aislados las ferias rompieron la incomunicación cotidiana con otras regiones y su producción (incluso las más pequeñas).

Muchas son las características que tenían las ferias fueron: que eran temporales, se entendían como eventos que divertían, además de ser una importante oportunidad de abastecerse de productos que sólo se encontraban en esa temporada. Las ferias siempre o casi siempre coincidían con las fiestas patronales o religiosas.¹⁵ La plaza principal era el sitio escogido para iniciarlas y así comenzaba el bullicio y las actividades comerciales. Además, la feria traía consigo diversiones como los juegos de azar, las peleas de gallos, las corridas de toros, los espectáculos de carpa y los bailes, éstos sólo para las clases ricas del pueblo.¹⁶

Las ferias en la época colonial fueron eventos que tenían la característica de ser anuales y durar aproximadamente dos meses, tiempo suficiente para vender los artículos propios y para comprar otros que se requirieran, como fue el caso de las ferias de Acapulco y Veracruz, en México y la feria de Portobelo, en Panamá.

Durante el siglo XIX, algunas de las ferias que se celebraron en las regiones de Hispanoamérica estuvieron asentadas en puntos estratégicos, ya fuera dentro de una ruta de paso, o cerca de alguna ciudad importante en el siglo XIX. En la región de Alto Perú se realizaba la feria de Vilque (1846) que mantenía una gran relación entre Perú, Bolivia y Argentina. Otras de las ferias importantes se encontraban en la región ecuatoriana de Azogues (1844) y Cisne en Ecuador; ambas eran realizadas en los meses de agosto y

¹⁴ Murdo J. Macleod, "Aspectos de la economía interna..." en *Op Cit.*, p. 183

¹⁵ Guadalupe Monroy "La diversión compensadora" en *Historia Moderna de México...*, p. 624

¹⁶ *Ibid.* pp. 624-627

septiembre, recaudaban una fuerte cantidad de dinero (de 80,000 a 100,000 pesos por cada mes), y mantenían contacto comercial con Perú.¹⁷ Algunas ferias estaban destinadas casi exclusivamente a la venta de ganado, como los casos de La Tablada (Jujuy) y Huari (orillas del lago Poopó) sobre el camino que conectaba a Río de la Plata con Potosí, incluso se crearon otras ferias locales alrededor de éstas pero más pequeñas como: Tilcara, Humahuaca, Cerrillos, Yavi, Atocha, Uyuni y Ayoma, todas dentro del circuito comercial de Potosí y el norte argentino.¹⁸ Estas ferias mencionadas anteriormente se realizaban en la época de Pascua (entre marzo o abril), para aprovechar al ganado o las festividades religiosas de ese lugar. En algunas regiones como la zona central andina en las ferias circulaba en su mayoría moneda feble, además de las monedas propias de cada país, como fue el caso de la feria de Vilque en 1850¹⁹ (ver mapa 5). Para referencia de las ferias en las regiones andina y Cono Sur ver el cuadro 7.

Cuadro 7 Ferias Regiones Andina y Cono Sur (Argentina) 1840-1860

Feria de Vilque, Perú (fiestas religiosas)	Ferias de Azogues y Cisne Ecuador (agosto y septiembre)	Feria de ganado en Jujuy (marzo o abril, según la Pascua)
Plata, aguardiente, coca, azúcar bayetones, oro, chocolate, cacao, café, textiles, lana, etc.	Trigo, sales, vinos, jabones, sedas y textiles.	Ganado mular

Fuentes: Silvia Palomeque. *Op Cit.* pp. 34-35, Alberto Flores-Galindo Segura. *Op. Cit.* pp. 72-75 y Erick Langer. *Economías coloniales...*p. 144

¹⁷ Silvia Palomeque. *Op. Cit.* p. 34

¹⁸ Erick Langer, y Viviana E Conti, *Op. Cit.* p. 100

¹⁹ Antonio Mitre, *Op. Cit.* p. 47

Centroamérica

Wilhelm Marr y Ephaim George Squier fueron dos viajeros que mencionaron los días de mercado o ferias que se realizaban en las ciudades y que transformaban a la población en un lugar lleno de vida. Las ferias eran lugares a donde llegaban desde pequeños comerciantes hasta grandes vendedores o funcionarios. Los productos que vendían eran: huevos, frutas, mantequilla, maíz y cacao.²⁰ Wilhelm Marr menciona a la feria como ejemplo de una mezcla social: “ese espectáculo nuevo y fantástico, los contrastes más extravagantes de las fisonomías, desde el Don estirado y tieso hasta el indio más estúpido, que con sus ojos hundidos y su pelo rígido mira fijamente el azul del cielo.”²¹ Aunque también indica los problemas sociales que provocaban estos mercados, como el robo, el contrabando y el pillaje. Ephraim Goerge Squier menciona la realización de una feria en Esquipulas, departamento de Chiquimula, Guatemala a mediados del siglo XIX. Relata que aunque era un lugar poco poblado, su fama más grande estaba en su feria anual, realizada del 15 al 18 de enero, cuya importancia lograba reunir a comerciantes de las regiones más alejadas como México o Sudamérica, y que también se vinculó al culto religioso al Señor de Esquipulas.²²

Las ferias anuales en Centroamérica fueron vitales para el comercio de exportación, porque por medio de ellas se podía vender la producción de añil; pero también se comercializaron ganado y productos importados, además de manufacturas locales.²³ Las ferias, pues, representaron un elemento de unión, porque acudían comerciantes de lugares muy lejanos, lo que significó un intercambio económico y

²⁰ *Economía y Sociedad en Centroamérica y el Caribe. La mirada de los viajeros*, selección e introducción de Johanna Von Grafenstein Gareis, México, Instituto Mora, 2001, p. 13

²¹ *Ibid.* p. 14

²² *Ibid.* p. 61-62

²³ Héctor Lindo Fuentes “Economía y Sociedad...” en *Op. Cit.*, p. 191

cultural muy importante, a ella llegaban músicos, soldados estafadores o prostitutas.²⁴ Aparte de estas ferias anuales se desarrollaron otras menores, algunas de carácter semanal y más locales, estos mercados más locales ayudaron a articular el comercio interregional de Centroamérica. Estas últimas ferias fueron decayendo a raíz de la falta de moneda circulante y la llegada de los ferrocarriles (ver mapa 5).

México

Las ferias en México tuvieron una gran importancia durante el periodo colonial, éstas se establecieron en puertos y en las ciudades cercanas a estos más importantes como Acapulco y Jalapa, en Veracruz. Estos lugares eran los más importantes para el comercio internacional de la Nueva España con Europa; como característica principal de la feria estaba su temporalidad, pero sobre todo el volumen de mercancías que se manejaba: los grandes comerciantes prácticamente compraban toda la mercancía que llegaba del barco, sobre todo en el caso de Acapulco. La feria de Jalapa no se quedaba atrás y manejaba toda la producción que llegaba de España para distribuirla a la capital del país. Otra feria un poco más modesta fue la de San Juan de los Lagos, en la región del Bajío, con la característica de que se realizaba durante las festividades de la virgen de San Juan de los Lagos, en diciembre, además de que fue una feria libre del pago de alcabalas, el impuesto al comercio.²⁵ Esta feria estaba destinada al abastecimiento de las ciudades circunvecinas y del interior del país, pero también comerciaba con productos importados. Estas tres ferias contaron con gran fama durante la época colonial, pero con las luchas armadas de la independencia, dejaron de realizarse; primero porque se rompió con el vínculo comercial entre España y México, pero sobre todo por el clima de violencia que se generó. De las tres sólo la de San Juan se pudo reanudar poco después,

²⁴ *Ibid.* p. 194

²⁵ Jesús Gómez Serrano, *Mercaderes, artesanos y toreros: la Feria de Aguascalientes en el siglo XIX*, Aguascalientes, Instituto Cultural de Aguascalientes, 1985, p. 14

pero sin tanto éxito,²⁶ o por lo menos en los primeros años después de la independencia, su importancia fue más bien local.

Para el siglo XIX una feria que llegó a tener un gran impacto fue la feria de San Marcos en Aguascalientes. Esta feria nació alrededor del año 1828, cuando inició como una pequeña feria establecida sin locales fijos.²⁷ Poco a poco y con la ayuda del ayuntamiento y los comerciantes, la feria fue creciendo y alrededor de 1830 se estableció de manera más formal. En 1835 la feria enfrentó problemas con las autoridades locales, quienes veían demasiados inconvenientes como generadora de conflictos, por lo que decidieron en 1837 suspenderla, volviendo a reanudarse en 1841, para finalmente establecerse de manera más formal en el jardín de San Marcos en 1851 y cambiando su celebración para abril, junto a las fiestas del patrón.²⁸ Para mediados del siglo su fama había crecido a nivel nacional e incluso subsiste hasta la fecha, pero como feria nacional.

La feria de San Juan de los Lagos recobró su influencia y siempre se disputó con Aguascalientes la mayor importancia, a pesar de los años difíciles que pasó después de su suspensión por los conflictos de la independencia. Las principales diferencias entre las dos ferias estuvieron en que la de San Juan mantuvo una influencia nacional que recobró poco a poco después de la independencia y que conservó en todo el siglo XIX, esto debido a la cantidad de mercancía y la diversidad de regiones de donde éstas provenían, incluso de productos de importación; por su parte, la feria de San Marcos en Aguascalientes comenzó de manera muy modesta en el siglo mencionado, y aunque en unos primeros años tuvo problemas para establecerse en un lugar fijo y en una temporada especial, también atrajo productos de todo el país, sólo que en San

²⁶ *Ibid.* pp. 11-14

²⁷ *Ibid.* p. 16

²⁸ *Ibid.* p.p. 28-30

Marcos los eventos lúdicos marcaron una gran diferencia con respecto a la de San Juan, ya que mientras en Aguascalientes las diversiones fueron para las clases más bajas, para San Juan estuvieron destinadas a la población rica, que podía pagar espectáculos más caros. La feria de San Marcos era una “verdadera exposición de arte, agricultura y ganadería, a la que acudían los concursantes con el fin de obtener alguno de los premios; pero la feria realizaba un doble propósito: estimulaba al trabajador y lo divertía.”²⁹ Por su parte, la feria de San Juan se consideraba “la mayor de todo el país... la más rumorosa, y su fama trascendió las fronteras hasta Europa”³⁰ (ver mapa 6).

Conclusiones

Los comerciantes, de manera general, no sólo constituyeron una clase social y económica muy poderosa, fueron además un grupo muy característico en la sociedad tanto de México como del resto de Hispanoamérica. Para que un comercio tuviera el éxito esperado, dependía en gran parte de la capacidad de los vendedores para atender a la clientela de la mejor manera. Esta característica es fundamental hoy en día para todo buen comerciante.

Los aspectos sociales y culturales que el comercio interno trajo consigo fueron numerosos; Primero vinculó económicamente regiones geográficamente muy distantes, también relacionó a grupos sociales distintos, sirvió como espacio socializador, pero, sobre todo, fue un puente que enlazó a regiones, productos y pueblos.

Las pulperías, que se establecieron en toda Hispanoamérica, aunque en este caso tomamos el ejemplo de Argentina, no sólo servían como tiendas o almacenes de alimentos y bienes de uso cotidiano, además en algunas ocasiones se podían encontrar productos importados, sino que a nivel social eran los lugares de reunión de los

²⁹ Guadalupe Monroy “La diversión compensadora” en *Historia Moderna de México...* p. 628

³⁰ *Ibid.* p. 629

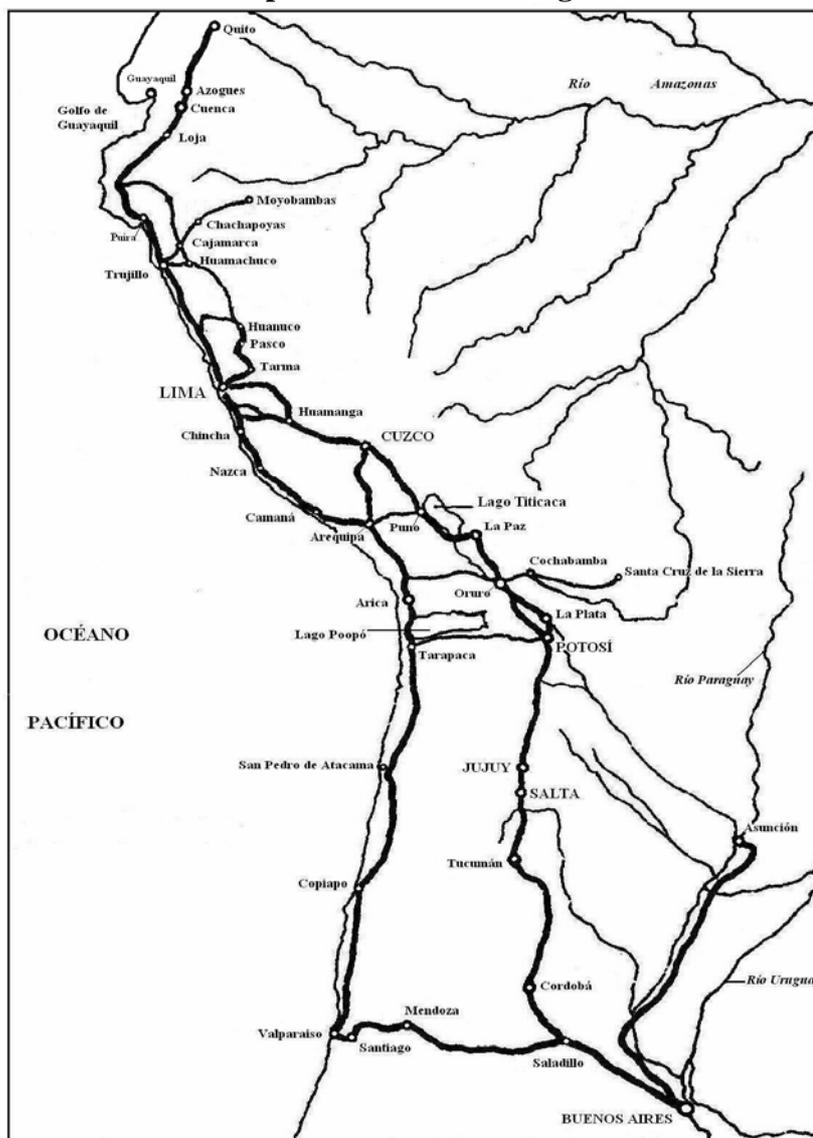
parroquianos o de algún paseante que pasaba por el lugar. Tanto las pulperías como las ferias manifestaban problemas y libertinajes muy desagradables; en el primer caso muchos locales se convirtieron en centros de vicio y como consecuencia en lugares de riñas, lo que les generó una mala fama. Las pulperías cumplieron con un papel comercial y social muy importante tanto en las zonas urbanas como las rurales: dentro de estos espacios se podía socializar y comerciar al mismo tiempo, sobre todo en las que se establecieron lejos de las ciudades, fueron locales donde se podía encontrar casi cualquier cosa.

Por otro lado, las ferias, si bien cumplían con una misión económica, ocasionaron problemas, debido a que los excesos en las diversiones provocaban inconvenientes muy graves de orden público.

Pero más allá de los problemas sociales que se llegaron a presentar, las ferias cumplieron siempre con el propósito de vincular y relacionar diferentes regiones e incluso países, tomando en cuenta que la fama de muchas de ellas traspasó fronteras. Otra característica que siempre estuvo unida con la feria fueron la fiesta patronal o las celebraciones del calendario católico, por lo que se aprovechaba un evento importante en la vida del pueblo o la ciudad para realizar esos días las actividades comerciales y de esta manera sacar provecho del flujo de personas que llegaba a visitar ese pueblo o ciudad con motivo de la celebración religiosa.

De esta manera puedo afirmar que el comercio interno, representado en las ferias y pulperías, no sólo fue una actividad de tipo económico; también estuvo unido a una serie de dinámicas que posibilitaron la sociabilidad entre diferentes regiones.

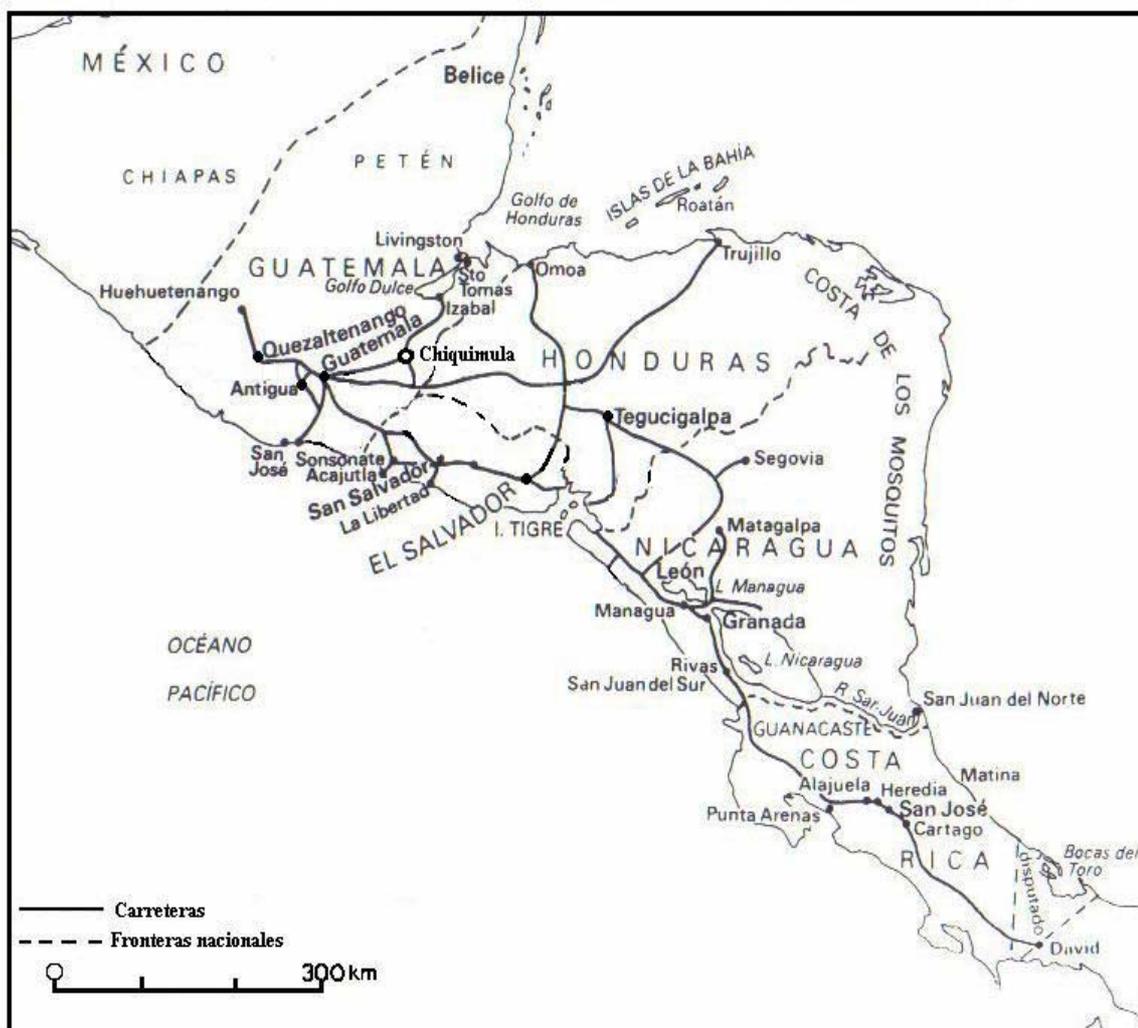
Mapa 5 Sudamérica Principales caminos en el siglo XIX



Fuente: Secundino José Gutiérrez Álvarez. *Op. Cit. p. 149*

Este mapa pertenece a las rutas de comunicación del virreinato de Perú durante la etapa colonial, pero que en el siglo XIX se siguieron utilizando. Aquí se puede ver los principales puntos por donde el camino pasaba, donde también podemos apreciar las ciudades y poblados donde se llevaba a cabo el comercio interno y algunas ferias.

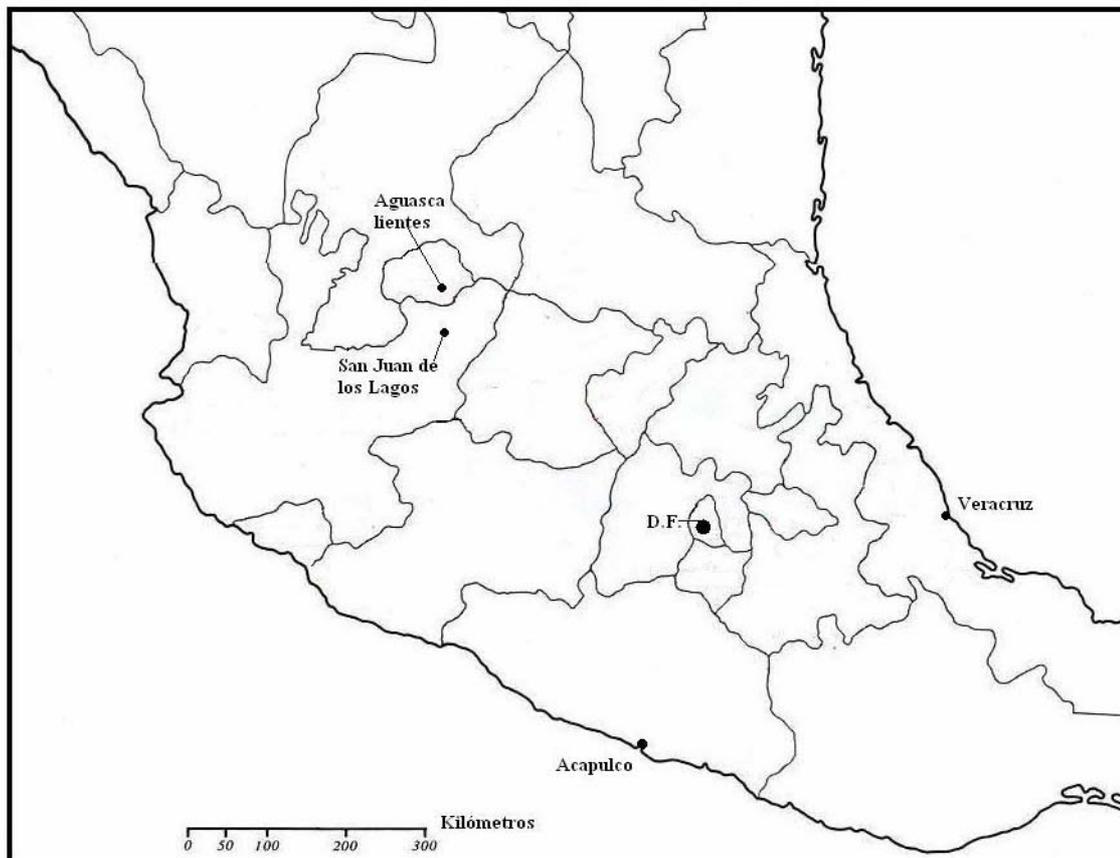
**Mapa 6 Centroamérica
1855**



Fuente: Leslie Bethell. *Op. Cit.* v. 6. p. 146

En este mapa se puede observar las principales ciudades y poblaciones de Centroamérica hacia el año de 1855. También se ha marcado la ciudad de Chiquimula, Guatemala, donde se realizaba la feria del Esquipulas.

**Mapa 7 México
Siglo XIX**



Fuente: http://www.lib.utexas.edu/maps/atlas_mexico/states_and_capitals.jpg.

En este mapa de la región central de México, podemos apreciar las dos ciudades en donde se celebraban las ferias internas más importantes durante el siglo XIX. También se puede ver la distancia tan pequeña que había de una a la otra y el trayecto enorme que hubo entre estos poblados, la capital de México y los puertos de Veracruz y Acapulco.

Conclusiones Finales

El presente trabajo se enfocó a estudiar y analizar las diferentes características que influyeron en el desarrollo del comercio interno en el periodo de cincuenta años en Hispanoamérica, que fue de 1830 a 1880. Esta etapa de la historia tiene una gran importancia, pues en ella aparecieron los primeros intentos de desarrollo de una parte por demás fundamental de la economía de un país: el comercio interno. Aspectos significativos en el desarrollo del comercio fueron: el tipo de producción de una región o país, los medios de transporte de éste, el pago de la mercancía y los aspectos sociales que generó esta actividad. También los espacios donde desarrollar esta actividad fueron primordiales, sobre todo cuando éstos transformaban la vida triste y pacífica de algunos lugares, como el caso de las ferias comerciales y las pulperías.

Este estudio sobre el comercio interno en Hispanoamérica ha tratado de hacer un análisis general sobre la situación de esta actividad durante cincuenta años del siglo XIX, de 1830 a 1880, de las regiones y la producción de éstas que iba destinada a ser consumida por la población de la zona, aunque en algunas regiones no se obtuvo la información que se buscaba.

El tema del comercio es una temática compleja y muy amplia que abarca un sin fin de elementos; no sólo se deben estudiar y analizar componentes económicos, es una actividad que conlleva enormes esfuerzos particulares y colectivos de la población que está relacionada con el trabajo. El comercio tiene el poder de transformar la vida de una comunidad y de una región de manera trascendental, al mismo tiempo que puede modificar las relaciones económicas, políticas y sobre todo sociales de la población. A final de cuentas, el comercio no sólo fue una actividad económica, implicó relacionarse con personas de lugares muy distintos, pero que formaron un enlace entre regiones muy

diferentes.

También he mencionado el comercio exterior que se llevó a cabo en algunas regiones y que se impulsó más fuertemente en la segunda mitad del siglo XIX para Hispanoamérica de manera general, debido a que en ocasiones fue inevitable. Este interés por impulsar la exportación de materias primas principalmente, tuvo como motivador central la necesidad de obtener moneda fuerte, es decir, capital que pudiera hacer crecer las finanzas, pero sobre todo que posicionara a la región de manera importante ante los mercados europeos y el estadounidense. Por su parte, el comercio interno no tuvo la importancia debida que sí se le dio al exterior, especialmente en la segunda mitad del siglo estudiado; tal vez porque se pensó que el desarrollo de este sector no tenía una importancia similar al exportador

Un aspecto que debo destacar es la existencia de ciertos mercados interregionales, ubicados en zonas que durante siglos han compartido un espacio geográfico y económico en común; en primer lugar fue la región central de los Andes, la cual abarca en la actualidad zonas de Perú, Bolivia y Argentina; el otro caso fue Centroamérica, una región en donde las relaciones comerciales han sido enormes. Ambos nos muestran una estrecha relación no sólo geográfica sino comercial y cultural muy fuerte, de manera que el comercio en ellas más que un comercio de exportación, fue un intercambio interregional que además les permitió mantener vínculos sociales muy importantes.

Otro punto que es importante resaltar es la diferencia que se hace entre el comercio de exportación hacia Europa o Estados Unidos y el comercio interregional, que pudiera parecer también como externo. En el primero el interés claramente estuvo enfocado a la obtención de recursos monetarios del exterior y también a la importación

de otros tantos, donde el pago de derechos e impuestos fue distinto al interno. En el segundo caso, el comercio interregional, fue el que se llevó a cabo dentro de un espacio geográfico determinado no por las fronteras políticas, sino por límites geográficos pero, sobre todo, por relaciones económicas que se generaron a lo largo del tiempo. Como ejemplo se puede ver el espacio central andino, que abarcó Perú, Bolivia y el norte de Argentina y Chile. Más que ser un comercio *exterior*, en realidad fue un intercambio que cumplió con las necesidades básicas de la región, que estuvo vinculada entre sí por lazos culturales y en donde las fronteras políticas no lograron separar estos espacios.

Dos aspectos de vital importancia para el desarrollo de la actividad comercial fueron y han sido el desarrollo de una infraestructura de comunicaciones y transportes amplia y ágil que permita trasladar de manera rápida la producción de diferentes zonas y dar acceso pronto a los centros de distribución y compra-venta. Los medios de transporte se dividieron en terrestres y fluviales, dependiendo de la geografía de la zona, y estos cambiaron y se adaptaron a las condiciones particulares de cada región. El problema de los medios de transporte fue un factor por demás determinante en el progreso del comercio al interior de una nación. El traslado de las diversas mercancías fue tan significativo en el desarrollo del mercado, que la falta de caminos o el estado de los mismos, condicionaba totalmente la distribución de las mercancías, haciendo que muchas veces esta situación aislara a las regiones de otras, incluso dentro de un mismo país.

El segundo punto a considerar es el medio de pago de los bienes, un aspecto que no sufrió un cambio importante con respecto a la etapa colonial en la mayor parte del periodo de estudio. Los medios de pago siempre fueron y han sido hasta la fecha, aspectos que constantemente cambian o se modifican según la época en que éstos se

desarrollen. Así la situación, durante los periodos de luchas por las independencias, por ejemplo, la necesidad de tener un medio de pago para la obtención de parque o alimentos, hizo que muchos de los ejércitos rebeldes fundaran su propia moneda, mostrando así que en el plano económico ya se había dado un primer paso de vida independiente. Pero la realidad económica obligó a las nuevas naciones a estandarizar sus medios de pago oficiales tomando como modelo el sistema español que se usó durante el periodo colonial y que al mismo tiempo fue el único aceptado más allá de las fronteras, pues el valor de las monedas españolas era reconocido en todo el mundo, en especial debo mencionar el real de a ocho, la moneda más importante de este tiempo.

Un aspecto también elemental fue el de el pago de impuestos al comercio, en este caso de la alcabala, un gravamen de origen colonial y que, al igual que sucedió con la moneda, durante el periodo republicano, se siguió cobrando durante casi todo el siglo XIX. Para este punto, y al no tener mayores referencias bibliográficas sobre el mismo para Hispanoamérica, me enfoqué a ilustrar el caso de México, aunque al ser un impuesto que se recaudó en toda la región hispanoamericana, no es de extrañar que en algunos lugares se siguiera recaudando, sobre todo porque antes de la independencia, generó grandes recursos para la corona española, y en el caso de México, uno de los más importantes para el gobierno, especialmente para los estatales y municipales.

Dos espacios del comercio que se mencionan en este trabajo y que a mi consideración hay que enfatizar por sus repercusiones sociales –aunque no los únicos– fueron las ferias y las pulperías; los lugares para el comercio fueron diversos pero en general ambos sitios abundaron en toda la región de Hispanoamérica, las pulperías especialmente en la zona de Río de la Plata, simbolizaron además de puntos de compraventa, lugares de socialización, sobre todo para las clases populares, que

encontraban en ellas el único vínculo con otras partes del país.

En las pulperías de Argentina, las pulperías especialmente en la región del Río de la Plata, simbolizaron además de puntos de compraventa, lugares de socialización, sobre todo para las clases populares, que encontraban en ellas el único vínculo con otras partes del país. La mayor parte de quienes acudían a ellas eran hombres de baja posición, viajeros y vagos que veían en aquel lugar un espacio de esparcimiento, tanto en territorios alejados de las ciudades y pueblos importantes como en las áreas urbanas. En las primeras podían ofrecer cualquier artículo a la venta, y al mismo tiempo ofrecían un lugar de esparcimiento y diversión especialmente para los hombres, ya que en ellas se vendían bebidas y juegos como los bolos o los naipes, muy parecido a las diversiones que ofrecía la feria.

Los espacios del comercio interno funcionaron como sitios de interacción social para todas las clases sociales de la época. Las ferias, espacios temporales que eran esperados con gran interés por la población no sólo del lugar donde se realizaba, sino también por todos los visitantes que a ella acudían año con año. La feria constituyó el lugar en donde los productores, transportistas y compradores se reunían alrededor del comercio, pero que unido a la fiesta religiosa, transformaba por un momento a la sociedad del lugar, permitiendo que se pudieran mezclar diferentes grupos sociales unidos alrededor del aspecto lúdico: la feria era esperada por ser la única vez en todo el año en donde se podían comprar artículos y productos de lugares muy lejanos, pero al mismo tiempo representaba un momento de diversión y esparcimiento para la comunidad y sus visitantes.

En ambos casos, tanto las pulperías como las ferias, el éxito de estos lugares no sólo tenía que ver con la compra y venta de algún artículo de consumo, como

alimentos, vestidos u otros bienes, sino con el acto de establecer un vínculo social con otros compradores, de manera que además de comprar también se podía llegar a socializar con gran parte de la población del lugar.

Los comerciantes constituían un grupo de poder económico muy fuerte, sobre todo los que se dedicaban a comerciar al exterior o los que eran dueños de grandes almacenes en la capital o ciudades de importancia. Dentro de los comerciantes hubo también un grupo, el de los arrieros, que no se dedicó exclusivamente a transportar sus mercancías; también se dedicó a vender productos y se abastecía de otros, algunas veces para revenderlos en sus comunidades.

En cuanto a los aspectos sociales que se derivan del comercio, estos generaron toda una serie de ocupaciones y actividades relacionadas con el mismo; para la producción de los bienes se encontró el campesino, el trabajador minero, el artesano, entre otros. En el transporte terrestre el arriero fue el trabajador más importante y por vía fluvial las pequeñas embarcaciones impulsadas por indígenas y esclavos. Poco se ha estudiado el enorme trabajo que los arrieros aportaron para el desarrollo del comercio en esta etapa, si tomamos en cuenta que las condiciones geográficas y de caminos fueron los mayores obstáculos a los que se enfrentó el desarrollo comercial de la región. Estos trabajadores tuvieron tal importancia que puedo afirmar que sin ellos, nunca se hubiera desarrollado un mercado interno tanto en México como en el resto de Hispanoamérica, hasta la llegada de los ferrocarriles.

Como se puede ver, el comercio conllevó una serie de actividades y espacios de tal importancia, que sin ellos esta actividad no se podría haber llevado a cabo. Desde los bienes y artículos que deberían ser transportados de su lugar de origen a los centros de venta, pasando por aquellos trabajadores encomendados para realizar esta dura tarea;

pasando por los encargados de realizar la venta hasta llegar a los compradores, el último eslabón de esta actividad.

El desarrollo económico de una región se mide por su expansión comercial, la influencia de esta actividad es tan significativa que puede lograr el avance o estancamiento de un lugar. Sin embargo, Hispanoamérica durante el siglo XIX se enfocó a la exportación de materias primas al exterior para la captación de dinero, dejando en un segundo plano el crecimiento de un comercio interno que podía influir de manera importante en la economía. Si bien las dificultades físicas y políticas fueron fundamentales para este relativo *atraso*, para la población común este comercio interno se desarrolló poco a poco, siguiendo el esquema colonial de producción, así como también constituyó un importante vínculo social y cultural que demostró la integración o separación entre una región o varias de ellas, muchas veces sin tomar en cuenta las fronteras políticas.

El comercio, sin lugar a dudas, es un importante factor de desarrollo y genera una parte muy importante de recursos monetarios, que influyen de manera sustancial en el enriquecimiento ya sea de un individuo, un grupo de ellos o de un gobierno, este último también obtiene ingresos por esta actividad, por lo que estimular esta labor debe ser parte esencial para la generación de riqueza y que ésta se pueda invertir en el desarrollo de un pueblo, una ciudad o un país.

Bibliografía general

- Almeyda Arroyo, Elías, *Geografía de Chile*, Santiago de Chile, Universo, 1935.
- Alvear Acevedo, Carlos, *Historia de la cultura*, México, Jus, 23ª edición, 1986.
- Ares Pons, Roberto, *Uruguay en el siglo XIX: acceso a la modernidad*, Montevideo, Uruguay, Librosur, Nuevo Mundo, 1986.
- Bauer, Arnold J., *Expansión económica y sociedad rural: el caso chileno en el siglo XIX*, traducción de. Jorge Castillejo, Bogotá, Ediciones Nuestra América, 1979.
- Beltrán Martínez, Antonio, *Introducción al estudio de la moneda hispanoamericana*, Zaragoza, Gobierno de Aragón, Departamento de Educación y Cultura, 1997, ilustraciones.
- Bethell, Leslie, (ed.) *Historia de América Latina*, varios volúmenes, traducción de Neus Escandell y Montserrat Iniesta, Editorial Crítica, Barcelona, 2000.
- Beraza, Agustín, *La economía en la Banda Oriental durante la revolución, 1811-1820*, 2ª edición, Montevideo, Editorial La Banda Oriental, 1969, Serie Colección Reconquista 4.
- Buisson, Inge, Et. Al.,(editores), *Problemas de la formación del Estado y de la nación en Hispanoamérica*, Bonn, Internaciones, 1984
- Bulmer- Thomas, Víctor, *La historia económica de América Latina desde la independencia*, traducción de Mónica Utrilla de Niera, México, Fondo de Cultura Económica, 1998, 566p.p. mapas. Economía Latinoamericana (sección de Obras).
- Burzio, Humberto F, *Diccionario de la moneda hispanoamericana*, Santiago de Chile, Fondo Histórico y Bibliográfico José Toribio Medina, 1958, 2 v, ilustraciones.
- Caceres Muñoz, Juan, *Notables y poder rural en una sociedad del Chile central: Colchagua 1750-1850*, México, Editorial J. Caceres Muñoz, 2001.
- Canga Argüelles, José de, *Diccionario de la Real hacienda* edición y estudio preliminar de Angel de Huarte y Jáuregui Madrid, Atlas, 1968 2 v. (Biblioteca de autores españoles: desde la formación del lenguaje hasta nuestros días, 210) Canga Argüelles, José de, *Diccionario de la Real Hacienda*, Tomo I, Madrid, 1968
- Cardoso, Ciro, (coordinador), *México en el siglo XIX, 1821-1910: historia económica y de la estructura social*, 4a. edición., México, Nueva Imagen, 1983, ilustraciones.

- Carmagnani, Marcello, *El otro occidente: América Latina desde la invasión europea hasta la globalización*, traducción de Jaime Riera Rehren, México, El Colegio de México, Fideicomiso Historia de las Americas, Fondo de Cultura Económica, 2004, ilustraciones, mapas.
- Conti, Viviana E., "El norte argentino y Atacama: producción y mercados" en *Siglo XIX Revista de historia. Mercados, circuitos mercantiles y regionales*. n° 14, julio-diciembre de 1993
- Contreras, Carlos, Marcos Cueto, *Historia del Perú contemporáneo: desde las luchas por la independencia hasta el presente*, 3a edición, Lima, Pontificia Universidad Católica del Perú, Universidad del Pacífico, Centro de Investigación, Instituto de Estudios Peruanos, 2004, Ilustraciones, mapas, diagramas, fotos.
- Contreras, Carlos, *El aprendizaje del capitalismo: estudios de historia económica y social del Perú republicano*, Lima, Perú, Instituto de Estudios, 2004.
- Cosío Villegas, Daniel (editor), *Historia Moderna de México*, 2a edición, México, Hermes, 1974.
- Chiaramonte, Jose Carlos, *Mercaderes del litoral: economía y sociedad en la Provincia de Corrientes, primera mitad del siglo XIX*, México, Fondo de Cultura Económica, 1991, ilustraciones, mapas, Serie sección de obras de historia.
- Diccionario de Economía*, traducción de José Verde Aldea, Barcelona, Editorial Estela, 1964.
- Delgado C, Margarita. y J. Jesús López M, "La Alcabala en la administración fiscal y su abolición en México del XIX", en *América Latina en la historia económica, Boletín de fuentes*, n° 2, *Mercados*, julio-diciembre 1994, p.p. 65-77.
- Economía y Sociedad en Centroamérica y el Caribe, La mirada de los viajeros*, selección e introducción de Johanna Von Grafenstein Gareis, México, Instituto Mora, 2001, mapas.
- Faraone, Roque, *Introducción a la historia económica del Uruguay: 1825-1973*, Montevideo, Editorial Arca, 1974, ilustraciones, Serie Bolsilibros Arca 97.
- Fernández Martínez, Montserrat, *La alcabala en la audiencia de Quito 1765-1810*, Cuenca, Ecuador, Núcleo del azua y de la casa de la cultura ecuatoriana Benjamín Carrión, 1984.
- Flores-Galindo Segura, Alberto, *Arequipa y el sur andino: ensayo de historia regional, siglos XVIII-XX*, Lima, Editorial Horizonte, 1977, ilustraciones.
- Friedmann, Eugenio, *Historia del azúcar en el Paraguay*, Asunción, Editorial El Arte, 1966.

- Florescano, Enrique, (compilador), *Ensayos sobre el desarrollo económico de México y América Latina: 1500-1975*, México, Fondo de Cultura Económica, 1979, ilustraciones.
- Gómez Serrano, Jesús, *Mercaderes, artesanos y toreros: la feria de Aguascalientes en el siglo XIX*. Aguascalientes, Instituto Cultural de Aguascalientes, Gobierno del estado de Aguascalientes, 1985, ilustraciones.
- Gootenberg, Paul, *Caudillos y comerciantes: la formación económica del estado peruano 1820-1860*, traducido por Eleanor Falco, Cuzco, Perú, Centro de Estudios Regionales Andinos Bartolomé de Las Casas, 1997, Serie Archivos de historia andina 27.
- Gutierrez Álvarez, Secundino, *Las comunicaciones en América*, Madrid, MAPFRE, 1993.
- Halperin Donghi, Tulio, *Hispanoamérica después de la independencia. Consecuencias sociales y económicas de la emancipación*, Buenos Aires, Alianza Editorial, 1972.
- Historia de América Latina 3. Reforma y disolución de los imperios ibéricos 1750 – 1850*, dirigida por Nicolás Sánchez – Albornoz, Madrid, Alianza Editorial, 1985.
- Ibarra Bellón, Araceli, *El comercio y el poder en México, 1821-1864: la lucha por las fuentes financieras entre el Estado central y las regiones*, México, Fondo de Cultura Económica, Universidad de Guadalajara, 1998, diagramas.
- Izard, Miquel. *El café en la economía venezolana del XIX: estado de la cuestión*, Valencia, Facsímil, Cronista y Almela y Vives, 1973.
- La agricultura venezolana en una época de transición*, Caracas, [s.n.] 1972.
- La Venezuela del café vista por los viajeros del siglo XIX*, Caracas, Italgráfica, 1969.
- Klien Samanez, Rodolfo Eduardo, *La economía peruana entre fines del siglo XVIII y principios del siglo XIX: cambio en la continuidad*, México, Centro de Estudios Económicos y Demográficos, El Colegio de México, 1980.
- Langer, Erick D., Conti, Viviana E, “Circuitos comerciales tradicionales y cambio económico en los Andes centro meridionales (1830-1930)”, en *Desarrollo económico: revista de ciencias sociales*, Buenos Aires, Instituto de Desarrollo Económico y Social vol.31, n° 121, abril-junio, 1991, p.p.91-111

- Langer, Erick, “Espacios coloniales y economías regionales: Bolivia y el norte argentino (1810-1930)” en *Siglo XIX, Revista de Historia*, Monterrey, Universidad Autónoma de Nuevo León, Facultad de Filosofía y Letras, año 2, n° 4 (jul.-dic. 1987), p. p. 135-159.
- López Cámara Francisco, *La estructura económica y social de México en la época de la Reforma*, 4 edición, México, Siglo XXI, 1976.
- Manual de historia de Colombia*. Introducción de Jaime Jaramillo Uribe, 3a ed., Bogotá, Instituto Colombiano de Cultura Procultura, 1984, 3 v., mapas, planos, fotos.
- Marichal, Carlos, *La bancarrota del virreinato, Nueva España y las finanzas del imperio español 1780-1810*, con la colaboración de Carlos Rodríguez Venegas, México, El Colegio de México, coedición con Fideicomiso Historia de las Americas, Fondo de Cultura Económica, 1999, ilustraciones.
- Mayo Carlos (director), *Pulperos y pulperías de Buenos Aires: 1740-1830*, Mar del Plata, Grupo Sociedad y Estado, Universidad Nacional de Mar del Plata, Facultad de Humanidades, 1997.
- Mayo, Carlos (editor), *Vivir en la frontera: la casa, la dieta, la pulpería, la escuela 1770-1870*, Buenos Aires, Editorial Biblos, 2000, ilustraciones, Serie Colección Historias americanas.
- Mitre, Antonio, *El monedero de los Andes: región económica y moneda boliviana en el siglo XIX*, presentación Tristan Platt, México, Instituto Mora, Dirección de Bibliotecas Archivos y Museos, Centro de Investigaciones Diego Barros Arana, 2004.
- Möner, Magnus, *Comercio y comerciantes del Cusco*, Lima, Instituto de Estudios Peruanos, 1979.
- Muñoz, Miguel L., *Tlacos y pilones: la moneda del pueblo de México*, México, Fomento Cultural Banamex, 1976.
- Nueva Historia Argentina, Liberalismo, Estado y Orden Burgués. 1852-1880*, dirección de Marta Bonaudo, tomo IV, Buenos Aires, Editorial Sudamericana, 1999.
- Palomeque de Zaburlin, Silvia, *Cuenca en el siglo XIX: la articulación de una región*, Quito, Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales, ABYA-YALA, 1990, diagramas, Serie Colección tesis historia 2.
- Pérez Herrero, Pedro, *Comercio y mercados en América Latina colonial*, Madrid, MAPFRE, 1992.
- Rees, Peter W, *Transportes y comercio entre México y Veracruz, 1519-1910*, traducción de Ana Elena Lara Zúñiga, México, Secretaría de Educación Pública, Dirección

- General de Divulgación, 1976, ilustraciones.
- Rial, Juan, *Población y desarrollo de un pequeño país: Uruguay. 1830-1930*, Montevideo, Centro de Informaciones y Estudios del Uruguay, 1983.
- Rodríguez O, Jaime E, *La independencia de la América Española*, México, Fondo de Cultura Económica, El Colegio de México, 1996.
- Rosal, Miguel, "El interior frente a Buenos Aires: flujos comerciales e integración económica", en *Secuencia*, Nueva época, México, D.F., Instituto Mora, 1995, n° 31, enero-abril, p.p. 51-112
- Safford, Frank Robinson, *Aspectos del siglo XIX en Colombia*, Medellín, Editorial Hombre Nuevo, 1977, Serie Historia 2.
- Sala de Touron, Lucía, *El Uruguay comercial, pastoril y caudillesco*, con la colaboración de Julio C. Rodríguez, Montevideo, Ediciones de la Banda Oriental, 1986, 2 v.
- Sanz Fernández, Jesús (coordinador), *Historia de los ferrocarriles de Iberoamérica: 1837-1995*, Madrid, Centro de Estudios y Experimentación Obras Publicas, 1998.
- Sartorius, Carl Christian, *México hacia 1850*, México, CONACULTA, Dirección General de Publicaciones, 1990, estudio preliminar, revisión de notas Brígida von Mentz.
- Segreti, Carlos, *La economía del interior en la primera mitad del siglo XIX: correlación de documentos*, Buenos Aires, Editorial Fundación Bolsa de Comercio de Buenos Aires, 1981, Serie Colección de historia económica y social 4.
- Sempat Assadourian, Carlos, *La economía del Río de la Plata durante el siglo XIX*, [s.p.i.]
- Schmit, Roberto, "El estudio del comercio y los mercados en el litoral argentino de la primera mitad del siglo XIX" en *América Latina en la historia económica, Boletín de fuentes n° 2, Mercados*, julio-diciembre 1994.
- Silva Riquer, Jorge, Grosso, Juan Carlos y Yuste, Carmen (compiladores), *Circuitos Mercantiles y Mercados en Latinoamérica. Siglos XVII – XIX*, México, 1995, Instituto Mora, Instituto de Investigaciones Históricas UNAM.
- Silva Riquer, Jorge, Grosso, Juan Carlos (compiladores), *Mercados e Historia*, México, Instituto Mora, 1994, Antologías Universitarias.
- Silva Riquer, Jorge (coordinador), *Los mercados regionales de México en los siglos XVIII y XIX*, México, Instituto Mora, Consejo Nacional para la Cultura y las Artes, 2003, Regiones.

Silva Riquer, Jorge y López Martínez, Jesús (coordinadores), *Mercado Interno en México. Siglos XVIII – XIX*, México, Instituto Mora, Colegio de Michoacán, Colegio de México, Instituto de Investigaciones Históricas UNAM, 1998, Lecturas de Historia Económica Mexicana.

Stein, Stanley J, *La herencia colonial de América Latina*, traducción de Alejandro Licona, 7a edición, México, Siglo XXI, 1974.

Torres-Rivas, Edelberto, (coordinador general), *Historia general de Centroamérica* Madrid, Comunidades Europeas, 1993, 6 v., coedición con Sociedad Estatal Quinto Centenario, FLACSO.

Williman, José Claudio, *La Banda Oriental en la lucha de los imperios*, Montevideo, Editorial Banda Oriental La República, 1998, 2 v., Serie Historia uruguaya t.1-2.

Zambrano Pantoja, Fabio, *Notas sobre algunos aspectos económicos del siglo XIX*, Medellín, Editorial Universidad de Antioquia, Facultad de Ciencias Económicas, Centro de Investigaciones Económicas, 1978.

-----*La economía colombiana en la primera mitad del siglo XIX: 1820-1850*, Medellín, Editorial Centro de Investigaciones Económicas, Facultad de Ciencias Económicas, Universidad de Antioquia, 1977.

PÁGINAS WEB

<http://www.tradiciongaucha.com.ar/Tradiciones/Pulperias.htm>

http://www.lib.utexas.edu/maps/atlas_mexico/states_and_capitals.jpg