

*Prácticas empresariales en los negocios de la familia Carvajal Borrero:
Inicio, desenvolvimiento, consolidación y crecimiento económico en Cali,
1880 -1939.*

Brayan Delgado Muñoz



UNIVERSIDAD DEL VALLE
FACULTAD DE HUMANIDADES
DEPARTAMENTO DE HISTORIA
PROGRAMA DE LICENCIATURA EN HISTORIA
SANTIAGO DE CALI
2014

Prácticas empresariales en los negocios de la familia Carvajal & Cia: Inicio, desenvolvimiento, consolidación y crecimiento económico en Cali, 1880 - 1939.

BRAYAN DELGADO MUÑOZ

Trabajo de Grado para optar al título de Licenciado en Historia

Director:

Dr. HUGES RAFAEL SÁNCHEZ MEJÍA

Doctor en Historia de América Latina

UNIVERSIDAD DEL VALLE
FACULTAD DE HUMANIDADES
DEPARTAMENTO DE HISTORIA
PROGRAMA DE LICENCIATURA EN HISTORIA
SANTIAGO DE CALI
2014

Dedicado a Jazmín Soledad Muñoz, Catherine Espinosa y Hugo Olmedo Delgado.

AGRADECIMIENTOS

Debo a agradecer a muchas personas que hicieron parte de este proceso que hoy culmina, en especial, mencionar a la Universidad del Valle por permitirme formarme en unas de las mejores universidades de Colombia, durante estos diez semestres, proceso que ha estado acompañado de excelentes docentes que han garantizado formar un profesional integro con diferentes competencias para aportar a la sociedad. A mi director Huges Rafael Sánchez por su paciencia y aportes.

Agradecer a mis padres por todo el esfuerzo y dedicación, por enseñarme los valores e incentivarme hacer un excelente ciudadano, por sus consejos, orientaciones para proyectarme y salir adelante, con amor y compromiso.

No podría dejar de reconocer en estas líneas y agradecer a una de las personas más maravillosas que conocí gracias a la Universidad del Valle, aunque hoy el destino nos tiene en caminos diferentes, debo decir gracias por hacer parte de este proceso, por tus consejos y por enseñarme que cada día podía dar lo mejor de mí y nunca conformarme con lo mínimo, gracias por tu amor incondicional.

Por ultimo también agradecer a dos grandes amigos Juan Carlos Quejada y Richard Bolaños, por sus largas jornadas de explicaciones, y sus excelentes consejos.

CONTENIDO

INTRODUCCIÓN.....	13
CAPÍTULO I. MANUEL CARVAJAL VALENCIA, ASCENSO COMERCIAL.....	27
1.1 Los inicios de Manuel Carvajal Valencia.....	29
1.2 Sociedad comercial Argaéz & Carvajal.....	32
1.3 Sociedad comercial Argaéz & García y Cía.....	40
1.4 Diversificación y negocios: Argáez & Carvajal.....	44
1.4.1 Sector Minero.....	54
1.4.2 Compra y venta de bienes raíces.....	57
CAPÍTULO II. CREACIÓN DE CARVAJAL& CÍA. CONSOLIDACIÓN DE LA FAMILIA CARVAJAL BORRERO, ACTIVIDAD POLÍTICA Y COMERCIAL.....	59
2-1 Incursionando en un taller artesanal: creación de un capital familiar.....	63
2.2 Carvajal & Compañía.....	69
2.2.1Nuevos Vientos, Carvajal & Cía.....	82
CAPÍTULO III. APROVECHAMIENTO DE LA MODERNIZACIÓN, DIVERSIFICACIÓN E INNOVACIÓN POR CARVAJAL Y CÍA.....	93
3.1 Ampliación de Carvajal & Cía.....	99
3.2 Diversificación: productos y mercado.....	103
3.2.1 Carvajal & Arboleda cía.....	107
3.2.2 Compañía Tejar de Santa Mónica.....	113
3.2.3Compañía Maritima de Colombia.....	116
3.3 Etapas y desarrollo de Carvajal & Compañía.....	122
CAPÍTULO IV. Técnicas y tecnología en la imprenta Carvaja & Cía.....	125
4.1 Sistema Tipografico.....	126
4.2 Sistema Litografico.....	130
CAPÍTULO V. Concentrando el capital, asegurando el ascenso, compra y venta de bienes raíces.....	136
CONCLUSIONES.....	141

BIBLIOGRAFIA	155
--------------------	-----

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla N° 1. Productos importados por la casa comercial Argáez& Carvajal	
1882.....	35
Tabla N° 2. Poderes otorgados por la casa comercial Argáez & Carvajal entre 1880 y	
1891.....	37
Tabla N° 3. Sociedades comerciales en Cali 1873-	
1899.....	39
Tabla N° 4. Sociedad comercial Argáez García & Cía. 1883	
Cali.....	41
Tabla N° 5. Adjudicaciones liquidación del colectivo Argáez, García Cía.	
1893.....	43
Tabla N° 6. Diversificación de las mercancías de la casa comercial Argáez & Carvajal	
1888.....	46
Tabla N° 7. Venta de Mercancías de Argáez & Carvajal entre 1880-	
1890.....	49
Tabla N° 8. Mercancías para arreglos en el hogar ofrecidas por Argáez & Carvajal	
1889.....	52
Tabla N° 9. Accionistas de la minera Cajambre	
1888.....	55
Tabla N°10. Compras de bienes raíces de la sociedad Argaez & Carvajal	
.....	57
Tabla N° 11. Distribución del periódico el Día en el Cali	
1905.....	68
Tabla N° 12. Artículos importados por la Carvajal & Cía.	
1907.....	71
Tabla N° 13. Comercio de Buenaventura 1905-	
1918.....	73
Tabla N° 14. Inventario de la maquinaria de la empresa Carvajal y Cía. Siglo XX, 1907-	
1912.....	75

Tabla N° 15. Créditos Otorgados Por Carvajal & Cía.	
1912.....	78
Tabla N° 16. Inventario y avalúo de los bienes del fallecido Manuel Carvajal Valencia.....	79
Tabla N° 17. Bienes activos de la compañía Carvajal &Cía.	
1912.....	80
Tabla N° 18. Créditos pasivos de la mortuoria del Dr. Manuel Carvajal Valencia	
1912.....	80
Tabla N° 19. Activos y pasivos de Carvajal & Cia.....	81
Tabla N° 20. Repartición entre los herederos de Manuel Carvajal del capital disponible de Carvajal Cia 1913.....	81
Tabla N° 21. Capital Carvajal & Cía.	
1913.....	83
Tabla N° 22. Mercancías de la papelería de Carvajal & Cía. entre 1907-1912.....	86
Tabla N° 23. Crecimiento de la población Cali, 1905-1938.....	88
Tabla N° 24. Exportaciones E importaciones por Buenaventura 1922-1929.....	94
Tabla N° 25. Creación de establecimientos industriales 1925 Cali.....	95
Tabla N° 26. Compra de bienes raíces por la compañía Carvajal y Cía. para la ampliación de sus instalaciones 1924-1926.....	99
Tabla N° 27. Artículos Suministrado por J. V Mogollón & Co a Carvajal &Cía.	
1920.....	105
Tabla N° 28. Sociedades comerciales que participo Carvajal & Cia 1920-1930.....	106
Tabla N° 29. Capitales de la sociedad comercial Carvajal & Arboleda, Cia 1925.....	107
Tabla N° 30. Compras de bienes raíces de Carvajal H y R arboleda, Cía.....	111

Tabla N° 31. Capitalistas de la sociedad marítima de Colombia	
1928.....	116
Tabla N° 32. Exportaciones e importaciones por Buenaventura 1925-	
1934.....	119
Tabla N° 33. Compras realizadas por Micaela Borrero y Manuel	
Carvajal.....	138
Tabla N° 34. Ventas realizadas por Manuel Carvajal y Micaela Borrero 1891 a	
1903.....	140
Tabla N° 35. Compras realizadas por Micaela	
Borrero.....	144
Tabla N° 36. Venta de bien raíz por la familia Carvajal Borrero durante las primeras tres décadas	
del siglo XX, 1910-1930.....	145
Tabla N° 37. Permutas de 1912 a 1928 realizados por la Familia Carvajal	
Borrero.....	146
Tabla N° 38. Construcciones en Cali perímetro urbano 1923-	
1928.....	148
Tabla N° 39. Bienes raíces adjudicados a Carvajal &Cía. 1920-	
1930.....	149

TABLA IMÁGENES

Imagen N° 1. Don Manuel Carvajal Valencia.....	29
Imagen N° 2. Prensa El Ferrocarril 1880.....	35
Imagen N° 3. Colectivo Comercial.....	42
Imagen N° 4. El telegrama traído de Bogotá.....	48
Imagen No 5. Máquinas para moler cacao.....	51
Imagen N° 6. Cartel de la imprenta Comercial.....	68
Imagen N° 7. Casa Familiar y talleres industriales de Carvajal y Cía.....	71
Imagen N 8. La imprenta comercial.....	76
Imagen N° 9. Propaganda del El Día 1916.....	92
Imagen N° 10. Instalaciones de Carvajal y Cía. 1926.....	102
Imagen N°11. Propaganda del colectivo comercial Carvajal H y R Arboleda, Cia 1925.....	108
Imagen N°12. Almacén de Carvajal & Arboleda y Cía. en el barrio San Nicolás 1925.....	109
Imagen N° 13. Instalaciones de la fábrica.....	115
Imagen N° 14. Propaganda de la Compañía Marítima S.A 1928.....	118
Imagen N° 15. Impresión directa tipografía.....	127
Imagen N° 16. Periódico el Día.....	128
Imagen N° 17. Impresión del El Día 1913.....	129
Imagen N° 18. Proceso litográfico antiguo sobre la piedra y Offset.....	131
Imagen N° 19. 1 paso dibujo en la piedra.....	133
Imagen N° 20. 2 pasó entintando en el proceso litográfico.....	133
Imagen N° 21. Último paso; Transportación en el proceso litográfico.....	134
Imagen N°22. Primera offset de 1927 que imprima a blanco y negro.....	135
Imagen N°23. Mapa de la apertura de la calle 8.....	147

TABLA DE GRÁFICOS

Grafico N° 1. Artículos introducidos en el almacén de La casa comercial Argáez y Carvajal, ofertados entre 1880-1899.....	53
Grafico N° 2.Introducción de capitales por sus socios a Carvajal y Cía. 1904-1913.....	84
Grafico N° 3. Incremento del capital introducido a la empresa Tejar de Sata Mónica desde 1926 a 1928.....	114
Grafico N° 4. Porcentaje de compra y bienes raíces de Manuel Carvajal y Micaela Borrero 1880-1907.....	143
Grafico N° 5. Estadística de las compras y ventas realizadas por la familia Carvajal.....	151



Figura 1. Imagen de Carvajal a través del tiempo.
Fuente: Centro Carvajal de Noticias (2011, p. 10).

Fuente: Centro de Carvajal Noticias (2011, p.10)

ABREVIATURAS

A.H.M.C. Archivo Histórico Municipal de Cali

-F.C Ferrocarril del Pacifico

INTRODUCCIÓN

La siguiente propuesta es una investigación desde el campo de la historia empresarial, en el que se hará un análisis de las actividades económicas de la familia Carvajal Borrero, haciendo énfasis en su negocio principal, la empresa Carvajal & Cía., la cual gracias al volumen de capital obtenido en sus tres primeras décadas de existencia, es la más importante de la familia Carvajal, y una de las más importantes de la ciudad de Cali, del Departamento del Valle del Cauca y de Colombia. Es un estudio que en general permitirá hacer un recorrido de los negocios familiares analizados desde su inicio, desenvolvimiento, consolidación y crecimiento económico en la ciudad de Cali. Se estudiará la trayectoria económica de algunos de los negocios pertenecientes a dos generaciones de la familia Carvajal Borrero, representada en los padres y sus hijos radicados en la ciudad de Cali entre los años de 1880 y 1940; se mostrará el manejo exclusivo de estos negocios individuales y sociedades por integrantes de la familia Carvajal, y el inicio, desarrollo y consolidación de la empresa Carvajal mediante la unión en la gestión, la administración y la inyección de capitales por cada miembro de la familia. Este proceso se propone evidenciar que Carvajal & Cía., es el resultado de la relación estrecha entre los lazos familiares y los negocios: “donde la familia es la empresa”.

Antes de mencionar los objetivos de la investigación, es necesario hacer una serie de precisiones: la familia Carvajal tiene dos ramas, una radicada en la ciudad Popayán (de donde es oriunda) y otra en la ciudad de Cali; este estudio se centra en la familia radicada en Cali, donde ubicamos dos generaciones de la misma, el padre Manuel Carvajal Valencia (1851-1912) y su esposa la señora Micaela Borrero de Carvajal (1863-1930) como la primera generación estudiada y la segunda generación la componen los cuatro hijos de este matrimonio (que data de 1882) en orden de nacimiento: Manuel Antonio Carvajal Borrero (sin datos sobre su nacimiento y muerte),¹ Alberto Carvajal Borrero (1882-1967), Hernando Carvajal Borrero (1884-1939), y Mario Carvajal Borrero (1896-1972).

El contexto que rodea estas dos generaciones se sitúa entre los últimos veinte años del siglo XIX y la primera mitad del siglo XX. Para la región del valle geográfico del río Cauca, el final del Siglo XIX representó una política de apertura a la economía mundial, que contrastó continuamente con las limitantes internas de los transportes, la creciente inflación y la falta de garantías de orden público, entre otros factores.² Al inició del siglo XX, sin embargo, las cosas cambiaron paulatinamente al lograrse autonomía política regional, autogestión en materia de infraestructura de transporte y comunicaciones, expansión del

1 Mediante las fuentes, solo hemos podido comprobar que fue el hijo mayor del matrimonio Carvajal Borrero.

2 Meisel Roca, Adolfo y Ramírez, María Teresa (Eds.). *Economía colombiana del siglo XIX*. Bogotá, primera edición, Fondo de Cultura Económica/Banco de la República, 2010.

consumo por el crecimiento de la población y de la economía, estabilidad política y monetaria a nivel nacional; condiciones que crearon un ambiente más propicio para los emprendimientos económicos en el siglo XX, en contraste con el siglo XIX³.

Fue así, como cada una de las generaciones de la familia Carvajal Borrero vivió en un contexto económico diferente y por ello las decisiones que debieron tomar se vieron reflejadas en muchos de sus negocios. Don Manuel Carvajal, por ejemplo, se dedicó a la exportación de quina y a la importación de artículos de consumo a través de su casa comercial Argáez & Carvajal, lo que unió al transporte de mercancías, la compraventa de bienes raíces, la compra de títulos mineros, y posteriormente a los negocios tipográficos en un lapso de tiempo comprendido entre 1880 y 1912. Por otra parte, su esposa Micaela Borrero se concentró en la compraventa de bienes raíces y en la administración de los negocios de su esposo durante los años de 1900 a 1930.

En cuanto a los hijos, Alberto Carvajal se dedicó a la dirección del periódico *El Día* y a la colaboración administrativa en Carvajal & Cía.. Hernando Carvajal Borrero participó con su padre en el transporte de mercancías y en la compraventa de bienes raíces, hasta terminar administrando en calidad de gerente de Carvajal. Manuel Antonio Carvajal fundó una compañía de teléfonos e intervino en la compraventa de reses y de bienes raíces y Mario Carvajal no tuvo emprendimientos propios, así que su participación se concentró en la dirección administrativa de los negocios paternos y de sus hermanos.

Las dos generaciones de la familia Carvajal Borrero, se caracterizaron por una intrínseca relación de los lazos familiares con los vínculos económicos, donde sus negocios estuvieron ligados a la administración y/o al capital de uno o de varios miembros de la familia; por ello se afirmaba que “la familia es la empresa”. Dicha afirmación se basaba en que el capital, la administración, la gestión, la innovación y el emprendimiento fueron familiares orientados hacia negocios individuales y/o conjuntos. Los lazos de parentesco han sido incorporados como una reciente noción en cuanto a estudios empresariales; si estos vínculos llegaron a ser fuertes –como en el caso de la familia Carvajal Borrero– facilitaron el accionar de la familia en tres dimensiones distintas y complementarias.

La primera dimensión comprendió la gestión, administración y uso de capitales familiares (en forma de créditos, bienes y dinero en efectivo) hacia sus negocios; la segunda dimensión permitió el acceso y la cercanía a los niveles estatales municipales, departamentales y nacionales en forma de cargos públicos y de intervención indirecta en asuntos gubernamentales; en la tercera dimensión se estrecharon los lazos y las relaciones con otras familias por medio de uniones maritales o convenios comerciales. Todo ello permite considerar en la presente investigación, que el concepto de familia y el de empresa estuvieron ligados de manera indivisible en el caso de Carvajal & Cía.

3 Robinson, James y Urrutia, Miguel (Eds.) *Economía colombiana del siglo XX. Un análisis cuantitativo*, Primera Edición, Bogotá, Fondo de Cultura Económica/Banco de la República, 2007; Valdivia, Luis. *Economía y espacio: El Valle del Cauca 1850-1950*. Cali, Universidad del Valle, 1992.

Considerando entonces la importancia de los lazos de parentesco, los objetivos fijados en esta investigación son en un primer lugar identificar la forma de la acumulación de capital por parte de su fundador el señor Manuel Carvajal Valencia y como éste ejerció el uso de propiedades de bienes raíces para la creación de sociedades, hasta llegar a emprender negocios en la actividad de las artes gráficas con un taller artesanal en el año 1904 que es la fundación de Carvajal & Cía.

En el segundo momento, el estudio pretende analizar las estrategias adelantadas para la obtención de capitales individuales, que forjaron el capital familiar como base económica de Carvajal & Cía. y en un tercer momento, se intentará revelar el proceso y la gestión capitalista de la empresa Carvajal entre los años de 1904 y 1939, consistente en la transición de un taller artesanal a una empresa industrial, donde la innovación llevó a que se apropiaran de nuevas técnicas tipográficas, junto al desarrollo de la comercialización de los artículos de papelería.

Para acceder a estudios sobre los lazos de parentesco en el campo de la historia empresarial, se ha transitado un largo camino, en el que según lo expuesto en varios balances de alcance latinoamericano y de revisión nacional realizados por Carlos Dávila, los avances en este campo de la historia pueden ser organizados por décadas;⁴ en sus inicios en la década de 1940 hasta la de 1950, se dieron los primeros adelantos investigativos sobre empresas principalmente en la Universidad de Harvard, en cuya Escuela de Negocios se elaboraron los primeros trabajos considerados pioneros en este campo,⁵ donde la teoría neoclásica predominó⁶ y fue el inicio de la progresiva separación a manera de sub-especialización de

4 Dávila, Carlos (Comp.). *Empresa e historia en América Latina: un balance historiográfico*. Bogotá, Tercer Mundo Editores/Colciencias, 1996; Dávila, Carlos. “La historia empresarial en América Latina”, Capítulo 15, En: Erro, Carmen (Dir.). *Historia empresarial: pasado, presente y retos del futuro*. Barcelona, Ariel, 2003, pp. 349-381; Dávila, Carlos. “El empresariado colombiano (1850-2010) ¿Microcosmos del empresariado latinoamericano? Una aproximación de sus características”, En: *Apuntes*, Volumen 34, No. 70, 2012, Universidad del Pacífico, Lima, pp. 29-68.

5 Shumpeter, Joseph A. *The theory of economic development*, Cambridge, Harvard University Press, 1934; Cole, Artur. *Business Enterprise in its Social Setting*. Cambridge, Harvard University Press, 1959; Cochran, Thomás y Miller, William. *The age of enterprise: a social history of industrial America*, New York, Harper, 1961; Chandler, Alfred. *Strategy and Structure: Chapters in the History of the American Industrial Enterprise*. Cambridge, The MIT Press, 1962. Cada uno de estos trabajos contribuyó a colocar a la empresa como al empresario dentro del estudio de la economía en un momento en el que eran irrelevantes para la historia económica por considerarlos sujetos rígidamente manejados por los ciclos económicos sin atribuirles ningún tipo de capacidad de adaptación, autonomía, inventiva o respuesta frente a estos vaivenes de la economía mundial, en síntesis no se les veía como sujetos históricos ni era observable la lógica de sus prácticas, al respecto ver: Valdaliso, Jesús y López, Santiago. “La naturaleza económica de la empresa y del empresario”, pp. 11-60, En: *Historia económica de la empresa*, Segunda edición, Barcelona, Crítica, 2007.

6 La teoría neoclásica no consideraba al empresario como un factor importante en la producción económica, ni de la empresa. Esta teoría se enfocaba en la cuantificación de la producción de la empresa y en comprender los grandes ciclos de la economía mundial. Véase: Valdaliso, Jesús y López, Santiago. “La naturaleza económica...”, En: Op. cit.

la historia empresarial, frente a la historia económica.⁷ En Colombia aún no se había trabajado la historia económica ni empresarial, a pesar de ciertos trabajos vinculados más a la narrativa histórica, que al uso de las teorías económicas.⁸

En la década de 1960, la historia empresarial estadounidense se interesó por el estudio no sólo de la empresa, sino también del empresario y de sus estrategias; por ello se iniciaron los primeros avances en cuanto al estudio empresarial en América Latina, estrechamente relacionados al apoyo institucional de la Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL), buscando entender mejor la estructura económica Latinoamericana para facilitar su desarrollo en el proceso de sustitución de importaciones.⁹ En el caso colombiano tenemos el surgimiento del campo de la historia económica, que comenzó a desarrollarse bajo la influencia del modelo angloamericano (cliometría) en los primeros trabajos; a partir de ahí, se iniciaron los estudios de los agentes económicos entre ellos las empresas, por esta razón en cuanto a producción bibliográfica se dieron los primeros pasos en forma de libros y artículos relacionados con la historia empresarial del país.¹⁰

La historia empresarial latinoamericana, según Dávila, para la década de 1980 logró ampliar los temas de investigación, hacia el análisis de la exportación de productos agrícolas, el transporte, la minería y el comercio; aumentó la producción escrita sobre las investigaciones en forma de artículos; se logró socializar más los trabajos gracias a la organización de varios eventos sobre historia empresarial y por último se comenzaron a ubicar casos en el ámbito regional. Para este autor, en esta década aparecieron dos tendencias muy marcadas, una bajo el enfoque de la teoría burguesa y la otra bajo el enfoque de la modernización.¹¹ Muy parecido al caso colombiano que vivió desde el año 1985 la ampliación de trabajos y sus temas, aunque con una particularidad: se dio una fuerte dispersión de estos trabajos en cuanto a temas y zonas debido al enfoque regional que caracteriza al país.¹²

El mayor crecimiento de la historia empresarial latinoamericana por la institucionalización de este campo de investigación, fue la década de 1990, muestra de ello fue el incremento de la bibliografía sobre el tema en número y en calidad académica gracias al uso de métodos

7 Valdaliso, Jesús y López, Santiago. “La naturaleza económica...”, En: Op. cit., pp. 11-61.

8 Dávila, Carlos. “El empresariado colombiano (1850-2010)...”, pp. 33.

9 Dávila, Carlos. “La historia empresarial en América Latina...”, Op. cit., pp. 350-353.

10 Dávila, Carlos. “Estado de los estudios sobre historia empresarial de Colombia”, Capítulo 4, En: Dávila, Carlos (Comp.). *Empresa e historia en América Latina: un balance historiográfico*. Bogotá, Tercer Mundo Editores/Colciencias, 1996, pp. 87-136; Dávila, Carlos. “La historia empresarial en América Latina...”, Op. cit., pp. 357-373.

11 Dávila, Carlos. “La historia empresarial en América Latina...”, Op. cit., pp. 353-356.

12 Dávila, Carlos. “La historia empresarial en América Latina...”, Op. cit., pp. 357-373; Dávila, Carlos. “El empresariado colombiano (1850-2010)...”, Op. cit., pp. 33-38; Dávila, Carlos. “Estado de los estudios...”, En: Op. cit., pp. 87-136.

cuantitativos más eficientes y de nuevas fuentes seriadas e institucionales; lo que fortaleció el enfoque regional en los estudios iniciado en la década anterior analizando casos micro, la publicación de investigaciones en revistas internacionales, la apertura de cursos de historia empresarial en diferentes universidades y la desvinculación definitiva de la historia empresarial y la historia económica dando un papel importante a este campo específico.¹³ La historia empresarial en Colombia vivió una época donde se destacaron tres aspectos: la publicación de investigaciones locales en revistas internacionales, el desarrollo de la historia empresarial en la academia y la creación de grupos de investigación; en cada uno de estos aspectos, tenemos como pionera a la Universidad de los Andes en Bogotá.¹⁴

A partir de la primera década del siglo XXI en adelante, la historia empresarial latinoamericana cuenta con una literatura especializada y varios balances (estados de la cuestión) que cuantifican los trabajos y reflexionan continuamente sobre lo construido y lo que aún falta por construir en este campo. Es una historia empresarial latinoamericana que aún está lejos de los desarrollos de Estados Unidos, Europa o Japón; actualmente según Dávila el principal reto es vincular la investigación histórica y los avances teóricos y analíticos de la comunidad académica internacional de la *business history* para pensar en alcanzarlos.¹⁵

Si bien a lo largo de este recorrido Dávila identifica aspectos comunes en el desarrollo de la historia empresarial en América Latina, también reconoce aspectos diferenciales como el crecimiento del campo de investigación, un apartado en el cual México, Brasil y Argentina poseen un mayor adelanto gracias a que el estudio de la historia empresarial se ha institucionalizado más rápido, mientras que otros países de la región han tenido un menor avance. Dávila sostiene que en la región la proporción indica que Colombia es líder en cuanto a calidad y cantidad de trabajos, seguido por Uruguay y Chile, estando más rezagados Perú, Venezuela y Bolivia.¹⁶

Los años entre 2000 y 2007 han constituido, para Colombia, un periodo importante de fortalecimiento de la investigación, la cualificación va en ascenso y además existen varias modalidades de estudio donde hay trabajos sobre las empresas, sobre los empresarios y sobre los orígenes y la formación del empresariado y las elites regionales, con un notorio aumento de los estudios empresariales sobre la Costa Caribe. Las tareas pendientes según Dávila son acercarse más a las orientaciones y avances teóricos de la *business history*; continuar con la utilización de campos académicos conexos tanto a la historia empresarial, caso de los negocios internacionales y los estudios organizacionales, respaldando las investigaciones adelantadas en las universidades, seguir fortaleciendo la formación

13 Dávila, Carlos. “*La historia empresarial en América Latina...*”, Op. cit., pp. 354-364;

14 Dávila, Carlos. “El empresariado colombiano (1850-2010)...”, pp. 33-40; Dávila, Carlos. “*Estado de los estudios...*”, En: Op. cit., pp. 87-136.

15 Dávila, Carlos. “*El empresariado colombiano (1850-2010)...*”, Op. cit., pp. 31-32.

16 Dávila, Carlos. “*La historia empresarial en América Latina...*”, pp. 364-371; Dávila, Carlos. “El empresariado colombiano (1850-2010)...”, Op. cit., pp. 33-38.

gerencial y la innovación tecnológica y sistematización de la serie de experiencias y valores positivos del empresariado colombiano.¹⁷

El anterior balance presentado por Dávila sobre el estado de la historia empresarial en América Latina, nos indica que Colombia es el cuarto país en cuanto a desarrollos en el campo y el segundo en cuanto a producción bibliográfica; los estudios en Colombia nos muestran un conjunto interesante de trabajos identificados en distintos balances,¹⁸ pero ante la numerosa producción de la historia empresarial, hemos centrado la atención en aquellos trabajos que se enfocan en la modalidad de estudio de empresas donde se relacionan aspectos de empresarios y de sus familias,¹⁹ que pueden ser agrupados en consonancia al patrón de ser éste un «país de regiones»: región Caribe, región de Antioquia, región Centro y Región del Valle del Cauca.

Los estudios empresariales sobre la región de la Costa Caribe apoyados por el Banco de la República (sucursal Cartagena), responden a la importancia económica de esta región como puerta norte del país sobre el Océano Atlántico (Exportaciones e importaciones). De estas investigaciones, el primer caso corresponde a la investigación de Claudia Navarro y Rodolfo Salas, sobre J.V. Mogollón & Cía. de la ciudad de Cartagena de Indias entre 1900 y 1930.²⁰ Los autores identifican en esta empresa varios logros, como haber sido capaz de manejar los factores favorables y adversos para llegar a implementar procesos industriales en torno a la producción de artículos de papelería y servicios tipográficos donde antes no los había; lograr incorporar en la empresa nuevas prácticas comerciales como el cálculo del riesgo o el diseño de estrategias de negocios y ventas e ir tejiendo una red comercial. El resultado fue que J.V. Mogollón se consolidó como una de las primeras empresas del país, al construir una red comercial amplia mediante franquicias, en décadas posteriores a las estudiadas.

En el trabajo de Sergio Solano sobre la fábrica de Tejidos Obregón para el periodo entre los años de 1910 a 1941, en la ciudad de Barranquilla, como una de las principales

17 Dávila, Carlos. “El empresariado colombiano (1850-2010)...”, Op. cit., pp. 33-38; 53-56.

18 Dávila, Carlos. “Estado de los estudios sobre historia empresarial de Colombia”, En: Op. cit.; *Empresariado en Colombia: perspectiva histórica y regional*. Bogotá, Universidad de los Andes, 2012; “El empresariado colombiano (1850-2010)...”, Op. cit., pp. 33-38; Dávila, Carlos, Vilorio, Joaquín y Elías, Jorge. (Comps). *Los estudios empresariales en Colombia a principios del siglo XXI (Con referencia a México)*. Santa Marta, Universidad del Magdalena, 2013.

19 Dávila identifica ocho modalidades de estudio presentes dentro de la historia empresarial: historia de empresarios; historia de las empresas; historia de las asociaciones empresariales; historia de la formación del empresariado regional y de las elites empresariales; historia de los sectores industriales; historia de la educación empresarial; e historia del empresariado y la tecnología. Ver: Dávila, Carlos. “El empresariado colombiano (1850-2010)...”, Op. cit., pp. 37.

20 Navarro, Claudia, y Salas, Rodolfo. “J.V. Mogollón & Cía. (1900-1930): “Rayando Papel”, En: Dávila, Carlos (Comp.), *Empresas y empresarios en la Historia de Colombia. Siglos XIX – XX. Una colección de estudios recientes*, Tomo II, Primera Edición, Bogotá, Norma/CEPAL, 2003, pp. 705-736.

textileras del país en la primera mitad del siglo XX,²¹ muestra el inicio de Tejidos Obregón y hace visible el paso de una actividad de importación de telas inglesas a través de una casa comercial, a la elaboración de las mismas mediante un proceso fabril local, es decir, en un proceso de industrialización, con los diversos capitales que la hicieron posible (agropecuarios, inmobiliarios y comerciales). Cuando analiza su desarrollo Solano demuestra cómo Tejidos Obregón fue capaz de adaptar y apropiar técnicas, modelos de producción y de contratación de mano de obra de las textileras en Inglaterra, así como las estrategias para posicionar sus productos en el mercado. Desde este punto, Solano se concentra en la disolución de la empresa, demostrando que sus causas se debieron a los problemas internos para conseguir materia prima, importar la tecnología y enfrentar las huelgas de sus trabajadores en el ambiente de crisis económica de 1920.

La última investigación de la región Caribe, es la de María Teresa Ripoll sobre la sociedad Rafael Del Castillo & Cía. entre 1861 y 1960 en Cartagena.²² Este trabajo no trata de la historia de una empresa en sí, pero analiza la conformación de redes familiares en una casa comercial revelando importantes operaciones. Primero identifica la formación de un circuito comercial amplio en el plano regional con actores, negocios y actividades distintas, demuestra la vinculación de estos circuitos locales al ámbito internacional y rastrea de manera pormenorizada dos generaciones distintas creando un mapa de las redes de parentesco e interrelaciones. En esta situación se hacen visibles las actividades económicas desarrolladas, la lógica de sus inversiones, las prácticas comerciales que los actores imprimen a sus emprendimientos y cómo la familia Castillo, logra pasar de una casa comercial a conformar toda una industria harinera. A nivel general, en investigaciones contemporáneas sobre los empresarios caribeños se encuentra el ensayo de Adolfo Meisel titulado “Bajo el signo del Cóndor: Empresa y empresarios en el Caribe colombiano (1982-2009)”, el cual contiene un minucioso balance sobre los estudios sobre empresas y empresarios en el Caribe colombiano en los últimos treinta años.²³

El desarrollo de la economía de la región de Antioquia, se caracterizó por la producción agrícola y minera, por eso encontramos estudios como el de Luis Fernando Molina sobre la Sociedad Minera El Zancudo, en el municipio de Titiribí durante el periodo 1880-1920.²⁴ El autor identifica las habilidades administrativas y tecnológicas que conllevaron al éxito de la compañía minera; en cuanto a las habilidades en la gestión administrativa de esta empresa

21 Solano, Sergio. “Familia empresarial y desarrollo industrial en el Caribe colombiano. El caso de la fábrica de Tejidos Obregón de Barranquilla, 1910-1954”, En: *Revista Historia y Cultura*, vol. 1, No. 1, 1993, Universidad de Cartagena, Cartagena. Pp. 104-125.

22 Ripoll, María Teresa. “Las redes familiares y el comercio en Cartagena: el caso de Rafael Del Castillo & Cía. (1861-1960)”, En: Dávila, Carlos (Comp.), *Empresas y empresarios en la Historia de Colombia. Siglos XIX – XX. Una colección de estudios recientes*, Tomo I, Primera Edición, Bogotá, Norma/CEPAL, 2003, pp. 549-592.

23 Ibíd.

24 Molina, Luis Fernando, “La Empresa Minera del Zancudo (1848-1920)”, En: *Empresas y empresarios...*, Op. cit., pp. 633-676.

tenemos el manejo de capitales, inversión, e innovación por parte de los empresarios que contribuyeron a situar al sector minero en un alto punto de competitividad en el mercado. Inclusive esta compañía se destacó desde la organización con características afines a las de la empresa moderna, es decir, con numerosos trabajadores supervisados por mandos medios, procesos industriales controlados donde se combinaron, tiempos, movimientos y cantidad de producido, rigurosamente medidos con métodos estadísticos. Además, el autor destaca el apartado tecnológico apropiado a los medios de producción, con una importante innovación en los métodos de extracción y de lavado del metal; el balance que Molina nos ofrece es que esta empresa minera logró dar el tránsito desde la gestión empresarial de una extracción artesanal a una industrial.

María Botero también estudia una Compañía Minera de Antioquia, con más de 10 minas en municipios como Zaragoza, Anorí y Cáceres desde su inicio en 1848 hasta 1882;²⁵ la autora analiza los rasgos particulares de esta empresa, siendo los mismos mecanismos que emplearon la Sociedad El Zancudo y la Compañía Minera de Antioquia para industrializar la minería, cuando en el país no se había iniciado este proceso. A pesar de ser una empresa de tipo familiar, la forma organizacional encontrada en este caso en tuvo un alto grado de separación entre propiedad y control; es decir, tuvo gerentes profesionales a sueldo, todo un sistema de jerarquías, sin parentesco con la familia. La compañía minera se constituyó en empresa industrial gracias a cada una de estas innovaciones, nuevos procesos adaptados durante este periodo y una jerarquización organizacional.

De igual importancia es el trabajo realizado por Jaime Salazar sobre la empresa familiar de transporte de carga Cordicargas, en la región de Antioquia entre 1907 y 1980.²⁶ El autor cuenta con tres factores para que esta agencia pasara a consolidarse como empresa: uno de ellos fue la continua innovación de los servicios que prestaba, ofreciendo distintas alternativas de transporte y precios, junto a la ampliación de rutas y servicios especializados acordes a la necesidad de cada cliente, un segundo factor fue la permanente modernización de su flota lo que le permitió garantizar mayor seguridad, eficacia y aumento de la capacidad de carga y el tercer factor fue la organización y el establecimiento de jerarquías en la dirección de la empresa, lo que conllevó a que el negocio familiar tuviera funciones definidas dentro de la estructura organizacional. De acuerdo al estudio, Salazar demuestra que el éxito de Cordicargas estuvo en atender una demanda de transporte por la naciente industria y en mantener la continua modernización y la mejora de ese servicio, junto a la administración organizada, lo que le permitió estar a la par de las cambiantes necesidades de sus clientes.

Un trabajo importante en la región centro del país, es el de Tatiana Machler sobre el negocio de La Ferrería de Pacho en el municipio de Pacho, departamento de Cundinamarca,

25 Botero, María. “La Compañía Minera de Antioquia (1875-1882): una organización empresarial”, En: *Empresas y empresarios...*, pp. 677-704.

26 Salazar, Jaime. “Una empresa familiar de transporte por carretera: Transportes Salazar– Cordicargas (1918-2000)”, En: *Empresas y empresarios...*, pp. 807-848.

entre los años de 1830 y 1880.²⁷ El trabajo realizado hace notar como se adelantó el esfuerzo por crear una industria siderúrgica, vital para la modernización. En sus inicios se identifica la diversidad del origen de capitales con los que se conformó la empresa, proveniente de las actividades de comerciantes, hacendados, abogados, prestamistas, mineros y exportadores de esmeraldas; a ellos se vincularon algunos extranjeros, en quienes recayó la importancia de liderar los procesos de coordinación productiva gracias al conocimiento técnico operacional que tenían. Machler nos aporta a través de este caso, que el fracaso de un proyecto de tal envergadura lo causó la falta de materias primas en el país (hierro y azufre), carencia de la mano de obra libre y cualificada, mayores conocimientos técnicos, infraestructura y escasez de capitales para la inversión al largo plazo, pero también la ausencia de políticas favorables al emprendimiento.

En un estudio similar, Edgar Valero investiga otro intento de instalación de una industria siderúrgica que va desde 1881 a 1893.²⁸ El autor en sus ensayos sobre la industrialización de empresas siderúrgicas, indica como estas lograron propiciar avances tecnológicos e innovaciones en cuantos a los medios de producción. Valero caracteriza las prácticas empresariales de su fundador el señor Julio Barriga a través de su trayectoria económica, demuestra que la posibilidad de que estas empresas siderúrgicas tuvieran de éxito, estaba condicionada a una activa intervención estatal y a la aplicación de políticas gubernamentales que las favoreciesen. Al final resulta que la viabilidad de estas empresas obedecían no sólo a estar condicionadas a la innovación en sus prácticas empresariales o la implementación de tecnología, pues Valero introduce un requisito más: ésta dependía de la intervención estatal directa mediante apoyos y políticas favorables para la importación de maquinaria y de materias primas en el mercado.

Existe también un estudio sobre la industria textil elaborado por Pierre Raymond, cuyo objeto es la fábrica de hilados y tejidos San José, en el municipio de Suaite, departamento de Santander, entre 1907 y 1944.²⁹ Inicialmente, se ubican las prácticas comerciales de sus fundadores, destacándose los diversos ámbitos en los que se adelantan actividades alrededor de la hacienda y la amplia importancia de las redes familiares y de parentesco. Raymond muestra el impacto agrícola que tuvo sobre la región circundante a través del cultivo de algodón y de las mejoras que se intentaron para forjar un proceso industrial en la región. Aunque adaptar los montajes fabriles no fue nada fácil, por la falta de vías y maneras óptimas para introducir en la región los medios de producción necesarios, por lo que la gran mayoría de los lizos vinieron inservibles por la falta de piñones y de peines y muchas máquinas no pudieron trabajar.

27 Machler, Tatiana. “La ferrería de Pacho una ventana de aproximación”, En: *Cuadernos de economía* Vol,6 N° 7, 1984,Universidad nacional, Bogotá .pp. 109-130.

28 Valero, Edgar. “Heroísmo empresarial y fomento estatal en la siderurgia del siglo XIX colombiano (1881-1893)”, En: Dávila, Carlos (Comp.), *Empresas y empresarios...*, pp. 595-632.

29 Raymond, Pierre. “De la utopía a la agonía: historia del fracaso de una inversión industrial pionera en Santander (1907-1980)”, En: Dávila, Carlos (Comp.), En: *Empresas y empresarios...*, pp. 771-806.

La fábrica de hilados y tejidos San José nunca pudo superar ciertas dificultades, generadas igualmente por la falta de inyección de capital, una producción imperceptible, que era no más que el resultado de la falta de materias primas y maquinarias en óptimo funcionamiento para la producción. Pierre Raymond observa claramente que en todo proyecto empresarial debe contarse con un ambiente adecuado, desde la articulación de factores que permitan el funcionamiento y crecimiento de la empresa. Una vez más el autor demuestra como las dificultades de empresarios o comerciantes para emprender procesos industriales se debió a contextos desfavorables como carencia de vías de comunicación, de mercados, de adaptabilidad de los medios de producción, entre otros.

Para la región del valle geográfico del río Cauca, revisamos las producciones historiográficas en el contexto local, donde se destaca el trabajo de Alonso Valencia sobre los políticos-empresarios del Estado Soberano del Cauca entre 1860 y 1895. Con el fin de obtener un panorama de las actividades, prácticas y dinámicas de los empresarios³⁰ de la segunda mitad del siglo XIX³¹ como la alta diversificación de las actividades de estos empresarios en los sectores mineros, agropecuarios y comerciales, se caracterizan sus actividades económicas y su estrecha vinculación familiar a nivel local con los extranjeros radicados, destacando su relación con las instituciones y filiaciones políticas. Estas condiciones son las que en última instancia permitieron a los empresarios del siglo XIX en la región del posteriormente llamado Valle del Cauca sobrevivir a un ambiente constantemente cambiante para los negocios por conflictos y especulación.

La investigación sobre Jorge Garcés Borrero realizada por María Fernanda Erazo, a través del análisis de las prácticas empresariales del empresario como tal, desarrolla una caracterización de la empresa Laboratorios J.G.B.. La investigación inicia en 1900 y llega a 1944,³² y dentro del estudio resulta muy interesante tener en cuenta dos cuestiones: que los capitales que posibilitaron la consolidación de esta empresa provinieron de la actividad inmobiliaria y que la transición de los laboratorios J.G.B. de taller artesanal a empresa industrial moderna fue el resultado de la apropiación de nuevas técnicas, de la modernización de la maquinaria, de la obtención de mano de obra calificada, innovaciones en los productos y en los procesos de producción, apertura de su gama de fabricación de medicamentos y productos en el mercado, etc.

30 Estudios sobre el empresariado caleño del siglo XIX, son pocos los trabajos que han analizado las prácticas de los empresarios y/o comerciantes del Estado Soberano del Cauca, en este orden se encuentra la tesis pregrado de Historia de la universidad del Valle de Arévalo Rodríguez Deidamia, sobre las características de los empresarios vinculados al mercado mundial, nos permite identificar las dinámicas de conformación de sociedades comerciales ligadas a la exportación e importación de productos agroexportadores y mercancías importadas para la región de valle geográfico de Rio Cauca entre 1880 y 1890. En; Arévalo, Deidamia. *Comerciantes del Valle del Cauca en el siglo XIX*. Tesis de Grado, Departamento de Historia, Universidad del Valle, 1988.

31 Valencia, Alonso. *Empresarios políticos en el Estado Soberano del Cauca, 1860-1895*. Cali, Universidad del Valle, 1993.

32 Erazo, María Fernanda. *Los caminos del ascenso empresarial en Cali 1900-1944: el caso de Jorge Garcés Borrero*, Tesis de Grado, Departamento de Historia, Universidad del Valle, 2013.

Existe una investigación de Jaime Londoño sobre la empresa Baterías Mac para el periodo comprendido entre 1960 y 2000,³³ que si bien toma una época distinta a la propuesta en este estudio, nos sirve como referente para enfocar algunos asuntos importantes de la historia de las empresas. Hablamos de como se describe el recorrido de las actividades empresariales de Ernesto Mejía, fundador de Baterías Mac, y el principio del trabajo familiar constituido por ramas en diferentes dinastías que unieron esfuerzos para el desarrollo y el éxito de la empresa familiar. En el análisis de Baterías Mac, se identifican las prácticas empresariales de los agentes económicos que hicieron parte de la compañía, sobre los conocimientos administrativos y gerenciales que aportaron a las etapas de inicio, desarrollo, consolidación y progreso de la empresa. El autor destaca las fases que trasformaron la empresa a raíz de procesos y cambios institucionales en la década de los años ochenta, lo que llevó a una tendencia en la especialización, que eliminó muchas de las líneas de negocios transversales que hicieron parte de un portafolio diversificado; sobre ello lograron reorganizarse con una nueva estrategia de focalización, que fue determinante al dejar el saber hacer tradicional y asumir la transición a una planta moderna, con fuertes componentes de innovación, cambio de producción, y contratación de mano de obra especializada.

Para el caso de los empresarios en la ciudad de Cali, tenemos dos trabajos de particular importancia: el de Jairo Henry Arroyo sobre las prácticas empresariales de figuras reconocidas en el entorno económico de la ciudad de Cali, departamento del Valle del Cauca, que demuestra la importancia de las relaciones sociales de cada uno de ellos en la conformación de sus respectivos capitales, donde los vínculos familiares, matrimoniales y de asociaciones resultan importantes entre las familias más prestantes de la ciudad.³⁴ Otra investigación es la de Luis Aurelio Ordoñez,³⁵ quien en su libro expone y sostiene la tesis de que las posesiones de extensiones de tierra no figuraron como punto de partida en la acumulación de capitales para la conformación de las empresas; el autor nos permite identificar el panorama en el desarrollo económico e industrial de Cali liderado por una minoría de grupos familiares de empresarios que logró establecer la industria en las cuatro primeras décadas del siglo XX, teniendo en cuenta la inestabilidad que presentaba Cali en esa época en lo referente a lo político, lo económico y lo social. Entre los empresarios tenidos en cuenta por el autor, figura Manuel Carvajal Valencia, de quien traza la trayectoria de su crecimiento económico en torno a su empresa familiar.

Al revisar en conjunto los anteriores trabajos, identificamos una serie de elementos que son rasgos comunes a las diferentes empresas que se extendieron a lo largo del siglo XX, tanto en el contexto local como en el nacional, las que a través de procesos industriales o generación de servicios, permitieron alumbrar rasgos generales sobre el comportamiento empresarial en Colombia, pues muchos de estos incursionaron en el sector empresarial a

33 Londoño, Jaime. *Mac: empresa y familia, medio siglo de energía*. Cali, Editorial Norma, 2007.

34 Arroyo, Jairo. *Historia de las prácticas empresariales en el Valle del Cauca. Cali 1900-1940*. Cali, Universidad del Valle, 2006.

35 Ordoñez, Luis. *Industrias y empresarios pioneros. Cali 1910-1945*. Cali, Universidad del Valle, 1998.

través de prácticas individuales que ayudaron a forjar procesos de acumulación de capital que terminaron apoyando a la naciente industria en Colombia. En algunas ocasiones el emprendimiento sobre un portafolio diversificado de inversiones en el mercado, fue una constante que ayudó a los empresarios a incursionar en diferentes sectores económicos, lo que terminó favoreciendo el sostenimiento de las actividades centrales de éstos; inclusive consiguieron adecuar y aportar directamente a un proceso de modernización para el país, desde la ejecución de sus prácticas económicas, políticas y sociales generando un flujo de capitales para contribuir al desarrollo capitalista. Finalmente, un punto clave sobre el éxito económico de empresarios y comerciantes recayó en la familia, como el eje articulador principal, de las redes que se conformaron en las diferentes regiones de Colombia, donde hubo una tendencia a la alianza económica por medio de matrimonios entre familias destacadas, por lo que consolidaron importantes capitales.

El desarrollo del presente trabajo requiere superar algunas dificultades teóricas que enfrentaba la historia empresarial para estudiar las redes familiares y sociales que tejían los empresarios, lo que además obliga a superar un obstáculo adicional: entender la figura de la familia en términos económicos, dificultad que ya ha comenzado a ser superada por varios estudios,³⁶ de los cuales nos llama la atención el trabajo de Graziella Altamirano, del que se desprenden aspectos para ser considerados de manera puntual sobre los empresarios más sobresalientes de Durango (México), entre los años de 1880 y 1920.³⁷

Primeramente, este trabajo se enmarca en una mirada general sobre la conformación de una élite económica, analiza los principales factores que contribuyeron a su éxito y su adaptabilidad en el contexto a pesar de la falta de condiciones óptimas para inversión en el mercado, por lo que pensamos, fue un gran reto para empresarios y comerciantes generar un tipo características particulares en la búsqueda de oportunidades comerciales. Todo ello favorecido por un tejido de redes o alianzas o estrategias de sostenimiento que se desplegaron en los grupos familiares, forjando una acumulación de fortunas en el entorno económico y político. Los grupos familiares actuaron como una forma de organización social sólida, que les permitió sortear todo tipo dificultades y adaptarse a los cambios, “estableciendo alianzas mediante el matrimonio, el compadrazgo y la creación de redes conformadas por un conjunto de intereses comunes”.³⁸

36 Un ejemplo de ello es Hora, Roy. “Los Anchorena: patrones de inversión, fortuna y negocios (1760-1950)”, en: *Revista América Latina en la Historia Económica (ALHE)*, Instituto de Investigaciones Dr. José María Luis Mora, vol. 19, núm. 1, 2012, pp. 37-66. Roy Hora examina las redes sociales y familiares que logró tejer la familia más importante económicamente de Argentina, los Anchorena. Hora, es capaz de observar como gracias a estas redes la familia conservaba su patrimonio, lo acrecentaba, era flexible a los cambios del contexto y lograba mantenerse en una posición de privilegio gracias a este accionar. Todo dependía del correcto manejo de las redes clientelares y familiares que servían de conducción a sus actividades económicas.

37 Altamirano, Graziella. *De las buenas familias de Durango. Parentesco, fortuna y poder (1880-1920)*. México, Instituto de Investigaciones Dr. José María Luis Mora, 2010.

38 Altamirano, Graziella. *De las buenas familias de Durango parentesco, fortuna y poder (1880-1920)*. México, Instituto Mora, 2010, p. 10.

Otra dificultad teórica a resolver en este tipo de investigación es la dicotomía entre prácticas individuales y familiares, así como la de empresario y empresa; estas dicotomías parecen superada hábilmente por Alfredo Pureco en su estudio de la firma agroindustrial perteneciente a la familia Cusi en Michoacán (México).³⁹ Esta investigación logra analizar de manera integral la empresa y a un empresario (Dante Cusi), ligándolos ambos tanto al desarrollo de la acción familiar, como a los cambios del contexto político, social y económico; como resultado se conforma un texto que maneja de forma ordenada y complementaria dos historias paralelas. Por una parte la historia del empresario en la figura de Dante Cusi y su familia caracterizados por los factores culturales, las estrategias comerciales y sociales de sus proyectos, las redes sociales que desplegó para favorecerlos y la cercanía del proyecto Cusi con las políticas agrícolas del porfiriato; por otra parte la historia de la empresa ligada a la figura de la firma agroindustrial que observa las estrategias de administración y manejo que transformaron los negocios agroindustriales de la familia Cusi. En suma, se ven las etapas de crecimiento, consolidación y decadencia de la empresa a través de distintas figuras jurídicas desde el año 1884 hasta 1938, teniendo en cuenta el estudio del empresario y su familia, junto a las prácticas y estrategias adelantadas en la empresa desenvolviéndose en una realidad histórica. La conclusión de Pureco es novedosa al identificar que la desaparición de la empresa de los Cusi no fue por mala gestión o falta de rentabilidad, ni por la revolución, sino que se debe a los cambios sociales, políticos y económicos del contexto postrevolucionario.

La presente investigación tuvo como sustento metodológico en gran parte la revisión de tres fuentes documentales: las fuentes bibliográficas consultadas en la Biblioteca Mario Carvajal, la Biblioteca Departamental y el Centro de Documentación del Departamento de Historia de la Universidad del Valle, tarea realizada con el fin de ubicar trabajos sobre empresas y contextualizar la investigación; fuentes primarias, caso del Fondo Escribanos (Notaría Primera y Segunda de Cali) ubicados en el Archivo Histórico de Cali, fuentes que permitieron identificar el camino recorrido por los miembros y negocios de la familia Carvajal Borrero a través de sucesiones, constituciones y disoluciones de sociedades comerciales, compra y venta de bienes raíces y poderes especiales suscritos entre los años de 1880 y 1939. En el mismo archivo se revisó el Fondo Misceláneo accediendo a boletines estadísticos sobre Cali en el periodo comprendido del año 1920 a 1934.

Tal revisión finalizó con la consulta de distintos periódicos editados en la ciudad: *El Ferrocarril* (1880-1895), *El Día* (1904-1916) *El Correo del Cauca* (1904-1930) y *El Relator* (1920-1930) que han sido conservados en físico y en microfilm en la Biblioteca Luis Ángel Arango de Bogotá, en la Biblioteca Departamental de Cali y en el Centro de Documentación del Banco de la República en Cali. Los datos obtenidos de estas fuentes

39 Pureco, Alfredo. *Empresarios lombardos en Michoacán. La familia Cusi entre el porfiriato y la posrevolución (1884-1938)*, México, Instituto de Investigaciones Dr. José María Luis Mora, 2010. Cabe resaltar que la investigación de Pureco permite además superar otras dificultades teóricas frente al estudio del empresario siendo lograr situarlo como sujeto histórico y entender su conducta económica. Asimismo supera dificultades teóricas frente al estudio de la empresa, como por ejemplo entender la influencia recíproca entre el mundo y la empresa.

son imágenes de los productos vendidos por Carvajal & Cía., e información de sus actividades sociales y comerciales, Este tipo de fuente fue usada también con el propósito de contextualizar el panorama económico y político de la ciudad. Ya desarrollada esta recolección de fuentes, se procedió construir una base de datos cualitativa en Word y cuantitativa en Excel.

La estructura del trabajo consta de cuatro capítulos. El primero, denominado *Manuel Carvajal Valencia, camino hacia el acenso comercial*, intenta reconstruir el inicio de las actividades comerciales desde la llegada de este payanés a la ciudad de Cali y su ascenso entre los comerciantes más importantes del Estado Soberano del Cauca, vinculado esencialmente a casas comerciales en la importación de mercancías, que posteriormente diversificaría capital por lo que incursionaría en otro tipo de negocios.

A lo largo del segundo capítulo denominado *Creación de Carvajal & Cía. consolidación de la Familia Carvajal Borrero, actividad política y comercial*, se identifican varios aspectos como los cimientos e incorporación de los capitales, que llevaron a Manuel Carvajal Valencia y sus dos hijos, Alberto y Hernando Carvajal Borrero, a incursionar en el sector industrial, logrando ser de los pioneros en la conformación de industria para la ciudad; para ello se trazó el desafío de realizar la transición de un taller artesanal a uno industrial, identificando la relación con un mercado local. Nos detenemos en analizar cómo la empresa fue dando apertura a sus negocios en el mercado alrededor en la creación de servicios y bienes (artes gráficas y la papelería); además, intentamos diferenciar las actividades económicas y políticas de los actores pertenecientes a la familia Carvajal Borrero

En el tercer capítulo denominado *Aprovechando la modernidad: diversificación e innovación en la empresa Carvajal & Cía.*, se registra la transición de la empresa Carvajal, iniciada desde la diversificación de un portafolio de inversiones de dos ramas, una desde la ampliación de mercancías y la segunda desde la inversión de capitales en diferentes actividades económicas; propiciadas por etapas del desarrollo, capital, apropiación de tecnología, ampliación de infraestructura, en un proceso acelerado de industrialización para Cali. Por otra parte, muestra las principales características que permiten identificar la apropiación de tecnológicas que lograron posicionar a la empresa en un punto alto de competitividad.

El capítulo denominado *Técnicas y tecnología en la imprenta Carvajal*, es el cuarto y en él se hace un recorrido sobre las técnicas y tecnología apropiada en los talleres de Carvajal & Cía. entre los años de 1904 y 1930, donde se determina la transición de los modos de producción por técnicas industriales, cómo fueron transformándose éstas, desde la apropiación de tecnología y maquinaria, que terminó generando nuevos modos de producción. Finalmente en el quinto capítulo denominado *Concentrando el capital, asegurando el ascenso de compra y venta de bienes raíces*, se analizan las prácticas comerciales alrededor de la transacción de compra y venta en el mercado inmobiliario entre 1880 y 1930.

CAPÍTULO 1.

MANUEL CARVAJAL VALENCIA, ASCENSO COMERCIAL (1880-1900)

Hacer referencia a la importancia de la Familia Carvajal Borrero por su renombre en el contexto local, es hacer alusión a la empresa Carvajal & Cía.. Sin embargo, el recorrido económico de la familia es más enriquecedor. Por consiguiente antes de entrar hablar sobre el principal negocio familiar, es necesario comprender el recorrido comercial de Manuel Carvajal Valencia como el empresario que logró la suficiente acumulación de capital como para incursionar en el sector industria, lo que no fue más que el resultado de sus prácticas económicas entre 1880 y 1912 en torno a las dinámicas comerciales del valle geográfico del río Cauca. Dichas prácticas le garantizaron el camino al éxito financiero, desde su capacidad para negociar y emprender, o su constancia en la búsqueda de oportunidades, algunas de las características que lo destacaron de los demás comerciantes de la región.

En cuanto a la producción historiográfica, algunos de los trabajos que han analizado la trayectoria comercial de Manuel Carvajal, sólo se han detenido a estudiar el negocio principal Carvajal & Compañía pero no se han acercado en sus obras a detallar el inicio de las actividades comerciales de este empresario; no obstante, profundizar en diferentes aspectos como sus actividades económicas, la creación de redes de comercio y su habilidad para aprovechar las oportunidades en el mercado, es uno de los principales objetivos de este trabajo: “Como un hombre que comprendió la transición entre las prácticas empresariales de finales del siglo XIX y principios del XX”. Debemos decir que la trayectoria económica de Manuel Carvajal podría clasificarse en dos: comerciante e industrial; a lo largo de su vida se mantuvo en el comercio donde participo en casas comerciales y luego en el sector industrial donde también se destacó. Manuel Carvajal también participo en el campo de la política, habiendo estado al frente de importantes asuntos jurídicos y legales, como miembro del comité Republicano del partido conservador de Cali, junto a empresarios y comerciantes de la ciudad como Ignacio Palau e Ignacio A. Ulpiano González. Defendió los intereses y el progreso de la ciudad, como la búsqueda de la autonomía administrativa frente a Popayán, inclusive la defensa de la Arquidiócesis de Cali.

Así, Manuel fue un hombre recordado por desenvolverse en cargos públicos, ocupó puestos importantes como el cargo de conjuer del Tribunal de Occidente, al que renunció para presidir en el año 1887 la Municipalidad de la Provincia de Cali, fue consejero municipal del distrito de Cali y presidente del Cabildo Municipal desde 1889 hasta 1892. En el año 1895 fue nombrado secretario de Hacienda del Cauca y luego administró el Ferrocarril del Pacífico entre el año 1897 y 1899;⁴⁰ además de destacarse a nivel regional, como diputado por el Cauca en la Asamblea Nacional durante el periodo 1905-1906,⁴¹ fue rector del

40 Biblioteca virtual, “Manuel Carvajal”, [Internet], Biblioteca Luís Ángel Arango, Bogotá, S.A, [citado 19 de mayo del 2014] disponible en: www.banrepcultural.org.

41 El Día, Febrero 26 1905, p. 16.

colegio Santa Librada y por último asumió la dirección general de Instrucción Pública del Departamento del Valle del Cauca, cargos que ocupó entre los años 1906-1911.

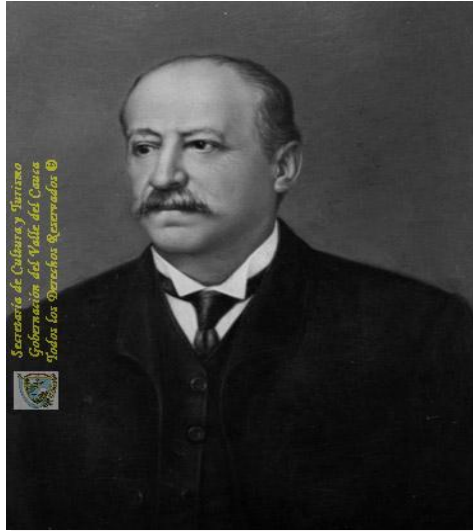
La construcción del camino del éxito en sus negocios comerciales, fue forjado gracias a la acumulación de un capital junto a su esposa Micaela Borrero en las últimas décadas del siglo XIX. La importancia del recorrido en los negocios y el desenvolvimiento en las dinámicas económicas que iniciaron en la década del ochenta del siglo XIX, repercutió en el año 1904 con la entrada de capital, al emprender un taller industrial en el sector de las artes gráficas, que fue administrado por los hijos junto a su padre; en una acertada decisión de dejar las riendas de los negocios en manos de sus hijos, quienes lograron con preparación, tenacidad, habilidad y una excelente administración, conducir correctamente la empresa, para enfrentarse al mercado, sobresalir y posicionar la empresa familiar.

El principio que logró convertir una pequeña imprenta en una multinacional de las artes gráficas, fue el de la gestión que ha destacado a la familia en los cien años de historia de la empresa Carvajal, con diferentes miembros de la familia en la gerencia han llevado a la empresa por las vías del éxito, desde la administración, gestión, innovación (con la introducción de tecnología), calidad y nuevos métodos de producción, resultado de una gerencia familiar comprometida conjuntamente con estrategias y desarrollo tecnológico.⁴² Carvajal & Cía. cuenta con presencia en 15 países latinoamericanos, a través de 7 negocios: Carvajal Educación, Carvajal Empaques, Carvajal Espacios, Carvajal Información, Carvajal Pulpa y Papel, Carvajal Soluciones de Comunicación y Carvajal Tecnología y Servicios; posee marcas reconocidas como Norma, JeanBook, Publicar, Wau, Reprograf, EarthPact, Mepal, Tukasa, Almatec, CEN, entre otras; que llegan a millones de personas en el mundo.⁴³

42 Carvajal S.A. “Carvajal. Un siglo de desarrollo”, En: *Revista Dinero*, [Internet], (S.F), [citado el 19 de mayo del 2013] disponible en: www.dinero.com

43 Carvajal S.A. “Carvajal en el top ten de macro empresas”, [Internet], 2011, [citado el 19 de mayo del 2014] disponible en: www.carvajal.com.

Imagen N°. 23. Don Manuel Carvajal Valencia



Fuente: Biblioteca Departamental Jorge Garcés Borrero y archivo histórico de Carvajal. Manuel Carvajal Valencia, fundador de la exitosa Empresa Carvajal S.A Santiago de Cali: Biblioteca Departamental Jorge Garcés Borrero, 1920. Sin información

1.1. Los inicios de Manuel Carvajal Valencia

Manuel Carvajal Valencia⁴⁴ nació en Popayán en 1851, proveniente de una de las familias poderosas del centro del Estado Soberano del Cauca, hijo de Ana María Valencia y Manuel Antonio Carvajal, los cuales descendían de personalidades importantes a nivel local. Su madre, Doña María Valencia era nieta del Dr. José Cornelio Valencia, el sobrino de Don Pedro Agustín Valencia e hijo de Doña María Josefa Rebolledo, cuyos abuelos figuran en el árbol genealógico del libertador Simón Bolívar. Su abuelo paterno fue del Dr. Antonio Carvajal Tenorio, hijo del alférez real de Popayán Don José Tenorio Torijano y Doña Gertrudis Tenorio Fajardo, por esta línea tenía vínculos de sangre con los próceres Camilo Torres y Francisco José de Caldas; además sus antecedentes remotos iban hasta Don Javier Carvajal, rico minero radicado en el Chocó. Éste casó último con Doña Barbara Ibarra Torijano, con ascendencia de Sebastián de Belalcázar, de donde proviene Don Francisco Javier Carvajal Ibarra Torijano.⁴⁵

A la edad de 24 años Manuel Carvajal salió de su ciudad natal huyendo a los conflictos de la época entre los partidos conservador y liberal que terminó con la derrota de los

44 Hijo de Manuel Antonio Carvajal y Ana María, nació en Popayán, el 29 de enero de 1851. Estudio contabilidad, inglés, retorica, poética, oratorio y geográfica en el seminario conciliar de su ciudad natal y luego en el colegio Mayor. Véase: Castrillón, Diego. *Manuel Carvajal Sinisterra y el desarrollo*, Bogotá. Antares, 1998.

45 Castrillón, Diego. *Manuel Carvajal Sinisterra y el desarrollo*, Bogotá. Antares, 1998, p. 6.

conservadores en la guerra de 1876;⁴⁶ muchos conservadores salieron en búsqueda de refugio hacia otros territorios, entre ellos varios comerciantes, como es el caso de Ulpiano Lloreda, quien optó por cursar sus estudios en el exterior, como consecuencia de la profunda inestabilidad política interna, o Manuel Carvajal Valencia el cual tomó la decisión de buscar nuevas oportunidades por fuera de su ciudad natal.

Carvajal Valencia tuvo la oportunidad de vincularse a la economía agroexportadora como agente comprador de una sociedad dedicada a la exportación de quina, producto que se había fortalecido desde las políticas liberales de mitad del siglo XIX y que en términos económicos fue de gran importancia para el país, y para el Estado Soberano del Cauca. Manuel continuó en el negocio de exportación de la quina, al que se hallaba vinculado desde 1872, como agente comercial de la empresa compradora “Elías Reyes y Hermanos,”⁴⁷ sociedad que operó al margen del río Putumayo y por el Amazonas. Hay que mencionar que no se tienen muchos datos y que se carece de fuentes documentales para hacer un análisis serio sobre la vinculación de Manuel Carvajal al mercado mundial en el marco del modelo agroexportador.

Las exportaciones que se habían sostenido desde la década del 1860, decayeron por la inestabilidad política con la guerra de 1875, afectando el buen momento que había tenido la económica regional, así se vieron afectados productos agropecuarios como la quina, con una notoria baja desde 1872, pasando de 588.1 toneladas exportadas por el puerto de Buenaventura, con una disminución de alrededor del 60%. En 1875 las exportaciones registraron tan sólo 253.6⁴⁸ toneladas, lo que ocasionó que Manuel Carvajal Valencia dejara el negocio de la quina en el Caquetá;⁴⁹ posteriormente buscaría oportunidades en el valle geográfico del río Cauca desde 1877, “donde reactivo de forma independiente el negocio de

46 Atribuir la salida de Manuel Carvajal de Popayán frente a este suceso carece de fuentes documentales por lo que hemos relacionado el contexto con las fechas de los sucesos explicados en Popayán, Manuel siendo un joven tuvo que salir huyendo de su ciudad natal, esto se debía a la difícil situación que presentó el país durante todo el siglo XIX en Colombia, por la lucha bipartidista por el modelo de nación que debería tener el país lo cual llevó a una fragmentación de poder entre liberales y conservadores e innumerables guerras civiles como constituciones. Es así como a raíz de la revolución de 1876, la cual surgió como una respuesta de la iglesia y de los conservadores por la lucha y la defensa de la educación católica, la cual que las políticas federalistas con su modelo político moderno, intentaba romper de la herencia colonial, y volverla una educación laica, políticas las cuales venían desde la constitución de 1863, así los conservadores se fue a la guerra civil por la educación, saliendo triunfante los liberales, hasta la regeneración con Rafael Núñez.

47 Ibíd.

48 Ocampo, José Antonio. *Colombia y la Economía mundial 1830-1910*. Bogotá, Siglo XXI Editores, 1984, p. 292.

49 Es de anotar que no sabemos con exactitud si esta fue la razón que permitió que Manuel Carvajal Valencia dejara el negocio de la quina, no se tiene muchos datos para decir porque término con su vinculación.

la quina y caucho en conexión con negociantes de Popayán para despachar el producto a Panamá por la ruta de Buenaventura”.⁵⁰

Comprendiendo el momento económico que vivía Cali, Manuel Carvajal estableció empresas, invirtió en negocios a corto, mediano y largo plazo, que fueron lucrativos para su familia, incursionó el sector minero y agrícola y en la compra de bienes raíces. Estas fueron prácticas comunes a los comerciantes de finales del siglo XIX, que consiguieron desenvolverse a través de casas comerciales e incursionaron como gestores para el desarrollo de la región, muchos de ellos invirtieron en caminos, ferrocarriles, incluso en la explotación de recursos naturales y agrícolas relacionados con la minería, la caña de azúcar, el tabaco, el café y otros productos del sector primario.

Las fuentes documentales hasta ahora no permiten precisar el origen de la actividad comercial de Manuel Carvajal en Cali; sin embargo Diego Castrillón afirma: “que sin otro patrimonio distinto a una mula que le proporcionó su tío Marcos Valencia, un par de alforjas con los enseres indispensables para el viaje y una carta dirigida al Dr. Miguel Borrero Piedrahita”,⁵¹ Carvajal tuvo los recursos necesarios para surgir a nivel comercial, y lograr un lugar entre los comerciantes de la época. Entre los bienes del joven Manuel se destaca la carta entregada a Miguel Borrero Piedrahita, que lo relacionaba directamente con una importante red de comerciantes, con cierto capital social capaz de vincularlo rápidamente a las redes comerciales a nivel local y acercarlo directamente a las familias más destacadas de la época. Sin embargo, debemos reconocer que es difícil creer lo argumentado por Castrillón, contrario a esto se podría insinuar que Manuel no llegó con tan pocos recursos, lo que permitiría presumir que el joven Carvajal arribó a Cali con algún capital de los negocios de quina en que estuvo vinculado por más de tres años, o algún activo de herencia familiar importante; por lo que es incierto sostener lo dicho por Castrillón, pues resulta imposible confirmarlo; y es que para casarse con la hija del doctor Borrero Piedrahita, Carvajal debió haber sido alguien importante en cuanto a sus rentas.

Para fines del siglo XIX, una vez establecido en Cali, los rastros de Manuel Carvajal están mejor documentados, por lo que se puede hacer un seguimiento más preciso de sus negocios comerciales desde el inicio de su carrera, básicamente en dos actividades: por una parte la reactivación de las exportaciones de quina y de caucho en Cali y por otro lado, la conformación de una sociedad dedicada a la importación de mercancías, que fueron comercializadas a nivel regional, lo que llevó a garantizar el rápido ascenso de Manuel entre los comerciantes de la ciudad, sin lugar a dudas la principal estrategia hacia la acumulación de capital.

En su árbol genealógico Manuel Carvajal tenía destacados personajes en campos como el de la política, la economía y la literatura; pero el vínculo que aseguró en gran parte la red

50 Burbano, Luis Aurelio. *Industrias y empresarios pioneros Cali 1910-1945*. Cali, Universidad del Valle, 1999, p. 16.

51 Castrillón, Diego. *Manuel Carvajal Sinisterra..., Op. cit.*, p. 5.

familiar objeto de este estudio y que la consolidó por casi seis décadas, fue el matrimonio con Micaela Borrero en 1881. Esta alianza le permitió a Manuel hacer parte de las redes comerciales en las cuales se extendía la influencia de la familia Borrero. Micaela Borrero era hija del Dr. Miguel Borrero Piedrahita, reconocido comerciante y miembro de una de las familias más importantes a nivel local, relacionado con los circuitos comerciales de Cali, donde se destacó como miembro del directorio de la fundación del Banco del Cauca y fue presidente de la junta directiva de la empresa de navegación a vapor por el río Cauca,⁵² además de adjudicar a nombre de su familia gran capital.

El matrimonio entre Manuel y Micaela conformó una enlace familiar importante: Carvajal & Borrero, que tuvo 6 hijos; Alberto, Manuel Antonio, Mario, Hernando, Ana, y Josefina Carvajal Borrero,⁵³ los cuales serán objeto de esta investigación, desde el análisis de su trayectoria económica individual, lo que permitió analizar su contribución al capital familiar y su intervención en la empresa, o la importancia de doña Micaela Borrero de Carvajal, quien tuvo una alta participación en las diferentes actividades económicas de la familia que aportaron al capital familiar, desde la tenencia de la tierras adjudicada a su nombre por herencia (según las fuentes proporcionadas por el AHMC).

1.2 .Sociedad Comercial Argáez & Carvajal

Luego de la creación del departamento del Estado Soberano del Cauca en mitad del siglo XIX, y con la victoria liberal se pusieron en marcha las reformas liberales, políticas económicas que llevaron a un importante auge de las exportaciones basado en un modelo mercantilista. En el valle geográfico del río Cauca la economía siguió en manos del sector compuesto por comerciantes locales, nacionales y extranjeros llegados a la ciudad, así Cali en la década de 1880 centró su economía como centro comercial de la región, por su cercanía al puerto de Buenaventura,⁵⁴ además de aprovechar el buen momento que pasaba la económica caucana, lo que permitió que comerciantes que tenían conexión con casas de comercio en el exterior y conocían como funcionaba el sistema financiero, organizaran las dinámicas de importación y exportación con una mentalidad emprendedora que aportó desarrollo comercial y económico para la región.

Desde la década del sesenta del siglo XIX, las condiciones económicas e institucionales se desplegaron para dar un crecimiento económico en el país, aunque en estos años hubo una relativa escasez de la conformación de sociedades comerciales, que se hizo notorio como resultado de las guerras de independencia y civiles; en la década del 1880 (años de relativa paz), se presentó el mayor auge económico, que tuvo como resultado la incorporación de

52 Ibid., p. 5.

53 Archivo Histórico Municipal de Cali (en adelante AHMC), Escribanos-notarial, Notaría Segunda, No. 136 de 1913.

54 Valencia Llano, Alonso. Empresarios y políticos en el Estado Soberano del Cauca. Cali, Editorial Facultad de Humanidades, Universidad del Valle, 1993.

diferentes comerciantes y sociedades en la compra y venta de mercancías, aprovechadas por la articulación de dos dinámicas: un sinnúmero de proveedores internacionales que mantuvieron el máximo de abastecimiento de mercancías al mercado y el crecimiento en la demanda interna de productos, al igual que sociedades dedicadas a la exportación.⁵⁵ Dinámica que fue aprovechada por un gremio de comerciantes y empresarios en el mercado local, donde se destacaron Teodoro Materón, Juan de Dios Restrepo, Manuel Dolores Camacho y James Eder, quienes no sólo se lucraron a nivel personal sino que construyeron todo un programa político que prometía dotar al Cauca de una infraestructura económica sólida para facilitar el desarrollo del comercio, estimulando la producción en medio de un clima de paz.⁵⁶

De esta manera, algunos de los grandes comerciantes de la mitad del siglo XIX hicieron sus fortunas con la importación de productos de Europa, lo cual no sólo fue una estrategia utilizada para la acumulación de capital, generando un mercado de bienes basado en la comercialización de artículos de toda clase, que luego eran transferidos por comerciantes a nivel local. En estas condiciones, surgió Argáez & Carvajal con un objetivo principal centrado principalmente en la comercialización de productos a nivel regional, obtenidas desde el mercado mundial, luego de que eran descargadas en el Puerto de Buenaventura para desde ahí ser transportadas al mercado local a través de mulas o cargueros humanos, método que se usó hasta bien entrado el siglo XX.⁵⁷

Bajo la razón social de *Argáez & Carvajal*, el 2 de noviembre de 1880, se insertaron en esta dinámica Manuel Carvajal Valencia, en asocio con Rafael Argáez mediante la constitución de una sociedad comercial, que tendría entre sus objetivos principales la importación de mercancías inglesas, francesas, suecas y alemanas, para ser comercializadas en el mercado local. Antes de ser socio de Manuel Carvajal en Cali, Rafael Argáez⁵⁸ había pertenecido a una casa comercial en Popayán donde logró desenvolverse en este tipo de actividades

55 Valencia Llano, Alonso. *Empresarios y políticos...*, Op. cit.

56 Valencia, Llano, “Guerras y expropiaciones de la época federal caucana” *Revista de Historia Regional y Local*, Vol. 2, núm. 3 (2010) [Internet], 2010, [citado el 19 de mayo del 2014], disponible en: http://www.revistas.unal.edu.co/index.php/historelo/rt/printerFriendly/10220/html_25

57 Valencia Llano, Alonso. *Empresarios y políticos...*, Op. cit.,.

58 Entre las sociedades comerciales formadas por parte del señor Rafael Argáez se hallaba vinculado a la casa comercial Martínez & Argáez, dedicada al comercio de mercancías en Popayán, la cual se liquidó el 14 de mayo de 1879 fecha de su liquidación y de la cual genero un poder especial a Manuel Carvajal V. para que cobrara una suma de dinero que se le quedó a deber por la cancelación de dicha sociedad como se argumenta en la siguiente escritura “Rafael Argáez, vecino de este distrito mayor de edad a quien conozco y dijo: que con poder amplió al señor Manuel Carvajal vecino este distrito mayor de edad para que sobre representarnos en propia personas y quedando en todo caso instrucciones proceda a cobrar extrajudicial o judicialmente al señor Ignacio vecino de Popayán la suma de nueve mil ciento cuarenta y siete pesos con veinte centavos (9147.20) pesos veinte centavos”. Véase en: AHMC, Escribanos-Notariales, Notaria Primera, escritura No. 8 de 1882.

económicas; una vez liquidada la sociedad Martínez & Argáez, recibió su aporte de capital y beneficios generados durante su actividad, en adelante se propuso buscar nuevas oportunidades comerciales. Según la escritura 224 de 1880⁵⁹ de la notaria primera de Cali, ambos hicieron la formalización de la sociedad Argáez & Carvajal, de la cual quedaron como únicos capitalistas el señor Rafael Argáez y Don Manuel Carvajal, quien además fue designado como gerente, puesto que ocupó hasta la liquidación de la empresa.

Ciertamente la casa comercial Argáez & Carvajal, tuvo la suerte de no sólo insertarse en el sector más dinámico de la economía del Estado Soberano del Cauca, sino también hacerlo en un momento que era coyuntural; realizar esta inclusión en el mercado mundial en cuanto a la importación de mercancías resultó fundamental para el desarrollar los objetivos principales de esta sociedad. Además de estas actividades, logró ampliar sus redes comerciales al ámbito regional y nacional, actividad que llevó a la acumulación de capital diversificado al invertir en nuevos sectores económicos; así mismo, se involucró en inversiones de activos más seguros, como lo representaban en ese momento la compra y venta de bienes raíces, de las prácticas más frecuentes que utilizaron los comerciantes para el fortalecimiento del capital.

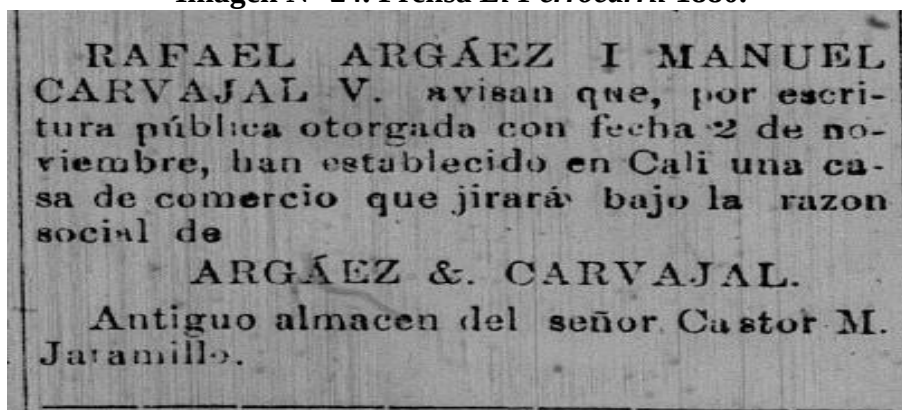
La sociedad comercial Argáez & Carvajal desde su conformación, se ubicó en el antiguo almacén del señor Castor M. Jaramillo, número 55,⁶⁰ a partir del 12 de noviembre de 1880 apareció en el periódico *El Ferrocarril* la publicidad de la conformación de la casa comercial, y unos meses más tarde se publicó también en el mismo periódico, el anuncio de las primeras mercancías que importó “*Para el tocador colonia i Florida Water de la afamada perfumería inglesa de J. & E. Atkison en variedad en el envase*”.⁶¹

59 Se hace referencia a esta escritura bajo la escritura 173 de 1884 AHMC, porque no aparece ni tomo ni el año la notaria primera por estar perdido, lo cual no permite verificar con que capital se creó la casa comercial, además de hacernos una idea de cuál fue el capital que aportó Manuel Carvajal V.

60 El Ferrocarril, (en adelante FC), 29 de abril de 1881, p. 606.

61 Ibíd., p. 606.

Imagen N° 24. Prensa *El Ferrocarril* 1880.



Fuente: FC, 12 de Noviembre de 1880.

Como aparece en el anterior anuncio del periódico local *El Ferrocarril*, en un primer momento Argáez y Carvajal se dedicó a la comercialización de mercancías exclusivas, como la perfumería inglesa, pero dos años después, el 27 de octubre de 1882, introdujo una variedad de mercancías y en su oferta a nivel local, lo que permitió abarcar la demanda de otros sectores de la población, como se expresa en la siguiente tabla:

Tabla N°. 1. Productos Importados por la Casa Comercial Argáez & Carvajal 1882

“Al almacén de Argáez y Carvajal acaban de llegar”	
Variedad de objetos electro plata: para te, alcuzas, jarras y botellas grabadas, fruterías. Canastillas.	Decoraciones por mad de flavigni
Florida wáter y agua de colonia, de la afamada perfumería de j & E Atkmson	Cuadernos en blanco para las escuelas
Vidrios planos de 70x60 y 60x50	Lectura para niños
Papel y cubierto para oficios	Cartillas para aprender a leer por el ingenioso sistema de don José María Vallejo
Papel para esquelas	Catecismo de doctrina cristiana, con la aprobación de ilustrísimo señor Arzobispo Mosquera
En el mismo almacén se encuentra siempre un surtido completo de mercancías inglesas y francesas	

Fuente: Elaboración propia a partir del periódico *El Ferrocarril* del 27 de octubre de 1882, p. 892.

En la Tabla N° 1 se identifican la variedad de artículos que entraron al almacén para consolidar la oferta, aunque claramente las mercancías estaban dirigidos para una población muy selecta, caso de las botellas grabadas, vinos, todo tipo de perfumería, papelería, y artículos de decoración. Como los artículos ofrecidos eran tan limitados, se comenzó a introducir diferentes productos para innovar, que permitieran atender a sectores más amplios de la población; llegando por un lado a las personas con manuales para aprender a leer y cuadernos para estudiar, incluso hasta doctrinas cristianas y lecturas para niños, bienes que se acercaban a un mercado literario y también por otra parte a las personas analfabetas, gran parte de la población caleña.

La casa comercial no se limitó al mercado local y partir de 1882, extendió sus redes buscando capturar nuevos mercados en otras ciudades; la historiografía regional ha mostrado las limitantes que representaban los obstáculos geográficos para el florecimiento de la economía en especial del Estado Soberano del Cauca; desde el punto de vista geográfico, este fue uno de los principales problemas a la hora de tratar de consolidar y unificar los mercados al sur de Cali. Autores como Alonso Valencia anotan que “desde el punto de vista económico este era sin duda el principal problema: el Cauca se encontraba aislado, los pocos caminos existentes eran transitados con extremas dificultades, por recuas de mulas pero principalmente por cargueros humanos quienes eran encargados de dinamizar una economía que se negaba a estancarse”.⁶²

Los principales aportes del gobierno federalista fueron gestándose en la inversión de algunos proyectos que ayudaron al mejoramiento de la situación: entre los proyectos de infraestructura y de mejoramiento de las vías de comunicación a nivel regional, se destaca la construcción de vías que comunicaban con los puertos de Buenaventura y Tumaco, construcción que estaba a cargo del gobierno de la Unión,⁶³ o un camino Cali-Palmira, trabajos iniciados a fines de 1864. En 1883, se fundó la compañía de navegación a vapor por el río Cauca, donde se destacaron empresarios como Simmonds y Santiago Eder, lo que permitió solucionar el aislamiento y conectar el comercio de Cali, por la banda oriental del Cauca por lo “quedarían unidas Santander, Pradera, Buga, Tuluá y Cartago y por la occidental, Calima, Vije, Yotoco, Roldanillo, hato de Lemos, Toro y Riosucio”,⁶⁴ por último pero con más complicaciones tenemos el proyecto del ferrocarril del Pacífico que llegó en 1915 a la estación de Puerto Isaacs en Yumbo.

Los comerciantes tuvieron que sortear las dificultades del aislamiento geográfico del Estado Soberano del Cauca, aunque para ello utilizaron diferentes estrategias como los poderes especiales con lo que lograron afrontar la especulación con cierto grado de éxito; sobre todo porque el mejoramiento la infraestructura no iba a solucionarse definitivamente en un 100 % hasta entrado el siglo XX. La estrategia utilizada por los socios de la casa comercial Argáez y Carvajal, a través de poderes especiales otorgados por la sociedad a nivel regional a vecinos, resultó en un plan para abrir redes comerciales, a pesar de las difíciles condiciones geográficas, para obtener nuevos contactos, para penetrar mercados regionales aun sin explorar.

62 Valencia Llano, Alonso. *Empresarios y políticos...*, Op. cit., p. 94.

63 *Ibíd.*, p.115.

64 *Ibíd.*, p.133.

Tabla N°. 2. Poderes otorgados por la Casa Comercial Argáez & Carvajal entre 1880 hasta 1891

Fecha de la escritura	Nombre del otorgado	Objeto
15 de mayo de 1882	Leopoldo Arias Varga	Bogotá para que a sobre y representación de sus propios personas decisiones y derechos y guardando en todo caso sus instrucciones celebre de palabra o por escrito toda clase de contratos transacciones y arreglos de cualquiera naturaleza para que otorgue y acepte escrituras para cobre y perciba todas cuantas cantidades de dinero o cualquiera otra cosa que se le adeuden a los apoderantes.
16 de agosto 1883	José María Robledo	Poder amplió y general en la ciudad de <u>Pasto</u> , para que a nombre de dicha casa, acciones y derechos, cualquier libre de palabra o escrito por el o por interpuesta personalmente toda clase de contrato, transacciones 135
21 de febrero 1886	Rafael Argáez	<u>Bogotá</u> , distrito federal como gerente de la casa comercial denominada Argáez y Carvajal para que use de la firma de la razón social en todos los negocios en que intervenga en esta y en el lugar 43
10 de diciembre de 1891	Robledo	<u>Popayán</u> , para que cobre las cantidades a dichos señores atendían a los otorgantes, procedentes de los valores de mercancías que es a dicho crédito.

Elaboración propia a partir de AHMC, Escribanos notarial, Notaría Primera, No. 151 de 1882, No. 135 de 1883, No. 506 de 1891; Notaría Segunda, No. 11 de 1886.

Desde el análisis de los documentos notariales la tabla N° 2 identifica la estrategia que los socios utilizaron en la búsqueda de nuevos nichos de mercados, al preocuparse por la ampliación de sus negocios comerciales, con el objetivo de ensanchar sus redes y actividades económicas; lo que resultó en oportunidades en Pasto, Bogotá y Popayán. En estas circunstancias, se comprende la lógica de otorgar a personas poderes especiales, para que representaran a la casa comercial, para que dispusieran de acciones y derechos de cualquier índole económica; el poder generado por los socios anota las siguientes especificaciones: “a la persona otorgada le quedaría libre de palabra o escrito para que la persona celebra toda clase de contrato y transacción de cualquier naturaleza para otorgar también y aceptar escrituras de cobro, que se le atribuyan a la casa comercial Argáez y Carvajal”.⁶⁵

La incursión en un modelo mercantilista, propiciado por las reformas liberales de medio siglo, se consolidó con la constitución política de Rionegro en 1863, trayendo cambios políticos, sociales y la transformación de las políticas económicas, en particular la dinámica de comercio y la articulación de un modelo exportador que se habían mantenido sin variación desde la época colonial. Colombia en el siglo XIX vivió diferentes fases de consolidación en el mercado mundial, una de ellas con mayor proyección e importancia fue

⁶⁵ AHMC, Escribanos-notarial, Notaría Primera, No. 151, 15 de mayo de 1882.

la segunda expansión entre 1850 y 1882, en que las exportaciones reales per cápita aumentaron en un 120%,⁶⁶ en comparación con las exportaciones de la época colonial; esto fue resultado de las políticas liberales que proporcionaron un libre comercio, fortalecieron las exportaciones y el florecimiento de una burguesía agroexportadora, que tuvo como resultado una proliferación de sociedades comerciales.

Como lo ratifica Edgar Vázquez: “ya alrededor de medio siglo, y con posteridad a las reformas liberales se fue conformando una elite agro-comercial que combinaba las actividades ganaderas y agrícolas con el comercio interior y las exportaciones de productos primarios a través de la constitución de casas comerciales”,⁶⁷ ciertamente la mayoría de sociedades comerciales fueron conformadas por comerciantes nacionales y extranjeros con la mentalidad de las reformas liberales de mitad del siglo XIX y estuvieron vinculadas directamente con el mercado mundial en la importación-exportación de mercancías y productos agrícolas, caso de las importaciones de productos destinados al consumo popular y unos pocos miembros de la élite local. El ingreso de mercancías por el puerto de Buenaventura produjo un importante mercado de bienes que ocasionó que la ciudad comenzara a percibirse como principal centro del comercio de la región no sólo para los comerciantes locales, sino con la afluencia de comerciantes de otras regiones, especialmente de Popayán, Medellín y Cundinamarca.⁶⁸

En cuanto a las exportaciones, fueron inicialmente de productos como oro plata, tabaco, u otros insumo agrícolas que tuvieron mayor salida en el mercado, aunque en la década comprendida entre 1878 y 1899 hubo un giro de los intereses comerciales. Después de las reformas liberales y la transición de las políticas de la regeneración, estas sociedades comerciales se interesaron principalmente en la compra de bienes raíces,⁶⁹ compra y venta de productos extranjeros y nacionales. Todo esto era facilitado por las condiciones que representaba la cercanía entre Cali y el Puerto de Buenaventura, el cual a pesar de su difícil acceso por algunos caminos existentes que se transitaban con extrema dificultad, no fue un problema para que se constituyera nuevas sociedades comerciales como se demuestra en el siguiente cuadro:

66 Ibid., p.49.

67 Vázquez, Édgar. *Historia de Cali en el siglo XX, sociedad, economía, cultura y espacio*. Cali, Universidad del Valle, 2001, p. 28.

68 Ibid., p. 24.

69 Ibid., p. 27.

Tabla N° 3. Sociedades Comerciales en Cali 1873-1899

Sociedades Comerciales en Cali siglo XIX		
Años	Sociedades Nacionales	Sociedades Extranjeras
1873-1882	13	14
1883-1887	5	8
1888-1892	39	4
1893-1899	9	11
Total	66	37

Fuente: Elaboración propia a partir de anexos de cuadros de: Arévalo, Deidamia, Comerciantes del Valle del Cauca..., Op. cit.

El resultado de las políticas económicas liberales que facilitaron la conformación de sociedades comerciales y el impacto de los relativos periodos de paz generada por las políticas de la Regeneración, se pueden observar en la tabla N° 3, donde desde 1878 hasta 1892, se identifican un total de 103 sociedades entre casas nacionales y extranjeras, vinculadas principalmente a las actividades mercantiles de la Cali. En la década de los noventa se tuvo un mayor auge de sociedades conformadas, con un total de 39 que correspondió al 43,56% de las sociedades nacionales, en comparación a la década de 1880 que según los registros tuvo menos sociedades comerciales, con un 3,3 % del total.

El buen momento de la década del noventa, se ve reflejado con la creación del 50 % de todas las sociedades que se establecieron desde mediados del siglo XIX, como consecuencia de la relativa estabilidad del clima político y la confianza de los comerciantes del Estado Soberano del Cauca, dejando atrás la especulación que se había dado como resultado de la caída de las exportaciones desde 1875, que había terminado con ciclo de prosperidad y recuperación económica que se presentó en la región desde la Constitución de 1863. El deterioro del clima político y la caída de sector exportador que entró de nuevo en crisis el año de 1875, afectó principalmente a la quina, el tabaco, el añil. “Para el año de 1874-1875 el comercio decreció en un 30% por lo menos, el año de 1875-1876 hubo una pequeña mejoría, para el año de 1876-77 fue un año de revolución y violencia y por consiguiente el comercio desapareció casi totalmente”,⁷⁰ la reparación y un poco de tranquilidad en 1880⁷¹ condescendió en las dinámicas presentadas anteriormente, y una un

70 Valencia Llano, Alonso. *Empresarios y políticos...*, Op. cit., p. 176.

71 A lo cual también se adicionaba una crisis fiscal que pasaba el país, Para suplir y en caminar políticas para superarla crisis fiscal, fue durante el primer gobierno de Rafael Núñez (1880-1882) se tomaron algunas medidas, “se dio un primer paso hacia el proteccionismo estableciendo un recargo para ciertos artículos cuya producción interna se quería fomentar(..), se fomentaron algunas obras públicas y se creó el banco nacional” la ley que creó el banco ley 839 también le dio la liberta ahora la emisión de dinero el cual estaba a cargo de este mismo. Véase en: Valencia Llano, Alonso. *Empresarios y políticos...*, Op. cit., p.

aumento de las exportaciones e importaciones desde el puerto de Buenaventura como argumenta Alonso Valencia: “el repunte económico se dio claramente en las exportaciones que se hicieron en 1882 por aduana de Buenaventura que se alcanzaron ese año el peso de 703.342 libras con un valor de \$ 449.038.80 de las cuales 31°.494 % correspondían a productos de extracción con valor de 126. 780.80 (28,23%), es decir, el 71. 76 del valor total exportado provenía de las industrias agropecuarias”.⁷²

A pesar de las políticas de intervención estatal para superar la crisis ésta se agudizó causando un impacto negativo tanto en las importaciones como en las exportaciones, reduciendo notablemente los impuestos de aduanas y por supuesto los ingresos estatales del régimen de la Regeneración. Uno de las respuestas del gobierno⁷³ para afrontar la profunda crisis fue la creación de un sistema monetario que permitió dar la confianza de endeudamiento al país. No obstante estas dinámicas de los préstamos bancarios que fueron necesarios para poder canalizar capitales para ser invertidos en negocios posteriores, la casa comercial Argáez & Carvajal, en 1886 el gerente Manuel Carvajal dio un poder especial a su socio Rafael Argáez para capitalizar prestamos en Bogotá, así tomara en empréstito dinero en cualquiera de los bancos establecidos en la capital cuando recibida instrucciones para hacerlo.⁷⁴

1.3. Sociedad Comercial Argáez & García y Cía.

Con el crecimiento de las actividades comerciales de la región desde la década de 1880, los comerciantes lograron constituir diversas organizaciones económicas destinadas a la explotación de diferentes actividades en el mercado local, este tipo de sociedades que denominaron sociedades comerciales, estuvieron destinadas a la inversión; desde construcción de infraestructura vial, a la compra de bienes raíces y la explotación de recursos naturales (oro, plata y cobre), donde lograron agrupar a diferentes comerciantes y sociedades comerciales en la destinación de capitales para ampliar su rango de acción y ejecutar un portafolio de inversiones.

72 Ibid., p. 195.

73 Debe señalarse el primer decenio de la regeneración una década después del Estado centralista y las políticas de la regeneración, coincidió notablemente con un desarrollo del sector exportador y con algunos avances de la economía interior. “la regeneración no obedecía propiamente a un plan coherente de desarrollo económico, sino ante todo, a los objetivos políticos de centralización y fortalecimiento del Estado a las exigencias de la paz y el orden público.

74 AHMC, Escribanos-notarial, Notaría Primera, No. 257, 15 de mayo de 1886.

En este contexto la sociedad comercial Argáez & Carvajal, no sólo se preocupó por ensanchar sus operaciones nivel regional o nacional, sino que para el año de 1883 emprendió la incorporación con otros comerciantes a nivel regional, con el fin de abarcar otras actividades económicas. De esta manera alcanzaron la diversificación del capital económico, estrategias que funcionaron como respuesta para afrontar la mitigación del riesgo y la incertidumbre; contar con un portafolio diversificado fue una práctica frecuentemente utilizada por empresarios o comerciantes desde finales del siglo XIX, para ampliar el rango de acción en diferentes actividades y no depender de un sólo tipo de negocio.

Ahora bien, Castellón ha identificado que las prácticas empresariales de los actores están íntimamente asociadas al riesgo, ya que al comprar mercancías a precios concretos y estables y vender a precios inciertos, se enfrentaron a la especulación generada en el mercado y la depreciación de las mercancías fue una constante, pero incluso entre el punto intermedio de lo afirmado puede aparecer el éxito o el fracaso, en la medida en que al saber afrontar la incertidumbre puede aparecer el beneficio económico que es una diferencia entre lo previsto y lo realmente ocurrido.⁷⁵ Una medida o estrategia para minimizar la incertidumbre y el riesgo fue dar apertura de capitales en un portafolio de actividades diversificado, pues al invertir diferentes sectores económicos pudieron reducir la dependencia de una actividad, así buscaron canalizar diferentes oportunidades de negocios comerciales.

De esta manera los socios entendieron el continuo beneficio que generaban las actividades alrededor del mercado mundial, con ello la búsqueda de oportunidades que les permitió lograr la conformación de otras sociedades igualmente conectadas a este mercado mundial. El 6 de Agosto de 1883 conformaron el sociedad comercial, bajo la razón social de **Argáez, García & Cía.** como se hará referencia a continuación en los capitales aportados en la siguiente tabla:

Tabla N° 4. Sociedad Comercial Argáez García & Cía. 1883 Cali

Socios y Aportes	Objeto
Argáez y Carvajal \$ 5.253	(...) consignaciones y despacho de carga de importación, compra y venta de sales, importación de mercancías compra de productos y oro en polvo comisiones.
Siniestra Borrero y Ca ... \$ 5.253	
José Ramón García..... \$ 5.253	
Total..... \$ 15.759	

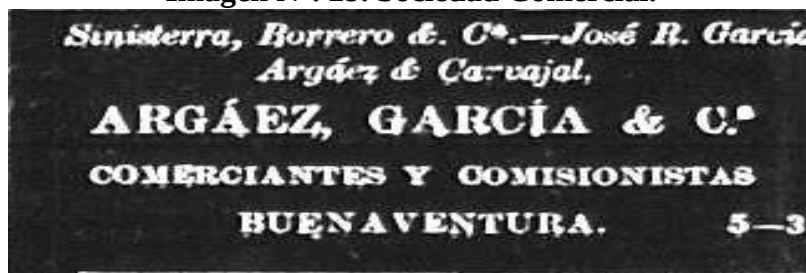
Fuente: Elaboración propia a partir de AHMC, Escribanos notarial, Notaría Primera, Escritura No. 173 del 6 de Agosto de 1883, f. 29.

75 Valdaliso, Jesús María y López, Santiago. *Historia económica...*, Op. cit, p. 13.

En este sentido se comprende como la nueva sociedad comercial con mayor vigor financiero unificado, extendía una red comercial a nivel regional entre las jurisdicciones de Palmira, Cali, y Buga; “las cuales conformaban el espacio más dinámico en la medida en que estaba vinculado al comercio de exportación-importación”⁷⁶ con el Puerto de Buenaventura. Cabe destacar según la Tabla N° 4, que los socios conformaban una red comercial tomando como punto de partida las actividades comerciales en el puerto de Buenaventura.

De los capitales inyectados a la nueva sociedad, el comerciante José Ramón García, de Palmira, invirtió un capital avaluado en \$7.253,⁷⁷ referenciado en una casa, bodegas y mobiliario que tenía en el puerto de Buenaventura; otro de los socios el señor Juan de Dios Borrero Aragón, en representación de la casa comercial Sinisterra Borrero y Cía. (que se conformó en la ciudad de Buga), contribuyó a la firma con un inyección igual al invertido por García que fue \$ 5, 253, porque de los \$ 7,253 le quedaron adeudar a los otros socios al señor José Ramón la cifra de \$ 2.000. Por último, del distrito de Cali, se encontraba Argáez y Carvajal representado por su socio y gerente Manuel Carvajal Valencia con un capital igual anotado en la tabla N° 4, además, incluyendo el valor de un solar ubicado en Buenaventura que compró Argáez & Carvajal y Sinisterra & Borrero Cía. por la cantidad de 977,17 pesos.

Imagen N°. 25. Sociedad Comercial.



Fuente: FC, 2 de agosto de 1884, No. 257, p. 3063.

Las operaciones de la sociedad comercial se desarrollaron principalmente en la ciudad de Buenaventura, lo que exigió que unos de los socios tuvieran que permanecer en el puerto, hasta encontrar a una persona que asumiera la gerencia; no obstante al haber apenas iniciado sus actividades los socios nombraron al señor José Ramón García, quien ejerció como gerente de la nueva sociedad comercial, para que se encargara de todo desde el Puerto de Buenaventura, como se argumenta en la siguiente escritura.

“Primero la casa parara bajo la razón social de Argáez , García y Cía. segunda el señor José ramón García, desempeñara por si la gerencia de la referida casa en Buenaventura hasta que se consiga una persona honorable que la desempeñe y que sea a satisfacción de todos los socios en que de que después de cuatro meses de formar a la escritura no se encontrara la persona que deba remplazar a García en la gerencia de la casa, cada socio tendrá la obligación de permanecer en Buenaventura por el término de 4 meses para desempeñar la gerencia de dicha casa”.⁷⁸

76 Valencia Llano, Alonso. *Empresarios y políticos...*, Op. cit., p. 155.

77 AHMC, Escribanos-notarial, Notaria Primera, Escritura No. 173, del 6 de agosto de 1883.

78 Ocampo, José Antonio. *Colombia y la Economía...*, Op. cit. p. 48.

La sociedad asumió la lógica de la economía Caucana, vinculándose al sector económico con mayor fuerza, cuyos objetivos principales fueron las consignaciones y despacho de carga tanto de importaciones con intereses alrededor de productos como oro en polvo, sales, como de la importación de mercancías y, compra de productos. Una vez alcanzaron a posicionarse en el año de 1887, introdujeron nuevos capitales a la sociedad representados en bienes raíces; a través de una casa y una bodega situada en Buenaventura junta a la aduana, bienes que el socio García adicionó a la sociedad bajo la escritura pública número doce otorgada en Buenaventura⁷⁹.

Argáez , García & Cía. estuvo activo durante casi una década y fue liquidado, tal vez como una estrategia para movilizar el capital, porque así como se invertía rápidamente en algún sector que prometiera ganancia, también era retirado cuando dejaba de presentar condiciones especialmente favorables,⁸⁰ lo anterior se debía a la difícil situación que presentaba el país en un ambiente de inestabilidad política y económica, esta dinámica permitía disminuir la especulación, que era el resultado de un problema básico del modelo de desarrollo exportador, que residía en la dependencia en relación a las condiciones aleatorias del mercado mundial;⁸¹ sumado a esto se contaban las constantes guerras civiles durante las últimas décadas del siglo XIX.

Cabe destacar que para 1893, fecha de la liquidación, los mencionados empresarios habían obtenido un capital que había alcanzado la cifra de \$ 18,082,371 pesos papel moneda. Allí terminó para Manuel Carvajal y Rafael Argáez la participación en sociedades comerciales, puesto que hacía dos años atrás se había liquidado Argáez y Carvajal, y éste fue el último beneficio recibido por la firma; de esta manera las adjudicaciones en activos, más la repartición de muebles que la firma había comprado durante sus actividades, se dieron de la siguiente manera entre los socios y otros beneficiarios una vez fue liquidada la sociedad comercial:

**Tabla N° 5. Adjudicaciones Liquidación del Sociedad
Argáez, García Cía. 1893**

Adjudicaciones otorgantes	Valor
A favor de López Cía.	\$ 45,78
Menetti	\$ 8,95
Alejandro Sepúlveda	\$ 26,30
Sinisterra Borrero	\$ 16,316
Herencia del liquidador	\$ 5333,30
Juan r García por capital y utilidades	\$5,278,863
Argáez y Carvajal	\$ 5,278,793
Sinisterra Borrero y Cía.	\$ 5,278,793

79 AHMC, Escribanos-notarial, Notaría Segunda, Escritura No. 593, 30 de Mayo de 1893.

80 Ocampo, José Antonio. *Colombia y la Economía....., Op. cit.*, p. 63.

81 *Ibíd.*, p. 62.

1.4. Diversificación y negocios: Argáez & Carvajal

Aunque en términos generales el país pasaba por momentos de inestabilidad política y económica, es meritoria la manera en que estas casas comerciales lograron sobreponerse a la incertidumbre económica, política y la frecuente especulación; para comprender esta situación es necesario identificar la consolidación de este tipo de negocios en la capitalización de compra y ventas de mercancías, vinculados a una economía mercantilista, que se realizaron en mayoría a través de casas comerciales y en algunos casos, por comerciantes a manera individual. De esta forma se comprende la lógica de las actividades económicas de los empresarios del siglo XIX, que tendieron a asegurar sus actividades económicas con la vinculación al mercado internacional; una vez alcanzaron a posicionarse en el sector, es posible comprender que también buscaron oportunidades a nivel local. Es así como las características de las prácticas empresariales de los comerciantes del siglo XIX, muestran las dinámicas de un mercado inestable, como el resultado de un síntoma de fragmentación política que vivió el país en este siglo, lo que llevó a los empresarios a especular todo el tiempo, como lo identifican autores como José Antonio Ocampo:

“En ausencia de condiciones especialmente favorables para la exportaciones, la burguesía Colombiana fue descubriendo una forma de comportamiento empresarial que derivaba toda su racionalidad del contexto en el cual se desenvolvía. Este comportamiento consistió en explotar al máximo las oportunidades que ofrecían los mercados mundiales en desequilibrio o aquellos productos para los cuales no hubiera por el momento una alternativa de oferta estable en el mercado Mundial”⁸².

Vemos entonces que son los beneficios brindados por la conexión estable con el mercado mundial para forjar la acumulación de capitales los que luego sirvieron como base de inversiones posteriores en otros sectores económicos, siendo el principal camino de los comerciantes para encontrar beneficios económicos en el mercado. De esta manera Argáez y Carvajal seguía a la búsqueda de canalizar nuevos proveedores a través de sociedades comerciales internacionales, lo que le permitió por una parte asegurar la importación de mercancías para ser ofertadas en el mercado local y por otra parte consolidarse con la comercialización de éstas; lo que originó el desarrollo de un perfil de comerciantes que consiguieron hacer de este tipo de práctica una estrategia frente a la mitigación de riesgo, asociado a la dependencia de algunos productos.

Este tipo de estrategia de diversificación de mercancías, fue puesta en acción por los comerciantes que llegaron a tener almacenes en el valle geográfico del río Cauca, donde vendieron todo lo que lograron obtener del mercado desde finales del siglo XIX y gran parte del siglo XX; en estas décadas no hubo una especialización sobre un mercado de bienes establecido. Contrario a esto, hubo una gama de diferentes bienes de consumo que intento satisfacer las preferencias de los agentes económicos, y la tendencia de la

82 Ocampo, José Antonio. *Colombia y la Economía...*, Op. cit., p. 61.

especialización de algunas actividades o sectores económicos se verán más marcado en las primeras décadas del siglo XX.

Según Rubí Consuelo Mejía, esta diversificación fue características de los comerciantes, que identificaron este tipo de prácticas como una forma de prevenir riesgos argumentando que “de otro lado, la diversificación de la oferta es otra forma de prevenir riesgos asociados a la dependencia de la venta de algunos productos; si hay variedad de ellos, se puede soportar financieramente la posibilidad de una disminución en la demanda de alguno, porque es factible suplir el decrecimiento de las ventas de unos con la demanda de otros”,⁸³ en torno a lo argumentado por la autora, claramente los socios capitalistas entendieron las estrategias de diversificación, lo que resultó en la dinámica de búsqueda nuevos proveedores motivado a variar los artículos ofertados y capturar nuevos mercados.

Con la referencia anterior se comprende el mecanismo utilizado a través de un poder general, que en 1889 se concediera al comerciante Eusebio Velasco para capitalizar nuevos vínculos comerciales. Así se anota en el poder:

“(…) Celebre de palabra o por escrito por interpuesta persona, toda clase de contratos transacciones y arreglos de cualquier naturaleza para que otorgue y acepte escrituras para que cobre y reciba todas cuentas cantidades de dinero o cualquiera otra cosas les adeuden a los proveedores para que en el respectivo caso otorgue los recibos de pago que se le pidan y fueren de darse aceptando y recibiendo los que favorezcan los derechos de los otorgantes para que acepte con beneficio del inventario (...)”⁸⁴

Respecto de este poder se analiza la utilización de empresarios extranjeros y nacionales,⁸⁵ a los que se recurría para hacer de puente de comunicación entre las dinámicas e intereses del mercado mundial y el mercado local. En este sentido se comprende cómo fueron favorecidos estos empresarios para gestionar todo tipo de transacciones comerciales con casas de comercio internacionales, los cuales procedían de la siguiente manera: primero se consignaba a los intermediarios el dinero, una vez entregado el dinero, ellos hacían el puente comercial y se encargan de que sus otorgantes recibieran las mercancías, inclusive, ayudaron a solucionar deudas y cobros que estuvieran relacionados a los intereses de negocios a los cuales representaban. Este método fue esencial como puente entre el mercado local y el mundial “desde el punto en que la presencia de extranjeros fue fundamental para el desarrollo y las buenas dinámicas que desprendieron del sector importador de una económica mercantilista, además muchos de estos se vincularon a casas

83 Mejía, Rubí. *El riesgo y la historia empresarial...*, *Op. cit.*

84 AHMC, Escribanos-notarial, Notaría Segunda, Escritura No 109 de 1889 mayo, f. 336.

85 Cabe aclarar que primero el señor Eusebio Velasco era un comerciante local, también tenía local de ventas de mercanceas, y fue provechado por la casa comercial Argáez y Carvajal para sus intereses, en su viaje por el norte de América y Europa.

comerciales como se ha mencionado anteriormente donde aportaron no sólo capital sino también el conocimiento práctico de la región”.⁸⁶

Con el mecanismo utilizado por la sociedad a través de estas estrategias se puede identificar que entre las décadas de 1880 y 1890 los socios de Argáez y Carvajal se habían preocupado por garantizar una buena gestión administrativa al sumar más proveedores de diferentes tipos de artículos en el mercado regional, provenientes de países como Francia, Alemania, Suecia, etc. Con ello adquirió gran variedad de artículos para comerciantes de la ciudad como se identificará más adelante en la tabla N° 6, incluso la consolidación de la casa comercial a nivel local se debe al resultado de la gestión de sus socios en la comercialización de éstas a nivel del mercado regional.

El crecimiento a nivel comercial de Carvajal y Argáez desde 1881 hasta 1888, se caracterizó por la constante rotación de productos, con la entrada de nuevos artículos como generadores permanentes de innovación, al rotar diferentes mercancías cada dos años, por lo que claramente se preocuparon por evitar la dependencia de lo ofertado, así evitaron igualmente la disminución en la demanda de estos e insertaron novedosos tipos de mercancías que la población requería, el 16 de Mayo de 1884 comenzaron a diversificarse con la entrada de máquinas de coser “Domestic New-Home”.⁸⁷

Tiempo después, a partir del 6 de enero 1888 iniciaron una oferta de mercancías en masa, pasando de alrededor de 15 artículos brindados en su almacén hasta 1887 a un gran cantidad y variedad de mercancías importados, con el objetivo proveer con nuevos artículos a la sociedad del valle geográfico del río Cauca, todo ello publicado con constante propaganda en los meses posteriores a la entrada de los nuevos productos que aparecía en el periódico local *El Ferrocarril* de la siguiente manera: “novedades Argáez & Carvajal acaban de recibir completo surtido de mercancías francesas de mayor gusto y de buena cantidades”.⁸⁸

Tabla N° 6. Diversificación de las Mercancías Importadas por Argáez y Carvajal 1888

Artículos ofrecidos 1888	
Ajuares para novias y para bautizos	Rasos, cintas de tafetán de raso y de terciopelo
Telas de lana, lino y algodón para trajes	Precioso botones de tagua
Sacos de Jersey	Concha de nácar
Pasamanería	Vidrio y lino
Encajes de algodón blancos	Merino superior
Seda de colores	Perfumería y magníficos Jabones

86 Valencia Llano, Alonso. *Empresarios y políticos...*, Op. cit., p. 273.

87 FC, 16 Mayo de 1886, No. 915, p. 989.

88 FC, 6 de enero de 1888, No. 299, p. 1196.

Flores artiCiiales de diferentes clases	Joyería
Blondas negras	Alemanisco para manteles
Terciopelo	Servilletas de lino
Estuches para costureras	Seda floja para bordar, seda negra española
Sobremesa y objetos de gusto para cumpleaños	Florerros, copas, vasos, jarras y botellones de cristal; platos de porcelana hondos y planos
Oleografías variadísimas	Juguetes para niños
Lámparas colgantes y de pie	Relojos americanos de calendario con cuerda para ocho días
Brasady de la acreditada marca Magnus y variedad de vinos españoles	Ropa hecha para bomberos
Corbatas sombreros finos de última moda	Calzado de superior calidad
Medias, camisas cuellos y paños ingleses y franceses, negro y de color	

Fuente: Elaboración propia a partir del periódico Ferrocarril de 6 de enero de 1888, No. 299, p. 1196.

Si detallamos la Tabla N° 6 analizamos la gran variedad de algunos productos que se comercializaron en el mercado de Cali a través de la sociedad, mercancías de diferentes países donde encontramos surtidos de mercancías francesas, e inglesas, inclusive hierro de Suecia, acero, munición y herramientas para toda clase de artesanos.⁸⁹

De esta forma podemos hacer una clasificación de lo introducido al negocio de Argáez & Carvajal en tres grandes categorías: la primera de artículos para el uso personal y vestuario, la segunda artículos para confeccionar textiles y por ultimo objetos para el hogar y para la decoración. Es de anotar que la casa comercial importó múltiples mercancías, desde juguetería hasta munición, incluso recibió también papel de imprenta,⁹⁰ productos que resultaban difíciles de conseguir en un sólo almacén de la ciudad. En aquel entonces era normal que los almacenes constituidos en Cali ofertaran gran variedad de artículos en un mismo lugar, sin embargo, la casa Argáez & Carvajal se destacó por suministrar gran cantidad de estos, por lo que se puede descifrar que los socios entendieron las dinámicas de la diversificación y rotación de mercancías, para ofertar en un mercado local, donde habían artículos para todas las clases sociales, desde distinguidas perfumerías, corbatas, sombreros finos de última moda, etc.

Además de vender mercancías de diferentes países, se introdujeron bienes nacionales, por lo menos de Bogotá se incorporó *El Telegrama*, diario de la mañana en Bogotá “el cual contenía noticias de todo el mundo recibidas por cable”.⁹¹ El diario tenía un costo de

89 FC, 6 de enero de 1888, No. 299, p. 1196.

90 Ibíd., p. 1196.

91 FC, 28 de octubre de 1887, No. 289, p. 1156.

suscripción mensual de \$ 1 y la del domingo que tenía el valor de \$ 2 al año; distribuido como únicos agentes para la región caucana por la sociedad comercial, este fue tal vez uno de los aciertos de los poderes especiales antes mencionados a nivel regional, como resultado fue lograr introducir en su almacén, la distribución de este periódico como se anota en la siguiente propaganda del periódico *El Ferrocarril*.

Imagen N° 26. El Telegrama traído de Bogotá



Fuente: FC, 28 de octubre de 1887, p. 1156.

En términos generales se observa que la casa comercial dio apertura a un mercado de bienes definidos para dos sectores de la población caleña. En un primer momento se preocuparon por traer sólo mercancías para un sector alto de sociedad, entre las que encontraban, máquinas de coser, variedad de vinos, bienes de lujo.⁹² Por otra parte, desde de 1888 la sociedad comenzó la introducción de bienes para la clase media, popular y trabajadora, lo que ocasionó una gran oportunidad de ventas, puesto que al incrementar el consumo se maximizó la demanda de los productos.

Bien pareciera que por todo lo anterior, los socios lograron distribuir sus artículos, ventas que se realizaron al por mayor a comerciantes locales y nivel regional, desde 1880 hasta 1890, lo que permite analizar que el negocio también vendía al por mayor las artículos importados primordialmente a mercaderes de la ciudad, que luego fueron vendidas por ellos a nivel local o regional. Ahora bien, siguiente tabla permite identificar lo afirmado a partir de lo encontrado en las Notarías Segunda y Primera de Cali. Los registros notariales se refieren a la venta de mercancías por parte de la casa Argáez y Carvajal entre 1880 y 1890:

92 Arévalo, Deidamia. *Comerciantes del Valle del Cauca...*, Op. cit., p. 27.

Tabla N° 7. Venta de Mercancías de Argáez & Carvajal entre 1880-1890

Año	Otorgante	Plazo y forma de pago	Valor
12 de diciembre de 1881	Sixto	6 meses con un interés por mora del uno 1 %.	\$ 500
2 de octubre de 1882	Luis Felipe Solís	5 contados de 200 pesos que se compromete a entregar en dos meses a partir de la fecha	\$ 1.000
16 de mayo de 1886	Limaco Aramburu	Pago con arrobas de Cacao que la producía finca del campo en la próxima cosecha que emprenda por más o menos a principio del mes entrante, pagando el 1 % de interés, y para asegurar la deuda hipoteca su finca en el Municipio de Palmira.	\$ 1.600
10 de noviembre 1886	Alcides Grace y su legítima Filomena	Término de 6 meses al contado el 20 octubre próximo pasado haciendo (..) se comprometen a pagar pronto recibiendo el interés del 1 % mensual (..) para garantizar el pago de la referida cantidad y los interés en su caso hipoteca un especial y señaladamente la casa de propiedad del otorgante.	\$ 800
28 de junio de 1886	Gabriel Riscos	Pagará en cacao en meses de agosto y septiembre del que él personalmente en la cosecha presente en la finca de la paila a la de cuatro pesos cincuenta centavos cada arroba para seguidas del pago de esta cantidad de 500 pesos y para garantizar el cumplimiento de esta obligación constituye en comisión hipotecario una (palabra no entendida) de cacao compuesta de dos mil arboles.	\$ 500
23 de agosto de 1886	Limaco Aramburu	que se ha recibido a su satisfacción dicha suma la pagara en cacao de buen color y por grano grande y escogido a valor de cuatros pesos con setenta centavos la arroba así: seiscientos pesos en todo el mes de diciembre del presente año y los mil ciento restantes en los meses de julio (..) y pagan también en dinero el uno por ciento de intereses mensual el que se liquidara después de cada de las dos entregas de las dos entregas del cacao.	\$ 1.700

Fuente: Elaboración propia a partir de AHMC, Escribanos notarial, Notaría Segunda, Escritura No. 257, No. 173, No. 77, No. 101, No. 123; AHMC, Escribanos Notarial, Notaría Primera, No. 407.

La Tabla N° 7 analiza la comercialización de mercancías por la sociedad comercial de 1880 a 1890, con un total de ventas de \$ 6.100 pesos. Desde el análisis de los documentos notariales deja entrever las estrategias respecto a este tipo de transacción, la facilidad de pago a crédito que permitía la casa comercial a sus compradores, los cuales diferían a cuotas con un interés del 1% mensual, los cuales aseguraban el pago de la deuda accediendo a hipotecas de fincas o casas, para que en caso de no efectuarse el pago por las cantidades de mercancías referenciada accedían a efectuar la hipoteca.

De otro lado se percibe que desde 1886 se comenzó a dar un fenómeno de intercambios entre los otorgantes, por lo que Argáez & Carvajal comenzó no sólo a cobrar las mercancías que ofrecían en precio monetario, lo que originó un interés por aceptar el grano del cacao como forma de pago, grano que se destacaba entre los productos de mejor comercialización en el mercado interno, producido por los hacendados en pequeñas fincas. El interés llevó a que sus mercancías se recibieran también como parte de pago, que algunos compradores intercambiaron a manera de trueque. Este tipo de cultivos en fincas rurales cercanas a Cali, puede decirse sin lugar a dudas fue el principal producto de los campesinos en sus pequeñas propiedades y posesiones.

Esta lógica de intercambios se daba por el buen momento que pasó el grano por estas décadas cuando admitimos que desde el 14 de enero de 1881 el cacao tomaba fuerza en Cali y era anunciado en el periódico local *El Ferrocarril* donde se promocionaban claramente las virtudes de grano, y las condiciones especiales que tenía en general el mercado de Cali para el comercialización de este grano en la venta y compra, como se argumentará a continuación:

A Cali

Con cacao, cacao, cacao

“Es un hecho ya, que en esta ciudad encontrara compradores todo el cacao que se trajere, se compra para exportar para el extranjero y para enviarlo a Antioquia por el río Cauca que tanto facilita este comercio (...) además, los verdaderos de cacao encontraran aquí, un surtido completo de mercancías propias para el consumo así de los mozos guapos y de los muchachos alegres como de las mujeres (...) no hay que dudarlo esta ciudad tiene ventajas inapreciables para el comercio general del Cauca. Abundancia de buenos locales a precios moderados. Abundancia de bestias de flete para Santander, Popayán y Córdoba; el río Cauca, vía muy barata para el centro y norte del estado”.⁹³

Al respecto conviene hablar de las buenas condiciones que surgían en Cali como lugar importante para el comercio de la región, con escenarios favorables propiciados por la navegación a vapor, y el gran comercio, que se había desarrollado a través de comerciantes o de sociedades comerciales. La sociedad Argáez & Carvajal con el intercambio de mercancías primero se aseguraba y escogía un buen grano de cacao, el cual debía tener las siguientes características: buen color, ser un grano grande y escogido por ellos, el precio que se pagaba por este era el valor de \$ 4,60 (cuatros pesos con setenta centavos) la arroba.⁹⁴

93 FC, enero 14 de 1881, p. 652.

94 AHMC, Escribanos-Notariales, Notaría Primera, No. 123 de 1886 de agosto de 1886.

No se tiene referencia si el cacao fue exportado o vendido localmente, lo que sí es claro sobre el grano es que estuvo en ocasiones vinculado al sector agroexportador (como se observó en el anuncio en el periódico *El Ferrocarril* de enero de 1881), en unos lapsos de tiempo cortos, en ocasiones consistentes, no fue un producto de exportación permanente y sí más bien muy interrumpida, lo que lleva a argumentar que este producto estuvo vinculado principalmente al consumo interno⁹⁵ y al comercio local,⁹⁶ teniendo una buena posición en el mercado interno con diferentes utilidades.⁹⁷

En este sentido el trabajo de Huges Sánchez y Adriana Santos, ha permitido reevaluar la posición historiográfica que ha sostenido que los productos agrarios que se producían en las fincas en la medida que estuvieran vinculados al mercado mundial, cumplieron con los objetivos de una economía agroexportadora para el Valle del Cauca. Los autores sostienen todo lo contrario, al argumentar que muchos de estos productos agropecuarios como el cacao, la caña, el tabaco entre otros productos, se desarrollaron mejor en torno a las dinámicas internas, no amarrados al sector agroexportador que fue potencializado por diferentes actores económicos, como el apoyo estatal y el mejoramiento de los factores de mercado. Véase En; Santos, Adriana, y Huges, Sánchez. *La irrupción del Capitalismo Agrario en el Valle del Cauca*. Cali, Universidad del Valle, 2010

A partir de enero 1899 la casa comercial, comenzó a buscar por diferentes vías la manera de obtener el cacao, en el buen momento de este en el mercado; claramente la sociedad comercial logró modificar sus objetivos y especializarse en el negocio de la venta y compra del grano, lo que implicó que ellos anunciaran que en todo momento comprarían en su almacén el grano de cacao y de café⁹⁸; además, al estar en el negocio de la compra de estos productos, iniciaron la comercialización máquinas para moler cacao de las cuales al parecer sólo ellos eran los únicos proveedores en ese momento para este tipo de mercancías en Cali,

95 En este sentido el trabajo de Huges Sánchez y Adriana Santos, ha permitido reevaluar la posición historiográfica que ha sostenido que los productos agrarios que se producían en las fincas en la medida que estuvieran vinculados al mercado mundial, cumplieron con los objetivos de una economía agroexportadora para el Valle del Cauca. Los autores sostienen todo lo contrario, al argumentar que muchos de estos productos agropecuarios como el cacao, la caña, el tabaco entre otros productos, se desarrollaron mejor en torno a las dinámicas internas, no amarrados al sector agroexportador que fue potencializado por diferentes actores económicos, como el apoyo estatal y el mejoramiento de los factores de mercado. Véase: Santos, Adriana, y Huges, Sánchez. *La irrupción del Capitalismo Agrario en el Valle del Cauca*. Cali, Universidad del Valle, 2010.

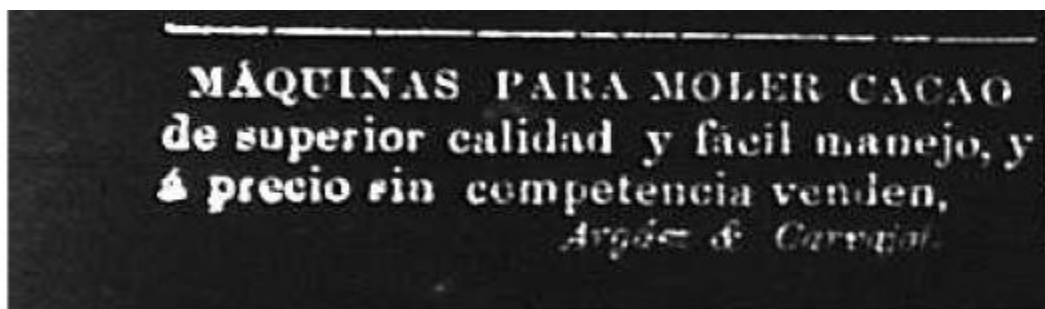
96 Valencia Llano, Alonso. *Empresarios y políticos.....*, *Op. cit.*, pp. 215-217.

97 De cierta manera el grano también sirvió como moneda para el trueque, y pago de diferentes artículos así lo argumenta Alonso Valencia “aunque no contamos datos suficientes para hablar de volúmenes de comercialización, si podemos hablar de formas en que el comercio se realizaba, la venta estaba asociada a la función del cacao como dinero: prácticamente todas las deudas que se reconocieron en el periodo estudiado (1862-1871) tenían el pago estipulado en cacao lo realizaban tanto los comerciantes como los pequeños productores. Véase: Valencia Llano, *Empresarios y políticos....*, *Op. cit.*, pp. 217-218.

98 FC, enero 11 de 1889, p. 1236.

en este año ofertaron sin competencia como lo anunciaban en el periódico *El Ferrocarril*: “Maquinas para moler cacao de superior calidad, de manejo y a precio sin competencia vender Argáez & Carvajal⁹⁹

Imagen N° 27. Máquinas para Moler Cacao



Fuente: FC, 11 de enero de 1889, p. 1248.

¿Por qué distribuir máquinas a otros comerciantes, cuando ellos también compraban el grano de cacao? Por qué Manuel Carvajal y Rafael Argáez reconocieron la importancia que estaba tomando el mercado alrededor del cacao, lo que los llevó a obtener el grano con diferentes estrategias, así como a introducir herramientas a la venta para su procesamiento, con lo que buscaban no solamente vender este tipo de artículos y generar nuevas posibilidades de mercado, sino también abrir nuevas oportunidades de tratar el grano y así poder obtenerlo de manera más fácil en la compra, contando con ventajas de posicionamiento.

Vemos entonces que cerca de la finalización de la sociedad comercial en 1899, esta adicionó por última vez una serie de mercancías, con las que abrieron un nuevo mercado de bienes alrededor de la construcción y arreglos de viviendas, donde encontramos los siguientes artículos:

Tabla N° 8. Mercancías para arreglos en el hogar ofrecidas por Argáez y Carvajal 1889.

“Arregle usted su Casa”	
Papel de colgadura de varias clases, vidrios planos	Candeleros de electro-plata y de bronce
Pintura inglesa, Blanca y de color	Lámparas colgantes y de pie
Clavos romanos	Floreros y adorno de sobre-mesa, platos de porcelana
Chapas finas para puertas y muebles Genero para muebles	Jarrones, compoteras, vasos y copas de Cristal, Aguamaniles de metal
Carpetas para mesa de hule y de cáñamo	Lavabos con vaso de llave para deposito del agua, cafeteras de metal

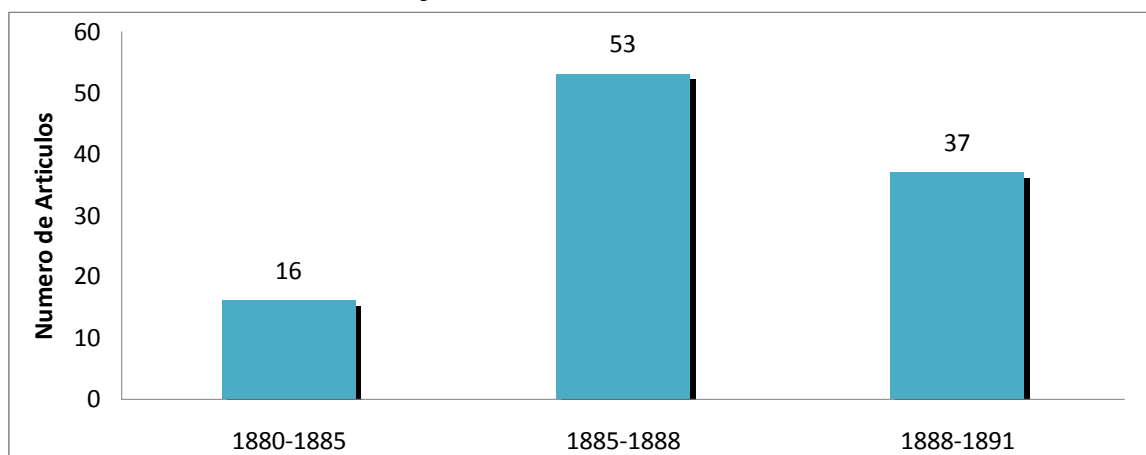
99 FC, enero 25 de 1889, p. 1264.

Canastillas de terracota	Cucharas y tenedores de plata alemana
Ollas y sartenes de hierro	Sabas para baños, superior calidad
Velas esteáricas	Oleografías
Esto y muchos otros artículos venden a precios cómodos Argáez y Carvajal	

Fuente: Elaboración propia a partir del periódico El Ferrocarril de 1889 24 de mayo p. 1821.

Lo que introdujeron para el año de 1899 fue otro tipo de mercancías que no tenían en su almacén; materiales para arreglar viviendas, variedad de adornos, pinturas, además de utensilios para cocina, cafeteras de metal, sales para baño e incluso cucharas de platería alemana. Ciertamente durante la década de 1880-1890, la casa obtuvo diferentes artículos por temporada para no ofertar siempre las mismas mercancías, por lo que fue característica de la sociedad comercial la introducción de variedad de artículos durante esta década. Hemos realizado el siguiente gráfico que se basa en los artículos ofertados por la casa comercial, recogiendo las tablas N°. 2, N°. 7, y N°. 8 como se observara a continuación:

Gráfico N° 6. Artículos introducidos en el almacén de La casa comercial Argáez y Carvajal, ofertados entre 1880-1899.



Fuente: Propia

Con un total de 106 artículos como se identifica en el grafico N° 1 adquiridos por la gestión realizada por la casa comercial, podemos analizar la variedad de su oferta, esto desde lo referenciado por medio del periódico *El Ferrocarril* en el tiempo de actividad de la sociedad. Esta hizo referencia a la clase de artículos que ellos ofertaron más no a la cantidad; entre 1885 y 1888 se dio la mayor entrada de mercancías con la cantidad de 53 artículos, para un 56,15 % del total, el segundo momento de mayor registro se dio con 37 artículos, entre 1888 y 1891 para un 39,22 % del total y por último en los años que se registró menor introducción de artículos fue en los inicios de consolidación de la casa comercial entre 1880 y 1885, con un 16, 89% del total con 16 artículos.

Ciertamente los años donde obtuvieron la mayor consolidación y diversidad en la entrada de mercancías fue entre 1885 y 1888, y la menor fue en los primeros años de la década de 1880, donde introdujeron muy pocos artículos. Las prácticas derivadas de la

comercialización en la venta y compra de mercancías les permitió posicionarse a nivel local, donde lograron generar nuevas dinámicas en el mercado, una vez que consiguieron adquirir el capital necesario para invertir en un portafolio diversificado. Además de que se presentaba un buen momento que ofrecía posibilidades de inversión, para con ello lograr ampliar tanto sus actividades comerciales como sus objetivos invirtiendo en dos sectores importantes: por un lado en el sector minero y por otro en la compra de bienes raíces.

1.4.1. Sector Minero

La sociedad Argáez & Carvajal durante su primera década de negocios comerciales, entre los años de 1880 y 1890, mostró algunas características de inversión sobre un portafolio diversificado en cuanto a los productos y sobre todo en la intención de ampliar su rango de acción al importar gran variedad de mercancías e incursionar en otro tipo de negocios, lo que logró hacer desde 1887 cuando inyectó capital en diferentes actividades a los objetivos principales de la sociedad comercial. El desarrollo de este tipo de inversiones que realizaron los empresarios sobre un portafolio diversificado, es un tema bastante común para autores como Fernando Molina, quien comprende que es el resultado de la estrechez o restricción de los mercados que limitaban la especialización y por tanto la expansión en determinada actividad o sector, por ellos los empresarios o familias de finales del XIX y primeras décadas del XX, reincidieron en esta práctica para que el riesgo fuera mínimo, colocando el capital en diversos negocios.

El mismo Molina afirma que “las coyunturas marcadas por la inestabilidad de las estructuras macroeconómicas internas o externas, o por situaciones políticas adversas, obligan a diversificar”.¹⁰⁰ Buena parte de los negocios tipo familiar consiguieron minimizar el riesgo con la diversificación, práctica que fue entendida por los socios de Argáez & Carvajal, que no sólo se quedaron en las dinámicas de una economía mercantil a nivel local, sino que vislumbraron un cúmulo de oportunidades en la estrategia antes mencionada y supieron analizar los diferentes escenarios antes de invertir en algún negocio. Las prevenciones tomadas por los comerciantes fueron el resultado de las coyunturas por las que pasaba el país y su alta inestabilidad.

Dado que las exportaciones de productos auríferos pasaban por su mejor momento, en la década del ochenta con el 31% de las exportaciones realizadas en ese año correspondían a productos de extracción, con un valor de 126. 780.80 (28,23%),¹⁰¹ lo que llevó a que la sociedad comercial Argáez y Carvajal decidiera invertir en el negocio de la extracción minera, resultado de las condiciones especiales que comenzaba a tener entorno al mercado regional, por lo que importantes comerciantes inyectaron capitales en este sector. Cesar Velasco, secretario de Hacienda del Cauca, desde 1866 informaba a la legislatura que la

100 Molina, Luis Fernando. *Empresarios colombianos...*, Op. cit., p. 33.

101 Ibíd., p. 195.

industria minería se desarrollaba de una manera fabulosa pues se había incrementado el registro de minas y minerías alcanzando los 168 el número de títulos solicitados.¹⁰²

La minería fue esencial para la economía de la región del Cauca y Antioquia, pero se encontraba en manos de unos pocos comerciantes, con grandes ganancias de la venta de oro y plata. Por aquella época fue reconocida la mina El Zancudo¹⁰³ en la región de Antioquia; mientras en el Estado Soberano del Cauca la minería dio un importante alivio a la económica de la región, ya que el clima político afectaba directamente al sector agrícola por las guerras civiles, que traían destrucción a los campos afectando los productos que estuvieron vinculados al sector agroexportador. El auge minero fortaleció la economía regional, lo que llamo la atención de comerciantes y empresarios capitalistas más destacados de la región hacia la minería en este periodo; esta actividad también generó una demanda de maquinaria, herramientas, tecnología moderna y otros insumos, que representó un nuevo reto para estar en uno de los sectores más dinámicos e innovadores a nivel regional.

En el año de 1889 la sociedad Argáez & Carvajal incursionó con la compra de seis acciones de la minería Cajambre ubicada en la provincia de Buenaventura, de la cual habían adquirido los permisos pertinentes de explotación en años anteriores el señor doctor Joaquín de Caicedo y el señor Carlos Her Simmonds, empresario extranjero que había llegado a la ciudad en busca de oportunidades y donde alcanzó a ser gerente de la empresa privada de navegación a vapor por el río Cauca y ser el único distribuidor de la emulción de Scott.

Tabla N° 9. Accionistas de la minera Cajambre 1888

Accionistas	Valor
Joaquin Caicedo y Her Simmonds..... 14 acciones	Valor.....\$4.200
Argáez y Carvajal..... 6 acciones	Valor.....\$1.800
Total:....20 acciones	Total:\$ 6.000

Fuente: Elaboración propia a partir de AHMC, Escribanos Notarial, Notaría Primera, Escritura No. 41.

La casa comercial Argáez y Carvajal en las estrategias de diversificación inyectó capital en esta actividad económica de la minería en el mercado local, como se anotó en la anterior Tabla N° 9, donde compró el 30% de la empresa de explotación minera denominada Cajambre, con un valor de cada acción de \$300 pesos, lo equivale a una inversión de

102 Valencia Llano, Alonso. *Empresarios y políticos...*, Op. cit., p.38.

103 Dentro de los comerciantes de finales del siglo XIX para Antioquia se encuentra el señor Mainero el cual incursionó en la compra de acciones en la mina del Zancudo en el distrito del Titiribí Antioquia, una vez la obtuvo comenzó a inyectarle capitales para la ampliación y mejoramiento de la producción minera, por lo que llevo a contratar expertos en la temática desde Londres. Véase: Molina, Luis Fernando. *Empresarios colombianos...*, Op. cit., pp. 144-145.

\$1.800 por pagado¹⁰⁴ del valor de total de la mina avaluado en 6.000 mil pesos; por otra parte este contrato permitió realizar una buena inversión con algunos de los empresarios más importantes del Estado Soberano del Cauca, como el señor Her Simmonds junto a el señor Joaquín Caicedo a quienes le correspondía el 70 % restante de las acciones de la empresa, al haberla fundado en 1877.

Para el mes de abril de 1888, don Manuel Carvajal y Rafael Argáez no sólo habían hecho un contrato con uno de los empresarios extranjeros más reconocidos y con más experiencia en las actividades económicas de la región, además de seguir en la estrategia de exploración de nuevas inversiones; una vez adquirieron los conocimientos en el sector minero, identificaron que este tipo de actividad que generaba utilidades sin mayor riesgo de inversión. Por lo que resultó la asociación con comerciantes para gestionar y formalizar contratos de explotación fuera del entorno regional, junto al señor José María Velasco de la provincia de Caldas, por lo que comparecieron en Cali el 6 de abril de 1888 para celebrar un contrato que tendría como objetivo principal la negociación con una compañía nacional o extranjera para otorgar a los interesados títulos de las mencionadas minas o para que ellos formen dicha compañía como se argumenta en la siguiente escritura:

“los propietarios a la casa mencionada contrataran veinte de las cien unidades de las minas de propiedad de los otorgantes en las minas situadas en el potrero Severeno jurisdicción de Mangez en la provincia de Caldas departamento del Cauca República de Colombia y en las cuales se su pone dividido el valor total de la mencionadas minas las ochenta unidades restantes se las reservaran los dueños de las minas relacionadas en la minas se la relacionadas. En el caso de que las minas ya dichas fueran negadas por Argáez y Carvajal deben estar obrar de con las instrucciones privadas”¹⁰⁵

El contrato no sólo direccionó la responsabilidad de Argáez & Carvajal en la gestión de obtener títulos a los interesados, también adquirió el compromiso de estar a cargo de la parte técnica, que correspondía a ensayar las muestras minerales que se iban a extraer, por lo que era necesario la gestión de los socios Manuel y Rafael Argáez contratar un ingeniero que examinara la riqueza de las minas y el tipo de los minerales que contenían; además el contrato especificaba el plazo de duración del mismo, estipulado en 18 meses desde la fecha de esta escritura para hacer los ajustes del caso. De los requerimientos de dichas minas todos los gastos, hasta a la formación de la compañía mencionada o la venta de las minas estaban de cargo exclusivamente de los otorgantes Argáez & Carvajal;¹⁰⁶ los datos proporcionados en Cali no permitieron conocer la magnitud de las ganancias, beneficios o pérdidas de la sociedad en este sector.

104 AHMC, Escribanos-notarial, Notaría Primera, Escritura No. 41 de enero de 1888.

105 AHMC, Escribanos-notarial, Notaría Primera, escritura No. 516 abril de 1888, f. 134.

106 Ibíd., f. 134-136.

1.4.2. Compra y Venta de Bienes Raíces

A partir de la década de los ochenta, unas de las principales actividades en la región y a nivel nacional giró en entorno a la compra de bienes raíces, pues muchos de los grandes comerciantes nacionales fueron dueños de significativas extensiones de tierra en ocasiones dedicadas a la cría de ganado vacuno o la siembra de productos agroexportadores, que dieron importancia al mercado alrededor de este tipo de transacciones, por lo que se convirtió en una de las actividades más rentables y de mayor inversión durante el final del siglo XIX y sobre todo gran parte del siglo XX.

Con la información proporcionada por el fondo Escribanos, podemos deducir que la sociedad comercial Argáez y Carvajal destinó capital para la inversión en el sector inmobiliario, aunque no fue una actividad que aportara a su consolidación económica. Sin embargo, fue una transacción significativa teniendo en cuenta que se adelantó en la toda la década de 1880 e incluso hasta principios de la década del noventa, durante este periodo algunos autores afirman que las actividades comerciales de Cali emprendieron dinámicas de concentración en compra y bienes raíces.¹⁰⁷ Muchas de las casas comerciales de la época se especializaron en este tipo de actividad: Vicente Velasco Eduardo & Arcesio Gonzales, Núñez Delgado & Cía. y la casa comercial Argáez & Carvajal que introdujo capital en las últimas décadas del siglo XIX en este tipo de actividad económica, por lo que en el siguiente cuadro permite identificar las transacciones de la sociedad comercial.

Tabla N° 10. Compras de Bienes Raíces de la Sociedad Argáez y Carvajal.

Compras de tipo urbano y rural				
Fecha	Vendedor	Objeto	Ubicación	Valor
2 de marzo de 1883	Aníbal Micolta	Derecho de una casa	San Nicolás	\$1.600
Enero de 1889	Francisco Sandoval	Derecho de una casa	En Santander	\$1.000
1890 21 de octubre escritura 1	Lismaco Eramburú	Finca de campo, compuesta por un caudal, casa propia una manga de para platanal ¹⁰⁸	Navarro distrito de Palmira	\$5.412,40

Fuente: Elaboración propia AHCM, Escribanos-Notariales, escritura Notaría Segunda No 51 de 1883; No 1 de 1890; y notaria primera No. 49 de 1889.

107 Arévalo, Deidamia. *Comerciantes del Valle del Cauca...*, Op. cit., p.35.

108 Como la mencionada finca estaba hipotecada a favor de los mismos señores Argáez y Carvajal que hoy la compran por la suma de 1700 a favor de los señores Rafael Otero de por la cantidad de diez mil quinientos pesos 10.500 los compradores declaran que por esta compra queda sin valor alguno la hipoteca que había constitutivo.

Si bien en la tabla N°. 10 se observa la compra de tres bienes raíces que realizaron en una década, invirtieron un total de capital de \$8,000 pesos, las cuales podemos clasificarlos de la siguiente manera: dos casas y una finca raíz. Durante este periodo se pueden analizar algunas las compras realizadas, por los intereses propios de la sociedad de establecerse en un importante barrio de la ciudad, que posteriormente en el siglo XX se convirtió en el centro de la naciente industria de Cali, por lo que una de las compras que ejecutó, fue de una casa el barrio San Nicolás y por otra parte en la ciudad de Santander, compra efectuada por medio de un poder especial otorgado por Manuel Carvajal en representación de la sociedad como se argumentara a continuación:

“Sin causal e impedimento compareció el señor Manuel Carvajal vecino este distrito, mayor de edad a quien conozco y dijo que como socio gerente de la casa Argáez y Carvajal del comercio de esta ciudad y usando su firma en representación de los derechos de ella confiere poder especial al señor Luis Butherin vecino de este distrito y mayor de edad para que a nombre del casa mencionada casa y (..) del interes y en su nombre ante la escritura da en venta de una casa pagada ubicada en la ciudad de Santander en la provincia del mismo nombre que otorgara Francisco Sandoval por (..) cuya venta la hará por la cantidad de mil pesos o algo el otorgante”¹⁰⁹.

De las anteriores compras el bien más costoso fue la finca en el distrito de Palmira cuyo precio de la venta oscilo en \$5.412,40, compuesta por una casa y una manga para platanal, los precios de las dos adquisiciones variaron entre \$1.000 y \$1.600, de acuerdo con las extensiones y ubicación de las compras.

El presente capítulo ha permitido hacer el recorrido económico en el accionar Argáez y Carvajal, donde se observa cómo no sólo se limitó al comercio local, lo que originó la necesidad de expandir su cobertura al permear nuevos mercados regionales, a través de poderes especiales; en este punto de la investigación se analizó la entrada de mercancías y la comercialización de estas, también permitió indagar la diversificación en otras actividades de la casa comercial, como lo hizo en su momento el sociedad Argáez García y Cia, que funcionó y operó en la ciudad de Buenaventura. Las oportunidades financieras que representaron la oferta del grano de cacao y los intereses en la minería, les permitió invertir capitales en sectores dinámicos en el mercado local, también se identificó que la casa comercial invirtió en bienes raíces no a gran escala, pero si destinó parte de su capital a esta actividad, mientras que las inversiones a nivel personales de Carvajal junto con su esposa se estudian en un sentido más en el capítulo V.

Por todo lo anterior, se puede concluir que los socios Rafael Argáez y Manuel Carvajal Valencia interpretaron acertadamente las dinámicas de un mercado global, logrando innovar, diversificar, y responder las demandas de la población, para adaptarse a la oferta en estas actividades mercantistas y ello permitió que la sociedad comercial pudiera consolidarse a nivel local, incursionar en otros sectores y generar la acumulación de capital individual. No existen registros en el Archivo Histórico de Cali sobre la liquidación de la

109 AHMC, Escribanos-Notariales, Escritura Primera, No. 49 del 29 de enero de 1889.

sociedad Argáez & Carvajal, ni de las razones por las que terminó sus actividades en 1891, lo que imposibilita conocer el reparto de bienes, sólo se tiene un indicio que se obtuvo en la prensa local:

AVISO

“Muy señor Nuestro habiendo vencido el término fijado en la escritura de asociación de la casa comercial que girado en esta razón social de Argáez& Carvajal, queda por este hecho disuelta sociedad mercantil, el socio capitalista, señor don Rafael Argáez, queda encargado de la liquidación y por consiguiente de los créditos activos y pasivos de la extinguida compañía”.¹¹⁰

Cali, 7 de Marzo de 1891. Rafael Argáez y Manuel Carvajal.¹¹¹

110 FC, 20 de mayo de 1891, No. 430, p. 1676.

111 Se buscó los escribanos notariales del periodo indicado de la liquidación de la casa comercial Argáez y Carvajal en el año de 1891 y no se encontró referencia de lo anterior ni en la notaria primera ni en la segunda del Archivo histórico de Cali, lo que me hace pensar que tal vez la liquidación se hizo en otra notaría.

CAPÍTULO II.

CREACIÓN DE CARVAJAL & CÍA. CONSOLIDACIÓN DE LA FAMILIA CARVAJAL BORRERO, ACTIVIDAD POLÍTICA Y COMERCIAL.



De izquierda a derecha en primer lugar el Dr. Manuel Carvajal V., en el centro el Dr. Hernando Carvajal B. y a la derecha el Dr. Alberto Carvajal V. fundadores de Carvajal & Cia

Fuente: Carvajal 100 años, Edición Conmemorativa

Las actividades económicas de los actores pertenecientes a las redes familiares de finales del siglo XIX, permitieron el desarrollo de un comportamiento económico que tuvo como consecuencia la acumulación de capital, estando vinculados esencialmente a sociedades tales como: Argáez & Carvajal, Escobar & García, Enrique Cortes & Cía., Otero & Cía., Sinisterra Borrero & Cía., por mencionar sólo algunas. Con el propósito de entrar al mercado mundial, incentivadas por la demanda y la oferta de bienes de consumo que se desprendieron de las actividades económicas a nivel local, que propició dinámicas especiales en el mercado interno. Esto originó que comerciantes como Manuel Carvajal Valencia¹¹² acumularan un capital importante, con el que logró incursionar en nuevos establecimientos industriales, durante la primera década del siglo XX.

Comprender este tipo de redes familiares, que dominaron gran parte de los sectores sociales, políticos y económicos a lo largo del siglo XIX, parte de una radiografía que permite vislumbrar unas constantes, que no sólo se presentaron en el Valle del Cauca o Colombia sino en otros países de Latinoamérica. Este tipo de rasgos generales sobre las

112 No sólo a Manuel Carvajal Valencia, y esencialmente vinculados a casas comerciales de manera individual también llevaron a una acumulación importante de capital a empresarios como Benito López, Ulpiano Lloreda, la familia Eder, entre otros que permitieron acumular un capital importante a través de las actividades económicas del siglo XIX, para forjar a nivel a un capital industrial en Cali.

actividades económicas que practicaron los actores son proporcionados por autores como Cozzi,¹¹³ que dejan entrever como comerciantes y empresarios hicieron sus fortunas a través de la herencia sobre la propiedad raíz, intereses en la compra y venta de tierras y visionaron el emprendimiento de nuevos negocios, o incursionaron en una economía mercantil obteniendo los recursos suficientes para invertir en otros sectores.

Sin embargo, la primera medida que aseguró el éxito fue proporcionada por la conformación de redes familiares a través de las relaciones sociales y los enlaces matrimoniales. Respecto a esta última medida, “la mayoría apuntó sus relaciones sociales y enlaces matrimoniales convenientes, con estos elementos “activos” casi todos pudieron fortalecer sus vínculos políticos, lo que les facilitó alcanzar el encubrimiento social, así como su ingreso y participación en las diferentes actividades económicas las que aumentaron ganancias y acrecentaron capitales”.¹¹⁴

Con respecto a lo argumentado por Cozzi, el caso de la familia Carvajal Borrero, se incluye entre los enlaces familiares que se crearon de finales del siglo XIX e inicios del XX. En lo que respecta a sus actividades económicas y el establecimiento de importantes relaciones sociales que se conformaron alrededor de la familia Carvajal, según se puede analizar desde las fuentes documentales, un rasgo característico de don Manuel Carvajal Valencia fue el hecho de que él desarrolló sus actividades económicas hasta la última década del siglo XIX, pero éstas no incidieron en su participación política, por lo que mantuvo separados estos dos aspectos. Cuando se aisló del ejercicio económico, ingresó al mundo de la política; mientras Micaela Borrero, su esposa, enfrentó las actividades económicas y se destacó como empresaria asumiendo nuevos riesgos para capital de su familia de manera exitosa.

Una vez este destacado comerciante incursionó en la política, identificamos que las actividades comerciales que la familia venía desplegando cambiaron; esencialmente se enfocaron en las transacciones de finca raíz, y en la especialización de una actividad como la creación de Carvajal & Cía., lo que nos permite recordar que la familia entró en una nueva competencia comercial, que Micaela Borrero y sus hijos pudieron dirigir sin mayor inconveniente. Cuando Manuel incursionó en la política, pudo ser acusado por detractores de erogarse beneficios que podía obtener gracias al ejercicio de esta, como veremos más adelante en este trabajo. Manuel Carvajal era reconocido como un hombre de negocios y talento para la administración por lo que desenvolvió en cargos importantes. Debe destacarse que su participación en los negocios de la familia, fue por su amplio conocimiento y experiencia para la asesoría de lo que sabemos conocía muy bien, sus negocios. Es cierto que las fuentes proporcionadas muestran el carácter oficial de lo que sucedió, pero no conocemos hasta que punto las relaciones sociales le ayudaron a escalar o posicionarse en sus actividades económicas, cosa posible como hasta ahora lo han mostrado

113 Altamirano, Graziella. *De las buenas familias de Durango parentesco, fortuna y poder (1880-1920)*. México, Instituto Mora, 2010.

114 *Ibíd.*, p. 66.

la historiografía en el entorno regional. Manuel Carvajal, en algún momento se defendió de posibles acusaciones así:

“Bien he podido en mi calidad de comerciante tomar parte en el remate. Si así hubiera sido me ocuparía ahora en probar que jamás he buscado influencias oficiales para mis negocios y que para hacerlos jamás he ido por atajos sino por la vida común; pero el caso presente, no tengo necesidad de entrar en esa probanza. Bastante es para mí la satisfacción de mi conciencia; más para mis hijos a quienes mucho interesa el buen nombre de su padre, necesito rechazar con energía todo cargo, toda imputación que pueda lastimar mi honra”.¹¹⁵

El ingreso de Carvajal a la política, siendo exitoso en el ámbito comercial se puede interpretar desde dos perspectivas. Si se tienen en cuenta los planteamientos de la historiografía empresarial a nivel nacional y latinoamericano, cuando se afirma que el ingreso de grupos económicos en la política se debió a la defensa de sus propios intereses económicos,¹¹⁶ se puede pensar que la incursión en esta actividad se debió al propósito de erogar beneficios en contratos para el negocio familiar. Pero también podría deducirse que su participación política iba en contravía de lo anterior, si se considera que Manuel Carvajal quiso aportar todos sus conocimientos mercantiles y económicos, obtenidos en la creación de empresas, negocios, generación de empleo, nuevos nichos de mercado, incursión de nuevas técnicas y tecnologías etc., en apoyar cualquier proceso o proyecto social dirigido al desarrollo económico de la región.¹¹⁷

115 FC, 7 de marzo de 1889, p. 3.

116 A nivel de la historiografía Latinoamericana el aporte ha girado en torno a las redes conformadas en L.A por familias de los actores que conformaron las redes familiares, que incursionaron en la política como dirigentes de las principales instituciones, sus miembros ocupaban un considerable número de puestos directivos y cargos políticos asegurando que los cargos políticos que preocupaban complementaban o sirvió de soporte a las actividades económicas como una práctica normal de esta, véase: Balmori, Diana, y Wortman Miles. *Las alianzas de familias...*, *Op. cit.* Algunos autores a nivel nacional desde la historiografía empresarial le han dado una relación a las prácticas comerciales o empresariales con la política, donde han defendido en muchos casos que los intereses particulares de algunos de estos, llevaron a relacionarse en la política debido a cierta especulación que vivía el país durante las últimas y gran parte de las primeras décadas del siglo XX. Una vez sus intereses primaron lograron apaciguar dificultades económicas políticas, superando estas desde la relación con la política donde protegieron claramente sus intereses véase: Molina, Luis Fernando. *Empresarios colombianos...*, *Op. cit.*

117 Sin embargo estudios más recientes del empresariado antioqueño han radicado y transformado estas lógicas en relación con los beneficios de los intereses privados, aporte realizado por autora Rubí Consuelo donde el manejo del riesgo empresarial, a través de los estudios de casos llevaron a separar las prácticas empresariales con las políticas desde el “dejar hacer” así dejar por fuera beneficios que podrían aprovecharse a través de la política, al no relacionar sus actividades económicas con la política llevaron a entregar las gerencia de las empresas al grupo familiar por lo que hijos, hermanos, tíos, esposas tomaron las riendas de los negocios hasta una vez el empresario se desligara del campo empresarial véase en: Mejía, Rubí. *El riesgo y la historia empresarial...*, *Op. cit.* Para el caso de estudio a nivel local Manuel Carvajal no está por fuera de la lógica analizada por Rubí, para el en asunción del riesgo tomó la decisión de no relacionar los dos campos y claramente se puede identificar hasta el día de su muerte, no obstante no quiere decir que no estuviera pendiente de sus negocios familiares ahora liderado por sus hijos donde aprendieron todo sobre el capital social heredado de su padre. Dentro de la familia esta práctica se rompe con la entrada de Manuel Antonio

Este es un aspecto totalmente distinto a defender intereses económicos particulares, es por ello que el empresariado caleño más destacado, se desempeñó en funciones políticas de carácter público, donde eran elegidos como concejales, dirigentes, ministros, gobernadores, etc. En el caso de Manuel Carvajal, como diputado del Valle del Cauca tuvo un papel destacado y en ese periodo su esposa, gozó de un poder otorgado por éste, que le permitió movilizarse comercialmente, pero no políticamente. Con el poder otorgado a Micaela Borrero, Carvajal buscaba que ella estuviera al tanto de todas las actividades económicas de la familia, incursionando en los negocios de Carvajal, en lo que tenía que ver más con la actividad de compra de propiedad de bienes raíces:

“Que confiere poder amplió y general con libre administración a su legítima esposa la señora Micaela Borrero de Carvajal vecina de la ciudad de Cali y mayor de edad para que a su nombre representando su propia persona acciones y derechos celebrada palabra o por escrito por sí o por inter respuesta persona toda clase de contratos, transacciones y arreglos de cualquier naturaleza para que otorgue y acepte escrituras para que cobre y reciba todas cuantas cantidades de dinero o cualquiera otras cosas le adeuden al apoderante para que el respectivo caso otorgue a los recibidos del pago que se le puedan y fueren de darse aceptando y recibido los que parezcan”.¹¹⁸

Micaela Borrero haciendo uso del referido poder, continuó al mando de los negocios y actividades a los que les dio un nuevo rumbo, sin poner en riesgo el capital que hasta el momento habían conseguido. Manuel Carvajal, entre 1895 y 1912, estuvo desempeñándose en el campo de la política y no se puede afirmar que dicha participación estuviera ligada a la defensa de sus intereses familiares. Cabe mencionar que para aquel entonces los negocios, asociaciones y liquidaciones a cargo de Micaela Borrero ya habían alcanzado un crecimiento óptimo y una acumulación de capital importante, por lo que la presunta ayuda que Manuel Carvajal pudiera brindar a los intereses económicos de su familia desde la política, fueron casi inocuos, sin dejar de reconocer que pudieron existir.

Más tarde, Manuel fue director de instrucción pública del Valle del Cauca y ocupó otros cargos políticos en Bogotá,¹¹⁹ lo que sirve para afirmar que es fácil relacionar que el origen de Carvajal & Cía., su implementación y desarrollo, se deben rotundamente a la labor de sus hijos Alberto, Hernando, Manuel Antonio y Mario Carvajal Borrero, más que a las actividades de su padre, quien fue más un gestor social hasta el final de su vida. Por otra parte, sus hijos que estaban dedicados completamente a las prácticas y actividades económicas de la familia, afianzando la actividad de la compra y venta de propiedad raíz, distinto al éxito de su padre con las asociaciones a casas comerciales.

Después de hacer una diferenciación entre lo político y lo económico, se puede incursionar en el proceso que permitió forjar los pasos de una industria nueva en la región, la cual tuvo

Carvajal Borrero a la política una vez se desenvolvió en el puesto de gobernados del Valle del Cauca, se ayudó de su posición para privilegiar sus intereses económicos durante su periodo político.

118 AHMC, Escribanos-Notariales, Escritura No, 257 Notaria primera de 8 de julio de 1898.

119 Entre otros cargos como se argumentó en la primera parte del primer capítulo.

un crecimiento notorio. Cabe preguntar cómo fue que los capitales que forjaron la creación de un taller industrial, en las artes gráficas, permitieron el sostenimiento del mismo; apropiándose de los factores de mercado, innovando, diversificando, inclusive siendo pioneros en la naciente industria vallecaucana de las primeras décadas del siglo XX. Son algunos aspectos a responder.

2-1. Incursionando en un Taller Artesanal: Creación de un Capital Familiar

Las prácticas comerciales de la familia Carvajal Borrero cambiaron rotundamente hacia el inicio del siglo XX, lo que le permitió no sólo asociarse con otros comerciantes, sino diversificar productos, innovar, emprender e incursionar en nuevos mercados, donde el riesgo y la competencia siempre estuvieron presentes; así es como en las primeras décadas del siglo XX la familia transformó sus prácticas en un tipo de actividad con un alto grado de especialización en la oferta de bienes y servicios, alrededor de un taller tipo industrial. Posteriormente, en la misma actividad lograron dar apertura a un portafolio inversiones (mercancías, servicios y capital) con el que permearon nuevos sectores económicos. Contrario a lo que fueron sus prácticas comerciales en el siglo XIX, que giraron en torno a dos actividades básicamente (comercio de mercancías y compra y venta de bienes raíces), pero sin un grado de especialización sobre los tipos de actividad en el mercado.

Al respecto conviene establecer que fue con la segunda generación al mando de sus hijos que el grupo familiar Carvajal Borrero, se ocupó por la diversificación de las actividades económicas de la empresa, en respuesta a la tendencia marcada en la segunda década del siglo XX, propiciado por el buen momento del mercado local. Los hijos Hernando, Mario, Alberto y Antonio Carvajal Borrero, incursionaron en diversos sectores de la economía, aumentando sus capitales de inversión productiva, relaciones financieras y asociaciones en diversas empresas, sin pasar por alto no tuvieron una marcada presencia en la política, aunque algunos ocuparon suplencias en algunos cargos públicos.

Los hijos se establecieron en diferentes actividades durante la década del 1890-1900, por ejemplo, Hernando Carvajal Borrero participó junto a su padre y su hermano Alberto Carvajal, en la conformación de una sociedad transportadora que movía mercancías de Cali al caserío de Dagua, hasta donde había llegado el trayecto construido del Ferrocarril Pacífico desde Buenaventura.¹²⁰ Entró también en el comercio de materiales de construcción en la primera década del siglo XX. Alberto Carvajal estuvo dedicado enteramente al manejo del periódico *El Día* desde 1904, los dos hermanos habían aprendido a desempeñarse en actividades comerciales, tomando la experiencia proporcionada por los saberes de su padre.

120 Ordoñez, Luis Aurelio. *Industrias y empresarios pioneros...*, Op. cit., p.116.

Mientras tanto Manuel y Mario Carvajal Borrero, decidieron prepararse y adelantar estudios a nivel profesional. Mario Carvajal Borrero estudió la Licenciatura en Filosofía y Letras en el Colegio Mayor del Rosario, y sería más tarde ministro de educación pública, también ocuparía el cargo de rector en el Colegio Santa Librada y en la Universidad del Valle.¹²¹ Mientras que Manuel Antonio estudio derecho, lo que le posibilitó estar vinculado a la política, logrando ser el gobernador del departamento del Valle del Cauca en la década de 1920, así los 4 hijos hombres, desarrollaron diferentes actividades en el campo político y económico. De este modo fue como Don Manuel Carvajal emprendió un negocio que le permitió aglomerar las diferentes actividades en las que se habían desenvuelto de manera individual sus hijos, al fusionar las diferentes aptitudes y focalizar capitales para el trabajo conjunto de la empresa familiar, tal como la empresa básica de las actividades económicas.

Ese emprendimiento, llevó a congregarse la familia como la empresa básica; al incursionar desde 1904 en un negocio familiar desde la iniciativa de Manuel Carvajal Valencia al invertir capitales individuales junto a sus dos hijos, primeramente Alberto y Hernando Carvajal Borrero, para la creación de una imprenta comercial, la cual fue constituida en un contrato privado, que por razones desconocidas, no existe ni fue subido bajo escritura pública, pero sabemos de su existencia por un cronista que hace referencia al capital inicial con que se incursionó en las actividades comerciales.

Así, Luis Aurelio Ordoñez hace alusión a que un cronista identificó el capital invertido tasado en un total invertido de \$ 200, aportados por Manuel Carvajal Valencia que invirtió el 50 %, y sus dos hijos Alberto y Hernando estimado en dos partes iguales de 50%, de manera individual.¹²² Si se observa desde la perspectiva organizacional, el manejo de la imprenta comercial fue depositado a la responsabilidad de la familia como la estructura básica de la organización administrativa y gerencial de la empresa. En la estructura figuran sus hijos, tanto en la dirección, como en el proceso de producción, con mano de obra direccionada por su padre en los inicios del taller industrial. Conocedores sobre el tema de las familias y los empresarios, como Rubí Mejía, han caracterizado a la familia como el punto fundamental de la afluencia del éxito de un capital en el negocio familiar; desde este tipo de estructura organizacional, la autora considera que los empresarios regionales alcanzaron el éxito en sus actividades a partir de comienzos del siglo XX, como el resultado de un capitalismo familiar empresarial, que combinaba estrategias de diversificación de los negocios. Un claro ejemplo de lo argumentado, fue el desarrollo de la familia Carvajal & Borrero, para casos concretos como el del Valle del Cauca.¹²³

Bajo la razón social de *La Imprenta Comercial*, iniciativa de 1904, se creó el periódico local *El Día*, que tenía como premisa noticiosa informar en torno a procesos políticos,

121 Calero, Álvaro. *Grandes y pequeños Vallecaucanos*. Cali, Imprenta Departamental, 1972, p. 69.

122 Ordoñez, Luis Aurelio. *Industrias y empresarios pioneros...*, *Op. cit.*, p. 177.

123 Mejía, Rubí. *El riesgo y la historia empresarial...*, *Op. cit.*

económicos y culturales; con una importante exclusividad sobre la propaganda de las estrategias comerciales del mercado local, de la que especificaba las actividades y negocios emprendidos por comerciantes. Pero el eje fundamental de su creación consistía en incursionar en el medio periodístico para informar a la sociedad caleña sobre los sucesos nacionales y locales, por lo que era una gran ventaja poseer una imprenta. Además, era una forma de promoción de la prensa y la opinión pública libre, la defensa de ideales políticos, una fuente de propaganda para la familia, pues Hernando Carvajal continuamente publicitaba los productos que él comercializaba (teja, ladrillos, y adobe)¹²⁴ y Alberto Carvajal era un apasionado por la literatura y publicaba sus propios poemas. Incluso dos años más tarde en 1909 promocionó una colección denominada “*bajo el sol del Valle*” que recopilaba una colección de artículos de poesías que eran distribuidas posteriormente en la papelería de Carvajal o en la librería Roa con un precio de \$ 120 el ejemplar,¹²⁵ igual que su hermano Manuel Antonio Carvajal Borrero; la imprenta también era anunciada en sus entregas diarias, con propaganda para promover los servicios alrededor de las artes gráficas.

Otros empresarios que poseían imprentas, replicaron sus actividades parecidas a las de las instalaciones del pequeño taller de los Carvajal & Borrero, la cual estaba a cargo de sus dos hijos Alberto y Hernando Carvajal Borrero, el primero también se desempeñó como director del periódico, quien demostró importantes conocimientos sobre los medios periodísticos, además del importante direccionamiento desde su perfil profesional, en el campo de la literatura, entre tanto Manuel Carvajal se dedicaba a actividades políticas y administrativas, dejando toda la responsabilidad de la administración en sus hijos y en su esposa.

Así Manuel Carvajal Valencia, tuvo que tomar la medida más extrema de tratamientos del riesgo: “dejar hacer”. Este tipo de toma de decisiones fue claramente una característica de sus prácticas empresariales durante la última década del siglo XIX y principios de la década del XX; una vez separada la actividad empresarial en beneficio de otra que representaba un mayor compromiso esta vez, a nivel regional, en las que incursionó una vez líquido el contrato con la casa comercial y tan sólo de manera transversal con la ayuda de su esposa inició en la compra y venta de bienes raíces hasta la creación de Carvajal con la ayuda de sus hijos en la dirección.¹²⁶

La imprenta en un primer momento contaba con rudimentarios equipos para el trabajo de impresión, pues en sus instalaciones se utilizaban dos prensas de mano para el diseño de impresión como la Washington fabricada por R. HOE & CO de New York, que había

124 El Día, 16 de mayo de 1906 N 19 Pág. 112

125 Ibíd., 13 de abril de 1901, p. 782.

126 Ibíd. p. 102.

llegado al valle geográfico del río Cauca en 1867¹²⁷ y que fue comprada por Manuel Carvajal Valencia¹²⁸ y otros comerciantes en 1897. Posteriormente Don Manuel adquirió todas las acciones de la imprenta, la cual fue instalada en la casa matrimonial en el primer piso; sin embargo, la familia no sólo había incursionado en el negocio de las artes gráficas, pues también lograron adaptar el taller de imprenta para una doble funcionalidad, tanto taller como el almacén donde se comercializó toda clase de artículos de papelería que eran importadas en conexión al mercado mundial, a partir del año de 1907.

La presencia de imprentas en Cali desde la mitad del siglo XIX tuvo como su primer ejemplar la de Nicolás Hurtado, traída a Cali desde Popayán en 1859, y que muy probablemente fuera la misma prensa de Ramón Hurtado, que funcionó regularmente durante las primeras décadas del siglo XX, publicando semanarios y libros. Una imprenta más fue la de Eustaquio Palacios, fundada en 1868, y con la cual se publicó *El Ferrocarril*, periódico de vital importancia en la ciudad y que circuló entre 1878 y 1898, bajo la dirección del mismo Palacios.¹²⁹ Las imprentas jugaron un papel preponderante en la época, como la traída desde Palmira por Teodoro Materón en 1869, empresario que junto a Santiago Eder, publicaría el periódico industrial *El Telégrafo* en 1875. La imprenta de Materón, heredada luego por los Carvajal, alcanzó a publicar el *Correo del Cauca* de Ignacio Palau, que luego durante las primeras décadas del siglo XX sería su principal competencia a nivel local, por lo que el desarrollo de estos dos comerciantes en el negocio periodístico y del diseño e impresión de todo tipo de carteles, fue contemporáneo a nivel local;¹³⁰ incluso Palau un año antes que Manuel Carvajal, ya imprimía este periódico. Pero Manuel había participado en la redacción del Pensil y los Anales de la Escuela Literaria en Popayán y había sido en Cali colaborador de varios periódicos como *La Opinión*, *La Patria* y *El Correo del Cauca*.

127 No se tiene referencia quien fue quien la importó en un primer momento, las fuentes secundarias sólo afirman la compra de este por Manuel Carvajal posteriormente en los primeros años del siglo XX.

128 Schrader, Camilo, y Jaramillo, Raúl. “Carvajal: Origen y crecimiento una historia de muchos años”, En: *Carvajal 100 Años edición conmemorativa 1904-2004*, Imprelibros S. A, Santander de Quilichado, 2004, p. 20.

129 Sandoval, David. “El libro en Cali un acercamiento al mercado bibliográfico de la capital del departamento del Valle del Cauca durante 1910”, En: *Historia y espacio*, No 35, 2010, Universidad del Valle, Cali, p.5.

130 Ibíd., p. 5

Imagen N° 28. Cartel de la Imprenta Comercial



Fuente: El Correo del Cauca, junio 15 de 1904, p. 248.

El periódico *El Día* funcionaba de la misma manera que el *Correo del Cauca*, en el sentido de que la familia Carvajal Borrero defendió sus posturas por medio del periódico, en cuanto al campo político, cultural y religioso, y también luchó en la búsqueda de la autonomía administrativa del Cali, frente a Popayán en la primera década del siglo XX. La imprenta inicio sus actividades en el medio periodístico con una labor ardua que fue encargada a Alberto Carvajal, quien tuvo como objetivo principal la especialización de toda clase de impresiones como se anotó en la anterior imagen, donde se ilustra el objetivo de la imprenta comercial y sus propietarios, el cual aparecía constantemente en el periódico *El Día* y el *Correo del Cauca* durante los primeros años del periódico.

Si bien se puede analizar en la propaganda del periódico local el *Correo del Cauca*, o la imprenta comercial que comenzó a encargarse de toda impresión, como la producción de variedad de trabajos (carteles, periódicos, libros, folletos, programas etc.) además de vender en el almacén diferentes artículos referentes a la impresión, como todo tipo de tintas, no obstante una estrategia que relacionó directamente la imprenta con el periódico *El Día*, fue la utilizada por Alberto y Hernando Carvajal, que consistía en que todo cartel que se hiciera en la imprenta comercial tenía derecho a ser publicado en el diario, sin cobro alguno.¹³¹ Esta fue una manera de incrementar las ventas y *El Día* fue distribuido en diferentes locales de la ciudad como se identifica en el siguiente cuadro:

Tabla N° 11. Distribución del Periódico El Día - Cali 1905

Persona	Ubicación
En la cantina del señor D. Jorge Carvajal	Situada en la plazuela de Santa Librada
En la cantina del señor Roberto	Contigua a esta imprenta
En la Tipografía del señor Manuel Sinisterra	Situada una cuadra al sur de la plazuela de San Francisco.

Fuente: Creación propia a partir del Periódico El Día, Febrero 9 de 1905, No. 11, p. 44.

131 El Día, febrero 28 de 1905, p. 78.

Los puntos de distribución del periódico *El Día* en la ciudad de Cali eran estratégicos, como se observa en la Tabla N° 11 y además se vendía también en el almacén de Carvajal; para 1907 el periódico había traspasado las fronteras nacionales y logró su distribución en Nueva York; a través de agentes comerciales la sociedad comercial encargada de representación del periódico fue Eduardo M Triviño & Co, ubicados en la Avenida 29 de Brooklyn, Brooklyn, N.Y.¹³²

El precio que oscilaba para la inscripción al periódico con un sistema de domicilio establecido en 1914, era la cantidad por semestre de \$ 70 pesos. Ahora bien, observamos que tanto la imprenta como el almacén lograron posicionarse en el mercado local, en cuanto a la venta de los productos antes mencionados y la publicación del periódico; por consiguiente se conformó legalmente la sociedad comercial en 1907, formalización que se realizó por notaría pública el día 15 del mes de noviembre, por lo que comparecieron Manuel Carvajal Valencia y sus dos hijos Alberto y Hernando Carvajal Borrero para conformar una sociedad o compañía colectiva de la cual se denominó bajo la razón social de Carvajal & Compañía.

2.2. Carvajal & Compañía (1907-1920)

En el análisis del nuevo contrato firmado en 1907, específicamente se debe considerar el capital inicial invertido en la sociedad a Carvajal & Cía., el cual fue solamente aportado por Don Manuel Carvajal Valencia, razón por la cual se puede inferir que tanto Alberto como Hernando Carvajal Borrero no aportaron en la conformación de Carvajal & Cía. como lo expone el acto oficial,¹³³ con un valor inicial total de \$ 200 pesos oro, que podría ser aumentado en el curso de los negocios por los empresarios. El capital inicial de los dos contratos, tanto el de 1904 como el de 1907, es el mismo valor, inclusive podemos identificar que el capital con el que se fundó en 1904 la imprenta, cuando su padre aportó un 50% y el otro 50 % por sus dos hijos,¹³⁴ según el cronista, fue totalmente diferente a la inversión en este nuevo contrato sobre el capital inicial, el cual fue totalmente aportado por su padre, por lo que surge como duda si en 1904 sus hijos aportaron capital a la empresa, o solamente se trató de una transferencia de capital.

Tanto en 1904 como en 1907, el único que aportó capital a la nueva sociedad fue Manuel Carvajal, además de los conocimientos empíricos que durante su carrera había adquirido, los saberes periodísticos y la experiencia comercial fueron heredados a sus hijos Alberto y Hernando Carvajal con la participaron en las utilidades de la sociedad comercial; ya que toda la responsabilidad del riesgo de emprender en un nuevo mercado, recaía

132 El Día, No 92, agosto 20 de 1907, p. 1.

133 AHMC, Escribanos-notarial, Notaría Segunda, escritura No. 248 15 de noviembre de 1907, f. 20v.

134 AHMC, Escribanos-Notarial, Notaría Segunda, escritura No. 248 15 de noviembre de 1907, f. 20v.

completamente sobre los hombros de sus dos hijos. Esta podría tratarse de una estrategia para preparar a sus hijos para el mercado, con el fin de fortalecer las prácticas comerciales y gerenciales que empezaban a desarrollar con el manejo de los negocios familiares, además de aprender sobre los saberes transmitidos de padres a hijos, comportamiento típico de los grupos empresariales de Cali de los siglos XIX y XX.

Una vez establecido Carvajal & Cía. del modo característico de las empresas familiares en aquellos tiempos, que ubicaban sus negocios estratégicamente en los mismos lugares de residencia, la imprenta comercial funcionó en el primer piso de la vivienda familiar, establecida en el barrio de San Nicolás, en ese momento sobre la carrera 5 entre calles 14 y 15.¹³⁵ De este modo todos participaban en el negocio familiar proporcionando lo necesario para su funcionamiento y los socios aumentaron la diversidad de artículos de papelería en un lapso de tiempo de 1907 a 1912, resultado de la nueva configuración, definida entre sus prioridades el servicio de artes gráficas desde 1904. Una vez constituida por notaría pública la sociedad Carvajal & Cía., en 1907 se introdujeron los artículos de papelería como un objetivo principal de ésta, y aunque no quedó establecido en las cláusulas del contrato firmado, se identificó como una segmento importante de la empresa, desde la incursión en la distribución de los artículos, marcada por la apertura de un nuevo mercado.

La entrada de nuevos artículos de papelería, ocasionó la apertura de otro local en 1912, para este año la compañía ya contaba con dos locales, la tipografía y la papelería, los dos ubicados en la carrera quinta número 225 y 227;¹³⁶ en el año de 1909, alquilaron otro local que fue puesto a disposición enteramente de la comercialización de artículos de papelería, ubicado con el número 172 de la carrera 5ª bajo la casa del Dr. Evaristo García,¹³⁷ con lo que ayudó a que la primera planta donde estaba la tipografía se ampliara y se utilizaran los dos locales en la adecuación de los talleres industriales. A continuación se observan los dos locales en la casa familiar:

135 Schrader, Camilo, y Jaramillo, Raúl. *Carvajal: Origen y crecimiento...*, Op. cit., p. 23.

136 El Día, octubre 22 de 1907, p. 1.

137 El Día, octubre 13 de 1908, p. 625.

Imagen N° 29. Casa Familiar y Talleres Industriales de Carvajal y Cía.



Casa de habitación de la Familia Carvajal, en cuya primera planta se inició la empresa, Carrera 5, entre calle 14 y 15, en Cali, Colombia

Fuente: V.A, Carvajal 100 años, Edición Conmemorativa PP En Carvajal 100 Años edición conmemorativa 1904-2004, impresión, Imprelibros S. A, Santander de Quilichado, 2004, pp. 22.

En la anterior imagen, se ven las instalaciones donde funcionó durante las primeras décadas la imprenta y la papelería más o menos hasta 1909, cuando el área de la papelería se cambió a otro local, desde ahí solamente funcionó los talleres de la tipografía de Carvajal & Cia hasta 1925 cuando dieron apertura a la construcción de nueva infraestructura para la compañía. A continuación, se observa la entrada de mercancías de papelería importados mayormente de Francia, país que era uno de sus mayores proveedores internacionales de papel rayado en ese momento, entre ellos encontramos:

Tabla N° 12. Artículos Importados por la Carvajal & Cía. 1907

Productos de Papelería	
Papel de oficio diversas calidades	Tinta fija y de copia la mejor de la plaza
Papel para cartas esquelas de varias clases y calidades	Tinta roja y fina
Resmas y block	Para letras de cambio
Papel de luto	Recibos
Papel de imprenta, fino para libros y de colores para forros de folletos	Gran método completo y progresivo por Bertini
Papel para flores artificiales	_____
Cubierta variedades por el tamaño y la calidad	_____

Fuente: Elaboración propia a Partir del Periódico El Día, Octubre 8 de 1907 núm. 99 Pág. 1, y Octubre 22 de 1907 Núm. 101

Si observa en la Tabla N° 12, entre la gran variedad de artículos de papelería, que comenzaban a permear el consumo de la población caleña, se destacó la venta de materias primas para abastecer las diferentes tipografías de la ciudad, y con ello el suministro tipos de tintas, y papel que requerían para su funcionamiento. Esto permite analizar por un lado que la papelería comenzó también a estar función de su proveedor, con mercancías que fueron introducidos por Carvajal directamente de fabricantes internacionales como: National Paper E Type Company, The Carters Ink Company, The Hall's Safe Company, Balestra & Binda,¹³⁸ entre sólo algunos de los muchos proveedores de la empresa.

Carvajal & Cía. marco una notable dependencia para su funcionamiento de sus proveedores durante las primeras décadas del siglo XX, esto fue una constante en todo el territorio del valle geográfico del río Cauca en esta época. Como resultado de esto se percibe que el desarrollo de la producción manufacturera en Carvajal fue casi nulo en este periodo; aunque Carvajal & Compañía había introducido diferentes maquinarias para la fabricación de tarjetas, argollados y tipos de recibos para la venta, la producción de éstos fue mínima, sin embargo, había más avances en la adaptación a nivel de las tecnologías apropiadas a la imprenta que en el despegue de la fabricación de artículos de papelería, proceso que comenzó entre 1910 y 1920 con la adquisición de maquinaria indispensable para el proceso tipo industrial que se daba con la creación de carteles e impresiones.

El desarrollo inestable de Carvajal & Cía. en 1912, estaba condicionado por la poca maquinaria utilizada en los talleres de la compañía, que no eran suficientes para adelantar procesos manufactureros en la producción de artículos de papelería, pues la empresa no contaba en con la infraestructura, ni los medios necesarios para generar todas las operaciones unitarias, modificar las características de las materias primas y así avanzar en un proceso que requería multitud de operaciones individuales, para llegar a un producto final de fabricación. Esto era consecuencia del difícil despegue industrial de Cali, la situación que los empresarios y comerciantes debían sortear las situaciones originadas por la falta de estructuras económicas sólidas y los factores de mercado, que aún en la primera década del XX, no estaban en condiciones para un desarrollo industrial moderno.

En contraposición al desarrollo que tuvo el negocio de la papelería, se analiza que el despegue en el servicio de las artes gráficas era más notorio como consolidación de los negocios de la empresa, favorecido además por crecimiento industrial y comercial durante la segunda década del XX, dejando atrás esa primera década en la que el desarrollo económico de Cali fue precario. El avance acelerado presentado por la ciudad en la década del veinte comenzó a demandar por parte de empresarios y comerciantes la impresión de propaganda comercial como carteles, afiches promocionando o dando a conocer sus negocios comerciales en el mercado local, lo que llevó a Carvajal a apropiarse de la demanda en el mercado y con modos de producción y maquinaria novedosa.

El retraso económico de Cali, en la primera década del siglo XX, se hizo más notorio si se compara con otras regiones de Colombia, por ejemplo la Costa Caribe que en este mismo periodo había logrado acentuar industrias importantes, resultado de la combinación de

138 Schrader, Camilo, y Jaramillo, Raúl. *Carvajal: Origen y crecimiento...*, Op. cit., p. 36.

factores que puso en conjugación para poner las bases del desarrollo industrial, que fue absorbida claramente por los empresarios y familias en el entorno regional. Mientras, en Cali fue a partir de la década del veinte que surgieron las estructuras económicas para asentar importantes industrias. De este manera se presentaron las condiciones para generar un proceso de industrialización acelerado como lo anota José Antonio Ocampo: “En términos generales, el desarrollo económico de Cali en este siglo puede caracterizarse en el panorama Colombiano, como un desarrollo tardío pero acelerado, aunque la ciudad había presentado ciertamente a finales del siglo XIX y comienzos del XX el despegue económico moderno, Cali sólo se percibió con claridad en la década de 1920”.¹³⁹

Esto permite comprender que después de la década del veinte del siglo XX, Cali se incorporó a un desarrollo industrial acelerado, resultado de las condiciones que empezaban a mejorar en la ciudad, un aspecto que limitaba al Valle era su difícil acceso a los mercados regionales, como un problema que radicaba a la falta de infraestructura, que no ayudó a conectar los mercados internos. El precario mejoramiento en torno a la construcción de caminos, vías y accesibilidad al mar, fue resolviéndose desde proyectos como la navegación por el río Cauca y la entrada del ferrocarril del Pacífico en 1915, lo que terminó solucionando la conexión de mercados regionales con Cali, inclusive facilitando la accesibilidad al Puerto de Buenaventura.

El mejoramiento de las comunicaciones con el Ferrocarril del Pacífico, fue fundamental para proporcionar un desarrollo de flujos de capitales para la economía regional con grandes fluctuaciones en conexión con la región norte del departamento, proveniente de la vinculación del café al mercado mundial a finales del siglo XIX como producto agroexportador. Los anteriores factores colocaron en manos de empresarios capitales que ayudaron a la inversión, beneficiando el despegue industrial en las primeras décadas del XX, por las condiciones externas a nivel mundial con la articulación de la economía local a las coyunturas favorables del comercio exterior para el mejoramiento de las importaciones y exportaciones por el puerto de Buenaventura. Analicemos como se movieron éstas durante el mencionado periodo:

Tabla N° 13. Comercio de Buenaventura 1905-1918

Comercio de Buenaventura de 1895 a 1919. Año	Importaciones (miles de dólares)	% del total nacional	Exportaciones totales (miles de dólares)	% del total nacional
1905	993	8.4%	822	7.0%
1910-4	2.505	12.2%	1.699	6.8%
1918-9	2.674	6.3%	7.753	12.2%

Fuente: Ocampo, “El Surgimiento de Cali como centro industrial, Ocampo”, José Antonio y Montenegro, Santiago, crisis mundial, protección o industrialización, Bogotá Editorial Norma, 2007. p. 250.

139 Ordoñez, Aurelio Luis. *Industrias y empresarios pioneros.., Op. cit.*, p. 113.

Los factores que repercutieron en el incremento de la importación y la exportación por Buenaventura como se registra en la Tabla N° 13, manifiestan un porcentaje muy precario debido al comportamiento económico del mercado, consecuencia de la débil estructura económica y estatal; sin embargo a partir de 1910 hasta 1914 se presentó un incremento en las exportaciones e importaciones que aumentaron casi en un 70% en comparación a 1905. Posteriormente se mantuvo estable entre 1918 y 1919 cuando sólo aumentaría un 5%, así se percibe un sostenimiento del crecimiento después de la primera década del siglo XX, resultado del buen momento que comenzaba a presentarse en Cali como centro del desarrollo comercial de la región, inclusive de las políticas económicas para fomentar la producción, generación de un sistema crédito, inversión de infraestructura en vías, colonización de tierras e inversión extranjera.

En relación con las importaciones a principios del siglo XX, en lo que corresponde a Carvajal & Cia, como se argumentó dependió totalmente para su funcionamiento de las importaciones, por largo tiempo se hizo complejo forjar un proceso manufacturero, sin importar los artículos obtenidos por el mercado mundial. En lo que tenía que ver con materias primas, como el papel, tintas y otros que claramente seguían siendo abastecidos por proveedores internacionales, esta situación se mantendría hasta la década del cincuenta; gracias a la instalación y producción de artículos intermedios como el papel, por la compañía Propal S.A.¹⁴⁰

Desde 1907 hasta 1912 Carvajal & Cía., sólo contaba con dos máquinas de prensa para la impresión y ninguna para la producción de artículos de papelería, lo que motivó la gestión de sus socios capitalistas que hicieron la compra de maquinaria para el proceso manufacturado de la papelería e imprenta, aunque cabe aclarar que es a partir de 1914 que comenzó la producción de cuadernos, blocks, etc. En la siguiente tabla se hará referencia al

140 Tras la segunda guerra mundial, también se verá afectada la industria en Colombia, dándose así el último nivel más alto de industrialización del país durante el siglo XX periodo que fue en este aspecto clave. Si bien es claro que desde la década de los años 30 se había pasado a sustituir bienes de consumo manufacturado por la industrialización liviana, se creó una industria que supliría esta demanda, pero lo que sí es claro que se pasó a otra dependencia ya no en artículos de consumo sino una dependencia de importaciones de bienes de capital para el crecimiento o reparación de la industria véase: Ávila Bejarano Antonio Jesús, “ la economía entre 1930 y 1945” en Tirado M Álvaro (Dir.), *La Nueva historia de Colombia*, Bogotá, editorial planeta, 1989. Incluso algunos autores han sostenido que durante el periodo de la segunda guerra mundial debido a los inconvenientes para el flujo del comercio exterior se represó en manos de los capitalistas nacionales una fuerte cantidad de divisas, lo cual unido a la necesidad de reponer los equipos que habían tenido una intensa utilización, motivó una gran inversión en la industria a partir de 1945 que caracterizó el periodo 1945- 1950 como uno de lo más alta tasa de desarrollo industrial con un promedio de 11, 5 % que nunca después la industria colombiana ha recuperado. Véase: Kalmanovitz, Salomón (Dir.), *Nueva Historia Económica de Colombia. La expansión cafetera*. Bogotá, Aguilar, 2010; Londoño, Luis Alberto, *Yumbo de reguardo indígena a capital industrial del Valle del Cauca, orígenes y desarrollo de la industria en el Valle del Cauca*, Cali, Imprenta Departamental del Valle, 1997.

inventario de maquinaria adecuada por Carvajal hasta 1913, siendo difícil conocer cómo la compañía adquirió este tipo de maquinaria y cuáles fueron sus proveedores.

Tabla N° 14. Inventario de la Maquinaria de Carvajal & Cía. Siglo XX en un lapso de 5 años 1907-1912

Tipo de maquinaria	
Máquina de Imprimir fénix iv	Silla de mesa de hierro
Máquina de imprimir liberty economía de 10x15	Silla de mesa de hierro
Máquina de imprimir tarjetas	1 máquina de hacer blocks
Máquina de cortar interlineas	1 máquina de perforar
Máquina de hacer lingotes	1 máquina de coser con alambre
Máquina de rayar papel	1 motor eléctrico
1 guillotina de cortar papel	1 reberbero
1 caso para fundir cola	Docena de componedores, y de galeras
Balanza con sus pesas titulares	Máquina de imprimir al relieve
Este inventario de máquinas llega a un evaluó de \$ 368.950,00	

Fuente: Elaboración propia a través de AHMC, Escribanos-notarial, Notaría Segunda, No. 176 de 9 de julio de 1913.

La Tabla N° 14 identifica las compras realizadas por Carvajal & Cía. hasta 1913 con una inversión total de maquinaria avaluada en \$ 368.950,00 pesos papel moneda, cifra considerable de capital inyectado a la compañía al proceso manufacturado, dentro de ellos destacamos principalmente varios tipos de máquinas que servían para el proceso de impresión y otros para el proceso manufacturero de artículos de papel, que eran distribuidos por Carvajal en su almacén. Podemos clasificar las máquinas de la siguiente manera:

- 5 máquinas para el proceso de impresión y diseño.
- 2 máquinas de cortar papel.
- 3 máquinas para armar y de otro tipos de características.

Desde el análisis anterior se considera por una parte el proceso manufacturado de artículos de papelería, que era mínimo, claramente por la apropiación de medios de producción necesarios. Al respecto conviene decir que pesar de ello, había un intento de contribuir al proceso de transformación manufacturera, entre esos avances, con la obtención de maquinaria, como la rayadora de papel, que fue traída por gestión de Manuel Carvajal,¹⁴¹ como lo anota Diego Castrillón: “por aquella época Don Manuel Carvajal propendió por la importación de la primera máquina rayadora impulsada a mano que llegaba al occidente de Colombia, gracias a la cual (como lo manifiesta don Alberto Velasco) se lograron las primeras utilidades en la historia de la empresa porque el papel rayado era necesario para todo, ya que apenas comenzaba a difundirse el uso de las máquinas de escribir el país”.¹⁴²

141 Schrader, Camilo, y Jaramillo, Raúl. *Carvajal: Origen y crecimiento...*, Op. cit., p.37.

142 Castrillon, Diego. *Manuel Carvajal Sinisterra...*, Op. cit., p.36.

Posteriormente en 1916 se compró una nueva máquina rayadora de papel automática introducida por Hernando Carvajal desde Alemania, la adquisición de dicha maquina generó a la compañía contribuir en el desarrollo del proceso de industrial, siendo un importante paso para lo que sería Carvajal & Cía. durante la década del 1913 en adelante, por cuanto empezó a innovar con nuevos productos,¹⁴³ derivados del rayado del papel, las resmas en bultos de seis, siete, y ocho, de un tamaño 75 x 110, el cual osciló en un precio de venta, y resma a \$ 400 en 1912, hasta llegar a un precio, en 1914, de \$ 700.¹⁴⁴ Artículos que eran ofertados en el periódico *El Día*, para de esta manera abrir al mercado nuevos artículos.

También hacemos referencia a la introducción de maquinaria para la imprenta, que identifica con más claridad la preocupación de los socios por introducir tecnología y cierta innovación al servicio de impresión, con 5 máquinas al proceso de diseño y edición, lo que produjo un gran cambio en su técnica y especialización, alcanzando a posicionar a Carvajal & Cía. en la producción de carteles e impresión de alta calidad, por lo que se adecuo a los talleres y la maquinaria necesaria para que efectuará trabajos con altos estándares de calidad, con impresión moderna con nuevas características, ricas en detalles. Así era anunciada la introducción de este tipo de máquinas desde su periódico *El Día* a partir de 1907:

Imagen N 30. La Imprenta Comercial



Fuente: El Día, 5 de febrero 1907, p. 206.

A través de la publicidad, se informaba la entrada de variedad en artículos y maquinaria para el año de 1907, donde se buscaba un objetivo más definido a nivel de la imprenta, lo que ofreció un servicio impresión más elaborado y tecnificado con alto grado de calidad, logrando diferenciarse de la competencia en la medida en que estaba en constante innovación y tecnificación que llevaron a posicionar a Carvajal & Cía. en el mercado local

143 Ordoñez, Aurelio Luis. *Industrias y empresarios pioneros...*, Op. cit.

144 El Día, enero 3 de 1912, p. 5.

y regional. A partir de 1907 hasta 1912 la compañía elaboraba carteles, folletos, periódicos, hojas sueltas y cartelones con alto grado de especialización; el éxito de la línea de imprenta y de la producción de algunos artículos, y la comercialización de papelería importada, generó un relativo éxito en el de mercado local, que incentivó a que su capitalista mayoritario invirtiera de nuevo capital entre 1908 y 1912.¹⁴⁵

El nuevo capital fue de \$ 2.800 pesos oro, según consta en los libros de contabilidad de Carvajal & Cía.,¹⁴⁶ lo que suma un total activo de \$ 2.800 mil pesos oro con los 200 pesos oro aportados en 1907, de manera que el capital introducido por Don Manuel Carvajal Valencia a la mencionada sociedad comercial ascendió a \$ 3.000 mil pesos oro, lo anterior era el resultado de la consolidación de la compañía Carvajal que comenzaba a posicionarse en el mercado local de la ciudad de Cali y a apropiarse de la oferta sobre la apertura de un mercado de bienes y servicios. Antes de continuar se hace necesario analizar la manera transversal de operar los negocios abarcados por la Carvajal & Cía., pues como socio mayorista Don Manuel Carvajal Valencia utilizó el capital activo generado por la empresa para generar créditos, negocio que fue aprovechado por el déficit de un sistema financiero que para la primera década del siglo XX aún era inexistente y para satisfacer la demanda por parte de la necesidad de comerciantes en búsqueda de crédito para la conformación o fortalecimiento de capital en sus negocios comerciales. Ello que originó que muchos empresarios y comerciantes recurrieran tanto a entidades financieras, como a reconocidas personalidades del mundo comercial y familiar como lo identifica Jairo Henry Arroyo: “el banco comercial crediticia fundado en 1913 por hacendados-negociantes y liberales; la sociedad comercial G. Lalinde & Cía. y además prestamista de dinero”.¹⁴⁷

Don Manuel no sólo ayudó a solucionar a empresarios y comerciantes la falta de crédito, también fue un hombre reconocido entre los comerciantes de la ciudad, que generó admiración y respeto en Ulpiano Lloreda, Benito López y Carlos Eder; éstos le brindaron toda su confianza a través de poderes especiales para que los representara en algunos de sus negocios, confianza que fue ganada por su trayectoria económico y política en las que había incursionado durante su vida; por lo que realizaba de diferentes transacciones de compra y venta desde la participación de remates que realizó el gobierno nacional, así los intereses de diferentes comerciantes fueron representados por la figura de Manuel Carvajal.

145 AHMC, Escribanos-notarial, Notaría Segunda No 176 de 9 de julio de 1913

146 Sandoval, Juan David. “El libro en Cali...”, *Op. cit.*, p. 5.

147 Arroyo, Jairo Henry. *Historia de las prácticas...*, *Op. cit.*, p. 126.

Tabla N° 15. Créditos Otorgados por Carvajal & Cía. 1912

Otorgantes	Deuda
Los señores A. Lorette	\$ 1.299,60
Scott & bowne	\$ 750
H. Hachette & Co	\$ 7.005
Davis Lawrence Co	\$6.600
El señor henrry Wapole	\$37
La Empresa de teléfonos de Cali	\$10.000
El señor Pedro plata	\$129.132
Caja debe	\$30.700,50
El señor Alejandro Vallejo	\$1.177
Roberto Salazar	\$15.650
Temistocles Colonge	\$7,897,50
Pedro j soto & CIA	\$6.056
Francisco F Jaramillo	\$3.380
Vicente Navia debe	\$100
José María Arboleda debe	\$400
Rafael Rengifo	\$2.913,50
Alejandro Benítez	\$3.924
Ernesto Naranjo	\$54
José Manuel Bonilla	\$8.000
Tomás becerra	\$3.000
José María Rojas	\$1.982

Fuente: Elaboración propia a través de AHMC, Escribanos-notarial, Notaría Segunda No 176 de 9 de julio de 1913

De este modo durante su vida generó varios créditos a comerciantes de la ciudad, como se identifica en la Tabla N° 15, que ilustra esta práctica. Entre sociedades comerciales y un sin número de comerciantes reconocidos en la ciudad como el señor Pedro Plata, recurrieron a Don Manuel Carvajal para solicitar créditos, con un total adeudado hasta el año de 1913 de la cantidad de \$210,235,35 papel moneda. A nivel historiográfico autores como Jairo Henry Arroyo,¹⁴⁸ dejan entrever en los estudios de casos de empresarios y comerciantes, la solicitud de crédito a diferentes comerciantes a nivel local, que resolvieron un problema de solvencia económica en la primera década del siglo XX, lo que se puede identificar en sucesiones o pasivos de sociedad comerciales.

El acompañamiento y asesoramiento de la empresa por parte de Manuel Carvajal Valencia, se dio hasta 1912, año de su muerte, por lo que en adelante fue compromiso de la segunda generación, liderado por su madre Micaela Borrero, de seguir posicionando la empresa Carvajal en el mercado. En la nueva configuración de la familia ahora sin la presencia de Don Manuel Carvajal, fue heredada toda la responsabilidad a los herederos de la familia;

148 Ibíd.

Doña Micaela Borrero, y sus dos hijos principalmente Alberto y Hernando Carvajal como de los 4 hermanos Mario, Manuel A. Josefina y Ana Carvajal Borrero, que habían participado del negocio familiar en las diferentes actividades, tras la pérdida del padres, tomaron importancia en la sociedad comercial, además de ser adjudicatarios de gran cantidad de activos como pasivos.

Tabla N° 16. Inventario y Avaluó de los Bienes del fallecido Manuel Carvajal Valencia

Cantida d	Objeto	Valor
1	Mangón de pasto ubicado en el puerto llamado el Mango	\$100.000
1	Manga ubicada en el puesto del piloto	\$5.000
1	Mangón ubicado de Agua-blanca	\$80.000
1	Manga ubicada en el barrio San Nicolás	\$20.000
BIENES SEMOVIENTES		
4	Vacas paridas a 3500 p/m c/u	\$14.000
1	Vaca parida	\$3.500
4	Vacas horas a \$ 2.500 r/am C/U	\$10.000
3	Novillas de vientre a \$ 2,200 c/u	\$ 6.600
1	Yegua parida	\$3.000
1	Caballo vientre viejo	\$2.000
1	Potranca ordinaria	\$2.000
	Total:	\$ 246.100

Fuente: Elaboración propia a través de AHMC, Escribanos-notarial, Notaría Segunda No 176 de 9 de julio de 1913

Los aspectos a identificar en cuanto a la sucesión de Manuel Carvajal, permiten determinar la acumulación de capital durante su recorrido económico desde 1880 a 1912, el cual iba a quedar en manos de su esposa e hijos que fueron la base de un capital familiar para seguir acrecentando sus actividades económicas a nivel familiar y personal. En el capital heredado entre bienes raíces y semovientes, a pesar de que fueron una cantidad considerable, el activo más grande e importante de la mortuoria fue el de Carvajal & Compañía; entre el capital invertido y el patrimonio sumaban una cantidad considerable, que se había generado con el registro de inversiones en una década de actividades, como se demuestra en la Tabla N° 16. El capital que fue repartido de la compañía es tan sólo el correspondiente a los activos de Manuel Carvajal, o sea el 50% de la compañía, porque el otro correspondía a sus dos hijos como socios y dueños de la compañía. A continuación se presentaran inventario de los bienes totales hasta 1912 de Carvajal & Cía.:

Tabla N° 17. Bienes Activos de Carvajal & Cía. 1912

Objeto	Valor
Máquinas de la empresa	\$368,9500
Materias prima y artículos	\$708,743,45
Ganancias	\$351.171, 45
Créditos	\$210,235,35
Capital	\$300.000

Fuente: Elaboración propia a través de AHMC, Escribanos-notarial, Notaría Segunda No 176 de 9 de julio de 1913

Desde el análisis de la Tabla N° 17 se establece que la acumulación de capital de la sociedad Carvajal & Cía., identificó sólo ganancias con un capital acumulable de \$351.171, 45 pesos, además de que logró capitalizarse, con un gran capital de activos que se invirtieron en la empresa, en cuanto a maquinaria, materias primas y artículos de papel. La suma de los activos al igual que el capital de la compañía Carvajal (maquinas, materias primas, y créditos), logró la acumulación de los diferentes patrimonios de la compañía, alrededor de un valor total de \$ 1.317, 751,50, dejando por fuera el saldo de las ganancias y el capital invertido para la conformación de la empresa. La sucesión indica también los pasivos realizados en vida por el señor Manuel Carvajal a través de Carvajal & Cía., debían ser cancelados por los nuevos herederos. Desde los pasivos que tenía el señor Manuel Carvajal, como lo anotó la anterior tabla, se pueden observar las diferentes deudas, entre ellas a proveedores de Carvajal & Cía., como *National Paper T.Co*, y a diferentes comerciantes de la ciudad, que suma la cantidad de \$ 315.408.70 pesos.

**Tabla N° 18. Créditos Pasivos de la Mortuoria de Manuel Carvajal
Valencia 1912**

Créditos	Valor
Sres. Vial y Briaguad	\$ 300
Señor Horattio Campa	\$ 456
Carl Schilucher&Schull	\$ 48.13960
Walter Jagenberg	\$ 121.203,20
National paper t. Co	\$ 77,930
ThefulfordHason	\$ 1.468
Ch. Larilleaux	\$ 200
Joseph Guillott	\$ 177
Sanguinett & Co	\$15.833
María A. de Borrero	\$24.000
Los señores Francisco Menotti de Buenaventura	\$19.088.90
Ezequiel Hoyos	\$1.572.50
Mario Carvajal Borrero	\$5.000
Roberto Lozano	\$40,50

Fuente: Elaboración propia a través de AHMC, Escribanos-notarial, Notaría Segunda No 176 de 9 de julio de 1913

Para analizar el valor total que corresponde a los herederos del Dr. Manuel Carvajal Valencia, es necesario tener el avaluo de bienes señalados en la tabla N° 17 frente a los pasivos de Carvajal & Cía. analizados en la Tabla N° 18. Antes de mencionar este valor, aclararemos que los bienes raíces no entraron en la sumatoria por ser bienes personales, así se presentan un total de activos de Carvajal avaluados en \$ 1.317,751,50 pesos papel moneda, de los cuales se deben restar el total de los créditos pasivos que suman \$315.408.70, es decir, tal cómo se identifica en el balance realizado en la mortuoria:

Tabla N° 19. Activos y Pasivos de Carvajal & Cía.

Carvajal & Cía.		
Activo	Pasivo	Diferencia
\$1.317.751.55	\$315.408.70	\$ 1.002.342.85

Fuente: AHMC, Escribanos-notarial, Notaría Segunda, No. 176 de 9 de julio de 1913

Lo señalado en la Tabla N° 19 lleva a finalmente a descontar el valor del pasivo, los bienes raíces presentados en la tabla N°16 del capital y de las ganancias, y el documento notarial nos aclara que por una parte se dividió la mitad para el cónyuge, o sea a la señora Micaela Borrero de Carvajal, con el 50% de los bienes y la otra mitad fue repartida entre los herederos por partes iguales.¹⁴⁹ La repartición de los activos en cuanto a los bienes de la compañía, corresponde a \$ 6,459,1 pesos oro, de ese capital sólo se repartió el 50%, el resto del inventario evaluado en las máquinas, los insumos y créditos pertenecían a la compañía. Lo que correspondía al capital de Don Manuel en Carvajal & Cía. se dividió de la siguiente manera:

Tabla N° 20. Repartición entre los herederos de Manuel Carvajal del capital disponible de Carvajal Cía. 1913

Otorgantes	Capital
Micaela Borrero de Carvajal	3.245,50
Ana Carvajal Borrero	540,91
Josefina Carvajal	540,91
Alberto Carvajal	540,92
Hernando Carvajal	540,92
Mario Carvajal	540,92
Manuel A. Carvajal	540,92
Total	\$6,459,10

Fuente: Elaboración propia a través de AHMC, Escribanos-notarial, Notaría Segunda No 176 de 9 de julio de 1913.

Finalmente la repartición del capital correspondiente a los activos de Manuel Carvajal sobre Carvajal & Cía., permitió a sus otros hijos que no habían tenido participación en la compañía hasta 1912, en cuanto al capital invertido, que entraran hacer parte de los socios

149 Ibíd.

capitalistas de la empresa, tomando todo el legado dejado por Don Manuel Carvajal. Por lo que la responsabilidad de continuar las tareas de la empresa, recayó en Doña Micaela Borrero de Carvajal como socia mayoritaria, con la responsabilidad de continuar la tareas de la empresa, para que lograran administrarla de manera eficiente como bien lo habían logrado hacer sus dos hijos Alberto y Hernando Carvajal; en la participación de la empresa Doña Micaela logró administrarla de manera estratégica al igual que los bienes raíces heredados.

Cabe destacar la importancia de los socios, Alberto y Hernando Carvajal Borrero, quienes seguirían al mando de la compañía, pues todo lo aprendido con su padre lo estaban aplicando en la administración, incluido el capital cultural heredado, como fue igualmente el caso de Jorge Garcés Borrero cuando heredó las riendas de Boutique,¹⁵⁰ y el capital de saberes fue transmitido a sus hijos; lo anterior fue característico en el comportamiento de la empresa familiar en el Valle del Cauca, y por eso la buena administración y el buen manejo que ellos hicieron de sus empresas durante la primera década del siglo XX, logrando ubicarlos en la sociedad industrial más importante a nivel regional.

2.3. Nuevos vientos, Carvajal & Cía. (1913-1920)

Con la muerte de Manuel Carvajal, los herederos tuvieron que reconfigurar la estructura organizativa de la empresa familiar, lo que llevó a conformar un nuevo tipo de sociedad, bajo contrato, que se realizó en 1913 en la notaria primera del circuito de Cali, cuyas cláusulas reformularían los capitales invertidos en 1907; el nuevo contrato se formalizó mediante un convenio de contrato de sociedad comandita simple, que tenía como objetivo continuar con las operaciones de la sociedad Carvajal & Cía.¹⁵¹, así las actividades de la sociedad tendrán como objetivo estar al tanto de los negociantes de papelería e imprenta, incluyendo toda clase de trabajos industriales tipografías y sus complementarias¹⁵²; de nuevo la administración de la sociedad y el uso de la firma serán responsabilidad directa de sus socios mayoritarios Alberto y Hernando Carvajal. A continuación se presentara los capitales que se introdujeron a la firma:

150 Erazo, María Fernanda, *Los caminos del ascenso...*, *Op. cit.*

151 AHMC, Escribanos-notarial, Notaria Primera, No. 747 de 13 de septiembre de 1913, f. 195r.

152 *Ibíd.*, f.196r.

Tabla N° 21. Capital Carvajal & Cía. 1913

Otorgante	Capital
Micaela Borrero	\$1.624.00
Alberto Carvajal Borrero	\$1.144,50
Hernando Carvajal Borrero	\$1.144,150
Manuel Antonio Carvajal.	\$271,75
Josefina Carvajal	\$271,75
Ana Carvajal	\$271,75
Mario Carvajal	\$271,75

Fuente: Elaboración propia a través de AHMC, Escribanos-notarial, Notaría Segunda No 176 de 9 de julio de 1913

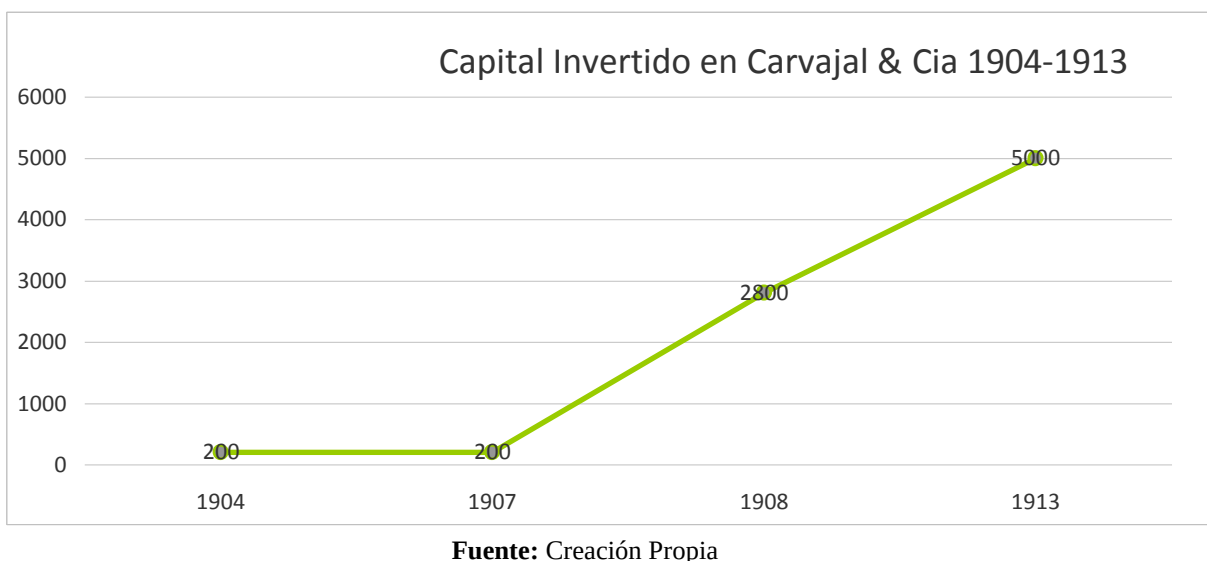
Con un total de 5,000 pesos oro invertidos por los socios de la familia Carvajal Borrero, fue el capital con que iniciaron la nueva etapa de Carvajal & Cía., con el contrato se reconfiguró lo estipulado del porcentaje de ganancias y pérdidas en el mayor rango individual fue la señora Borrero de Carvajal con el 32,48%, a los socios Alberto y Hernando Carvajal 22,89% a cada uno, y a los socios Manuel Antonio, Ana, Josefina y Mario Carvajal (5,435% para cada uno). Por otro lado, entre Alberto y Hernando como directivos tuvieron el más alto porcentaje de aporte de capital, y por consiguiente de responsabilidad, y beneficio con un 45%, como reconocimiento a los cofundadores de la firma, además del resultado de la gestión realizada en la compañía hasta el momento.

La nueva configuración de la empresa Carvajal & Cía. en 1913 permite analizar un objetivo más claro y una visión definida, ya que desde 1907 no se consideraba como objetivo la comercialización de artículos de papel, es decir no estaba estipulado en las cláusulas de conformación, tan sólo aparecía como objetivo principal de la tipografía a nivel industrial, sin embargo desde 1913 la papelería tenía un lugar preponderante entre los negocios de la empresa Carvajal, línea que aportaría a la consolidación, desde la distribución de artículos de papel que para este año sumaba una considerable cantidad en el inventario del almacén y no era de más pues sólo el resultado que se había dado a través de la apertura en el mercado en la comercialización de este tipo de artículos desde 1907.

Para este año, en la compañía se creó entre sus socios un sistema asalariado, que designaron con aportes coactivos a los señores Alberto y Hernando Carvajal Borrero, quienes únicamente cobraron sus sueldos a cargo de los gastos generales de la sociedad, para sus otros socios Micaela de Carvajal, Manuel Antonio, Ana, Josefina y Mario Carvajal; podían retirar para sus gastos particulares la cantidad de mil pesos (1.000) papel moneda mensuales, con cargo de sus utilidades,¹⁵³ lo que refleja posteriormente una organización más definida dentro de la empresa y no fue extraño que sus dos administradores Alberto y Hernando Carvajal tuvieran un salario, ya que ellos estaban a la dirección de toda la compañía. Ahora bien, podemos hacer un análisis de los capitales invertidos en el periodo definido entre 1904 y 1913, con tres años claves de inversión de Capital 1904, 1907 y 1913:

153 AHMC, Escribanos-notarial, Notaria Primera, No. 747 de 13 de septiembre de 1913, f. 196r.

Gráfico No 7. Inversión de capitales por sus socios en Carvajal & Cía. 1904-1913.



Como se evidencia en el Gráfico N° 2, podemos analizar el crecimiento de capital invertido durante la década de actividad económica de Carvajal & Cía., aclarando primero que el crecimiento se construyó sobre la relación de pesos oro, con lo anterior se podría confirmar que en el lapso entre 1904 y 1907 se evidenció una tímida inversión de capital, condicionado por el ambiente desfavorable que presentaba la ciudad de Cali. Desde 1908 los socios consideraron que el riesgo que tomaron fue positivo, pues de esta manera decidieron aumentar la inversión de capital en un periodo entre 1908-1912 con un aporte de \$2800, que posteriormente en 1913 aumentaría a la suma de \$5000 pesos oro, que fue una cantidad considerable de inversión.

En este panorama se puede identificar el grado de éxito al que había llegado Carvajal & Cía., después de una década de actividades, dejando a un lado la especulación y el riesgo generado por la oferta de unos nuevos bienes y servicios en el mercado. De esta manera, autores como el economista irlandés Richard Cantillon, introducen el concepto de incertidumbre como una función del empresario en la manera en que asumen riesgos en sus acciones;¹⁵⁴ por lo que tanto empresarios como comerciantes asumían la incertidumbre frente a campos inciertos, la cual fue una constante para los actores pertenecientes a los grupos familiares de esta época que estaban condicionados al asumir el riesgo o la inherente especulación de producir mercancías, o nuevos bienes al mercado. Las condiciones externas por un ambiente económico inestable que producía incertidumbre en las primeras décadas del XX, hacia muy difícil a ciencia cierta saber qué podría pasar con el resultado de todo el proceso industrial manufacturado, pero a pesar de ello, estos actores se arriesgaron y lograron poner a funcionamiento los establecimientos industriales, con lo cual

154 Cantillon, Richard Ensayo sobre la naturaleza del comerciante en general, México, fondo de Cultura Económica, 1996, p.231, Véase: Erazo, María Fernanda. *Los caminos del ascenso...*, Op. cit., p. 76.

no sólo obtuvieron acumulación de capital, sino también consiguieron contribuir al florecimiento de la economía de la región con cierta innovación en un proceso industrial.¹⁵⁵

El liderazgo mostrado por sus socios Hernando y Alberto Carvajal Borrero de Carvajal & Cía., sumado a las condiciones presentadas en Cali en la segunda década del siglo XX, llevó a la nueva sociedad a una rápida consolidación durante esta década, el potencial de estos dos emprendedores fue la base para el desarrollo de la compañía, desde el llamado empresario innovador que fue de vital importancia para el desarrollo y manejo de la gerencia empresarial; autores como Joseph Schumpeter le dan una importancia a la innovación radical, como elemento fundamental para el desarrollo económico, el cual no se da espontáneamente, sino que es promovido activamente dentro del sistema capitalista por el llamado empresario innovador, según Schumpeter: “el empresario es aquella persona que tiene capacidad e iniciativa para proponer y realizar nuevas combinaciones de medios de producción”.¹⁵⁶

La capacidad de combinar los medios de producción que fueron propias de los socios capitalistas de la familia Carvajal, a pesar de que tuvieron un desarrollo inicial lento, lograron ser innovadores en cuanto a técnicas e introducción de maquinaria; estrategias que fortalecieron la apertura de nuevos servicios y bienes de consumo en el mercado, que posibilitaron el posicionamiento de Carvajal & Cía., lo que ocasionó un rápido crecimiento del almacén de papelería en apenas en cinco años, el éxito de esta línea de los negocios hizo que lo definieron como un objetivo principal en los negocios de la empresa en el entendido de distribución de artículos de papel, el cual quedo en las cláusulas de este nuevo contrato. Desde el 1912 contaba con gran flujo y 73 diferentes artículos en este ramo, para este año el avalúo total era de \$ 708, 743,45 papel moneda.

En el análisis de la Tabla N° 22 (Que aparece a continuación) claramente puede identificarse la gran diversidad de artículos que Carvajal & Cía., tenía para la venta en el mercado local en 1912, su capacidad de innovar diversificar artículos de papelería logró poner el almacén en un alto nivel de competitividad.

155 Ibíd., p. 76.

156 Schumpeter, Joseph. *The theory of economic development...*, Op. cit., p. 84.

Tabla N° 22. Mercancías de la Papelería de Carvajal & Cía. entre 1907-1912

Diversidad de los artículos que vendía la empresa Carvajal Cía. 1907- 1912		
Papel de imprenta fino y normal	Fotos tinta Sobres americanos diferentes Marcas	Copiadores de carta,(telegramas, con papel carbón)
Papel de color americano	Cajitas de papel de escuela	Papel sin línea para maquina
Papel de color alemán	Resmas de papel oficio y carta	Mesas de papel mascado y planchas de papel mascado
Papel de oficio	Exfoliadores de papel carta colonia, de factura de luto, pequeños	Tarjetas de fantasía
Papel de esparto para envolver	Tarjetas de color g” con sabores	Pliegos papel grueso de color
Copiadores de carta	Libros en blanco	Hojas verdes, latas de tinta de imprenta
Sobres	-----	Resmas papel china blanco y de color
Libretas pasta hueles	Libros de balances	Cueros negros, rojos para encuadernar
Libretas de 110 esqueletos para recibos	Cartulinas blancas y de color	Frascos de lt. Tinta alizarin, y staffords
Cartón paja	Hojas papel mantequilla	Goma carter
Letras tintas de color de imprenta	Cajas plumas	Soporta-plumas
Oleografías	Lápices, estuches lápices	Mojadores de cristal
Imágenes de santos	Estuches, lapiceros, goma en madera	Registra carta, tarjetas para menú
Álbumes con la vida de Jesús	Lápices copia azul y rojo	Cuadernos calcomanías
Reglas pequeñas y grandes	Lapiceros con cadena	Mangos de fuentes
Corta-papeles	Piezas papel de colgadura	Tinta morada, azul, roja
Hojas, rizador, ganchos, papeleras	b/ con varios artículos de escritorio	Ganchos para lápiz
Cuadritos para mesa	Gruesa lápices gigantes	Moda-dedos y Cajita broches
Esquela de envolturas oara flores de colgadura t factura	Tinta negras y de colores para imprenta	Cartones de diferentes gruesos para encuadernación
Copiadores de oficio de carta y libros para copias con papel carbón	Libros en blanco y con rayado	Libros para balances

Fuente: Elaboración propia a través de AHMC, Escribanos-notarial, Notaría Segunda No 176 de 9 de julio de 1913; y periódico El Día agosto 14 de 1912; periódico El Día octubre de 1912

Un punto destacable fue la posición en el mercado como uno de los principales locales que se había especializado en la comercialización de artículos de papelería, pues en Cali ningún almacén tenía esa misma variedad, ni siquiera los almacenes de Palau Velásquez & Cía., que se habían destacado por su gran variedad de artículos; tal vez uno de los almacenes que a nivel local podrían presentar tan alto grado de especialización sobre determinados bienes

fueron las farmacias de J.G.B. Este tipo de análisis se fundamenta en la información registrada en la prensa local, por lo que podemos decir que Carvajal comenzó a mostrar cierto grado de especialización de un mercado de bienes alrededor de la papelería. Entonces, frente a los artículos ofertados en 1912 identificaron algo adicional, no sólo fue la línea de papelería desde el papel carbón, hasta reglas, álbumes, otros útiles escolares, también la distribución de numerosas revistas.

El buen momento en que se encontraba el negocio de venta de artículos de papelería, llevó a Carvajal & Cía. a partir de 1912 a aumentar la oferta existente de artículos de escritorio indispensables para atender las necesidades de diferentes insumos para oficina, esto permitió a la empresa agregar líneas periféricas para aprovechar el consumo de la demanda del público de un sector específico. Entre sus nuevos artículos, añadió un surtido de elementos de decoración y de regalos, llegando a ofertar la inscripción de monogramas o nombres en papel fino o cajas, que componían la envoltura del obsequio,¹⁵⁷ las tarjetas de postales con vistas de Cali, complemento el surtido de artículos para escritorio; lápices, de tinta, de pizarra de colores, artículos para pintar en óleo, plumas Perry 404 recortadas, papel de colgadura, esmalte Saplin,¹⁵⁸ portamonedas y relojes de bolsillo.

Este tipo de negocios que avistaban gran variedad de artículos fue una característica que proliferó en muchos de los locales de comerciantes, quienes comercializaron toda clase de artículos, como fue el negocio de Ignacio Palau Velásquez y Cía., Zawadski o hasta el propio Jorge Garcés Borrero, en cuya farmacia se vendían inclusive vinos sólo por nombrar algunos. Contrario a esa gran variedad, Carvajal & Cía. llevó a un tipo de especialización sobre una clase de mercado definido por una sola línea servicio y mercancías, que tuvo prestigio por su innovación y gran variedad en sus principales negocios.

En la primera década del siglo XX Cali tenía cerca de 25,258 habitantes,¹⁵⁹ muy pocas librerías y papelerías, sin embargo la apertura hacia el mercado mundial como principal fuente económica despertó las importaciones y la comercialización sobre un mercado de bienes culturales que originó el gusto por la literatura, habito que hasta ese momento en la sociedad caleña era mínimo. En las primeras décadas del siglo XX mientras la población aumentaba el interés por la lectura crecía, por lo que se generaba un pasatiempo para los habitantes de la región, sin embargo no serían libros en un primer momento los que se leyeron en el entorno local. Los artículos apetecidos para satisfacer esta necesidad, fueron algunos periódico inicialmente, luego, métodos, poemas; como resultado se generó todo un espacio cultural entre los ilustrados, mercado en el que poco a poco Carvajal & Cía. logró insertarse con la impresión de revistas y periódicos, inclusive incrementó la distribución de artículos de papelería lo que fortaleció un importante consumo en el mercado interno. Analicemos el crecimiento de la población caleña.

157 Periódico El Día, Febrero 41 de 1912, p. 10.

158 Ibíd., 10 de diciembre de 1913, p. 7.

159 Ordoñez, Aurelio Luis, *Industrias y empresarios pioneros...*, Op.Cit., p.52.

Si analizamos el crecimiento poblacional de Cali, en las primeras tres décadas del siglo XX con un progresión formidable entre 1918 y en 1938, el crecimiento de la ciudad en este año es casi 4 veces el presentado hasta 1912, aumento que se debe en gran parte a los procesos migratorios que se gestaban desde las diferentes regiones más cercanas al Valle del Cauca como lo argumenta María Fernanda Erazo: “migrantes de regiones cercanas como el Cauca, Nariño y Caldas como también extranjeros de Estados unidos y Europa, lograban que el comercio de Cali y todo el Valle del Cauca genere un aumento en la demanda de diferentes bienes y servicios”,¹⁶⁰ como se detalla en la Tabla número N° 22:

Tabla N° 23. Crecimiento de la Población de Cali de 1905 a 1938.

Crecimiento poblacional Años	Población
1905	25.258
1912	27.747
1918	45.525
1938	101.883

Fuente: Ordoñez, Luis, *Industrias y empresarios pioneros...*, *Op. cit.*, p. 52.

El crecimiento de la población de Cali, impactó a Carvajal & Cía. que inició su labor para satisfacer la demanda en artículos de papelería a nivel local, por ello utilizaron diferentes estrategias de venta de sus productos y servicios, pretendían generar una dependencia y obtener un parte del nicho en el mercado local. Un ejemplo de ello se observa desde la publicación en su periódico local cuando ofertaban un nuevo artículo de consumo; el block que era un producto novedoso, creaba una necesidad de consumo en las personas, insertándolo como algo necesario para el trabajo en el hogar. Así decía el anuncio: “para apuntar la ropa que se da de lavar, muy útil para las casas donde hay familia de venta en Carvajal & Cía.”.¹⁶¹ De esta manera iniciaron el desarrollo de una estrategia con la que lograrían que la compañía se posicionara en el mercado.

Es importante enfatizar que fue una labor difícil la que tuvo que realizar la empresa Carvajal & Cía., al incursionar en el mercado alrededor de la papelería, artes gráficas y del periodismo; como lo refleja su socio Alberto Carvajal Borrero en una nota recordatorio en su tercer año de la perdida de Manuel Carvajal Valencia, recuerda la difícil labor que tuvieron que enfrentar, pero que nunca desistieron por el legado que su padre había inculcado en sus hijos para no decaer frente a ninguno de los obstáculos en cualquier circunstancia:

160 Erazo, María Fernanda. *Los caminos del ascenso...*, *Op. cit.*, pp. 41-56.

161 El Día, agosto de 194, p. 3.

“Ayer cuando las dificultades de todo género entraban la marcha de nuestra empresa incipiente, cuando desfallecientes ante la magnitud de una labor que no prometía compensación cercana, agobiados por la frialdad de un público al parecer indiferentes, hubimos de tirar varias veces la pluma como renunciación de un empeño inútil, una voz cuyo eco suena y sonara siempre dulcemente en nuestros oídos, la voz de quien nos había enseñado a amar por sobre todo a Dios y a la patria, la del que nos había señalado el camino y nos llevaba por él de la mano mostrándonos abajo los escollos con un amor incomparable y arriba la línea ineludible del deber, poniendo, por delante su pecho de viejo luchador para que, a manera de escudo, en él rompieran sus ímpetus los golpes de la adversa fortuna voz bendita, no ceso de alertarnos y con el gesto de una sonrisa acariciadora que para nuestro espíritu tenía la virtud milagrosa, siempre nos repitió: adelante”.¹⁶²

A pesar de esta larga y ardua labor la empresa siguió adelante y logró encontrar un mercado para su oferta, por lo que siguió siempre innovando para seguir distinguiéndose a nivel local, por ello desde finales de 1912 y principios de 1913, apareció una nueva línea en Carvajal & Cía. en un intento de introducción de nuevos servicios, y en la búsqueda por avanzar hacia un proceso manufacturado o de abarcar nuevos productos a oferta en su almacén; por lo que crearon un taller para el servicio de encuadernación. Este servicio se inauguró, una vez se cumplió con los medios de producción necesarios, es decir tanto la adecuación de maquinaria ya incorporada en los talleres, como la necesaria utilización de mano de obra calificada, pues éste no pudo realizarse sin esta combinación de maquinaria moderna con hábiles operarios, el taller fue ubicado en el local donde tenían la imprenta comercial, número 227 antes mencionado.¹⁶³

En cuanto a la mano de obra apropiada para el proceso de encuadernación, los socios Alberto y Hernando Carvajal Borrero, apostaron por buscar un personal especializado y tecnificado que se encargó del servicio, como era responsabilidad de Carvajal & Cía., para cumplir con los objetivos de garantizar trabajos modernos y esmerados para la época. Para obtener esta mano de obra, veamos la siguiente publicidad del periódico *El Día*, donde se caracteriza las particularidades del servicio y responsabilidad: “el taller de encuadernación que han montado en esta ciudad Carvajal & Co está a cargo del señor don Ricardo Sáenz quien cuenta con veinte años de práctica en la capital de la república, el señor Sáenz fue premiado con medalla de oro en la Exposición internacional de Quito de 1909 y con medalla de plata en la exposición habida con motivo del centenario de 1910 en Bogotá”.¹⁶⁴

Carvajal & Cía. anunciaba en su periódico local *El Día*, su técnica y grado de especialización de su trabajo de encuadernación y consiguió a una persona calificada en el área para la realización de tan importante servicio; para estos años la empresa Carvajal & Compañía, no sólo había logrado sumar e innovar en el servicio de encuadernación, también había realizado un convenio importante en la distribución y venta de máquinas, como únicos agentes a nivel local para la agencia denominada *Sociedad Agusta Turín*, que

162 El Día, 20 de diciembre de 1915.

163 El Día, 18 de 1912, p. 387.

164 El Día, febrero 12 de 1913, p. 7.

significaba unión nacional fundiciones de tipos y fábricas de máquinas, la cual era una compañía internacional proveniente de Milán.

En lo que respecta a la oferta fueron fundaciones de tipos para obras, periódicos, titulares iniciales y adornos modernos, en todos los estilos y filetes de bronce moderno simples y de fantasía, viñetas, estereotipia, galvanotipia etc., tipos de madera, imposiciones de material de hierro fundido, interlíneas y espacios de toda clase; en lo que tiene que ver la fábrica de máquinas ofertaban maquinas tipográficas y litográficas de construcción moderna con todos los últimos perfeccionamientos, caso de los pone pliego, automáquinas de platina, cortadoras, prensas perforadoras, cizallas, grabados fotomecánicos y sobre madera a los compradores y a clientes de la Sociedad Augusta, etc. Se regalaba el archivo tipográfico, la revista de artes gráficas solo para los clientes, cuya suscripción anual era de 4 libras.¹⁶⁵

Como únicos agentes en el Valle del Cauca en las instalaciones de Carvajal & Cía. operaba la *Sociedad Augusta*, esta se encontraba en la carrera 5 N° 225 donde estaban instalada la imprenta, lo anterior permite comprobar lo que hasta ahora se ha argumentado sobre la capacidad de Carvajal & Cía., al ofertar sus productos y servicios a la población caleña, teniendo doble funcionalidad como distribuidor de materias primas y maquinas, en todo lo que tenía que ver con las artes gráficas; lo que hizo sobresalir la empresa sobre la competencia, porque muchos comerciantes necesitaron los artículos que ellos importaban, como el papel de imprenta blanco que llegó en 1915 en medidas de 74 x 107 centímetros, que oscilaba en un precio de \$400 pesos, resmas y remas de colores que era de 61x 91 centímetros a \$ 350,¹⁶⁶ papel de imprenta para arte, tintas de imprenta negra y de colores¹⁶⁷ y máquinas de imprenta, cilindros que llegaron a los almacenes de la compañía, etc.; además ofrecieron el servicio de reparación y venta de repuestos.¹⁶⁸

Desde 1914, la compañía Carvajal con el almacén de papelería, logró una vez presentadas las condiciones y el equipo necesario, la introducción de cuadernos, proceso que inició con la fabricación por la empresa de cuadernos en blanco, que fueron ofrecidos una vez obtuvieron las maquinas necesarias para este proceso, así se inició la venta de cuadernos para ese año, haciendo referencia a lo que aparece en el periódico *El Día*, que hasta 1914 no había incluido en su línea de artículos de papelería, y después de este año aparece en lo referente a este tipo de artículos el siguiente anunciado: “Cuadernos para escuela de varios precios, tamaños y cualidades: cuadernitos para apuntes: calcomanías: cartones: cartulinas de varios colores: tajas de papel para escribir: copiadores”.¹⁶⁹

165 El Día, Octubre 5 de 1915, p. 4.

166 El Día, Octubre 5 de 1915, p. 4.

167 El Día, Junio 10 de 1914, p. 2.

168 El Día, Mayo 5 de 1915, p. 16.

169 El Día, Junio 10 de 1912, p. 4.

Vale la pena apartarse de análisis local para reconocer que en el momento coyuntural de la primera guerra mundial, Cali no presentaba grandes asentamientos industriales, a diferencia de ciudades como Bogotá y Medellín que a nivel nacional estaban consolidando la reactivación de la industria en Colombia en la primera década del siglo XX. Fue un proceso lento, en respuesta a la fragmentación política que vivió el país a finales del siglo XIX, de tal manera tuvo que comenzar el nuevo siglo resolviendo los síntomas de violencia, como la fragmentación social, la ruina, la hiperinflación, aislada del mundo, con la crueldad de la guerra civil y sin la provincia de Panamá, que se había separado en 1903;¹⁷⁰ sin embargo, en el decenio del presidente Rafael Reyes, el país encontró las bases para un desarrollo capitalista y finalmente despegó.

Las industrias que encontramos en el Valle del Cauca hasta 1914, solamente el Ingenio Manuelita en Palmira 1901 y Carvajal & Cía., ya forjaban procesos de producción manufacturera durante la primera década del siglo XX; las otras no eran más que diez pequeñas y rudimentarias fábricas dedicadas a la producción de cigarrillos, adobes, tejas, sombreros de paño, molinos, trilladoras, jabones y velas. Sin embargo fue el periodo 1910-1915 que se dieron las bases institucionales e infraestructura en el escenario para el desarrollo económico local.

Sumado a ello en 1910 ocurrieron los acontecimientos que comenzaron a configurar mejores condiciones para el desarrollo de la ciudad; con la nueva división político-administrativa del territorio nacional, según el decreto N° 340 del 16 de abril de 1910 se constituyó el departamento del Valle del Cauca, independiente del Cauca y se designó a Cali como capital, después de una lucha segregacionista adelantada por un grupo de dirigentes regionales, encabezados por el Doctor Ignacio Palau,¹⁷¹ arguyendo que el Cauca succionaba los recursos fiscales producidos en el norte del valle geográfico del río Cauca y desatendía las necesidades de esta región. Al designarse a Cali como capital, se amplió el sector público local con la organización administrativa departamental, que generó nuevos empleos y manejo de recursos públicos; así, en la primera dos décadas del siglo XX, todos los factores convergieron para que Cali presentara las condiciones para un proceso de desarrollo industrial y capitalista, que la encarrilaría hacia un acelerado proceso de modernización. Es claro que Cali fue constituyéndose en el centro de confluencia de las actividades económicas más importantes de la región, como el comercio, la industria, la economía azucarera, las actividades bancarias, la trilla y comercialización del café; la población creció en forma extraordinaria y se crearon instituciones para la calificación de la fuerza de trabajo.¹⁷²

170 Kalmanovitz, Salomón (Dir.). *Nueva Historia Económica de Colombia. La expansión cafetera*. Bogotá, Aguilar, 2010, pp. 111-112.

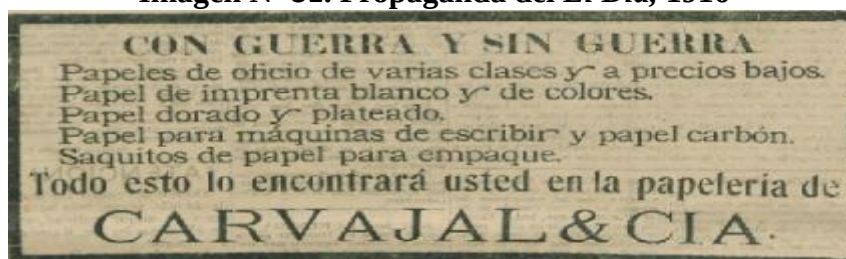
171 Vázquez, Édgar. *Cali: economía, población, expansión urbana y servicios públicos: un modelo de interrelaciones*. Cali, CIDSE, Universidad del Valle, pp. 7-9.

172 Vázquez, Édgar. *Historia de Cali en el siglo XX...*, Op. cit., p. 3.

Toda las condiciones presentadas en Cali durante estos años fueron consolidando a la ciudad como un polo de desarrollo para acentuar la naciente industria, por lo que Carvajal fue fortaleciéndose a medida que el mercado lo possibilitó, sin embargo fue durante esta década que la empresa tuvo su primera prueba cuando dependía completamente del mercado mundial, y éste fue afectado por el conflicto de la Primera Guerra Mundial, congelando las importaciones y exportaciones mundiales desde los países europeos. Por lo que al saber que la guerra iba a empeorar, Carvajal & Cía. importó grandes cantidades de artículos de papel, asegurando la especulación generada por las coyunturas de la confrontación bélica, esta jugada hizo que Carvajal no tuviera necesidades de traer productos del extranjero mientras durara el conflicto.

Don Hernando Carvajal comprendió que tenía que realizar una importante inversión para obtener un depósito de mayor volumen, previniendo la posibilidad de prolongación de la guerra y por ende las restricciones del mercado mundial del cual dependían completamente de las dinámicas de este sector, así que él invirtió todo el dinero de que pudo disponer en una nueva importación desde Estados Unidos de papel y tintas,¹⁷³ asegurando un completo surtido mientras duro la guerra, la rápida toma de decisión de su gerente fue esencial para no poner a la empresa Carvajal & Cía. en una situación crítica, lo que llevó a enfatizar en la propaganda del *El Día*, argumentado que en los almacenes de Carvajal sin guerra o con guerra, encontrarían un completo surtido de artículos.

Imagen N° 31. Propaganda del *El Día*, 1916



Fuente: *El Día*, 19 de febrero de 1916, p. 3.

Hasta la segunda década del siglo XX, Carvajal & Cía. había tenido cierta apropiación de tecnologías, pero los talleres de la empresa no habían logrado la transición de un taller artesanal a uno industrial, por eso no habían adquirido el desarrollo necesario para situar la empresa entre de los grandes establecimientos industriales de la región, a pesar de que claramente fueron pioneros y emprendedores al constituirse el negocio de las artes gráficas, como el de papelería. Este fue un proceso de consolidación paso a paso, condicionado por las dificultades que presentaba Cali, para competir con otros centros industriales con grandes innovaciones a partir del proceso de impresión y técnicas en las artes gráficas, fabricación de cuadernos y procesos de encuadernación, el arte de la creación de carteles e impresión, entre otros. Cabe destacar que Carvajal & Cía. durante esta etapa logró desenvolverse en el mercado, no sólo generando una cultura literaria alrededor de la palabra impresa, si no dando oportuna respuesta a la demanda de artículos de papelería.

173 Castrillón, Diego. *Manuel Carvajal Sinisterra..., Op. cit.*, p. 43.

CAPÍTULO III.

APROVECHANDO LA MODERNIDAD: DIVERSIFICACIÓN E INNOVACIÓN EN LA EMPRESA CARVAJAL & CÍA

En la segunda década del siglo XX, Cali expandía las condiciones para un desarrollo industrial, que se presentaban con el despegue del mercado interno el cual había adquirido unas estructuras sólidas durante estos años, estimulado por la conformación de grupos familiares empresariales,¹⁷⁴ incluso con una economía que logró sortear los efectos de coyunturas como la primera guerra mundial, y las crisis internacionales de los años 1920 y 1921, trayendo consigo un breve auge hacia el mercado interno, y luego una reactivación en conexión con el mercado mundial hasta la década de 1929.¹⁷⁵ Por estas razones, el buen momento de la actividad mercantil que permitió la consolidación en el mercado mundial de las exportaciones del grano del café, potencializó la generación de divisas que se utilizaron para financiar el capital fijo de la industria que venía surgiendo en Barranquilla, Bogotá y sobre todo en Medellín;¹⁷⁶ por otra parte esta situación económica se trasformó en la base para financiar la infraestructura en cuanto a transporte en el país, más el flujo de empréstitos por la vía del endeudamiento, inversión que terminó unificando el mercado interno en Colombia cuando se extendieron las troncales por todo la nación.

Es claro que a inicios del siglo XX, se dieron un conjunto de circunstancias excepcionales para el despegue industrial de la ciudad de Cali, sobre la conjugación del buen momento por el que pasaba la economía cafetera, azucarera y el comercio por el Puerto de Buenaventura, más los avances comerciales entre 1910 y 1928 que generaron las estructuras necesarias en el mercado para potencializar el desarrollo moderno de la ciudad. El incremento del movimiento mercantil por Buenaventura, se disparó con la llegada del ferrocarril en 1915, incrementando el comercio por el Puerto, con ello las importaciones se multiplicaron en este periodo por 8,49 %, al igual que las exportaciones se elevaron en un 3, 56 % mostrando el gran auge comercial durante este periodo.¹⁷⁷

Jairo Henry Arroyo afirma que tanto: “el desarrollo de las diferentes vías de comunicación internas, la abundancia de tierras fértiles y ríos caudalosos, la articulación al mercado mundial a través del Océano Pacífico, la presencia institucional estatal en su doble rol de recaudador de impuestos y financiero de la inversión pública, y el impacto generado tanto

174 Arroyo, Jairo Henry. *Historia de las prácticas empresariales...*, *Op. cit.*, p.31.

175 Erazo, María Fernanda, *Los caminos del ascenso empresarial...*, *Op. cit.*, pp. 41-40.

176 Tovar, Bernardo. *La economía colombiana (1886-1922)*. Bogotá, Editorial Planeta. 1989, pp. 122-123.

177 Almanaque de hechos colombianos, Vol. 5, En: Ordoñez, Luis Aurelio. *Industrias y empresarios...*, *Op. cit.*, p. 53.

por el Ferrocarril del Pacífico”,¹⁷⁸ fueron los cambios político-administrativos que habían dado a Cali su sitio como capital del nuevo departamento de Valle del Cauca, formando las ventajas comparativas y condiciones plenas para su desarrollo económico.

La Tabla N° 15 presentó los niveles de importaciones y exportaciones de principios del siglo XX, el análisis de la misma permite identificar un aumento considerable en las actividades comerciales vinculadas con el mercado mundial. A continuación se analiza la segunda década del siglo XX, antes de la crisis de 1929:

Tabla N° 24 Exportaciones e importaciones por Buenaventura 1922-1929

Comercio de Buenaventura de 1922 a 1929. Año	Importaciones (miles de dólares)	% del total nacional	Exportaciones totales (miles de dólares)	% del total nacional
1922-4	6.821	12.1%	14.627	22.9%
1925-9	22.720	17.5%	27.698	25.0%

Fuente: El surgimiento de Cali como centro industrial”, en: Ocampo, José Antonio y Montenegro, Santiago. *Crisis mundial, protección e industrialización*. Bogotá, Grupo Editorial Norma, 2007, p. 250.

Como se reconoce en la Tabla N° 24, hubo un crecimiento entre 1925 y 1929 por lo que se multiplicaron casi tres veces respecto de los primeros años de la década del XX; si se comparan las Tablas N° 15 y la N° 24, se identifica un crecimiento de las exportaciones alrededor de 8.49 %; en diez años de 1919 a 1929, las importaciones aumentaron en 3.56%.¹⁷⁹ Entre éstas destacamos la importación de artículos de papel, por lo que en el año de 1923 se importaba la cantidad en peso neto 36.833.000¹⁸⁰ por un valor de \$ 21.095.79 que representaba el 3,6% del total de las importaciones realizadas en ese año.

Entre los principales agentes del desarrollo económico, se cuenta el Ferrocarril del Pacífico como un elemento importante para que se consolidase el mercado regional; a partir de los datos suministrados por autores como López y José Antonio Ocampo, quienes dejan entrever el crecimiento comercial de la ciudad, se vio impactado por la facilidad con que se movilizaron las exportaciones e importaciones en conexión al Puerto de Buenaventura, con la llegada del ferrocarril se incrementaron notablemente estas dinámicas. El ferrocarril

178 Arroyo, Jairo Henry. *Historia de las prácticas empresarial...*, Op. cit.

179 Erazo, María Fernanda. *Los caminos del ascenso empresarial...*, Op. cit., p. 41.

180 AHMC, Miscelánea, *Boletín de Estadística Municipal*, Cali, Vol. 2, No. 2, p. 16.

facilito el acceso al puerto, ayudó a resolver el aislamiento regional de la ciudad y extendió conexiones con los diferentes mercados regionales que ayudaron a la consolidación del mercado interno, que tuvo como consecuencia el fortalecimiento de los capitales desde la comercialización de mercancías a nivel regional. Esta red de transporte se dio en un 100% a partir de 1915, anteriormente sólo se habían identificado algunos intentos propiciados con la navegación a vapor por el río Cauca, y algunos caminos existentes construidos sobre finales del siglo XIX y principios del XX.

Las condiciones y el despegue de la economía moderna en Cali, se pueden cuantificar por el número de empresas de tipo industrial que comenzaron constituirse en la ciudad, en comparación a la década anterior donde se habían fundado pocos establecimientos de este tipo, condicionados por la precariedad de las estructuras económicas del mercado local. Entre 1914 y 1925, establecieron un total de 77 empresas industriales,¹⁸¹ entre los más importantes se encontraron trilladoras de café, tipografías, textiles y ebanisterías; por lo tanto cabe examinar los principales emprendimientos de este tipo en 1925 a nivel del valle geográfico del río Cauca, siendo notorio el crecimiento que se puede analizar en Cali en esta década, resultado de la coherencia de las condiciones antes mencionadas.

**Tabla N°25. Creación de Establecimientos Industriales
Ubicados en Cali - 1925**

Establecimiento	Número de establecimientos de este tipo.
Trilladoras de café.	7
Tipografías.	9
Textiles.	2
Cerveza.	3
Fábricas de café.	5
Materiales de construcción.	4
Ebanisterías.	6
Sastrerías.	5
Cigarrillos.	3
Gaseosas.	3
Zapaterías.	3
Fundiciones.	2
Chocolate.	3

181 AHMC, Miscelánea, *Boletín de Estadística Municipal*, Vol. 3, No. 3, julio de 1925

Fuente: AHMC, Miscelánea, *Boletín de Estadística Municipal*, Vol. 3, núm. 3, julio de 1925.

En la Tabla N° 25 es claro el establecimiento de empresas de tipo industrial en Cali, de las cuales se destacan en mayor número los establecimientos tipográficos, con un total de nueve a nivel local, por otra parte en menor número se encontraban las trilladoras de café y en una menor proporción las textileras, las productoras de bebidas gaseosas y las fundiciones. Aunque en Cali el desarrollo de este tipo de industria era mínimo, no lo fue en las principales ciudades del país como Medellín y Bogotá, en Cali aún era difícil asumir el riesgo por la incertidumbre que tuvieron que sortear empresarios al introducir nuevos bienes al mercado, en sectores que demandaba maquinaria pesada, tipo de mano de obra especializada, infraestructura para desarrollar este tipo de establecimientos industriales, por lo que empresarios y comerciantes invirtieron en otro tipo de negocios en mayor proporción.

Fue así como desde el dato proporcionado por el Boletín estadístico Municipal, deja entrever la gran cantidad de tipografías que había en la ciudad, y la competencia que afrontaba Carvajal & Cía. para la 1925; este tipo de industria era llamativa en el mercado local, debido a la gran demanda de publicidad por parte del mercado interno, que tenía que ver con la creación de carteles publicitarios, todo como respuesta del aumento de los diferentes tipos de actividades comerciales e industriales, que fueron necesarias para posicionar los nuevos establecimientos y sus productos en el mercado, los que se daban a conocer por medio de los periódicos locales. Mucha de la propaganda que se vendía por este medio, fomentaban la fabricación de carteles publicitarios argumentando: “que el que no lo hiciera, no vendía”.¹⁸² De cierta manera las diferentes industrias que surgieron llevaron a la necesidad de una constante demanda de publicidad, lo que generó la creación de imprentas, litografías y tipografías en la ciudad, situación de la que Carvajal & compañía saco provecho para ofertar un servicio competitivo.

Con crecimiento del mercado interno, con una expansión prolongada de estabilidad económica, Carvajal & Cía. aprovechó para consolidarse, innovar y diversificar con nuevos negocios comerciales e industriales, lo que generó una década de crecimiento para el negocio familiar y para la empresa, en la medida en que Cali despegaba. La compañía Carvajal conseguía aprovechar las condiciones del mercado regional, como el centro de afluencias comerciales e industriales en la cual Cali, en la década del XX, al haber cumplido la vigencia de la compañía, llevó a los socios de Carvajal a renovar el contrato inicial el cual se había constituido en 1913, en esencia no se realizaron cambios notorios en éste¹⁸³ lo que se debió al buen desempeño que tuvo Carvajal & Compañía desde 1912, al mando de Alberto, Hernando y Mario Carvajal Borrero, que comenzaban a sobresalir entre

182 El Día, diciembre 19 de 1909, p. 3.

183 AHMC, Escribanos notariales, Escritura 65 de 22 de enero de 1920, f. 204v.

sus hermanos, desde la dirección del periódico *El Día*, que fue dejado por Alberto Carvajal Borrero, quien consignó toda su confianza a sus hermanos Mario en 1914 y Manuel Antonio en 1916.

El nuevo contrato, a pesar de que no contenía cambios importantes, tuvo como sorpresa la salida de Manuel Antonio Carvajal de los socios capitalistas de la compañía, quien vendió sus acciones a los socios restantes, esta decisión tal vez giró en torno a los intereses del Dr. Manuel Carvajal, que no estaban acordes a los intereses de sus hermanos, aunque vale decir que su hermano Hernando Carvajal Borrero fue incondicional para él, en la medida que se encargó de todos sus asuntos comerciales a través de poderes especiales,¹⁸⁴ otorgados para diferentes aspectos, desde compra de tierras, hasta asuntos jurídicos, mientras él mantenía relaciones en el campo de la política, con las que logró el más alto cargo durante su vida como gobernador del Valle del Cauca en 1924. La utilización del capital sirvió para la conformación posterior de varias compañías en las que participo Manuel A. Carvajal, por ejemplo la sociedad Aparicio & Carvajal en 1916, que se dedicó en gran parte al sector ganadero con la compra y venta de explotaciones rurales de cultivos,¹⁸⁵ y posteriormente la creación de la empresa de telefonía del Valle del Cauca, compañía conformada durante su vida política como gobernador, después de la muerte de su madre, y que por herencia maternal volvió a ser socio en 1930.

Al vender Manuel Antonio las acciones que correspondían al 5% del total de las acciones de la empresa, permitió que sus hermanos incrementaran la participación como accionistas en los porcentajes de ganancias o pérdidas, por lo cual la nueva configuración de estos quedo de la siguiente manera: para la señora Micaela Borrero de Carvajal el 34, 82% para los socios, Alberto y Hernando Carvajal cada uno con un porcentaje de 24,05% para los demás el 5,78%. La administración de la sociedad estaría a cargo de los socios Don Alberto, Hernando y Mario Carvajal los cuales podrán hacer uso de la firma social.¹⁸⁶ Por otra parte, lo único que cambio fue en la dirección administrativa de Carvajal & Compañía con la participación de su hermano menor Mario Carvajal Borrero quien había demostrado actitudes para estar al tanto de la dirección de la empresa familiar.

184 Los poderes especiales otorgado a Hernando se realizó desde 1914 que fue protocolizado por la notaria primera escritura 342 para el año de 1919, la cual se presentó para su protocolización en dos hojas copia registrada de la escritura número 1.790 de 28 de agosto de 1914 otorgada en la Notaría Segunda del circuito de Bogotá por la cual el doctor Manuel A. Carvajal le confirió poder general para negociar, transacciones, pleitos este se agrega el comprobante del de los derechos fiscales república de a Colombia departamento del Valle del cauca admón. general de hacienda Cali julio 12 de 1919 (..) el registro de la protocolización que hace Hernando Carvajal del poder que le confiere Manuel Carvajal poder especial de Antonio a Hernando para la venta de un terreno del mango.

185 AHMC, Escribanos Notariales, Escritura No. 168 de 12 de mayo de 1916.

186 AHMC, Escribanos notariales, Escritura No. 65 de 22 de enero de 1920, f. 204v.

En consecuencia de la nueva configuración sobre los capitales y la administración de la gerencia de la empresa, la que permitió seguir encontrando el camino hacia el afianzamiento de Carvajal & Cía. a nivel local en las condiciones de Cali que permitían la implementación de nuevas tecnologías y apropiación medios de producción, como de un sistema de impresión litográfico y tipográfico más avanzado, este era el resultado de la conexión que otorgaba el Ferrocarril del Pacífico directamente con el Puerto de Buenaventura que permitió y facilitó la accesibilidad al transporte de maquinaria pesada. Esta atmosfera de seguridad sirvió para que Hernando Carvajal Borrero viajara a Alemania; al realizar esta salida no fue necesario dejar poderes especiales para que se encargaran de la gerencia, ya que sus dos hermanos estaban al tanto de la dirección de la empresa, tanto Alberto como Mario Carvajal Borrero conocían el manejo completo de la empresa, no obstante la responsabilidad quedo en manos de Mario Carvajal Borrero, teniendo en cuenta, que para la misma época Alberto Carvajal tuvo que desplazarse a Suecia.

Hernando Carvajal en Alemania estuvo por varios meses conociendo de las nuevas técnicas, y aprendiendo sobre los “nuevos diseños industriales, visitando fábricas y empresas poniéndose en comunicación con personajes y firmas que pudieran ser útiles para el desenvolvimiento de los planes que venía modelando”,¹⁸⁷ y el viaje fue de vital importancia en la medida que se introdujeron diferentes maquinas modernas entre ellas una rayadora de papel, además adquirió dos prensas con piedras litográficas¹⁸⁸ que imprimían de la piedra directamente sobre el papel, dejando atrás el antiguo método realizado a mano, así él logró aprovechar el apogeo de la innovación lo que generó de nuevo un cambio en la producción litográfica, este sistema fue precursor del offset; igualmente contrató los servicios de cinco técnicos alemanes que llegaron en 1922 para realizar el primer montaje de los equipos,¹⁸⁹ Alemania era la capital mundial en el desarrollo tecnológico e innovador en lo tratante a las artes gráficas, con grandes invenciones en la materia.

Posteriormente en 1927 se introdujo en la empresa la litografía Offset, la que cambió toda la manera en que se había realizado la impresión industrial, el proceso tipográfico automático y abrió al mercado un nuevo servicio de impresión litográfico, el nivel de avance en el proceso manufacturero de artículos de papel fue notable. También se realizó una introducción de nuevas máquinas y técnicas aprendidas durante la estadía de Don Hernando Carvajal en el continente europeo, como lo argumenta Alberto Velasco, donde determinó las adquisiciones a nivel de proceso manufacturado de artículos de papel. “Se trajeron por ese entonces las primeras máquinas para la fabricación de sobres y se hizo el primer montaje para composición tipográfica automática en plomo, así como también fabricar las letras individuales que debían reemplazar los tipos de desgaste en las cajas utilizadas en el proceso de levantar tipo de a mano”.¹⁹⁰

187 Schrader, Camilo, y Jaramillo, Raúl, *Carvajal: Origen y crecimiento...*, Op. Cit., p.46.

188 Ibíd.

189 Velasco, Alberto. *Reseña histórica Carvajal S.A.* Cali, Carvajal, S.A., p. 33.

190 Velasco, Alberto. *Reseña histórica...* Op. cit., p. 33-34.

Estos avances se dieron como resultado del mejoramiento de las condiciones en cuanto a las dificultades del transporte y el desarrollo urbanístico que presentaba Cali, y la generación de energía que potencializó la entrada de este tipo de maquinaria. Inclusive era favorecido por la introducción de tecnología llegada al país, ya que el buen momento que pasaba la importación de maquinaria desde 1918 mostraba un incremento progresivo de importaciones de este tipo en Colombia, que pasaron en 1918 de 905,9 toneladas a la cifra de 18.807,5 en 1940, hasta alcanzar su punto más alto en 1945 con 29,146 toneladas.

Hasta este punto es necesario indicar que esta tendencia a la innovación condujo a capturar toda la tecnología de punta desarrollada en Alemania, lo que llevaría, con la administración de Hernando Carvajal, a destacar a la compañía, permitiéndole alcanzar un lugar muy alto de competitividad, al introducir nuevos servicios al mercado, incluso con la máquina de hacer sobres y el método litográfico. La consolidación se debió rotundamente a la gestión realizada por su socio capitalista Hernando Carvajal Borrero como agente innovador en términos schumpeterianos, entendido como aquel empresario en el puesto central de la actividad económica, con la capacidad de ser un empresario innovador que logra ser el transformador de una economía que se halla en punto de equilibrio, en un mundo sin incertidumbre ni beneficios y sin desarrollo, por lo que es desde la innovación periódica cuando rompe ese equilibrio y conduce a la economía a un punto de desarrollo.¹⁹¹

En esta tendencia a la innovación, los socios de la compañía cumplieron al intentar cambiar periódicamente, con la incorporación a nivel de sus artículos ofertados, la entrada de maquinaria y la modernización con respecto al cambio de tecnologías y técnicas las cuales se habían implementado en las artes gráficas, lo que proporcionó nuevas combinaciones de factores productivos y por lo tanto de desarrollo económico para la empresa; Todo lo cual es pieza clave en el mecanismo del catalizador del cambio económico, por lo que situaron a Carvajal & Cía. en la evolución desde un taller artesanal hasta el desarrollo tipo industrial, con la apropiación de nuevos métodos de producción más eficientes.

3.1. Ampliación de Carvajal & Cía.

La compañía aprovechó toda las condiciones de Cali en la década del XX para destacarse en el mercado local, con nuevas adquisiciones para mejorar los medios de producción industrial (maquinas, métodos de producción, ampliación de talleres) en materia tecnológica y para invertir en un portafolio inversiones diversificado (mercancías y capital), lo que influyó en que Carvajal & Cía. creciera en infraestructura en cuanto a lo requerido en sus instalaciones. Dicha ampliación no había sido necesaria años atrás, con lo que se alcanzó el objetivo de consolidarse en el mercado local; esta década fue favorable para la empresa para impulsar el tránsito de un taller artesanal a uno industrial, este cambio resultó

191 Valdalisio, Jesús María y López, Santiago. *Historia económica de la empresa*. Barcelona, Crítica, 2007, p. 21.

en que los socios capitalistas visionaran el crecimiento de Carvajal, ocasionando la compra de predios para las nuevas instalaciones de la compañía.

La ampliación que inició con la compra de bienes raíces por medio de la firma durante los años de 1924 a 1928, los que se focalizaron en el sector de San Nicolás, donde se movía la industria y comercio de la ciudad en estos años. Así abrieron nuevos locales para el crecimiento en cuanto infraestructura de la compañía, debido a que la casa paterna donde habían funcionado los talleres industriales se había quedado definitivamente pequeña para sus actividades. A continuación una nueva tabla registra las compras realizadas por Carvajal & Cía.:

Tabla N° 26 Compra de Bienes Raíces por Carvajal & Cía. para la ampliación de sus instalaciones 1924-1926

Compra de bienes raíces Carvajal & Cía.				
Fecha	Vendedor	Objeto	Ubicación	Valor
10 de septiembre de 1924	Emilio Riveck y Octavio Torres	Una casa y terreno	San Nicolás	\$4.850 oro
5 de junio de 1925	Ernesto Franco	Terreno	San Nicolás	\$2.000 Moneda corriente
23 de Marzo de 1926	Remedios Aguayo de torres y German Torres	Una casa	San Nicolás	\$30.000 oro
Total: 34.850 pesos oro \$ y 2000 moneda corriente				

Fuente: Elaboración propia a partir del AHC Escribanos –Notariales; Notaría Segunda escritura No; 727 de 1924; y No 541 de 1925; y notaria primera, Escritura No 387 de 1926.

En la Tabla N° 26, se establece la compra de tres bienes raíces durante la segunda década del XX, la cual fue una inversión de capital importante; de cualquier modo, no fue una actividad económica como medida de diversificación realizada por Carvajal y Cía. en un primer momento, más bien estuvo en la lógica de invertir capital en cuanto a infraestructura requerida por la compañía, desde la ampliación de sus instalaciones para adecuar los nuevos talleres industriales que poseía con la maquinaria adquirida desde el viaje a Alemania de Don Hernando Carvajal. Por tal motivo es de vital importancia identificar el lugar donde se compraron los terrenos como el punto principal estratégico de la ciudad de Cali, pues las tres casas estaban ubicadas en el barrio San Nicolás, en lo que respecta a la primera casa estaba en pésimas condiciones, era una construcción antigua en mal estado edificada con paredes de bahareque y cubierta con techo de tejas de barro sin reservarse nada y admitiendo que las paredes limitadas son medianera, pero tal vez fue la que sirvió para la construcción del nuevo edificio, aunque carezco de fuentes para afirmarlo.

La segunda casa se ubicó igualmente en el sector San Nicolás, con una importante extensión de terreno adjudicado a la misma propiedad, la compra fue realizada por la esposa de Don Alberto Carvajal Borrero, adquirida con el capital de la venta que formalizó con la finca rural denominada *Guadualito*, en el distrito de Palmira, proveniente de la herencia materna; del mismo modo los activos que fueron utilizados como hemos identificado durante los enlaces matrimoniales, como el enlace Carvajal & Borrero y ahora a través del Carvajal & Lourido para los intereses de la empresa, el matrimonio fue fundamental para reconocer como punto de partida la consolidación de un capital, ya sea este por extensiones de tierra, adjudicadas ahora al capital familiar, que permitió el ascenso, consolidación y sostenimiento de ésta.

Autores como Ripoll sostienen que la extensión por lazos consanguíneos o matrimoniales fue el principal vehículo para la transformación de algo parecido a una moderna corporación económica, como una estrategia para mantener cohesionado el capital.¹⁹² Todas las redes familiares que se sumaban a la red Carvajal Borrero desde cuatro ramas que conformaban por lazos matrimoniales el desarrollo de Carvajal & Cía.: los Carvajal Lourido, los Carvajal Sinisterra, los Carvajal Rodewalt y los Carvajal Quelquejeu ayudaron al sostenimiento de la empresa familiar. Observamos que el bien raíz adquirido por la señora Lourido de Carvajal se encontraba cerca de las instalaciones de Carvajal & Compañía, en la misma cuadra donde también estaba ubicada su casa paterna, en la carrera quinta entre calles 14 y 15 con el número 220, la cual se alinderaba por el norte con la carrera 5, con la casa propiedad de la señora Micaela Borrero viuda de Carvajal, por el sur con la casa de Pedro Juan Ramírez, hoy de los herederos del señor Joaquín Pérez y con predio de Carvajal & Cía. por el oriente.¹⁹³ La venta se realizó a la señora Lourido de Carvajal por el precio de \$13,731,85 oro legal, y la compañía pago una hipoteca a su nombre.

Las compras realizadas por Carvajal & Cía. como se registró en la Tabla N° 26 fueron por una suma de \$ 34.850 pesos oro, más el terreno de 2.000 pesos moneda corriente, una cantidad significativa invertida en las instalaciones de los nuevos edificios modernos. De las compras realizadas por la empresa solamente la venta del terreno comprado en marzo de 1926 al señor Remedios Aguayos de Torres fue dividido en dos terrenos, una parte que está sin edificar de un área total de 500 M2 la cual fue vendido a la esposa de don Hernando Carvajal, antes mencionada por el valor de \$ 13, 731,85 pesos oro, casi la mitad de la compra total la realizaron los socios de Carvajal.

En aquellos años, los socios capitalistas tenían adjudicados a su nombre gran parte de los bienes raíces en San Nicolás y también a nombre de la empresa, ahora bien, la otra parte de la casa que fue vendida a la señora Lourido de Carvajal, tan sólo tenía un área de 500 M2

192 Ripoll, María Teresa, “Las redes familiares y el comercio en Cartagena: el caso de Rafael del Castillo & Compañía (1861-1960)”, En: Dávila, Carlos (Comp.). *Empresas y empresarios...*, Op. cit., p. 253.

193 AHMC, Escribanos-notarial, Notaría Segunda, Escritura No. 818, 5 de junio de 1926.

del terreno, la otra parte de la propiedad fue destruida para la construcción sobre un terreno exactamente de 644,10 metros cuadrados donde se levantó el edificio nuevo moderno, donde instalaron los talleres de Carvajal & Cía. que incluían los talleres litográficos y tipográficos, el edificio que tuvo la enumeración con los números 1318 y 1320 de la carrera quinta,¹⁹⁴ a continuación se ilustra con una fotografía la casa y el taller.

Imagen N° 32. Instalaciones de Carvajal & Cía. 1926.



Al lado derecho de la imagen analizamos los talleres litográficos y tipográficos de Carvajal y Cía., al lado la casa de Alberto Carvajal Borrero

Fuente: Velasco, Alberto. *Reseña histórica...*, *Op. cit.*, p. 22.

Las nuevas instalaciones de los talleres que fueron intervenidos para realizar en ellas la ampliación de la infraestructura, que permitió a Carvajal & Cía. separar los talleres de impresión litográfico y tipográfico, llevó a la empresa a ofertar mejores servicios y así abarcar la demanda interna (con la producción de empaques, tiquetes, envolturas) en las artes gráficas de diseño e impresión litográfica, resultado del desarrollo industrial que se había iniciado desde la década del veinte. Carvajal se posicionó como una empresa que estaba a la altura con medios de producción más tecnificados, en la rama de la impresión y el diseño a nivel regional y nacional; por otra parte a nivel de las compras realizadas por la empresa el último terreno fue adquirido por Carvajal & Cía., y H & R Arboleda en el año de 1925, e incorporado a los activos de la nueva sociedad conformada entre estas dos sociedades comerciales.

194 Elaboración propia AHMCH, Escribanos-Notariales, escritura segunda No 580 de 10 de junio de 1930

3.2. Diversificación: Productos y Mercado

En el inicio de la década de los veinte los socios de Carvajal, intentaron poner a disposición un capital generado por las actividades de la empresa para lograr diversificar sus inversiones, que giraron entono dos actividades definidas: la primera línea del almacén de la papelería con la introducción de nuevas artículos y la segunda sobre la inversión de capitales a nivel de otros sectores económicos del mercado local. En lo que correspondía al almacén de papelería, la diversificación produjo la introducción de nuevas líneas, que llevó a ampliar su oferta a nivel comercial, este contrato se hizo con un compañía nacional, Conexión, que se llevó a cabo desde una red de franquicias que se venía gestando desde la costa Pacífica con la sociedad J.V. Mogollón & Co, lo que generó firmar el contrato con Carvajal el 10 de enero de 1920,¹⁹⁵ este nuevo contrato posibilitó una consolidación y apertura en la diversificación de diferentes artículos para la compañía.

La empresa Mogollón inició sus actividades en la ciudad de Cartagena, gracias al emprendimiento de sus socios fundadores, caso del señor José Vicente Mogollón y Don Pepe Sierra,¹⁹⁶ uno de los empresarios más destacados en la historiografía antioqueña y que fue uno de los hombres más ricos de Colombia, resultado de la tenencia de grandes fortunas a través de la acumulación de bienes raíces.¹⁹⁷ Sus socios unieron capitales para conformar un taller tipográfico y de fabricación de artículos de papel, el cual inició actividades en 1903, con un taller de encuadernación y producción de cuadernos, al igual que la distribución de artículos de papelería, esta compañía se caracterizó por su rápido crecimiento, en un proceso manufacturero que dio apertura a la comercialización de este tipo de mercancías en el mercado, apenas entrados los primeros años del siglo XX.

En un análisis comparativo de la empresa, se puede decir que el desarrollo de Carvajal en este proceso se ve con más claridad a partir de 1914, diez años más tarde que la competencia nacional, como consecuencia en gran parte de la situación de aislamiento que tenía Cali para adquirir lo necesario e iniciar este proceso; por lo tanto el crecimiento y consolidación de los almacenes J.V. Mogollón & Co, durante la segunda década del siglo, permitió la expansión de sucursales por todo el país; desde esta década abasteció con sus artículos los mercados en el norte y el oriente de Colombia.¹⁹⁸ Así se establecieron sucursales desde Managua en 1913, Bogotá en 1917, Bucaramanga en la década del 20, Montería, Girardot, Tunja más tarde Honda y Barrancabermeja; esta estrategia de expansión terminó con el último contrato en Cali, con la compañía Carvajal como agentes de distribución de estos artículos a nivel regional.

195 Velasco, Alberto. *Reseña histórica...*, *Op. cit.*, p. 27.

196 Segovia, Rodolfo, y Navarro, Claudia, “J.V. Mogollón & CIA 1900-1930, rayando papel”, En: Dávila, Carlos (Comp.), *Empresas y empresarios...*, *Op. cit.*, p. 713.

197 Molina, Luis Fernando, *Empresarios colombiano...*, *Op. cit.*, pp. 178-179.

198 Segovia, Rodolfo, y Navarro, Claudia, “J.V. Mogollón & CIA”..., *Op. cit.*, p. 727.

El contrato con la compañía cartagenera facilitó la ampliación en la línea de papelería de la empresa, sobre la obtención de diferentes gama de artículos de oficina, en la que se habían especializado y dotado por todo el norte y oriente de Colombia, y ahora con el nuevo contrato realizado con Carvajal & Compañía logró que incursionaran en la región del Valle del Cauca, como únicos distribuidores en Cali, contrato que perduró hasta 1974. De esta manera tanto Carvajal & Cía. como J. V. Mogollón & Co., tuvieron un desarrollo contemporáneo, las dos fueron pioneras en el proceso y distribución de artículos de papelería e impresión, tanto para la costa pacífica como para el Valle del Cauca, sin embargo el avance de Carvajal fue mucho más lento en comparación con Mogollón, a partir de la enorme ventaja, sobre la expansión de franquicias de la empresa como una de los primeros sistemas de almacenes de cadena que conoció el país en las década del veinte, comparable en el caso de Cali con las farmacias del Dr. Jorge Garcés Borrero, con la apertura de sucursales tanto a nivel local como a nivel nacional, durante la década del veinte y el treinta del siglo XX.¹⁹⁹

Los socios de Carvajal & Cía. lograron expandirse por fuera del mercado local en 1940²⁰⁰ con su primer almacén en Bogotá. Autores como Luis Fernando Molina nos permiten comprobar lo argumentando cuando afirma que el desarrollo tardío de Carvajal fue contemporáneo y similar al de J. V. Mogollón & Co, aunque limitado al occidente de Colombia y con un sólo gran almacén en Cali, si bien parecía que también aprovechó el capital de trabajo generado por la importación de papel para ampliar sus líneas de productos y diversificar sus inversiones.²⁰¹ Indiscutiblemente esta ampliación de capital permitió a Carvajal & Cía. la diversificación de su portafolio de inversiones, lo que Luis Fernando Molina atribuye al mejoramiento de los factores de mercado, lo que por consiguiente permitió a la compañía acrecentar su oferta a nivel local con la introducción de la línea de productos Mogollón, el almacén de distribución de los nuevos artículos fue ubicado igualmente en el barrio San Nicolás: “el almacén de venta al público ocupo distintos locales de alquiler a lo largo de la carrera 5 con la esquina de la calle 13 con carrera, entre los artículos que ofertaron en un primer momento”.²⁰²

199 Donde encontramos para 1921 en Barranquilla, para 1929 en pasto, para 1935 en Bogotá, para 1937 Honda y por ultimo Medellín para 1937 Veas En: Erazo, María Fernanda, *Los caminos del ascenso...*, Op. cit., pp. 59-60.

200 Velasco, Alberto. *Reseña histórica...*, Op. cit., p. 36.

201 Segovia, Rodolfo, y Navarro, Claudia, “J.V. Mogollón & CÍA”..., Op. cit., p. 724.

202 Ibíd., p. 724.

Tabla N° 27. Artículos Suministrado por J.V Mogollón & Co a Carvajal & Cía. 1920

Artículos	
Relojes Waltham	Navajas de afeitar GEM
Cuerdas musicales National	Mimeógrafos autopianos (pianolas) Angelus
Máquinas de calcular Marchant	Billares Bruskmichk
Pianos de Lyon & Healy	-----
Cajas fuertes MOSLER	-----

Fuente: Creación propia a partir de Velasco, Alberto. *Reseña histórica...*, *Op. cit.*, p. 37; Correo del Cauca 1924, p. 4.

Como se detalla en la Tabla N° 27, los almacenes de Carvajal & Cía. para este periodo ofertaron artículos que permitieron la diversificación, con cierto grado de innovación para el mercado local, desde la papelería y útiles de escritorio que se fueron agregando como líneas periféricas para aprovechar la afluencia de otro tipo de mercado y público, diferente a la imprenta. Esta incorporación de nuevos artículos para el consumo de la población caleña condujo a la compañía a la apertura nuevos mercados, por otra parte la oferta de los artículos claramente estaba definida por el poder adquisitivo al acceder sobre este tipo de bienes lujosos para la élite de la ciudad como: los billares de marca Bruskmichk, pianolas, relojes Waltham, y no sólo para cierto sector clase alta, igualmente artículos importantes para los comerciantes como las máquinas para calcular; es decir Carvajal & Cía. impactó todas las esferas de las clases sociales caleñas con sus artículos.

Bien pareciera que el desenvolvimiento de la empresa a través de la firma de tres contratos bajo escritura pública, le permitió incursionar en nuevas actividades económicas, pero este tipo de diversificación no sólo se generó como medida para la reducción del riesgo producido por la especulación inherente a la dependencia económica de algunos productos, pues al haber gran variedad claramente había una disminución del riesgo asociado a ésta. Sin embargo, en otro análisis de esta práctica, autores como Fernand Braudel²⁰³ aportan nociones diferentes sobre esta este tipo de diversificación, donde argumenta que comerciantes o empresarios diversificaban, no sólo por limitar sus riesgos, sino porque las ramas a su disposición de la actividad económica ejecutada no están desarrolladas para absorber toda su actividad; es decir la primera actividad posibilitaba a los socios abrir inversiones en nuevos campos, permitidos desde sus acciones ya que éstas no ocupaban toda la disponibilidad, y permitía la acumulación de capital generado por el negocio central, la cual produjo la inyección de capital en otras actividades. Esta inversión se da en dos líneas, a nivel individual como a nivel social, llámese ésta empresa o sociedad comercial.

En segundo lugar, se diversificaba porque los mayores beneficios cambiaban a menudo de sector, lo que lleva al cambio de la actividad de los capitalistas;²⁰⁴ es decir, la economía

203 Braudel, Fernand. La dinámica del capitalismo, Madrid, Alianza Editorial, 1985.p. 72.

204 Ibid., p.72.

estaba en constante rotación: lo que hoy puede ser demandable y con gran acogida por el mercado en ocasiones puede cambiar rápidamente, en respuesta a ese comportamiento económico una estrategia fue invertir capitales en varios sectores, lo que permitió aprovechar el momento en el cual se encontraba la actividad económica en ese momento y más en un mercado regional donde estos empresarios se caracterizaron por especular en cada inversión. Por otra parte, al participar en varios sectores se podía mitigar la caída y asegurar ciertos capitales, en un sector que frente al mercado no era rentable, lo que produce una ayuda desde otra actividad que no haya sido un éxito; esto permitió trabajar con un portafolio diversificado.

Con lo que produjo el buen momento y la consolidación de las actividades de Carvajal & Cía. lograron acumular cierto capital desde sus principales negocios; capital que fue transformado en inversiones en nuevos sectores económicos, como: el de la distribución de automóviles, que fue confirmada bajo la razón social de, Carvajal & Arboleda, Cía.,²⁰⁵ que fue firmada como contrato notarial en 1924, ya en 1925 se dio apertura a la creación de una empresa de fabricación de ladrillo, tejas y toda clase de materiales de construcción denominada Santa Mónica,²⁰⁶ por último se creó la compañía Marítima de Colombia en 1928.²⁰⁷ En la conformación de sociedades, la empresa Carvajal & Cía., aportó diferentes capitales, lo que los llevó también a relacionarse con otros comerciantes que se destacaban en el mercado local. A continuación se identificaron diferentes capitales que introdujo la compañía Carvajal:

Tabla N° 28. Sociedades Comerciales que participo Carvajal & Cía. 1920-1930

Compañía	Participación Capital	Porcentaje de Participación o acciones
Carvajal & Arboleda, Cía.	\$50.000 pesos oro	50 %
Tejar de Santa Mónica	\$15.000 pesos oro	3 acciones
Compañía Marítima por Colombia	S/D	100 acciones

Fuente: Elaboración Propia a partir AHMC, Escribanos Notarial, Notaría Segunda, Escritura No 1276 de 1925; No 1832 de 1928; y notaria primera No 948 de 1926.

Como se identifica en la tabla anterior, se puede analizar la inversión de capitales, con un gran porcentaje de estas actividades económicas, si bien esto es el resultado de un desarrollo moderno de la ciudad. La demanda de materiales de construcción requeridos por el nuevo tipo de edificaciones dejó atrás las construcciones de adobe y barro, por otra parte el cambio del caballo por el automóvil, las cuales rompieron con la ataduras de lo tradicional, resultado del aire de modernidad que estaba transformando la ciudad en estas

205 AHMC, Escribanos Notarial, Notaría Segunda, Escritura No 1276, 22 de diciembre de 1925, f. 348v.

206 López Eduardo, Almanaque de los hechos colombianos , vol. 928 pág. 912

207 AHMC, Escribanos Notarial, Notaría Segunda, Escritura No 1832, 25 de Septiembre de 1928, f. 324v.

décadas, lo cual fue aprovechado por los socios para la inversión aunque arriesgaron capitales para tomar el riesgo de diversificar y contribuir al cambio. A continuación se especifican las actividades comerciales en las nuevas sociedades donde lograron participar.

3.2.1 Carvajal & Arboleda Cía.

La necesidad y las oportunidades de abrirse hacia un portafolio de inversiones diversificado permitió a Carvajal & Cía., para el año de 1924, realizar un contrato con la firma H y R Arboleda y Luis Arboleda, en la Notaría Segunda de la ciudad de Cali, con los siguientes capitales:

Tabla N° 29. Capitales de la Sociedad Comercial Carvajal & Arboleda, Cía. 1925

Otorgantes	Capital	Objeto
Carvajal & Compañía	\$ 50.000 mil pesos oro	la sociedad tiene por objeto la explotación en general del negocio de automóviles
H y R Arboleda	\$46.000 mil pesos oro	
Lucio Arboleda	\$4.000 mil pesos oro	
Total:	\$100.000 mil pesos oro	

Fuente: elaboración propia a partir de AHMC, Escribanos-notarial, Notaría Segunda, Escritura No 1276 22 de diciembre de 1925, Tomo 12, f 384r.

Los anteriores capitales invertidos en la sociedad colectiva comercial Carvajal y Arboleda, fueron un total de 100.000 pesos oro, aportados por sus socios capitalistas; como socio mayorista se identificó a la sociedad Carvajal & Cía. con \$50.000 mil pesos, una vez se analizó que el comercio alrededor del mercado de compra y venta de automóviles comenzaba a ser un negocio próspero para la década del veinte. Si bien Carvajal intentó entrar al negocio de la venta y compra de automóviles desde 1924, año en que compraron y vendieron un carro Buick, al igual que la sociedad H y R Arboleda la cual tenía una venta de carros en la plaza de Caicedo en años anteriores, por lo que identificaron que el negocio que representaba en este momento la venta de automóviles estaba en un punto que representaba oportunidades de beneficios en el mercado. Por tanto esta actividad permitió abrir su capital de inversión a la compañía Carvajal, y llevar el negocio comercial de automóviles con la firma a un punto muy alto, lo que posibilitaría introducir los primeros automóviles de la marca de la línea de distribución de la General Motors.²⁰⁸

Así, incursionaron en la compra y venta de automóviles como agentes de la reconocida línea de automotores General Motors en Cali; este importante contrato se gestionó a través del crédito y la financiación que habían podido obtener por la buena gestión que habían realizado tanto Hernando Carvajal Borrero y Hernando Arboleada desde la administración de cada una de las empresas en donde habían gerenciado, colocando el buen nombre tanto de Carvajal como el de Arboleda en el sector financiero internacional, por lo que fue

208 Velasco, Alberto. *Reseña histórica...Op. cit.*, p. 35.

otorgado un crédito por medio millón de dólares concedida “por la General Motor Acetance Corp a la agencia unidas de Carvajal & Cía. y H. Arboleda”.²⁰⁹ Una vez obtuvieron el patente para las ventas de la línea y el crédito, se ubicaron en dos puntos clave de distribución, en el barrio San Nicolás y en la Plaza de Caicedo, como se ve en la siguiente imagen de la prensa local *El Relator*.

Imagen No 33. Propaganda del sociedad comercial Carvajal H y R Arboleda, Cía. 1925



Fuente: Periódico El Relator 9 de diciembre de 1925 número 2567 pág. 3

De los capitales invertidos, como se analizó en la Tabla N° 29, estos no fueron en su totalidad dinero, el capital aportado por la sociedad de Carvajal & Cía., estaba representado de la siguiente manera: \$ 1.000 mil pesos oro correspondiente a el valor de la mitad un lote en el barrio de San Nicolás, de los \$49.000²¹⁰ restantes \$ 20.000 mil en mercancías para el negocio y el resto en el capital en pesos oro. Lo aportado por H & R Arboleda en capital de \$46.000 mil pesos oro que representado de la siguiente forma \$ 1.000 oro correspondientes a una casa, y \$45.000 mil en mercancías²¹¹ propias para el negocio de la nueva firma. Como socio y gerente quedó nombrado el señor Hernando Arboleda quien tendrá la personería jurídica de la nueva sociedad.

La compañía comercial comenzó la distribución de la línea del General Motor, y de una gama de autos de automóviles, lo que permitió ofrecer una gran variedad automóviles. como por ejemplo los de la marca Cadillac, Buick, Olds Mobile, los camiones C.M.G, y

209 Ibíd., p. 35.

210 AHMC, Escribanos-notarial, Notaría Segunda, Escritura No 1276, 22 de diciembre de 1925, f. 348v.

211 Este tipo de mercancías, se daba en repuestos y partes de automóviles que también iban hacer proporcionadas como un servicio de taller de la nueva sociedad colectiva Carvajal, & Arboleda, Cía.

cualquier otra marca que fuese patentada por la firma General Motor Sport Company de New York, en la que la sociedad busca explotar, no sólo la venta de los carros, si no abarcar todos los servicios posibles en la compra, venta de repuestos y accesorios reparaciones para automóviles, y camiones; gasolina, llantas y demás elementos, lo que produjo incursionar, inclusive el servicio de garaje²¹². En la siguiente foto de 1925 se identifica la ubicación de la casa en el barrio San Nicolás donde los socios instalaron los talleres y las salas de venta de los diferentes repuestos de la firma.

Imagen N° 34. Almacén de Carvajal & Arboleda y Cía. en el barrio San Nicolás 1925



Fuente: Velasco, Alberto. *Reseña histórica...*, Op. cit., p. 34.

La capacidad de los socios para especular sobre la creación de la sociedad Carvajal & Arboleda y Cía. permitió identificar la fuerza que había tomado el automóvil en el mercado, como medio de transporte, pues el primer carro llegado a Cali en 1914 tuvo una rápida acogida en el mercado, no sólo para la comodidad familiar, sino como una necesidad para mejorar la productividad de la naciente industria local, donde fueron utilizados tanto automóviles y camiones, como los autobuses para el transporte de las mercancías y de los trabajadores de las empresas.

El automóvil había tomado un lugar preponderante como símbolo de modernidad que presentaba Cali y había generado una buena acogida por parte de la población, no sólo a nivel de la distribución, lo que llevó a abrir también un sin número de servicios y artículos de comercialización a alrededor de la venta de automóviles, necesarias para las reparaciones y mantenimiento de estos que no había florecido durante la década 1910 a 1920, no obstante esta nueva oportunidad claramente se pudo concretar con la creación de

212 AHMC, Escribanos-notarial, Notaría Segunda, Escritura No 1276, 22 de diciembre de 1925, f. 349.

un mercado,²¹³ y variedad de productos de reparaciones a su alrededor, como la venta de llantas de la marca Good Year, Gasolina, repuestos etc., que eran publicados con gran frecuencia en los periódicos locales como *Correo del Cauca y Relator*.

Por todo lo anterior, identificamos que los interés políticos regionales para incentivar el uso del carro, no dieron espera en esta década, sirviendo la gestión pública para la creación y apertura de nuevas vías, en un esfuerzo del gobierno local de la época por generar el fomento y la apertura de caminos transitables, lo que ocasionó un incremento del presupuesto de inversiones públicas, que ascendió de \$349.000 en 1916 hasta llegar a 1928 a una cifra de \$1.683.475,²¹⁴ periodo que se denominó *la danza de los millones*, lo que se vio repercutido en empréstitos bancarios internacionales que permitieron la financiación de obras. En 1925 se contrató la construcción de obras de alcantarillado y pavimentación de las primeras calles, lo que permitió para 1928, un trazo urbano de 16 carreras y 25 calles.²¹⁵ Todo lo anterior permitió potencializar el uso de los carros que circulaban por la ciudad para este periodo, ya que había caminos pavimentados por toda la ciudad.

La sociedad colectiva no sólo se quedó como agente de distribución de automóviles, ni con la venta de diferentes mercancías para reparaciones, por lo que paralelamente decidió ampliar el rango de acción económico con la compra de bienes raíces, un año más tarde de su conformación. Con el éxito del negocio se acumuló un capital importante, lo que llevó a la inversión y a la diversificación a nivel de la inversión de otros sectores económicos, atendiendo a cierta lógica principal de inversión de capital, esta desde una actividad que presentaba y dejaba asegurar tanto la acumulación económica a empresarios y comerciantes desde finales del siglo XIX y principios del XX.

La apertura de las nuevas actividades que comenzaban a desplegarse en el mercado fue evidencia de un desarrollo moderno presentado en Cali desde la década del veinte, dejando atrás las estructuras socioeconómicas y formas especiales de tipo colonial, que predominaron en la ciudad hasta finales del siglo XIX, encauzándose en un proceso de modernización y urbanización, marcado desde diferentes etapas, las que Edgar Vázquez

213 La introducción de automóviles se dio en varias gamas para los sectores de la población, para la elite estaban los automóviles Cadilac, pero si bien todo el reformismo originado desde la producción en serie en los Estados Unidos había introducido una gama de automóviles asequibles al bajar notablemente los precios, que lograron ser accesibles para la mayoría de la población media alta dentro de este tipo de automóviles se encontraba la marca Buick, que osciló el precio para la época de \$ 2.581.52 oro legal, que no era un precio asequible para cierto sectores de la población caleña, más bien estuvo determinado para una población media, alta que logró acceder a este tipo de mercado de bienes. Conocemos el precio que osciló el automóvil de la marca Buick por una venta que realizó Carvajal & Cía. en un antecedente al negocio anteriormente analizada, véase en AHMC, Escribano-Notarial, Notaría Segunda escritura 1028, 19 de diciembre de 1924

214 Relator, Cali 15 de agosto de 1929, véase en: Ordoñez, Luis Aurelio, *Empresas y empresarios...*, Op. cit., p. 49.

215 Ordoñez, Luis Aurelio, *Empresas y empresarios...*, Op. cit., p. 50-51.

caracteriza en lapsos de tiempo con diferentes características, pues en un primer momento se marcaron las precondiciones del proceso de modernización (1910-1928); un sub-periodo 1, base institucional e infraestructura local (1910-1915); sub-periodo 2, apertura vial al pacífico, a la región y al país (1922- 1928); sub-periodo 3, *danza de los millones* y crecimiento de Cali (1929-1933); el segundo periodo, *la gran crisis*; desactivación del crecimiento económico y del desarrollo urbano (1929-1933); tercer periodo, *reactivación económica y alborada industrial* (1934-1944),²¹⁶ periodos que llevaron a la ciudad a convertirse en moderna.

Todas las condiciones presentadas por la ciudad, fueron promovidas por los principales agentes económicos del desarrollo moderno en Cali, desde las diferentes actividades económicas en las que participaron tanto empresarios, como comerciantes, que sin lugar a duda fueron absorbidas y entendidas por estos agentes económicos para seguir acumulando capital. Claramente estas actividades económicas, una de las que mejor se desenvolvía de una manera fantástica fue la compra de bienes raíces como una de las principales transacciones económicas en el mercado, los registros lo permiten identificar, para 1922 el número de escrituras con este tipo de actividad era de 737, por un valor de \$ 1, 778,913.14 oro²¹⁷. En esta lógica la sociedad comercial igualmente incursionó en este tipo de transacciones como se anota en la siguiente tabla:

Tabla N° 30. Compras de Bienes Raíces de Carvajal H & R arboleda, Cía.

Fecha	Vendedor	Objeto	Ubicación	Valor
25 de abril de 1926	Joaquín De Dios	Derecho primitivo	Proindiviso del peñón	\$40 pesos
10 de septiembre de 1926	Señor Ana María Riascos	Casa	La merced	11.000 pesos
26 de mayo de 1926	Plano Rafael herrera	Casa	San Nicolás	40.000 pesos oro

Fuente: Creación propia, a partir de AHC, Escribanos-Notariales, Notaria primera escritura No1099 y 549 de 1926 y 765 Notaría Segunda de 1926

Las compras se realizaron en el año de 1926, con una cantidad de tres transacciones para este periodo. La primera compra se llevó a cabo el 26 de mayo, realizada por su socio gestor el señor Roberto Arboleda al señor Rafael Herrera, compra de una casa con paredes de adobe y techo de barro en el barrio de San Nicolás, el cual sirvió para los planes que se venían gestando la empresa desde la construcción de un edificio moderno que empezó dos años más tarde, por lo que la casa fue derrumbada para dar espacio a la nueva construcción. Las otras dos compras realizadas fueron dos casas en diferentes barrios de la ciudad y por último un terreno primitivo, que contaba la sociedad desde su conformación que se había ya adjudicado a su nombre 4 bienes raíces, entre los cuales eran dos terrenos y dos casas,

216 Vásquez, Édgar. *Cali: economía, población...*, Op, cit., p. 8.

217 AHMC, *Boletín estadístico de Cali*, Vol. 1 de 1923, p. 31.

compras que la sociedad realizó un año después de la conformación que sumaron al activo de esta, con el capital que generaba con los negocios de la distribución de vehículos y partes.

En 1928 fue liquidada la sociedad Carvajal H y R Arboleda por sus socios capitalistas, quienes decidieron no renovar el contrato inicial, por lo que acordaron la repartición de los bienes activos obtenidos durante su accionar, entre ellos la compra que realizó la sociedad como se identificó en la tabla N° 30, los cuales serán repartidos a Carvajal & Cía., en dominio propio el terreno donde actualmente se estaba construyendo el edificio moderno, que hasta el momento no se había terminado pero que quedaba a responsabilidad de la compañía Carvajal seguir la construcción, y como el precio del edificio sobrepasaba la repartición, Hernando Carvajal Borrero pagó el resto del edificio.²¹⁸ El otro bien adquirido por la sociedad fue repartido a sus otros socios de la sociedad H y R Arboleda y al señor Lucio Arboleda, que se les adjudicó el segundo inmueble adquirido al señor Juan, de un lote de terreno aportado a la sociedad Carvajal Arboleda & compañía por los socios H y R Arboleda & Carvajal compañía.

Lo adquirido como parte del capital activo de la empresa, fue repartido por las dos partes por Mario Carvajal y Roberto Arboleda para llegar a un acuerdo, se estableció que se colocasen las acciones de saneamiento y se dividieran entre dos partes iguales; una para los señores Carvajal & Cía. y otro para los señores H & R Arboleda, los señores Carvajal & Cía., pagarían a éstos dentro de los ocho días siguientes al que quede ejecutoriado el fallo de última instancia la suma de 12.500 pues los señores H & R Arboleda recibieron ese lote por la cantidad de 25.000 mil pesos oro.²¹⁹

También en la distribución de los bienes se generó una discusión, por lo que los hermanos Arboleda apelaron que los bienes habían quedado mal adjudicados, al no estar en una balanza los montos de los bienes raíces adjudicados, razón por la cual los señores Carvajal se comprometieron a dos cosas. Por una parte se obligaban a pasar una pared mediadora que partía las dos familias para ampliar nueve metros la propiedad de los herederos de Manuel Carvajal Valencia, la cual cedió al señor Luis arboleda con todos sus usos, dependencias y anexidades pero sin el terreno en que se encontraba edificado, el cual pertenecía a los señores Carvajal, que pagaron igualmente la cantidad de \$17,750 moneda legal las cuales solventaron inmediatamente dicha liquidación.²²⁰ Por otra parte, la liquidación quedó abierta desde 1928 hasta 1930 para liquidar las deudas y los activos que

218 AHMC, Escribanos-Notariales, Notaría Segunda, Escritura No. 1832, de 25 de septiembre de 1928, f. 34.

219 AHMC, Escribanos-Notariales, Notaría Segunda, Escritura No. 1832, de 25 de septiembre de 1928, f. 36v.

220 Ibíd., f. 40v.

acumularon en los tres años de labores, para lo cual contrataron a los señores Lotero y Jorge Payan hasta el 30 de septiembre de 1930 para que lleven a cabo dicha liquidación.²²¹

Superado el tema de las reparticiones de los activos de la sociedad, las dinámicas de compra y bienes raíces comenzaron a ser mecanismos de acumulación de capital que permitió a muchos comerciantes adquisiciones de riquezas, como punto de partida de la acumulación de grandes capitales como lo están exponiendo las recientes investigaciones documentales para el Valle del Cauca.²²²

Como resultado del crecimiento demográfico de la ciudad, ésta se modernizaba no sólo a nivel de la industria sino en la construcción moderna y un desarrollo urbanístico importante, lo que originó una demanda creciente de materiales de construcción necesarios para realizar estas novedosas obras, como ladrillos y cemento. Vemos entonces que muchos de los empresarios y comerciantes compraban las casas antiguas y estas eran derrumbadas para realizar las nuevas construcciones que correspondían a una ciudad que daba paso a un tipo de construcción con cemento y ladrillo. Lo anterior potencializó en la década del XX la demanda de ladrillos y materiales de construcción, para la que se abrió un mercado de nuevos productos, que gradualmente iba en crecimiento: “surge así una nueva forma de urbanización que idealiza la naturaleza y genera una carga en contra de la ciudad colonial y se propaga la construcción de villas suburbanas, cuya decoración se constituye en símbolo de progreso y estatus social”.²²³ Ello permitió a Carvajal & Cía. focalizar otras oportunidades de negocio en el mercado local, donde podían seguir desplegando sus inversiones sobre un portafolio diversificado, con la creación por parte de Hernando Carvajal Borrero de la empresa denominada Tejar de Santa Mónica.

3.2.2. Compañía Tejar de Santa Mónica

La compañía Tejar de Santa Mónica se fundó el 1 de mayo de 1925, bajo contrato notarial, emprendido por la compañía Carvajal, junto a los empresarios José Antonio Gonzalo Caicedo, como gerente de Caicedo y Cía., cuyo capital inicial fue de 85.000 mil pesos representados por 17 acciones,²²⁴ que fueron distribuidas entre los socios de la siguiente manera: al señor José Antonio Borrero 5 acciones, para el señor Gonzalo Lourido 3 acciones, por el señor Doctor Manuel Jorge Delgado 3 acciones, para los señores Caicedo Puente & Cía. 3 acciones. La fábrica se ubicó en el barrio Versalles.²²⁵

221 AHMC, Escribanos-Notariales, Notaría Segunda, Escritura, No. 435, de 27 de septiembre de 1929, f. 388v.

222 Erazo, María Fernanda. *Los caminos del ascenso...*, *Op. cit.*, p. 146.

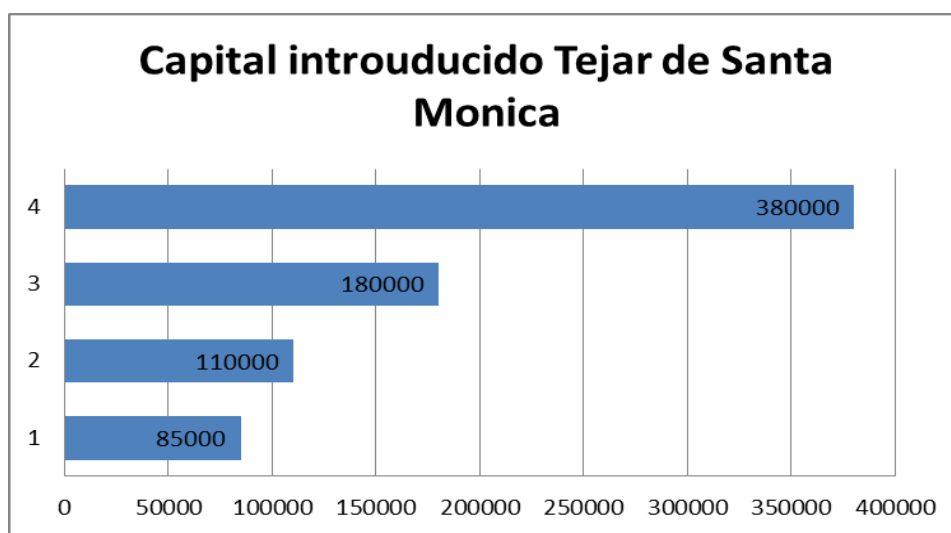
223 *Ibíd.*, p. 146.

224 AHMC, Escribanos-Notariales, Notaría Segunda, No 468, 1 de mayo de 1925, f. 263.

225 AHMC, Escribanos-Notariales, Notaría Segunda, No 468, 1 de mayo de 1925, f. 272.

No sólo fue invertido en la compañía capital monetario, por lo que también fue adjudicado a los activos de la compañía dos bienes raíces por el señor José Antonio Borrero, que colocó a nombre de la compañía una finca llamada Santa Mónica, por la cual los socios pagaron un precio de 25,000 mil pesos; por su parte el señor Lourido aportó un predio en el área rural del distrito de Cali, compuesto de una casa, un mangón y lomas incultas, el cual fue traspasado y lo aceptado por el precio de \$ 15.000 mil pesos, que representan las 3 acciones del señor Lourido. Sin embargo la introducción de capitales por parte de Santa Mónica se fue incrementando con el pasar de los años, así para 1926 y 1928, la inyección de capital era proporcional en la medida que la ciudad se expandía e iba a la par con un aumento de la demanda de materiales de construcción, tal como se registra en el siguiente gráfico el aumento de capital de la empresa:

Gráfico N° 8. Incremento del capital invertido a la Empresa Tejar de Santa Mónica desde 1926 a 1928



Fuente: Creación propia

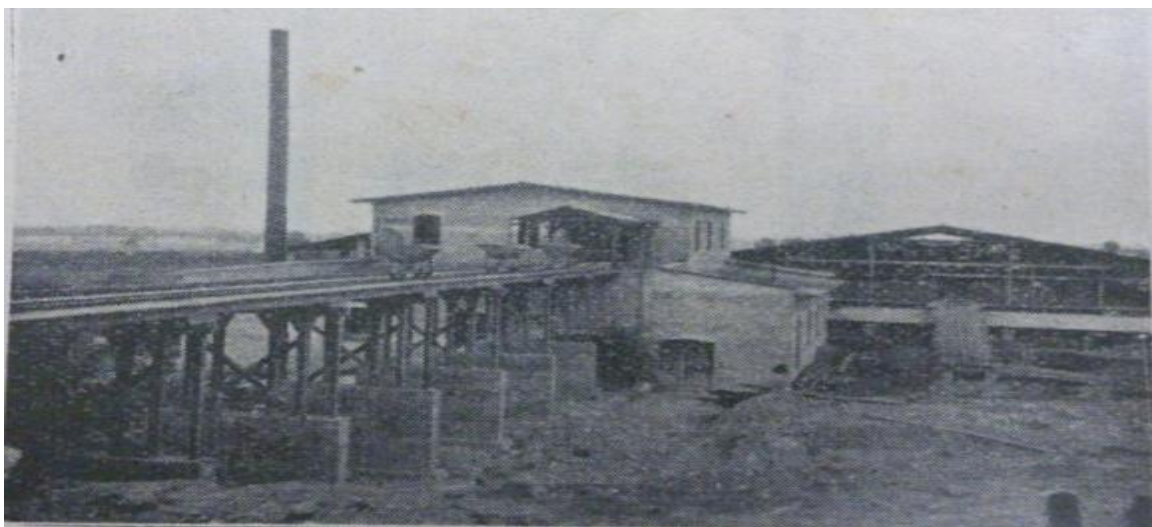
En la gráfica anterior vemos que entre 1925 y 1928 el capital introducido pasó de 85.000 pesos a 380.000 casi multiplicándose por cuatro, sin embargo la compañía no comenzó a funcionar en 1925, esta activó sus funciones durante el mes de febrero de 1927, representado por 3.300 acciones, las cuales aparecían constantemente en venta en el periódico *El Relator* en el banco de acciones, con un valor de origen de 5.000 con un valor de 100,²²⁶ datos que proporcionó la agencia de negocios del Señor Ramón Carvajal ubicada en el Parque de Caicedo.

La compañía tenía como objetivo principal la explotación comercial de los terrenos en los sitios llamadas Santa Mónica y la Elba o de cualquier otra finca que sirviera para la

226 Relator, 4 de junio de 1926, p. 5.

extracción de materia prima (tierras arcillosa) para la fabricación de ladrillos, tejas y toda clase de materiales de construcción, con una unidad de producción de 12.000 ladrillos diarios, aunque no daba abasto a la producción correspondiente al desarrollo demandado en materiales de construcción en Cali, que solicitada ladrillos en cantidad, lo que llevó a optar por pedir otra unidad para producir 20.000 mil ladrillos diarios, la cual funcionó desde 1929 y llegó a abastecer hasta 32.000 ladrillos diarios del tamaño del corriente de esta plaza: 29x14x7.²²⁷

Imagen N° 35. Instalaciones de la Fábrica Tejar de Santa Mónica



Instalaciones de la fábrica tejar de Santa Mónica

Fuente: Almanaque de los hechos Colombianos vol. V. p. 992.

En la anterior imagen podemos analizar las instalaciones de la fábrica Santa Mónica y como eran transportadas las vagonetas de tierra para explotarla con modernos procedimientos, de donde se extraía la tierra por medio de una pala eléctrica marca “NORTHWEST” y se transportaba en vagonetas metálicas que eran trasladadas sobre unas bandas que arrastraban las vagonetas por medio de una locomotora de la marca Whitcomb. La revista de los hechos colombianos de 1928 asegura que grandes extensiones de terreno eran adjudicados a nombre de la empresa por donde extraían la materia prima necesaria.²²⁸

Por otra parte en la configuración administrativa de la empresa, la administración de la sociedad estaba compuesta por la junta directiva, por el gerente y por un secretario que sería a la vez el gerente de la junta directiva y de la asamblea general de accionistas. La sociedad tendría, además, un administrador si el negocio la requiriera pero mientras su uso fuese absolutamente necesario, el gerente hará las veces de administrador, esta característica de la administración creó un sistema de jerarquías administrativas necesarias para constituir un tipo de empresa moderna, en términos de Josep Chandler, pues entre las

227 López, Eduardo, Almanaque de los hechos colombianos , vol. v1928 pág. 912

228 Ibíd. p. 912.

ocho tesis propuestas por el autor la segunda la cumplía como característica inherente a la empresa moderna, determinado por las jerarquías en la organización administrativa.²²⁹ Como gerentes fueron designados el señor A. Vergaez y Hernando Carvajal, su hermano fue designado como secretario; el señor Mario Carvajal de la junta directiva fue conformada por Henry Vergaez (presidente) Santiago Caicedo (primer director) Enrique Otoyá R. (segundo director) Hernando Carvajal Borrero (primer director suplente) y Gonzalo Lourido (segundo director suplente).²³⁰

3.2.3. Compañía Marítima de Colombia

El último contrato de inversión fue realizado hasta 1928; algunos empresarios de la región lograron conformar la sociedad denominada compañía marítima de Colombia S.A, con un capital de \$ 1.000.000 de pesos oro, constituido por 10.000 mil acciones, que fueron concedidos a sus socios 1750 acciones. Tan sólo un 25 % de las acciones estaban disponibles para la venta, y para el último año de la década del veinte del siglo XX, comenzó a abrirse un mercado de acciones correspondientes a algunas industrias constituidas durante este periodo, de las repartidas a sus socios estas fueron adjudicadas de la siguiente manera:

Tabla N°31. Capitalistas de la sociedad marítima de Colombia 1928

Accionistas	Acciones
Mercado &Cía.	50
Guerrero &Cía.	100
Mariano Ramos R y Co	50
Carvajal &Cía.	100
Pedro Sellares & Co	50
Rodolfo de Roux	50
Federico G, Buskhardtts	50
Valentín Burrowes	100
Marco A. Guerrero	10
Caicedo Puente & Co	100
Tobon &Cía.	50
Marceliano Calero S.	50
Hernando Llorente	10
Mario Fernández de Soto	5
Santander Hnos.	20
Francisco a Magaña C.	50
Hormaza Hermanos	10

229 Chandler, Alfred D. *La mano visible. La revolución en la dirección de la empresa norteamericana*. Madrid, Centro de Publicaciones del Ministerio de Trabajo y Seguridad Social de España, 1987.

230 AHMC, Escribanos-Notariales, Notaría Segunda, No. 468, 1 de mayo de 1925, f. 272.

Gonzalo Lourido	50
Mario Botero	25
F.J. Martínez & Co	25
José Miguel Guerrero G.	10
Henry J. Eder	300
Alberto Escobar M.	20
Sixto Posso	500
Total:	1785

Fuente: Elaboración propia a partir de AHMC, Escribanos-Notariales, Notaría Segunda, Escritura 1832, 31 de julio de 1928, f. 341.

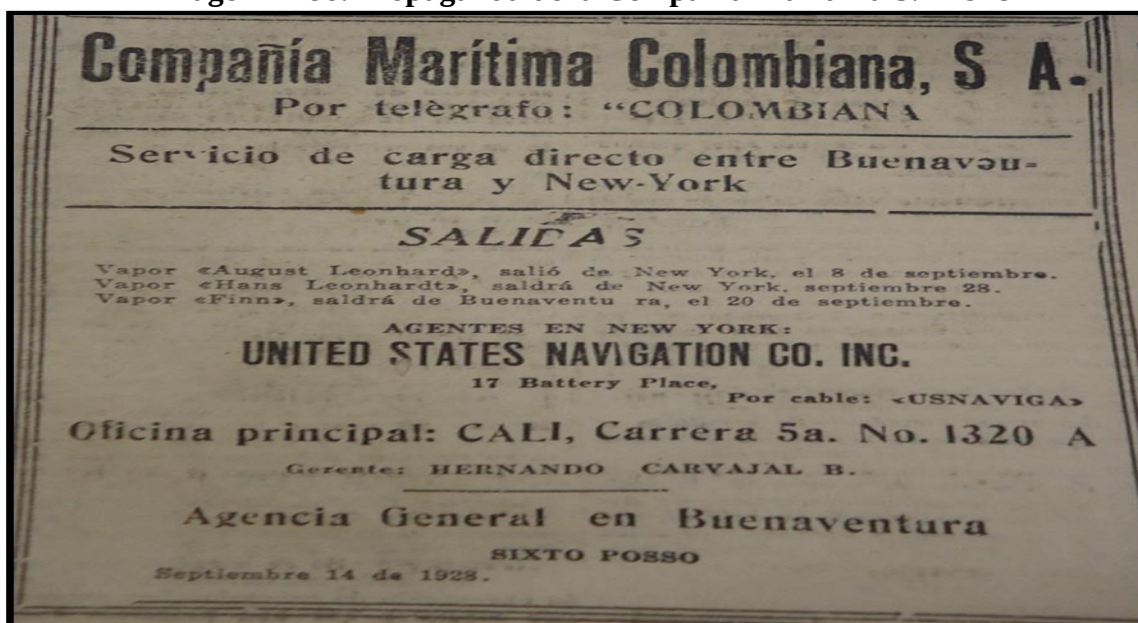
En la tabla N° 31 se identificó la participación de los socios accionistas de la compañía, entre los cuales se destacaban algunos comerciantes importantes de la ciudad, como también algunos industriales, reconocer a empresarios como de la familia Eder, el de los Tobón y por supuesto los Carvajal con una participación de 100 acciones adjudicadas a su nombre, entre los mayores acciones se encuentra Sixto Posso y Henry Eder. La compañía tendría una duración de 50 años, y principalmente su accionar seria en la ciudad de Cali, con una visión de expandirse a cualquier parte de Colombia entre los objetivos de la compañía se encuentra los siguientes:

“Artículo 2 que la sociedad que por la presente estatutos constituyen es una sociedad anónima comercial de capital limitado y se denomina articulo s sus objetos y finalidades son las siguientes a) compra, venta y arrendamiento de embarcaciones de grande y pequeño calado b) transporte marítimos c) establecimiento de agenCias de compañía (...)negocios de comisiones relacionadas con la referida industrial e) compraventa arrendamiento permuta de accesorios para la navegación, f contratos relacionados con los referidos transportes con entidades nacionales y extranjeros con personas naturales y con personas jurídicas de diversas nacionalidades y g explotación de los ramos de comercio anexos a la referida industrial”.²³¹

Ahora analizaremos los objetivos de la compañía, que intento abarcar todas las actividades relacionadas al negocio de la navegación. Como gerente en un primer momento fue nombrado Hernando Carvajal Borrero, sobresaliente en la gestión que había realizado con Carvajal & Cía., quien potencializó la gerencia de dicha compañía, como claramente se detalla en una publicidad en aspectos como la ubicación, la gerencia, los agentes en Norteamérica y Buenaventura:

231 AHMC, Escribanos-Notariales, Notaría Segunda, Escritura No. 1832, 31 de julio de 1928, f. 341.

Imagen N° 36. Propaganda de la Compañía Marítima S.A 1928



Fuente: Relator, septiembre 14 de 1928, p. 6.

Finalmente, todo el desarrollo moderno que presentaba Cali fue cortado en 1929 por la coyuntura a nivel mundial de la crisis internacional, caso de la caída de la bolsa de valores de Wall Street, que no sólo tuvo repercusiones a nivel nacional, sino a nivel mundial. En los países latinoamericanos, los problemas a nivel nacional se vieron rápidamente reflejados en un notable aceleramiento industrial como un síntoma positivo de aquella crisis, sin embargo como efecto negativo el país sufrió un estancamiento, trayendo el colapso del precio internacional del café,²³² que interrumpió los efectos en el flujo de capitales de la economía mundial que hasta el momento habían potencializado la economías regionales; ambas secuelas determinaron importantes cambios en la instituciones económicas e industriales colombianas.

Estas circunstancias económicas señaladas, tuvieron en gran parte efectos duraderos para el Valle del Cauca, lo que se vio reflejado directamente en las dinámicas del mercado mundial. Ello llevó una drástica caída de las exportaciones, como las importaciones a nivel regional.

232 De diciembre de 1928 a diciembre de 1929 los precios de Café en Nueva York habían descendido de 24.65 a 16.59 centavos de dólar la libra y los de Café pergamino en el interior de \$ 45.000 a \$ 21.000 la carga, según: Patiño, Alfonso. *La prosperidad a debe y la gran crisis de 1925-1935*. Bogotá, Banco de la República, 1981, p. 234.

Tabla N° 32. Exportaciones e importaciones por Buenaventura 1925-1934

Año	Importaciones (miles de dólares)	% del total nacional	Exportaciones totales (miles de dólares)	% del total nacional
1925-9	22.720	17.5%	27.698	25.0%
1930-4	9.162	18.2%	19.748	23.3%

Fuente: “El surgimiento de Cali como centro industrial”, en: Ocampo, José Antonio y Montenegro, Santiago. *Crisis mundial...*, Op. cit., p. 250.

Claramente, la tabla N° 32 registra las repercusiones que no dieron espera, las importaciones bajaron casi en un 60% de las presentadas hasta 1929, mientras que las exportaciones disminuyeron un poco menos con un 30%. Para las instituciones económicas que relativamente se habían fortalecido con una economía exportadora, fue sin lugar a dudas un periodo de debilitamiento por la inestabilidad económica; sin embargo, las características industriales que se habían presentado hasta 1929 permitieron a comerciantes e industriales seguir desplegando sus actividades económicas, fortaleciendo las estructuras del mercado interno, con miras hacia el consumo de productos nacionales, que eran fomentados por medio de los diferentes periódicos locales, lo que denominaron “*El Abecedario Económico*”.

Este *Abecedario Económico* fue pensado como una estrategia para contrarrestar los efectos de la crisis, así los principales empresarios a nivel regional concibieron diferentes dinámicas para sobrevivir a ella; entre las empresas se encontraban nacionales y locales “como Coltabaco, Chocolate Cruz, Cervecería de Colombia, Carvajal & Cía., textiles de Colombia²³³ entre otras, que generaron una propaganda para conocer el impacto de la crisis y plantearon 10 puntos de vital importancia. Analicemos algunos puntos que llamaron la atención: “2. Cuando compras un producto extranjero, haces disminuir la riqueza nacional; 3. Tu dinero debe aprovechar sólo a los productores, comerciantes y obreros colombianos; 9. Si te vieras obligado a comprar algo que no fuera colombiano, cómpralo al menos en casa de comerciantes colombianos; 10. Lo único que un colombiano debe consumir son productos colombianos”.²³⁴

233 Ordoñez, Luis Aurelio. *Industrias y empresarios pioneros...*, Op. cit., p. 70.

234 Ibíd. p.71.

Vemos entonces que la estrategia desplegada por los comerciantes quedaba establecida entre de los puntos del *Abecedario Económico*, donde incentivaron la compra de artículos nacionales, desarrollando una política económica que estimulaba a empresarios como comerciantes el mejoramiento y fortalecimiento del mercado interno sin depender necesariamente del mercado Mundial. Sin embargo el país tuvo una recuperación económica relativamente rápida, de hecho si el producto interno bruto cayó en 2,4 entre 1929 y 1931 aun así logró mantenerse por encima de los niveles alcanzados en 1928 gracias al buen desempeño del sector agrícola, al crecimiento de las exportaciones del café y el oro,²³⁵ pues para 1933 el país siguió presentando manifestaciones de los primeros indicios de recuperación, por ejemplo subieron los precios del café, aumentaron las exportaciones, hubo saneamiento en el nivel de precios²³⁶ y el impacto de la reforma arancelarios expedida en 1937 no sólo protegió algunos sectores manufactureros sino que estimuló la producción de alimentos por sustitución de importaciones, como azúcar, arroz o cacao para la producción interna.²³⁷ Así es que Colombia adquirió un rápido crecimiento después de la crisis, como respuestas a las políticas intervencionistas del estado central que condescendió en una política de crecimiento hacia el desarrollo económico interno, que fortaleció los mercados locales con una aceleración muy rápida del sector industrial, como lo argumenta Salomón Kalmanovitz “Colombia registra en estos años la tasa de crecimiento más alta de su historia 8, 5 %”.²³⁸

Por otra parte, una de las industrias más afectadas durante la crisis fue Carvajal & Cía., si bien hasta 1928 la compañía había crecido lentamente, pero asegurando las condiciones del éxito, sin embargo la crisis cortó todo el desarrollo que había presentado Carvajal hasta entonces. Autores como Diego Castrillón afirman que estuvo a puertas de la quiebra, por lo que fue el momento en que la firma Carvajal & Compañía recibió el impacto en forma de problemas económicos de suma gravedad, llegaron los primeros cobros de acreencias internacionales, suscritas en momentos en que se presentaban una baja vertical de precios como consecuencia del alto volumen de la oferta y la débil demanda de los productos en fabrica.²³⁹

A la incertidumbre y la especulación generada por la crisis, fue sumado otro gran golpe que enfrentó la familia Carvajal Borrero; la muerte de la madre Micaela Borrero en 1930, lo

235 Ocampo, José Antonio. “La economía colombiana en la década del treinta”. En: Ocampo, José Antonio y Montenegro, Santiago. *Crisis mundial...*, Op. cit., p. 49.

236 Ocampo, José Antonio. “La economía colombiana en la década del treinta”. En: Ocampo, José Antonio y Montenegro, Santiago. *Crisis mundial...*, Op. cit., p. 49.

237 Bejarano, Jesús Antonio. “La economía entre 1930 y 1945”, En: Tirado, Álvaro (Dir.). *Nueva historia de Colombia*. Tomo V, Bogotá, Editorial Planeta, 1989, pp. 116-117.

238 Kalmanovitz Salomón (Dir.), y otros, *Nueva Historia Económica de Colombia*. La expansión cafetera, Bogotá, editora Aguilar, 2010pp 188-190

239 Castrillón, Diego. *Manuel Carvajal Sinisterra...*, Op. cit., p. 55.

que generó la liquidación de Carvajal & Cía., al ser Micaela Borrero la socia con capital más alto en los porcentajes de ésta, con una participación del 35 %. Su muerte generó una nueva etapa en la compañía, ahora al mando total de sus hijos, direccionados por Hernando, Alberto y Mario Carvajal Borrero, quienes heredaron la responsabilidad de llevar a Carvajal a sobreponerse de la crisis desde la gestión de sus socios capitalistas, incluso siguieron las actividades que caracterizaban a Carvajal como una empresa pionera y de las más grandes de tipo industrial en las artes gráficas y la papelería en el mercado local en ese momento. En este contexto, según Sombart, hay una diferencia entre la empresa moderna y la empresa tradicional, esta última por lo general es efímera, es decir casi siempre era una sociedad colectiva que se reconstituía o se disolvía a la muerte o jubilación de un socio, mientras que la empresa moderna tiende a asegurarse desde las jerarquías.²⁴⁰ Claramente las diferentes disoluciones y nuevas conformaciones de Carvajal & compañía se vieron marcadas por la muerte de alguno de los socios mayoritarios, que permitió cambiar de negocios o variar los objetivos de la empresa, lógica que es característica de la empresa tradicional, y esto no fue diferente hasta principios del siglo XXI.

La nueva configuración de Carvajal, a cargo de los herederos, se realizó bajo la Notaría Segunda el 4 de junio de 1930, la cual seguirá teniendo la misma razón social de Carvajal & Cía.. El capital de la nueva sociedad sería traspasado de los aportes y utilidades de los socios que representaba un 65%, mientras que el resto era perteneciente a Doña Micaela con un 35 %, los cuales serán de nuevo inyectados a la sociedad, el valor de ese capital era de alrededor de 50.000 pesos moneda corriente, que fueron distribuidos de la siguiente manera: Hernando Carvajal aportó \$ 15.000 pesos, Alberto Carvajal \$ 12.000, Mario \$ 6.500, Manuel Antonio \$ 3.500, Ana Carvajal y Josefina \$6.500; las utilidades o pérdidas se distribuirán en la misma proporción, o sea el 30 %, el 24 %, el 13%, el 7%, el 13% y el 13%.²⁴¹

La nueva firma comercial desde la gestión de Hernando y sus hermanos, comenzó a buscar estrategias para amortiguar los síntomas ocasionados por la coyuntura de 1929, lo que originó que sus socios capitalistas, desde los objetivos de la nueva firma, implementaran tanto los negocios de papelería, litografía, imprenta, compra y venta de propiedades raíces, como a las demás a las que los socios consideraran necesidades y a las que diere lugar.²⁴² Entre sus nuevos objetivos destacar el interés de la compra de bienes raíces como una de sus principales objetivos.

Durante la década del XX, Carvajal & Cía. había invertido en estos bienes, no sólo a nivel de la empresa, sino también a nivel familiar, desde finales del siglo XIX con Manuel Carvajal y después durante las primeras décadas del siglo XX con sus herederos, lo que

240 Sombart, Werner. *Capitalism, Encyclopedia of Social Sciences*, Nueva York, 1930.

241 AHMC, Escribanos-Notariales, Notaría Segunda, No. 558, año de 1930 4 de junio, f. 252v.

242 Ibíd., f. 254.

llevó a tener todo el conocimiento que habían adquirido sobre la compra de bienes raíces, a saber que esta actividad era un punto de partida que permitía asegurar el capital en actividades más seguras. Otro punto importante de los nuevos objetivos de la empresa, fue establecer que si fuera necesario la expansión de los almacenes Carvajal por otro lugar de Colombia lo podían realizar, hasta 1929 la empresa nunca había considerado esta opción, al introducirlo en sus objetivos potencializó en 1940 la apertura su primer almacén de papelería por fuera del territorio del Valle del Cauca.

Para asegurar la continuidad de las actividades y que la nueva etapa de Carvajal no tuviera contratiempos, fue necesario que por parte sus socios gestionaran un préstamo que incrementara el capital, para enfrentar la nueva configuración, desde los percances que podrían presentarse, por lo cual en 1930 solicitaron un préstamo al Banco Hipotecario de Bogotá, el cual tenía domicilio en la capital, por la suma de 27.000 mil pesos oro colombiano²⁴³, con un porcentaje del 1 % de interés por el préstamo el pago intereses del capital por ellos recibido. El pago se haría en ochenta cuotas trimestrales de 783,68 cada una, así pagaran las primeras cuotas al vencimiento de tres meses contados desde hoy o sea, el día 11 de septiembre de cada año la cual ascendería en el total del pago a 62,694,40 oro colombiano.²⁴⁴

La nueva configuración de Carvajal superó la crisis y potencializó la compañía hasta 1939, año en que terminaría con la gestión de la familia Carvajal Borrero tras la muerte de su gestor y empresario Hernando Carvajal Borrero que tuvo un gran éxito desde el manejo de la empresa Carvajal & Cía., no sólo a nivel de la gerencia de la empresa, sino que obtuvo un importante reconocimiento entre de los empresarios más importantes de la ciudad. Tras esta muerte siguió una nueva generación al mando de la compañía con Manuel Carvajal Sinisterra, quien hacía parte de la tercera dinastía.

3.3. Etapas y desarrollo de Carvajal & Compañía

El desarrollo de Carvajal & Cía. hasta 1939, se alcanza a percibir en 3 etapas, las cuales desarrollarían desde diferentes objetivos en la medida que iban encontrando el camino hacia el ascenso de la compañía, marcado claramente por la muerte de uno de los socios, y al reconstituirse cambiaron los objetivos de la empresa o establecieron nuevos objetivos; así desde la 1904 predomino sólo la idea de una imprenta, gestionada y pensada principalmente por Manuel Carvajal, con el objetivo de imprimir carteles y todo alrededor de la impresión bajo la razón social de la imprenta comercial. Hasta 1907 cuando se suscribió el contrato

243 AHMC, Escribanos-Notariales, notaria segundo escritura No 586 de 11 de septiembre de 1930, f. 64.

244 Para asegurar la deuda la compañía hipoteca en favor del banco hipotecario de Bogotá mediante el presente instrumento solemne una finca y todas sus anexidades determinada así: un edificio de varios pisos de construcción moderna de concreto y ladrillo y tejados de techo de arcilla con el terreno en que está fundado y con todas sus anexidades, inmuebles cuyo terreno mide una superficie de 612 metros cuadrados

en la Notaría Segunda, fue entregada la dirección a sus dos hijos Alberto y Hernando, lo que llevó a Carvajal a definir los objetivos y comenzar en la distribución de artículos de papelería, lo cual inició una primera etapa de desarrollo al mando del padre y sus dos hijos, bajo la razón social de Carvajal & Cía., razón social la cual tuvo a lo largo del tiempo hasta que fue cambiada por Carvajal S.A.

La segunda etapa se puede percibir con la muerte del padre Manuel Carvajal Valencia al proporcionar a los herederos la responsabilidad junto a la señora Micaela Borrero y a sus hijos, al mando de la gerencia de Alberto y Hernando Carvajal Borrero. Esta nueva etapa se dio bajo un contrato de comandita simple, con los mismos objetivos, la imprenta, la papelería, centradas hacia el proceso manufacturado, con la fabricación de cuadernos, encuadernación, además de la introducción de artículos de escritorio que logró hacer sobresalir a Carvajal durante estas primeras décadas, incluso como la distribución de muebles de madera.

La última etapa en el direccionamiento de los actores pertenecientes a la familia Carvajal & Borrero como empresa, se definió tras la muerte de Micaela Borrero, quedando las acciones y el capital a responsabilidad de sus hijos hasta 1939, donde siguió otra generación a cargo de la familia Carvajal Sinisterra, para esta tercera etapa se especificaron nuevos objetivos para la compañía, tanto los dos modos de imprimir más avanzados para la época el tipográfico y el litográfico, como la compra de bienes raíces. Las diferentes etapas de la compañía permiten analizar el desarrollo de la empresa desde sus inicios y la manera en que se fueron comprendiendo las dinámicas de un mercado interno, que posibilitó la demanda de sus artículos como de sus servicios, en la medida que la empresa iba consolidándose, generando desarrollo y llevando a la empresa hacia un rotundo éxito. Pues sólo el analizar lo que hoy en día es la multinacional Carvajal nos permite pensar como a pesar de las diferentes circunstancias y barreras de las primeras décadas del siglo XX, permitió la creación y consolidación de un mercado alrededor de las artes gráficas y los artículos de papel.

CAPÍTULO IV.

TÉCNICAS Y TECNOLOGÍA EN LA IMPRENTA CARVAJAL & CIA.

“Si usted ha estado en una casa de artes gráficas (...) oyendo el ronquido de los motores, el zumbar de los aspiradores mirando el rodar de los cilindros, oliendo a petróleo, a benzol, a tinta y a colores al óleo, viendo, en fin, cómo el papel blanco, nuevo sin mácula, va y recibe el azul y el amarillo, y luego el rojo, y al final el negro, y cómo las planchas pintan y cómo la imagen surge y bueno....si usted ha estado ahí, al lado junto y dentro, entonces usted ya conoce ese encantamiento de las artes gráficas. Usted ya sabe entonces que esas artes aparecen a veces de brujería, ofrecen errores y gazapos sin cuento, trucos y trampas que sólo puede sortear el experto, el que sabe”.

José M. ^a Parramón²⁴⁵

En el recorrido por las principales actividades de la empresa, este trabajo también permite identificar los cambios tecnológicos desplegados por la innovación en cuanto a los medios de producción utilizados por Carvajal & Cía. con una transformación en un lazo corto de tiempo, lo que resultó en una especialización que con el pasar de los años, generó una transición de un taller tipo artesanal, a uno industrial. Taller que precedía de una mano de obra principalmente del núcleo familiar y una técnica muy artesanal, incluso, con un tipo de producción rudimentaria partiendo del proceso de impresión sobre la piedra, que sin embargo fue dando paso a una mutación con la apropiación de tecnología automatizada, que introdujo la mano de obra especializada y maquinaria moderna importada por Carvajal & Cía. Es por ello que analizar estos aspectos desde 1904 hasta 1930 en lo que tiene que ver el proceso del cambio y apropiación de nuevos modos de producción es uno de los principales puntos a tratar.

Durante el siglo XX siguió desarrollándose la utilización de la imprenta a nivel local, por lo que se gestó la utilización de la imprenta, manejada por familias como los Carvajal, los Zawadsky, los Velásquez, etc. que defendieron desde los medios periodísticos los ideales políticos de los partidos liberal y conservador durante las primeras décadas del siglo pasado, pero que también funcionó para la publicidad constante del desarrollo industrial y moderno que presentaba Cali. No sólo generaron una serie de publicidad pagada por empresarios y comerciantes, por lo que involucraron a Cali en el concepto de la modernidad cultural, en predominio de la impresión de libros, revistas, poemas, a través de estas imprentas que generaron una cultura consumidora de bienes culturales. Por lo que este tipo de negocio a nivel local comenzó a permear campos institucionales y al mercado.

245 Parramón, José, *Artes gráficas para dibujantes y técnicos publicitarios*, Barcelona, Ciac/Mata, 1976, p. 7.

Antes de introducirlos en el tema de las técnicas utilizadas es necesario definir qué es una imprenta, esta se define como arte de imprimir: “imprimir es igual a reproducir textos o imágenes en negro o en color, sobre una superficie cualquiera (generalmente papel), mediante la presión que han sido grabados previamente en relieve, planigrafía o en hueco”.²⁴⁶ Es necesario comprender el arte de imprimir como un trabajo muy artesanal, en un primer momento, donde la utilización de mano de obra para el diseño de las plantillas requería un nivel alto de dibujo técnico y experiencia.

La impresión puede darse de dos formas, de una manera directa o indirecta; directa cuando el molde imprime directamente sobre el papel o la superficie de la impresión; indirecta cuando el molde imprime sobre otra superficie y de esta al papel. Hubo técnicas que utilizó y se apropió la empresa Carvajal & Cía., las cuales se alcanzan analizar muy bien con la impresión del periódico *El Día*; esta impresión se daba sobre un molde con presión en una plantilla de manera directa, proporcionada por la máquina Washington que imprimía sobre el papel como una plancha, por lo que la simplicidad de la impresión era característica de estos años en los trabajos realizados por la compañía. En la medida que este tipo impresión no permitía que fuera rica en detalles, sino que más bien fuera llena de texto, con pocos símbolos, dibujos, inclusive el desarrollo de la simplicidad en sus trabajos precedía de una mano de obra que no era especializada, condicionada por la ayuda de la Familia Carvajal que trabajó en un primer momento en los talleres.

Pero el desarrollo de Carvajal & Cía. no tardo mucho, por lo que inicio un proceso de transformación desde 1907 lo que implicó la apropiación de técnicas utilizadas por la compañía en un proceso más tecnificado, elaborado y artístico, lo que requirió en apenas tres años acceder a contratar mano de obra especializada y tecnificada que realizara la mayor parte de la producción de la empresa. Al adquirir este tipo de apropiación de técnicas en sus instalaciones se montó un taller de impresión de estilo tipográfico para Carvajal & Cía., que se debía al resultado de trabajos ejecutados con maquinaria moderna, lujosa variedad de tipos de letras y hábiles operarios. La empresa Carvajal ofrecía puntualidad, esmero y buen gusto en la elaboración en los trabajos que se le confiaban, así lo anunciaba una publicidad en el periódico local *El Día*. A continuación se especificara algunas características técnicas sobre este estilo.²⁴⁷

4.1. Sistema Tipográfico.

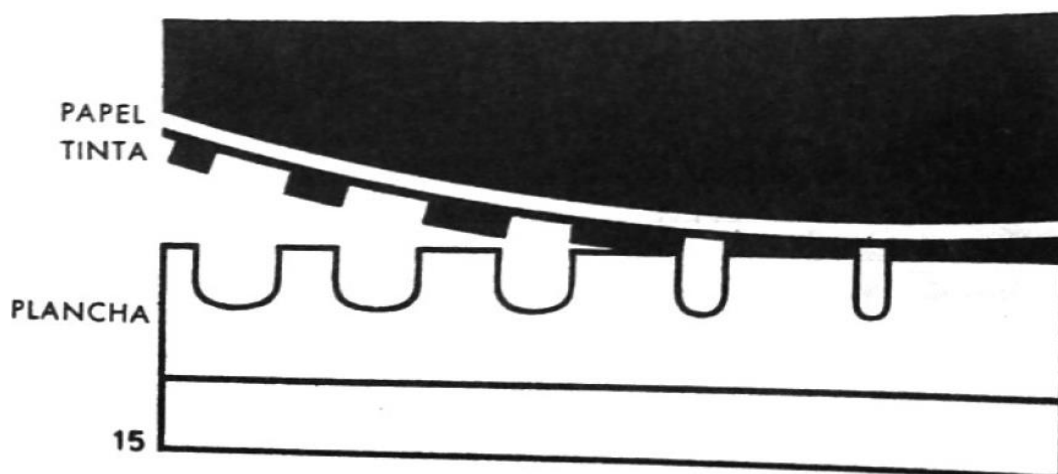
Se conoce la tipografía como el proceso de comunicar mediante imágenes, dibujos o símbolos etc., como lo argumenta Ruary Mclean: “la tipografía es el arte o técnica de reproducir la comunicación mediante la palabra impresa (...) comunicar mediante imágenes, es decir, dibujos o símbolos, oposición a palabras es una técnica diferente y excede al

246 *Ibíd.*, p.25.

247 *El Día*, diciembre 19 de 1909, p. 3.

ámbito de este libro, aunque el tipógrafo debe tratar a menudo con ilustraciones”.²⁴⁸ La utilización de esta técnica ya se daba mediante un proceso de impresión indirecta, es decir, que este era presionada sobre un molde o plancha metálica y los elementos de impresión aparecían en el relieve, como lo ilustra la siguiente imagen:

Imagen N° 37. Impresión directa tipografía



Fuente: Karch, Randolph R. *Manual de Artes Gráficas*, México, Editorial Trillas, 1990, p. 16.

Lo que llevaba a la creación de una plantilla que permitía una impresión más detallada de la imagen, cuadros, letras, que se pueden identificar perfectamente en el periódico local *El Día* autoría de la imprenta Carvajal & Cía. Como se analizará posteriormente, esta creación tipográfica demandaba un número más alto de mano de obra especializada; al utilizar las plantillas al vacío estas eran principalmente realizadas por los tipógrafos que había en los talleres, en lo que tiene que ver con el texto de la impresión era unidades de letras que se organizaban para la impresión, pero en las imágenes estaba la técnica que debían utilizar, ya que se debían realizar plantillas para la edición.

Lo que se llamó composición de la Caja tipográfica, que no era más que la composición de lo que se iba imprimir, letras, cuadros, todo lo cual iba en la caja tipográfica para la impresión, por lo que imprentas tenían una sección de cajas constituidas por varios muebles especiales, en las cuales aparecían las bandejas llamadas cajetines, cada cajetín contenía una letra o un signo del alfabeto,²⁴⁹ estas eran importadas de fabricantes que proyectaban el diseño de cada letra. Siempre se identificó una entrada constante de letras

248 Mclean, Ruari. *Manual de tipografía*, Madrid, H. Blume /Mateu Cromo, 1987.

249 Parramón, José, *Artes gráficas para dibujante...*, Op. Cit., P.61.

que eran anunciadas por el periódico, por lo que tenían diferentes tamaños; para enriquecer mucho más la tipografía, cada palabra era separada por canales o interlíneas, por planchitas metálicas a la altura algo menor que el tipo y del grueso correspondiente a uno o dos o tres puntos que daban mayor holgura y legibilidad a la composición tipográfica.²⁵⁰

Carvajal y Cía., posicionó la impresión y sus trabajos a un nivel tecnificado, por lo cual requirió contratar a operarios que hicieran el oficio artesanal de los dibujos impresos en sus trabajos, que no sólo garantizaron un proceso tipográfico rico en detalles y especializado, sino también efectividad en el tiempo, lo que ocasionó que el cliente no esperara mucho tiempo, todos estos aspectos llevaron a posicionar a Carvajal, una vez se relacionaron tanto la mano de obra como los tipos de máquinas modernas y especializadas. Cabe analizar la diferencia entre la tipografía de letras símbolos y cuadros antes de 1907 del periódico *El Día Impreso* en Carvajal & Cía.:

Imagen N° 38. Periódico El Día



Fuente: El Día, 18 de Diciembre de 1905, p. 1.

En la anterior imagen se pueden ver solamente unas márgenes que recuadran el texto en el periódico de la información, para el año de 1905; la tipografía aun no era rica en detalles, estos eran mínimos, esto era el derivación de una impresión directa sobre el papel y no cumplía con uno de los objetivos de una imprenta moderna el cual era “comunicar con claridad una idea era rica en letras (...) preocuparse porque las ideas lleguen a la mente del lector a través del trasparente ventana de la tipografía”²⁵¹ y tal vez esto fuese consecuencia de la carencia de mano de obra que no permitía una especialización de la técnica utilizada para dibujar las planchas o maquetas antes de 1907, si bien este periodo se caracterizó por que la mano de obra de la empresa era netamente familiar, pues a pesar de la experiencia de

250 Ibid. pp. 68-69.

251 Mclean, Ruari. *Manual de tipografía...*, Op. cit., p. 10.

Manuel Carvajal y sus hijos aún no lograban un tipo de impresos ricos en más técnica y en detalles.

Una vez se establecieron las condiciones con obra de mano especializada, comenzó la introducción de técnicas que permitieron una especialización de la técnica tipográfica rica en dibujos realizados por Carvajal & Cía.:

Imagen N° 39. Impresión del El Día 1913



Fuente: El Día, febrero 5 de 1913.

La anterior impresión publicada en el periódico *El Día*, desde 1909 y 1913, permite analizar que una vez introducida la mano de obra tecnificada se da un proceso más detallado de elaboración de dibujos, ricos en detalles que permitió una tipografía marcada para estos años, así podemos percibir no sólo una impresión de letras, lo que originó alrededor de estos años la adquisición de un tipo de tipografía llena de variedad en detalles de letras, dibujos cuadros y símbolos, adicionalmente con un juego de sombras sobre los dibujos, que permite mirar la destreza y especialidad una vez introducida por Carvajal & Cía.

Inclusive, sólo a nivel de la tipografía de la publicidad pagada, una vez se contrató obra de mano especializada se generó nuevos servicios, ejemplo de lo anterior fue ofertar al

mercado sellos de caucho, grabados en metal, relieves en la madera²⁵², e impresiones al relieve, lo que abrió otro servicio prestado por la compañía la creación de sellos lo que causó la introducción de artículos en relación con lo anterior por lo que en 1912 introduce sellos de caucho y gran variedad de estilos y tamaños diversos montajes de cogía de aire de níquel forma de reloj, para el bolsillo de madera barnizada y la introducción de almohadillas automáticas con tinta inagotable de todos los colores para sellos de cauchos²⁵³

Lo anterior necesitaba de una mano de obra calificada para realizar todas los servicios ofrecidos por Carvajal & Cía.; al realizar grabados en metal la persona encargada utilizaba técnicas especiales y su talento como dibujante artístico, lo que permitió un alto grado de calidad en los trabajos perpetrados en estos años por Carvajal & Cía. Otro aspecto que se puede analizar es cómo la empresa generó un mercado alrededor de sus servicios, dentro de una gama de servicios y productos muy completa a nivel del comercio local, así la introducción de los sellos que ellos hicieron, demandaba también ciertos estilos de almohadillas y tintas. Es claro identificar que Carvajal ofertaba un surtido completo de sus mercancías en la medida de sus posibilidades, que comprendía todos los artículos relacionados en el portafolio de bienes y servicios.

Lo más usual que se utilizó para este técnica fueron los trabajos que se solicitaron con urgencia, que requerían de una impresión más oscura, con tipos de letras de un buen color; negro en todo ejemplar de estampación, lo que fue una aliada importante a la hora de imprimir periódicos, trabajos con ilustraciones quedaban mucho mejor desde la tipografía que con el huecograbado o la litografía.²⁵⁴

4.2. Sistema Litográfico.

La otra técnica utilizada por Carvajal fue la impresión litográfica, apropiada más en la segunda década del siglo XX por la empresa, este sistema se realizó por mucho tiempo de una manera muy artesanal desde el siglo XIX “por lo que se realizaba un dibujo del cual se iba a imprimir, este se dibujaba o calcaba en la piedra con una tinta de grasa, luego se empapaba la piedra con agua y esta se adhería a las partes no cubiertas del dibujo”,²⁵⁵ sin embargo el rápido cambio tecnológico llevó a inventar la máquina litográfica Offset, proveniente de la capital de las innovaciones de las artes gráficas, Alemania. Esta revolucionó la manera en que se imprimía con el sistema litográfico, cambio que se dio entre 1881 y 1906: “esta nueva máquina se daba sobre la impresión en tinta, pasaba de una plancha, que está ajustada en torno de un cilindro a otro recubierto de goma, que era

252 El Día, No. 226, junio 22 de 1910.

253 El Día, No. 344, Febrero de 41 de 1912.

254 Karch, Randolph R. *Manual de Artes Gráficas...*, Op. cit., p. 16.

255 International Paper Company. *Manual de Artes Gráficas*. Cali, Carvajal S.A., 1978.

realmente la estampación del papel”.²⁵⁶ Podemos identificar en la siguiente ilustración los dos métodos de utilización:

Imagen N° 40. Proceso Litográfico Antiguo sobre la piedra y Offset

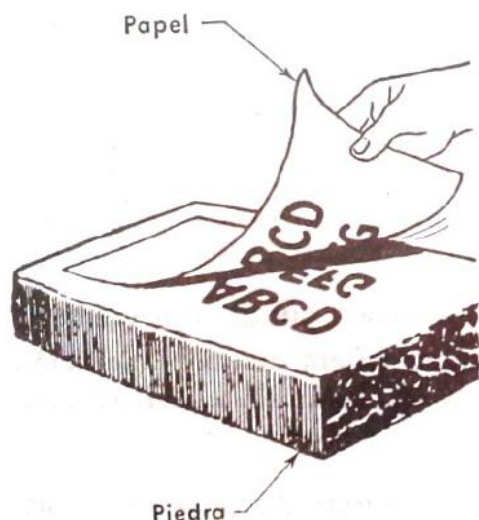


FIG. 3. Antigua litografía en piedra.

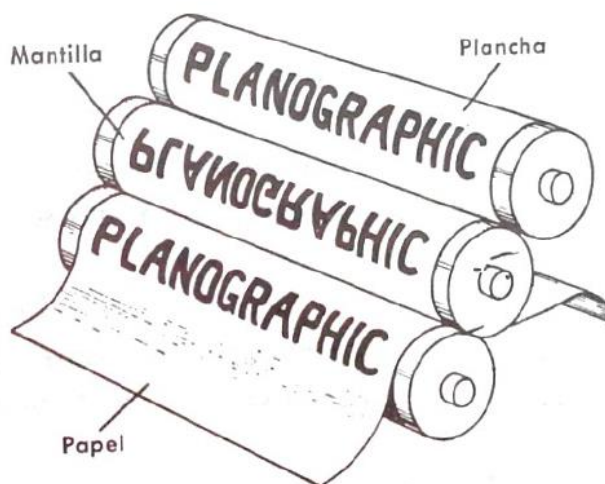


FIG. 4. Moderna litografía offset.

Fuente: Fuente: Karch, Randolph R. *Manual de Artes Gráficas...*, Op. cit., p. 16.

Mientras que la rápida innovación se dio en Alemania en la última década del siglo XIX y principios del XX, en Cali aun ni siquiera se había llegado a un sistema de impresión tipográfico, solo se contaba con la imprenta que había llegado al país para mitad del siglo XIX, no obstante después de la década 1920 el país conocería la primera litografía offset casi tres décadas luego de su invento, las dificultades en la obtención de innovaciones se debía a la falta de estructuras que condicionaron los valores tanto de empresarios como de comerciantes. Autores como Frank Safford permiten identificar claramente aspectos del desarrollo económico de Colombia en el siglo XIX, que estuvieron condicionados por el aislamiento y la carencia de oportunidades económicas, desde el ejemplo de las características de una élite colombiana que fracasó al intentar aplicar su conocimiento condicionado por las estructuras. El autor sostiene que si bien la estructura y los valores sociales tendieron a retardar el desarrollo de una élite técnica colombiana, el obstáculo

256 Karch, Randolph R. *Manual de Artes Gráficas...*, Op. cit., pp. 18-19.

fundamental lo constituyó una economía en extremo limitada, ya que era una economía estática la que proporcionaba el contexto en el que se formaban los valores no-técnicos o antitécnicos,²⁵⁷ por lo que fracasaron al intentar desarrollarla como en el exterior .

Esta economía estática no permitía la introducción al país de nuevas innovaciones, lo que fue una constante hasta bien entrada la década del veinte, una vez se presentaron los factores que permitieron el despegue moderno de Cali, propiciado por la llegada de la energía en 1910, gestionada por empresarios reconocidos que proporcionaron energía para el iluminado público, casas, y las pequeñas industrias de Cali. En consonancia con los ideales de la modernización urbana, se inauguró en Cali la primera planta hidráulica, con potencia de 150 kilovatios, utilizando las aguas del río Santa Rosa; ese mismo día, la empresa de Cali, Electric Light and Power, integrada por los socios Enrique J. Eder, Ulpiano Lloreda, Benito López, Edward Máson, estrenó la planta importada de Alemania,²⁵⁸ con diez bombillos que llenaron de luz la Plaza Mayor.

Una vez presentadas las condiciones, Hernando Carvajal inició su viaje, con lo que pudo introducir la litografía precursora y el offset que consistía en dos prensas que imprimían de la piedra directamente sobre el papel. Cinco años más tarde, en 1927, introdujo la offset²⁵⁹ de la cual se han mencionado algunas características anteriormente, entre la clases de trabajos que se realizaban con la litografía offset estaban los cheques y los impresos para depósitos bancarios; el material estampado distintivo de las latas de bebidas; las etiquetas de papel, libros infantiles, en especial los ilustrados a colores,²⁶⁰ aunque la que se introdujo para 1927 sólo imprima a blanco y negro. En su último viaje realizado durante la tercera etapa de la empresa, introdujo a la compañía la litografía offset que imprima a color. Todo lo anterior era posible gracias a un mercado que demandaba consecuentemente aumento de las necesidades internas, que estaba en la capacidad de producir la compañía Carvajal, derivada de la industrialización.

Ahora bien, alrededor de este método el primer mecanismo litográfico introducido por la firma Carvajal, en 1922, se ejecutaba en tres pasos; el dibujo donde el artista trasladaba o plasmaba el diseño de la marquilla, o envoltura sobre la piedra, después sobre la superficie se entintaba con un rodillo, la piedra, por lo que se procedía a transportar sobre el papel, este fue el primer procedimiento para la producción de impresiones litográficas, el trabajo artesanal está presente en cada paso, como se ilustra en la siguiente imagen:

257 Safford, Frank. *El ideal de lo práctico: El desafío de formar una elite técnica y empresarial en Colombia*. Bogotá, Universidad Nacional de Colombia, 1989, p. 6.

258 Ordóñez, Luis Aurelio. *Industrias y empresarios pioneros...*, *Op. cit.*, p. 34.

259 Velasco, Alberto. *Reseña histórica...*, *Op. cit.*, p. 35.

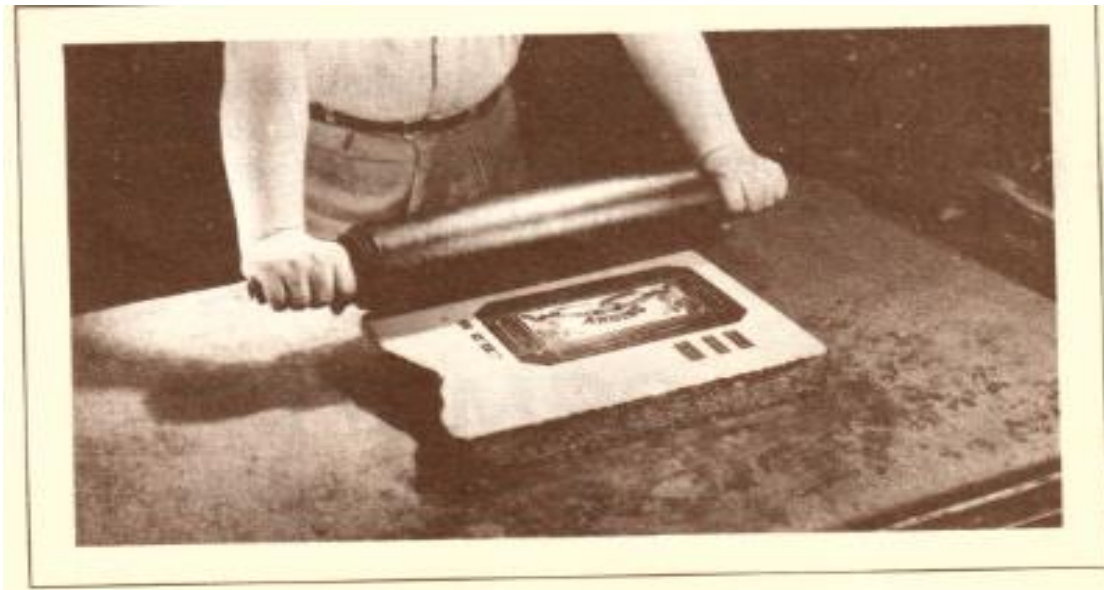
260 Karch Randolph R. *Manual de Artes Gráficas*, Editorial trillas, 2da México, 1990, PP. 18-19.

Imagen N° 41. 1° Paso Dibujo en la Piedra



Fuente: Velasco, Alberto. *Reseña histórica...*, *Op. cit.*, p. 28.

Imagen No 42. 2 pasó entintando en el proceso litográfico



Fuente: Velasco, Alberto. *Reseña histórica...*, *Op. cit.*, p. 28.

Imagen N° 43. Último paso; Transportación en el proceso litográfico



Fuente: Velasco, Alberto. *Reseña histórica...*, Op. cit., p. 28.

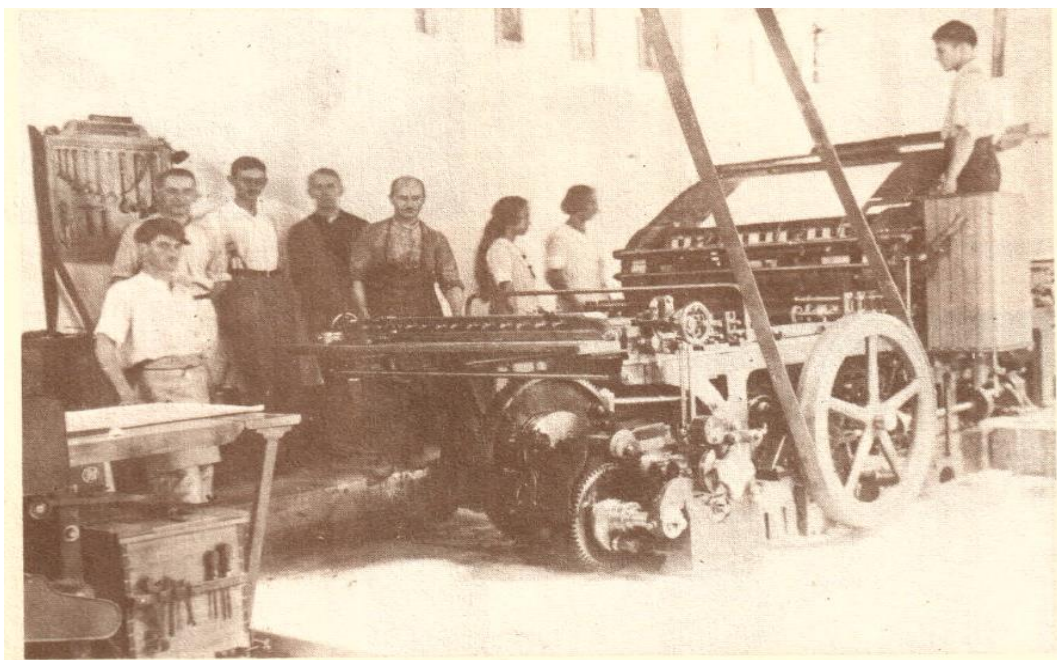
Este sistema fue utilizado durante casi 6 años, en su segundo viaje a Alemania se introdujo el sistema automatizado offset que cambió la manera en que se daba la producción de este servicio y modificó radicalmente el medio de producción de la firma haciéndolo en una manera automática, rápida y eficiente. Dicha introducción de nuevas técnicas y de un nuevo tipo de maquinaria en los talleres de la imprenta, estuvo circunscrita a lo que se basa Josep Shumpeter, cuando habla de innovación tecnológica como punto de partida del desarrollo económico, el cual es proporcionado por las innovaciones radicales, aquellas capaces de provocar cambios “revolucionarios”, transformaciones decisivas en la sociedad y en la economía. Por innovaciones radicales se entiende:

- I. La introducción de unos nuevos bienes de consumo en el mercado.
- II. El surgimiento de un nuevo método de producción y transporte.
- III. Consecución de la apertura de un nuevo mercado.
- IV. La generación de una nueva fuente de oferta de materias primas.
- V. Cambio en la organización de cualquier organización o en su proceso de gestión.

Todos estos cambios, en conjunto, son la causa principal del “proceso de mutación industrial que revoluciona incesantemente la estructura económica desde su interior,

destruyendo interrumpidamente lo antiguo y creando continuamente elementos nuevos”.²⁶¹ Este proceso de destrucción creadora constituye de hecho un punto esencial del capitalismo, que lleva a un importante punto a la economía con “la introducción de un nuevo bien o una nueva calidad de un bien”²⁶² que contribuye a la innovación, pues al introducir nuevos bienes proporcionó cambios en los medios de producción. Inclusive hasta la transición del trabajo artesanal a la producción automática que provee una apertura de un nuevo mercado ahora el litográfico presentado con la inmersión de métodos, y técnicas aprendidas en Alemania en 1922 y posteriormente con la entrada de una maquina en 1927, una offset más avanzada.

Imagen N° 44. Primera Offset de 1927 que imprima a blanco y negro



Fuente: Velasco, Alberto. *Reseña histórica...*, *Op. cit.*, p. 30.

261 Montoya, Omar. “Schumpeter, innovación y determinismo Tecnológico”, En: *Scientia Et Technica*, Vol. X, No. 25, Agosto de 2004, p. 21.

262 Schumpeter, Joseph. *History of economic analysis*. New York, Oxford University Press, 1954, p. 66.

CAPÍTULO V.

CONCENTRANDO EL CAPITAL, ASEGURANDO EL ASCENSO, COMPRA Y VENTA DE BIENES RAÍCES

La familia Carvajal Borrero entre sus actividades comerciales como industriales durante 1880 hasta 1930 (en los años estudiados), desarrolló una actividad en paralelo a sus principales negocios comerciales, ésta fue sobre la compra y venta de bienes raíces, practica heredada de don Manuel Carvajal Valencia, que desde finales de siglo XIX, diversificó e incursionó junto a su esposa sobre este tipo de transacciones, cuando consiguió diferentes activos alrededor de este negocio. Esta práctica no sólo fue una característica de la familia Carvajal, pues fue una de las transacciones económicas más destacadas en las modalidades de negocios de comerciantes y empresarios latinoamericanos en los siglos XIX y XX.

El mercado mobiliario fue una fuerte transacción de capitales en este periodo, como también un sector llamativo de inversión, puesto que al introducir capitales en bienes más seguros lograron con ello la diversificación alrededor de este tipo de transacciones, y la reducción de riesgos asociados a la alta inestabilidad económica, por lo que se aseguró contra una posible desvalorización, que fue una constante durante estos años en diferentes sectores económicos en el mercado local. La compra y venta de bienes raíces permitió a comerciantes y/o empresarios incursionar en actividades alrededor de la tenencia de la tierra, desde finales de siglo XIX se identifica una destinación de capitales en propiedad raíz, con lo que consiguieron direccionar capitales sobre este tipo de mercado, inclusive hasta se conformaron sociedades comerciales, que entre sus principales objetivos tuvieron este tipo transacciones, lo que deja entrever el buen momento que pasaba este tipo de actividad, como una de las inversiones más seguras en este momento.

Para el caso que nos interesa, Don Manuel Carvajal Valencia ayudó a construir el camino hacia su ascenso empresarial, no como fórmula principal para la acumulación de un importante capital, sino como la sumatoria a sus prácticas empresariales, pues Manuel Carvajal había incursionado en el negocio de compra de bienes raíces con la sociedad Argáez & Carvajal, sin embargo esta tendencia de inversión se vio más definida a nivel personal junto a su esposa Micaela Borrero, ya que se desarrolló de manera larga y extendida, transversal²⁶³ a sus actividades económicas. De este modo se generó la acumulación de capitales al ampliar sus rangos de acción económica.

263 Comerciantes que incursionaron en este tipo de transacciones en muchas ocasiones lo hicieron como eje trasversal a sus actividades básicas, por lo que muchos ya hacían parte de actividades como el comercio, la industria, la ganadería, la agricultura, la banca, etc., sobre las últimas décadas del siglo XIX. Por lo que el

Igualmente, teniendo en cuenta la documentación revisada, identificamos que los activos o capitales de Manuel Carvajal están por fuera de la tenencia de la tierra propiciada por herencia familiar, pues Manuel Carvajal no acumuló tierras por esta razón, contrario a esto lo realizó una vez presentó el capital inicial para hacerlo. En ocasiones muchas de las fortunas de empresarios o comerciantes del siglo XIX y del XX, provienen de la adquisición de inmuebles por parte del patrimonio familiar, heredado por padres, abuelos, tíos, etc. Además de posesiones que se debían a las prácticas comerciales del siglo anterior, llevadas por una fuerte cohesión económica y a una posible estabilidad de parentesco entre las familias notables.²⁶⁴

No obstante para el caso particular la que brindó un importante capital en la tenencia de propiedades raíces que precedía de las relaciones de patrimonio familiar, fue su esposa Micaela Borrero, quien era parte de las familias hacendadas, que poseían grandes extensiones de tierra en el valle geográfico del río Cauca desde el siglo XVI. Patrimonio que puso a disposición de Don Manuel después del matrimonio, es por ello que en síntesis decimos que Manuel esté por fuera de la tenencia de la tierra por herencia, siendo un empresario que realizó su ascenso empresarial, una vez llegó a Cali y en las posibilidades proporcionadas por las dinámicas del mercado local y los lazos familiares. Una vez logró casarse con Doña Micaela Borrero, las fuentes documentales permiten identificar que se benefició al acceder a los activos que reposaban sobre la posesión de bienes raíces, que sirvieron más en la medida que fueron utilizados para obtener nuevos capitales con la ventas de las propiedades, que fueron administradas por Manuel Carvajal como se observará en el presente capítulo.

Aunque el matrimonio con la señora Micaela Borrero permitió asegurar primero un capital social en el mundo de las redes comerciales y sociales del periodo, ya que el padre de doña Micaela gozaba en su red de conexiones con los comerciantes más importantes del siglo XIX del Estado Soberano del Cauca, y por otra parte sumó a los activos del matrimonio una serie de propiedad adjudicadas a su nombre, provenientes de las posibles herencias. Incluso vemos que a través de la revisión de los escribanos notariales algunas de las propiedades del señor Miguel Borrero Piedrahita y su madre Mariana Joaquina Camacho de Borrero fueron adjudicadas a nombre de sus hijos, entre ellos Micaela Borrero, como se examinará en algunas de las ventas realizadas por el joven matrimonio, aunque cabe aclarar que la consulta de fuentes que giran alrededor de este aspecto no fue relevante en esta investigación²⁶⁵, de esta manera es claro desde lo argumentado por Bourdieu que el dinero

perfil de las prácticas de comerciantes no está por fuera de las ejecutadas por don Manuel Carvajal que llevó a destacarse dentro de los comerciantes más importantes del siglo XIX y forjar el camino en la acumulación de capital. Es por lo cual se hace necesario identificar como fue las prácticas empresariales en esta actividad.

264 Erazo, María Fernanda. *Los caminos del ascenso...*, Op. cit., p.129.

265 Aunque la consulta de las sucesiones testadas de los padres de Micaela Borrero no se tuvieron en cuenta, hay que decir que si se logró saber que algunas de las ventas realizadas por Manuel Carvajal entre 1890-1905 fueron propiedades pertenecientes a la herencia maternal de su esposa Micaela de Carvajal, esto

no resultó ser más importante que el capital social y cultural dejado por ambas familias, los Borrero y los Carvajal.²⁶⁶

De este modo tendríamos que decir que con el capital personal acumulado, Don Manuel Carvajal incursionó en su primera compra que se realizó en 1886 mientras que su primera venta se dio en 1891. Por otra parte podemos analizar que fue el capital de ventas de las propiedades de su esposa Micaela Borrero, lo que permitió a Don Manuel Carvajal transformar los bienes raíces en nuevos capitales para invertir en compras posteriores, y es normal encontrar en las actas notariales del Archivo Histórico de Cali, compras realizadas por Manuel Carvajal acompañado de su esposa Micaela Borrero de Carvajal. A continuación se identificaron las compras desde 1885 hasta 1907:

Tabla N° 33. Compra de bienes raíces de Manuel Carvajal y Micaela Borrero 1885 a 1907.

Fecha	Vendedor	Objeto	Ubicación	Valor
10 de noviembre 1886	Manuel Joaquín Otero	Una manga	San Nicolás	\$ 160
13 de Mayo 1891	Dámaso Quintero	10 plazas de terreno de la(100 varas cada una)	Antigua hacienda de Salomia	\$ 220
10 de octubre 1895	Eusebio Velásquez	Truque de finca la paz, por 40 plazas de la antigua hacienda Arroyohondo	Distrito de Yumbo	\$200
19 de febrero 1896	Manuel José Cobo Y Rafael Cifuentes	Un potrero	Antigua hacienda Salomia	\$ 2.500
2 de julio de 1898	José María Rebolledo	Hacienda	Salomia	\$ 5.000
17 de marzo	Ricardo Marulanda	Un mangón	Piloto	\$ 1.000
6 de Mayo de 1904	Marcela Mera	Terreno	Piloto	\$ 2.500
24 de febrero 1907	Doctor Julián Uribe	Un mangón	El Mango	\$1.000 ²⁶⁷ oro

Fuente: Elaboración propia AHMC, Escribanos-Notariales, notaria primera, escritura No 449 de 1886; No 30 de 1891; No 160 de 1902 No 59 de 1907; y Notaría Segunda No 274 de 1895; No 113 de 1896; No 336 de 1898; No 370 de 1904

desde el fondo notarial de escribanos de la notaria primera y segunda de Cali del Archivo Histórico Municipal.

266 Para un acercamiento sobre este tema véase: Erazo, María Fernanda. *Los caminos del ascenso...*, Op. cit., p. 132.

267 De los precios pagados por Manuel Carvajal, todos hasta 1904 se realizaron en pesos, mientras que para el año de 1907, la compra se llevó en pesos oro.

Desde 1886, año en que iniciaron las compras de bienes raíces, observamos un interés en la compra de terrenos ubicados en la parte rural en comparación a las compras de terrenos urbanos. Resultado de un auge en la mercantilización de este tipo de tierras en la zona rural a causa de la compra de terrenos en las haciendas, se generó un síntoma de fragmentación de las haciendas vallecaucanas, lo que facilitó acceder a la compra y venta, dando una apertura al mercado de tierras sobre este tipo de bienes, lo que terminó propiciando una reestructuración de las mismas, es por ello identificar las compras de bienes raíces en la hacienda de Salomia y Arroyohondo. Este tipo de compras llevó a que Don Manuel incursionara también en el negocio de la compra y venta de cabezas de ganado, que osciló en el precio de veinte pesos cada una, por lo cual invirtió en otro tipo de actividad que produjo algún capital a Don Manuel, todo ello reflejado en la herencia de bienes semovientes con un capital importante que sería heredado por sus hijos y esposa.

Ahora bien, en lo que respecta al valor de la compras realizadas fue muy desigual, pues dependía del lugar, del tipo de terreno, y de la extensión. Entre las plazas, mangones, y terrenos, comprados por Manuel Carvajal Valencia, oscilaron entre \$ 150 y \$ 200 pesos, respecto a las plazas ubicadas en las antiguas haciendas, mientras que las compras de los terrenos urbanos como en San Nicolás, fueron bienes más costosos con precios que oscilaron entre \$ 1.000 y \$ 2.500 pesos. Todas las compras se registraron por un valor de \$ 11.587, más un lote comprado en \$ 1.000 pesos oro. Entre las adjudicaciones de las transacciones realizadas, la más importante registrada en la tabla N°. 33 fue la compra de la hacienda Salomia, la cual fue comprada por Manuel Carvajal Valencia en su totalidad, compra registrada en cuatro transacciones, la primera se dio por la compra de diez plazas en 1891, posteriormente en 1895 fue adquirido otro terreno un poco mayor a las diez plazas. Con la dos compras Manuel disfrutaba de la mitad de la hacienda que después utilizó en forma de pago para cancelar un crédito otorgado por su hermana Mercedes de Carvajal, una vez presentado el paz y salvo del crédito fue vendida de nuevo a Manuel Carvajal en 1898 a través de compraventa, más la otra mitad que era propiedad del señor José María Robledo esposo de Mercedes de Carvajal, como se anota en la siguiente escritura:

“Por arreglos posteriores el señor Carvajal Valencia ha pagado todo lo que se adeudaba a la señora Mercedes Carvajal esposa del señor Rebolledo y ha satisfecho la mayor parte de los créditos, si al señor Rebolledo haya contratado obligación con ningún acuerdo que por lo dicho ha guardado insubsistente y recibido el contrato de esa mitad de la hacienda Salomia la cual vuelve al dominio y posesión del señor Manuel Carvajal Valencia quedando toda la obligación por parte del señor Rebolledo pues cualquier crédito que este deba a cargo del señor Carvajal, siendo de advertir que en uso del mismo poder la otra mitad de la hacienda Salomia la cual compró el señor Rebolledo este ha pagado, que el mismo espera poder vender la otra mitad de la hacienda Salomia la cual será compromiso el apoderante”²⁶⁸.

Cabe identificar que este tipo de negocios sobre el pago de deudas que comerciantes saldaron con transacción de propiedades de bienes raíces sirvió para solventar problemas de créditos, pues una vez consiguieron tener de nuevo el capital monetario, consiguieron en

268 AHMC, Escribanos-Notariales, Notaría Segunda, No. 336, 2 de julio de 1898, f. 20.

algunos casos recuperar los terrenos que pusieron en cancelación de los créditos, al igual que muchos aseguraron créditos o mercancías a largo plazo sobre la hipoteca de fincas o casas para respaldar los pagos de sus deudas.

Hasta aquí, según la documentación estudiada, se puede identificar otro tipo de transacciones alrededor de la propiedad raíz, que se llevó a cabo durante estos años como fue el trueque de bienes raíces, en este tipo de negocio Manuel cambio 10 plazas que tenía a su nombre por un terreno en la finca denominada La Paz, ubicada en el municipio de Yumbo. Con en este acuerdo Manuel Carvajal se apoderó casi en cien por ciento de la finca La Paz, pues había participado en el remate de esta misma en el año de 1886, donde se adjudico gran parte del terreno;²⁶⁹ de esta forma las transacciones realizadas hicieron que se apoderase de la totalidad del terrero, y fueron la principal fuente de inversiones realizadas por la familia Carvajal como los activos más importantes a nivel familiar.

Se puede decir que durante este período Manuel Carvajal no sólo realizó de manera decisiva la inversión de capitales para la compra de bienes raíces, posteriormente durante estos años, también incursionó en la venta de este tipo de bienes tanto de tipo urbano como rural, la cual se vio como una práctica más dinámica en comparación a las compras, con características especiales alrededor de esta dinámica, es decir algunas de la propiedades raíces que se vendieron fueron bienes que se habían comprado durante las últimas décadas del siglo XX. En los registro de ventas igualmente también se identificaron propiedades de su esposa Doña Micaela Borrero, que habían sido adjudicados a ella por herencia como se ha venido sosteniendo a lo largo del desarrollo del tema, por lo que encontramos:

Tabla N°34. Ventas realizadas por Manuel Carvajal y Micaela Borrero 1891 a 1903.

Fecha	Comprador	Objeto	Ubicación	Valor
10 de octubre de 1891	José María Robledo	Venta de la mitad de la hacienda Salomia y de La Paz	Hacienda Salomia, y Yumbo	3.76500 pesos
13 de abril 1894	Enrique Garcés	Derecho de Casa	San Nicolás	\$5.000 pesos
12 de marzo 1896	Vicente borrero	Novena parte del lote de tierra	Al lado del rio de esta ciudad hacia el norte ¹⁸	1.500 pesos
27 de octubre 1897	Daniel M. L	10 plazas del derecho proviso de las lomás de la antigua hacienda de Arroyohondo	Hacienda Arroyohondo	200.00 pesos
14 de febrero de 1898	Holguín de Ignacio	Terreno comprendido dentro de una finca	San Nicolás	3.800 pesos
4 de julio 341	Eusebio Velasco	Hacienda	Salomia	10.000 pesos

269 AHMC, Escribanos Notariales, Notaría Segunda, No. 44, de 1886.

28 de julio de 1898	Don Abraham Domínguez	Un potrero 22 plazas y un terreno 45 plazas de terreno	Hacienda Guavito, y Salomia	3.000 pesos
28 de enero de 1903	José María Chacón	Potrero de la finca la paz	Distrito de Yumbo	\$350.000
3 de noviembre 1903	Eustacio Rodríguez	Una casa	San Juan de Dios	\$110.00 pesos
Total: \$ 487.265.00				

Fuente: Elaboración Propia a partir AHMC, Escribanos-Notariales, escritura primera No 205 de 1891; No 79 de 1903; y Notaría Segunda No 174 de 1894; No 158 de 1896; No 49 de 1897; No 88 de 1898; No 341 de 1898; No 942 de 1903

Como se identifican en la tabla N° 34, las ventas durante este periodo sumaban un total de nueve registros, cinco para bienes rurales, y cuatro para bienes urbanos, cantidad que representaba una mayor a las transacciones de compra. Las ventas iniciaron cinco años más tarde que la primera compra. Hay que tener en cuenta que su actividad económica la inició sobre bienes propios, referidos en las compras incluidas en la tabla No 33. En el análisis de las ventas que realizó Manuel encontramos que si bien muchos de estas transacciones sirvieron para pagar deudas o créditos que tenía con algunos comerciantes de la ciudad, saldos que pagaron con extensiones de tierra, no obstante fue interesante sobre este tipo de transacción que los pagos no se referían a la totalidad de los terrenos sino a algunas plazas o a pequeñas proporciones. Por otra parte, dos de ellos para ser específicos, sí se vendieron en un 100 %, como fueron la hacienda *Salomia* y *La Paz*.

Igualmente observamos que de las ventas registradas por Manuel Carvajal y Micaela Borrero, sobre los nueve bienes, cuatro de estos se reconocen como propiedad de su esposa; entre las propiedades raíces que se vendieron con los más altos costos, estuvo un derecho de una casa que se vendió en San Nicolás, la hacienda de *La Paz*, esta fue una de las principales transacciones por el precio de \$ 350.000 pesos la cual fue cancelada de la siguiente manera: una cuota por \$70.000, una casa \$80.000, más dos contados de \$ 50.000 pesos cada uno con 6 meses de plazo sin suma de intereses.²⁷⁰ Las ventas oscilaron entre \$1.000 y \$5.000 pesos, valores que en promedio fueron más altos que el capital invertido sobre los registros en las actividades de compras, resultado de las propiedades puestas a disposición por Doña Micaela Borrero, que representaron casi el 60 % del total de las ventas dadas en este periodo, lo que deja entrever que el capital que introdujo al matrimonio Doña Micaela Borrero fue sumamente importante.

Finalmente con todo y lo anterior vemos que a través del enlace matrimonial se logró el privilegio de los activos de Manuel Carvajal Valencia. Autores como Diana Balmori, nos permiten comprender este tipo de acciones cuando identifica a la familia como la empresa

270 AHMC, Escribanos-Notariales, Notaría primera, No. 557 de 28 de Marzo de 1904.

básica de las operaciones económicas, ya sea constituida como una unidad social, basada en lazos de sangre o matrimonio, que se organizan como alianzas según Balmori; son respuestas estratégicas a las leyes de herencia que surgen como movimientos para consolidar la tenencia de la tierra. Es decir, la conexión creada como el enlace Carvajal & Borrero permitió asegurar el apellido Carvajal en tiempos inestables en Cali, reconstituirse en nuevas estructuras, ahora con el enlace Borrero, que conllevó a garantizar la accesibilidad a la tenencia de la tierra y a cierto capital social, para asegurar la existencia de la nueva configuración Carvajal & Borrero.

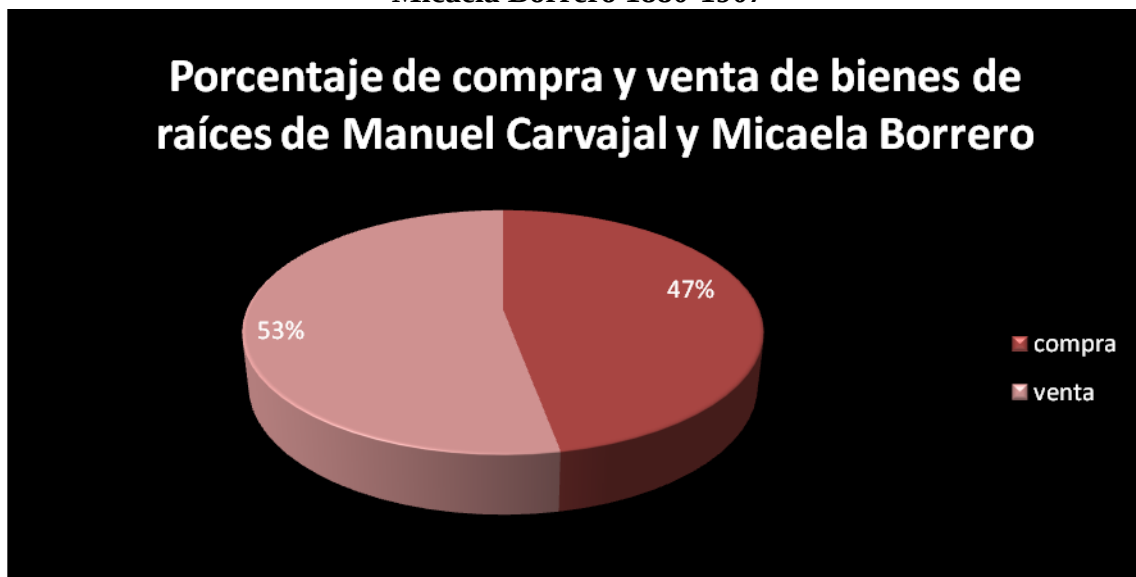
Las compras que se realizaron en este periodo fueron inversiones a largo plazo, práctica que permitió mayor beneficio sobre este tipo de bienes ya que con el tiempo, el aumento de la producción y la productividad convirtió esta actividad en una fuente de beneficios.²⁷¹ En Colombia, a lo largo del siglo XIX, existió una tendencia de los comerciantes al emplear sus ahorros en la compra de tierra, para evitar la desvalorización de sus acumulaciones de capital, que era provocada por la permanente crisis política y económica de este periodo de la historia del país.²⁷² Autores como Fernando Molina afirman que esta inclinación produjo “que el capital movilizado o invertido en la tenencia de la tierra estaba libre de peligros de las frecuentes devaluaciones que asaltaron el país entre 1885 y 1995 y que por el contrario ofrecía la ventaja de la valorización”²⁷³ con el tiempo. Finalmente, para identificar mejor las operaciones de compra y venta de bienes raíces durante este periodo, es apropiado analizar, a través de un gráfico, los porcentajes de compras y ventas que se generaron desde 1886 hasta 1907 y, tomando los datos suministrados por las tablas anteriormente presentas en las tablas No 33 y No 34.

271 Erazo, María Fernanda. *Los caminos del ascenso empresarial...*, *Op. cit.*, p.144.

272 Molina, Luis Fernando. *Empresarios colombianos...*, *Op. cit.*, p. 231.

273 *Ibíd.*, p. 231.

Grafico Número 9. Porcentaje de compra y bienes raíces de Manuel Carvajal y Micaela Borrero 1880-1907



Fuente: Creación propia.

Al respecto conviene decir que la anterior observación se hizo básicamente sobre el análisis de las transacciones en la compra y venta de bienes raíces realizadas por Manuel y Micaela Borrero de Carvajal, siendo importante mencionar que fue una actividad fuerte liderada por Manuel Carvajal, que ayudó al crecimiento de su capital y de sus prácticas comerciales. Después de la muerte de Manuel Carvajal seguirá siendo igual de importante para la familia Carvajal, pero si bien lograron seguir administrándolo como un capital fijo de la familia y a manera individual, la herencia dejada a sus hijos fue el capital fundamental para seguir comprando y vendiendo en el mercado inmobiliario, al acumular Manuel durante su vida importantes bienes raíces, que poco a poco la familia fue vendiendo desde 1912. A partir de ese momento la señora Micaela Borrero empezó a desenvolverse como comerciante de bienes raíces como ya lo ejecutaba con su esposo pero en menor medida; cabe identificar que en los negocios de la imprenta como la papelería no tuvo un papel preponderante aunque sí el mayor capital de la compañía heredado por su esposo, así estuvo más dedicada a la compra de tierras, ya que sus hijos fueron los que estuvieron en la administración de la compañía desde 1904.

La herencia de los bienes raíces dejados por Manuel Carvajal que adjudicó a nombre de su familia durante su actividad económica, se presentó en los activos señalados en la tabla No 21 (identificado en la herencia dejada por Manuel Carvajal en lo correspondiente a la propiedad raíz), de los cuales correspondía el 50% a Micaela Borrero de Carvajal, el resto fue repartido entre sus hijos en partes iguales, por lo tanto fue a partir de esos bienes que

comenzaron las nuevas dinámicas en la compra y venta en las primeras décadas del siglo XX. A continuación se registran las compras realizadas por Micaela Borrero de Carvajal:²⁷⁴

Tabla N°35. Compras realizadas por Micaela Borrero.

Compras de bienes raíces en zona rural				
Fecha	Vendedor	Objeto	Ubicación	Valor
12 de Marzo	Francisco Cabo Barón	Finca y Derecho primitivo	Santa Lucía	1.000 peso oro
20 de noviembre	Jaramillo Pérez	Finca rural	Santa Lucía	3.000 pesos oro
			Total:	4.000 pesos oro

Fuente: Elaboración Propia a partir de AHMC, Escribanos-notarial, Notaria Primera, Escritura No. 156 de 1917; Escritura No. 260 de 1925.

Entre las compras realizadas en casi una década, entre de 1917 y 1925 tan sólo logró hacer dos registros que fueron de la misma propiedad, la que había comprado en 1917 y luego fue vendida más tarde y ser adquirida de nuevo en 1925. Las actividades de ventas en comparación a las compras fueron realmente muy pocas, a pesar de que Micaela compró este terreno que sirvió como un capital que movió en ese lapso de tiempo, es decir, este terreno lo compró, vendió, hipotecó, y lo volvió a vender; se puede analizar que este predio sirvió en la medida que fue un capital que movió continuamente, además que en poco tiempo se había valorizado de pasar de \$ 1.000 pesos oro a venderlo, en 1925, por \$ 5.000 mil. En síntesis, aquí podemos identificar que Micaela Borrero no siguió de manera contundente con las actividades de compra y bienes raíces, con una notoria reducción de la inversión respecto a décadas anteriores, por lo que podemos decir que las prácticas comerciales en este tipo de transacciones fueron propias de Manuel Carvajal Valencia.

Mientras, las ventas realizadas por Micaela Borrero y sus herederos, comenzaron a ser un tipo de transacción preponderante en estos años, cuando los registros notariales permiten analizar este tipo de transacción, por lo que es importante analizar algunas conjeturas alrededor de ello. Las ventas fueron producto de la herencia de los activos de Don Manuel Carvajal, casi en un 95%, tan sólo un 5% fue herencia de Doña Micaela, como parte de un terreno en Arroyohondo, muy diferente a lo que fueron las primeras ventas a lo largo del siglo XIX, que fueron más sobre bienes de propiedad de su esposa, por lo que podemos decir que Manuel a través de sus negocios logró posicionar el nombre de la familia Carvajal, incluso en otro tipo de transacciones económicas a través de permutas terrenos, este tipo de actividad se dio más cuando se realizaron negocios con el gobierno nacional o las alcaldías locales, como se verá posteriormente.

274 Es importante aclarar que sólo se analizó las compras realizadas por la Familia no fue de interés en este trabajo hacer un análisis de las compras realizadas por cada uno de los miembros de la familia a manera individual.

Tabla N°36. Ventas de bienes raices por la familia Carvajal Borrero durante las primeras tres décadas del siglo XX, 1910-1930.

Fecha	Vendedor	Objeto	Ubicación	Valor
12 de junio 1913	Días de Mera	12 varas y media	Punto piloto	\$1.500 pesos
31 de agosto de 1914	Gobierno Nacional	Un mangón	Popayán	\$209,28 oro
8 octubre de 1914	Ricardo Velásquez	Derechos de terreno	Hacienda Arroyohondo y indiviso de guabinas herencia materna	\$ 70.000 papel moneda
17 días del mes de noviembre de 1916	Compañía Granera de Cauca	Una porción de dos mil metros cuadrados de terreno	Punto denominado el Mangon	800 pesos oro
24 de abril de 1917	Eduardo Walsh	Lote de terreno, 10 varas y media	En piloto	200 pesos oro
2 de marzo de 1922	Departamento del Valle del Cauca	Lote que mide 80 metros de Fondo	Oriente de la ciudad en la margen derecha del río Cauca (el piloto)	1.800. pesos pm
1924	Compañía Granera	Una porción de terreno	Esquina suroeste formada por la avenida miguel López Muñoz	6.000 mil pesos oro
6 días del mes de abril de 1925	Martiniano Jaramillo Pérez	Casa y derecho primitivo 106,356	Santa Lucía	5.000 mil pesos oro pago con interés de 30 pesos oro colombiano mensuales 18 meses
1de marzo de 1928	R. Obayo y Antonio Dichigton	La mitad de una zona de terreno de 161 metros cuadrados	El Mango	1.500 pesos

Fuente: Elaboración Propia a partir de AHMC, Escribanos-notarial, Notaria Primera, Escritura No 504 1913; No 794 y 821 de 1914; No 723 de 1916; No 258 de 1917; No 110 de 1922; No 371 1925; No 363 1928, y Notara segunda No 581 de 1924

Con un total de nueve transacciones de ventas identificadas en la tabla N° 36, la familia Carvajal inició sus ventas desde 1913, un año después de la muerte de Manuel Carvajal, entre las que se presenta un registro de ocho ventas de tipo rural y una sola propiedad de tipo urbano. Es importante aclarar que las ventas no sólo fueron los activos heredados por Don Manuel que se realizaron en la tabla N° 21 de la mortuoria, lo cual permite intuir que algunas de esas compras se realizaron por notaría, además de las ventas pertenecientes al patrimonio personal de Micaela Borrero. El valor de las transacciones se dieron en dos monedas diferentes, por una parte fue el papel moneda y la otra pesos oro, de esta manera la cantidad en el total de pesos oro en ventas fue la suma de \$ 12.209 pesos oro, mientras que el total de papel moneda fue 72.300 peso papel moneda.

Ahora bien, la capital del Valle del Cauca había transformado su espacio físico y urbanístico con el avance demográfico de la ciudad, muchas de las fincas y parcelas fueron necesarias para dar apertura a calles, así como a la construcción de vías del ferrocarril que iban en coherencia con el crecimiento de Cali, por lo que resultó en un tipo de transacción que generó dinámicas comerciales a la familia Carvajal hacia la realización de trueques o negocios de tierras que eran requeridas por los intereses del gobierno departamental y local para el avance progresivo de la ciudad. Esta lógica de comprar terrenos, donde a futuro se iban a realizar construcciones, ocasionó que la demanda de la tierra aumentara en su precio y aún más si eran productivas y bien situadas, es decir, próximas a los centros de consumo antes mencionados caminos, ferrocarriles y puertos.²⁷⁵ A continuación analizaremos este tipo de transacciones de terrenos por parte de la familia:

Tabla No 37 Permutas de 1912 a 1928 realizados por la Familia Carvajal Borrero.

Fecha	Otorgante	Cambio	Ubicación	Adquisición
28 de mayo de 1912	Permuta-departament o del Valle	porción de terreno de su propiedad 5.200 metros cuadrados comprendida dentro de la zona para la línea férrea que parte de la estación para Palmira en el sitio del Mango	dentro de la zona para la línea férrea que parte de la estación para Palmira en el sitio del Mango	Dos ejidos de una cavidad de 3.120 metros y cuatro de 4,65 m2 Camino que conduce a Puerto de Mallarino
12 días del mes de noviembre de 910	Juan Neopruceano y Manuel García	Un terreno de ejidos	Lote de terreno de ejidos puente piedra(camino de Aguablanca)	Un lote en el sitio denominado el Mango
28 días del mes de Mayo 1928	Permuta-municipio de Cali	Un terreno en el barrio(600m) obrero carrera 8 poner mapa de separación de apertura de calle	Barrio obrero	Por una manga de 1200 m2 en el sitio de Galeajero

Fuente: Propia a partir Elaboración de AHMC, Escribanos-notarial, Notaría Segunda, Escritura No 200 de 1912 y notaria primera No 910 de 1913; No 854 de 1928

Como se anota en la tabla N° 37, claramente se ve la cantidad de tres transacciones de este tipo, con los cuales salieron beneficiados. Entre los linderos en los que tenían sus terrenos, se venían construyendo proyectos de infraestructura a nivel nacional y local. El ejecutado en 1912 en de los cambios se dieron porque era el camino donde pasaba la vía férrea del Ferrocarril uno cerca a los intereses de la estación de Palmira, y por otra parte los otros dos se realizaron para dar apertura de una avenida cerca al camino de Agua Blanca y la otra

275 Molina, Luis Fernando, *Empresarios colombianos...*, Op. cit., P. 231.

que se necesitó a nivel local para la inauguración de la calle octava, era lógica de una ciudad que comenzaba que expandirse demográficamente, y a nivel de construcciones urbanísticas, lo que llevó a una reconfiguración del territorio, del que había conocido en las primeras dos décadas del siglo XX se idéntica en el siguiente mapa la apertura de la calle por medio del terreno de los herederos de los Carvajal.

Nº 23. Mapa de la apertura de la calle 8.



Fuente: AHMC, Escribanos-notarial, Notaría Segunda, Escritura No 200 de 1912

En esta década de trasformaciones económicas, desde inicios de la década de 1920, fue surgiendo a un proceso de construcción moderna percibida por toda la ciudad, resultado del aire de modernidad por el que pasaba la ciudad. Hasta principios del XX, la ciudad de Cali era un poblado muy modesto que no alcanzaba los 20.000 habitantes y su área ocupada era de 110 hectáreas. Los sectores populares constituidos por artesanos, pulperos y peones habitaban los barrios de San Nicolás y El Calvario. Con casitas de techos de paja, eventualmente de teja de barro y paredes de bareheque o adobe mientras que los notables vivían en barrios como San Pedro, La Merced y La Ermita en casas de adobe a menudo de dos plantas con balcones en la calle o la plaza mayor, y con techos de teja.²⁷⁶

El desarrollo comercial a cargo del sector empresarial, en actividades económicas en procesos industriales manufactureros, ocasionó que comerciantes, ganaderos, y gran parte de las instituciones políticas generaran las bases de la modernización por vía del endeudamiento externo, garantizando el avance de la ciudad, así en el periodo que se llamó la “danza de los millones”, todo llevó a un proceso de crecimiento y transformación en

276 Vásquez, Édgar. *Cali: economía, población,..., Op. cit.*, pp. 7-9.

todas las esferas de la capital del Valle del Cauca. Inversión en el suministro de obras públicas, (energía, acueducto, alcantarillado, vías) industrialización, crecimiento demográfico, que produjeron una gran demanda de actividades en la construcción, que multiplicó el número de viviendas, y llevó una valorización de la tenencia de la tierra y la construcción de los primeros edificios modernos.²⁷⁷

Cali fue transformándose en una gran urbanización, al cambiar los senderos que abarcaban las grandes extensiones de tierra, a través de las haciendas que predominaron en Cali hasta el siglo XIX, por una oleada modernizadora que permeaba todos los esferas culturales; no obstante, la ciudad sufrió grandes trasformaciones culturales, sociales y económicas, que fueron cambiando rápidamente su aspecto urbanístico, así los grandes centros de edificación que dan apertura a todo lo que hoy es el centro de Cali, la Plaza de Caicedo, etc. rápidamente se fueron expandiendo con la creación de nuevos barrios. De esta manera, a través de las inversiones públicas y privadas, se empezó a evidenciar durante este periodo el crecimiento en Cali, percibido sobre todo desde 1920 a 1940, notorio en la cantidad de metros cuadrados construidos en la ciudad.

**Tabla No 38 Construcciones y Edificación en el
perímetro urbano de Cali 1923-1928.**

Edificaciones (en metros cuadrados) en Cali 1923-1928. Año.	Cantidad.
1923	16.162
1924	19.074
1925	35.444
1926	64.731
1927	129.658
1928	160.454

Fuente: La economía colombiana en la década del treinta”,
en: Ocampo, José Antonio y Montenegro, Santiago. *Crisis
mundial..., Op. cit.*, p. 392.

277 Jiménez, Susana. *La arquitectura de Cali. Valoración histórica*. Cali, Universidad San Buenaventura, 2009, p. 85.

Como resultado del progreso urbanístico, se identifica en la tabla N° 38 la cantidad de construcciones de edificaciones en metros cuadrados, esto llevó igualmente a la apertura de nuevos barrios, resultado del crecimiento demográfico. Desde 1923 se vio una evolución acelerada, en 1925 casi se había doblado la cantidad edificada, respecto a 1923, evidenciando el surgimiento de nuevos centros de urbanización para la ciudad: hacia el occidente, como prolongación de la ciudad se fundó El Peñón (1920); al norte, en la margen izquierda del Río Cali, se construyó Granada, el primer barrio al “otro lado” (1922); en el sur, alejado de la ciudad, se realizó la urbanización del barrio San Fernando (1927), se fue conformando La Alameda (1929), se pobló La Chanca, hoy San Cayetano y Libertadores y Santa Rosa se extendió al sur, donde tomó el nombre de La Sardinera; en el centro El Calvario, al suroriente se formó el barrio San Pascual (1926), en tanto que al oriente de la línea férrea se fundaron los barrios Santander (1920), Jorge Isaacs (1923) y Benjamín Herrera (1928).²⁷⁸

En lo que respecta a la sociedad Carvajal & Cía., ésta había incursionado, como se identificó en la tabla N° 29, en la compra de bienes raíces, compras que se pueden analizar desde el requerimiento de la ampliación a nivel de infraestructura, pero después de 1926, claramente se puede observar que lo realizaron como una medida de diversificación, incursionando en esta actividad, primero con la sociedad Carvajal H y R arboleda & Cía., como se anotó en la tabla N° 33, donde a través de la firma adjudicaron la compra de varios terrenos que adquirieron en este sentido, resultado de la oleada de modernidad presentada por Cali a nivel de las construcciones. De esta manera Carvajal & Cía. durante el lapso 1926-1928, tenía adjudicada 5 compras de bienes raíces, valorizados enormemente como se identifica a continuación.

Tabla N°39. Bienes raíces adjudicados a Carvajal &Cía. 1920-1930

Fecha	Objeto	Ubicación
19 de Octubre de 1928	Un edificio de cemento	Esquina con la carrera 4 y calle 13
23 de Mayo de 1926	Instalaciones de los taller tipográficos y litográficos	San Nicolás
24 de diciembre de 1924	Con una pequeña edificación Un lote de tierra	Esquina con la calle 15 con la carrera 6
10 de Mayo de 1920	Edificio	Calle 14 entre 4 y 5
17 de agosto de 1928	Terreno de 3.078,5 m ²	Antigua hacienda de la paz

Fuente: Elaboración propia AHCH, Escribanos-Notariales, escritura segunda No 580 de 10 de junio de 1930

Eran 5 adquisiciones durante casi una década de 1920 a 1930, clasificadas de la siguiente manera: 4 bienes raíces de tipo urbano, entre ellos 2 edificios, una casa y un terreno en la

278 Vásquez, Édgar. *Historia de Cali...*, Op. cit.

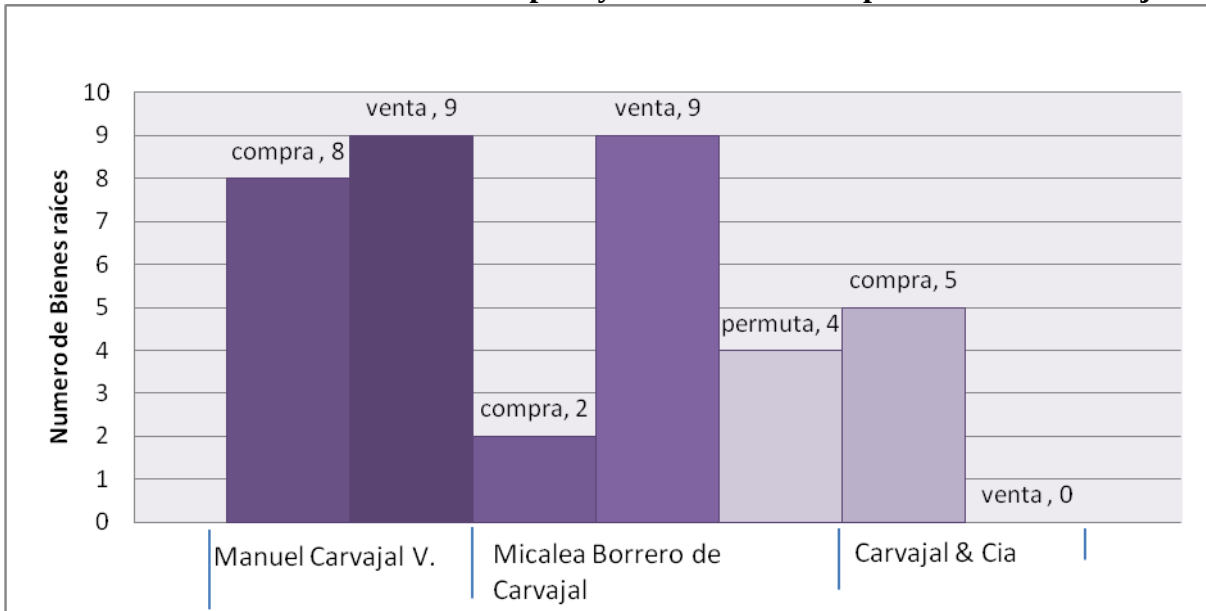
zona rural, y un terreno en la antigua Hacienda La Paz. Ahora bien desde 1930, en lo que hemos denominado su tercera etapa, la compañía comienza con fuerza la operación alrededor de la compra y venta de inmuebles, como un objetivo establecido en los negocios de la empresa, para la diversificación de sus capitales; negocios de papelería, litografía, imprenta, propiedades raíces y todas lo demás a que se ajusten a las necesidades de acuerdo a los socios, para afrontar la nueva década con la administración total de Carvajal & Cía., en manos de sus hijos, administración heredada por ellos después de la muerte de Micaela en 1930 y Manuel Carvajal en 1912.

Para comprender mejor las dinámicas de compra y venta de bienes raíces se realiza a continuación un gráfico con las tablas desarrolladas durante parte de este trabajo, para identificar mejor el comportamiento que tuvo la compra y venta de bienes raíces, con el fin de analizar si realmente fue un importante vehículo a la consolidación de la familia Carvajal, aunque no necesariamente como el principal vehículo de su ascenso empresarial en la media que fue una práctica que ayudó a sus otras actividades en la empresa Carvajal & Cía. y a la familia Carvajal Borrero. Mientras que sí lo fue para otros comerciantes y empresarios de la vida Nacional, como Pepe Sierra,²⁷⁹ en la compra de gran cantidad de haciendas, terrenos y casas en casi todo el territorio colombiano. A nivel local, como lo identificó con su trabajo de pregrado María Fernanda Obando,²⁸⁰ para el caso de Jorge Garcés Borrero y toda la familia, resultó en uno de los principales negocios en el ascenso comercial de esta familia.

279 Molina, Luis Fernando, *Empresarios colombiano...*, *Op. cit.*

280 Obando, María Fernanda, *los caminos del ascenso...*, *Op. cit.*

Gráfico N° 10 . Estadística de las compras y ventas realizadas por la familia Carvajal



Fuente: Creación Propia.

Como se identifica en el gráfico anterior, las actividades de compra y venta de bienes raíces tienen su actividad más fuerte a finales del siglo XIX e inicios XX, con las compras realizadas de Manuel Carvajal Valencia y Micaela Borrero, mientras que tan sólo a principios de la década del XX, la compras realizadas por Micaela tan sólo fueron dos transacciones y las ventas registradas fueron 9, en gran parte de la herencia dejada por su esposa y herencia materna. Por otro lado Carvajal & Cía. durante una década de inversión en las dinámicas de compra hasta 1930 no realizó ninguna venta, todo lo anterior nos permite realizar algunas conclusiones a nivel de este tipo de actividad.

Las ventas generaron un capital mayor a las compras, debido a dos razones principalmente, la primera y de hecho una de las más importantes desde las ventas realizadas por parte de la herencia de Micaela Borrero que sobrepasaron las ventas realizadas por Manuel, en un porcentaje arriba del 60% y la segunda a la herencia dejada por Manuel Carvajal que fue aprovechada por los herederos la cual, en las primeras décadas del XX, se había valorizado y produjo una mayor ganancia sobre estos terrenos como permutas.

CONCLUSIONES

- I. Las actividades registradas en este trabajo durante casi 5 décadas, evidencian el paulatino ascenso comercial de la familia Carvajal Borrero, consolidación que se debe en gran parte al resultado de la relación con un mercado local, en donde innovaron, especularon y diversificaron su capital familiar; no sólo entendieron las dinámicas de un mercado local, sino regional nacional e internacional y se vincularon y aportaron directa e indirectamente en el proceso de modernización e industrialización de Cali en el siglo XX.
- II. En relación con un contexto económico, político y social, donde se movieron los actores desde la especificación de sus actividades, se intentó comprender el funcionamiento en el comercio y el sector industrial a través del tiempo teniendo en cuenta todas las perspectivas o coyunturas en que se desenvolvió el ascenso comercial de los empresarios.
- III. El recorrido empresarial de Manuel Carvajal Valencia durante el siglo XIX, llevó a una acumulación de capital que forjó un proceso industrial en las primeras décadas del siglo XX, con actividades en la conformación de casas comerciales, compra y venta de tierras.
- IV. El matrimonio Carvajal & Borrero, aseguró un capital financiero y social importante y la tenencia de la tierra, que hizo más factible el ascenso de Manuel Carvajal como empresario.
- V. El desarrollo de Carvajal & Cía. estuvo claramente condicionado por las estructuras económicas, que fueron definiéndose en las primeras décadas del siglo XX; una vez presentadas, la firma Carvajal se apropió de tecnologías y técnicas que la llevaron al éxito económico de ésta.
- VI. El capital acumulado a través de las prácticas empresariales realizadas en la compañía Carvajal & Cía., permitió incursionar en diferentes sectores a los socios capitalistas, de manera individual, como la agricultura y la telefonía.
- VII. El recorrido económico mostrado por los actores estuvo lejos de clasificar a estos desde las perspectivas “héroe-villano” por lo que los empresarios desarrollaron sus actividades adaptándose a diferentes contextos económicos, políticos y sociales.
- VIII. La diversificación que lograron los Carvajal Valencia y Carvajal Borrero, a nivel de artículos en las actividades comerciales, fue originada por la posibilidad de un mercado en crecimiento, que fue aprovechada por los socios capitalistas al igual que la medida de rotar el flujo de capital mediante las inversiones en los sectores más activos del momento, pues las mejores y más rápidas ganancias pasaban de un negocio a otro.

- IX.El análisis de las actividades de la empresa Carvajal & Cía., sin alejarse del análisis de la familia como base de la empresa, así como el desarrollo de las transiciones en las actividades económicas, estuvo ligado al desarrollo de las relaciones de las personas en su gestión para mantener la empresa y diversificar capitales, en la compra y venta de bienes raíces, mercancías etc.
- X.Las actividades comerciales de la familia Carvajal cambiaron de finales del siglo XIX al siglo XX, esto debido a la especialización de un mercado de bienes definidos alrededor de los servicios y la distribución de artículos.
- XI.El proceso de tecnificación de Carvajal & Cía., permitió identificar la transformación del taller artesanal en un taller industrial especializado.
- XII.La historia de Carvajal &Cía., sirvió como ejemplo para estudiar las redes familiares y sociales que tejían los empresarios a finales del siglo XIX y a comienzos del siglo XX en Colombia; señalar sus características y la forma en que superaron los obstáculos, para entender la figura de la familia en términos económicos.

Anexos

Imprentas para el Valle del Cauca 1935

N. De orden	Nombre del establecimiento	Nombre del propietario o encargado	Municipio
1	Tipografía Moderna	Palau Velásquez y Cía. Cali	Cali
2	Imprenta Comercial	Carvajal y Cía	Id
3	Relator Hernando	Zawadzky	Id
4	Tipografía Andina	Jorge Julio Cuadros id.	Id
5	La Luz del Valle Dr.	Gustavo Lloreda C.	Id
6	Imprenta del Pacífico	V. Orden Tercera	Id
7	Imprenta de Ramón	Hurtado Ramón Hurtado	Id.
8	Imprenta de Manuel Sinisterra	Manuel Sinisterra	Id.
9	Tipografía La Aurora	Carlos P. Chapman	Id.
10 .	Tipografía Escuela de Artes ConferenCia de S. Vicente id	Vicente	Id.
11	Tipografía Colombia	Sociedad Anónima Buga	Buga
12	Tipografía La Paz	Roberto Lozano id.	Id.
13	Tipografía El Cauca	Enrique Recio id.	Id.
14	Imprenta El Faro	Manuel S. Caicedo C. Buenaventura	Buenaventura
15	Imprenta Popular	Luis Duarte L. Palmira	Palmira
16	Imprenta El Sol	José M. Rivera id.	Id.
17	Imprenta El Valle	Eduardo Ulloa id.	Id.
18	Imprenta La Justicia	Carlos E. Cifuentes id.	Id.
19	Imprenta del Colegio	Público Colegio Público id.	Id.
20	Imprenta El Águila	Álvaro Lloreda id.	Id.
21	Imprenta Maya	Fernando Maya Nates id.	Id.
22	Imprenta Ipira	Lisímaco Rengifo Roldanillo	Roldanillo
23	Imprenta La Marsellesa	José M. Rojas Ruiz Tuluá	Tuluá
24	Imprenta El Quindío	Gral. José A. Pinto Cartago	Cartago
25	Tipografía Cauca	Antonio J. Mendoza id.	Id.
26	Imprenta Durán Hermanos	Carlos N. Durán - Gamboa Hnos. id	Id.

Fuente: Biblioteca Nacional. Depósito Bibliográfico. Caja N°. 5. Carpeta 65 En; Renán Silva, *Relación de imprentas y tipografías en Colombia*, 1935. P. 170.

Bibliografía

Archivos públicos y bibliotecas

Archivo Histórico Municipal de Cali (AHMC).
Biblioteca Departamental Jorge Garcés Borrero.
Biblioteca Luis Ángel Arango.
Biblioteca Mario Carvajal.
Biblioteca Nacional de Colombia.

Documentos institucionales

Boletín de Estadística Municipal, Cali, vol. 2, núm. 2, julio de 1924.
Boletín de Estadística Municipal, Cali, vol. 3, núm. 3, julio de 1925.

Hemerografía y publicaciones seriadas

Periódico Correo del Cauca, Cali, Valle del Cauca.
Periódico El Ferrocarril, Cali, Valle del Cauca.
Periódico El Día, Cali, Valle del Cauca
Periódico El Relator, Cali, Valle del Cauca.

Libros Consultados

Alfred. *Strategy and Structure: Chapters in the History of the American Industrial Enterprise*. Cambridge, MIT Press, 1962.

Altamirano, Graziella. *De las buenas familias de Durango parentesco, fortuna y poder (1880-1920)*. México, Instituto Mora, 2010

Álvarez, Víctor. *Gonzalo Restrepo Jaramillo, familia, empresa y política en Antioquia, 1895-1966*. Medellín, FAES, 1999.

Alfonso. *La prosperidad a debe y la gran crisis de 1925-1935*. Bogotá, Banco de la República, 1981

ARROYO, JAIRO, *Historia de las prácticas empresariales en el Valle del Cauca. Cali 1900-1940*, Cali, Universidad del Valle, 2006.

Bejarano Antonio Jesús, “la economía entre 1930 y 1945” en Tirado M Álvaro (Dir.), *Nueva historia de Colombia V*, Bogotá, editorial planeta, 1989

BRAUDEL, FERNAND, *La dinámica del capitalismo*, Madrid, Alianza Editorial, 1985

Balmori, Diana, y Wortman, Miles. *Las alianzas de familias y la formación del país en América Latina*. México, Fondo de Cultura Económico, 1990.

Becerra, Manuel. *El empresario industrial del viejo Caldas*, Bogotá, Universidad de los Andes, 1993. Dávila, Carlos. *Empresas y empresarios en la historia de Colombia. Siglos XIX y XX*. Bogotá, Grupo Editorial Norma / Universidad de los Andes, 2002

Chandler, Alfred D. *La mano visible. La revolución en la dirección de la empresa norteamericana*. Madrid, Centro de Publicaciones del Ministerio de Trabajo y Seguridad Social de España, 1987

Cantillon, Richard, *Ensayo sobre la naturaleza del comerciante en general*, México, fondo de Cultura Económica, 1996

Calero, Álvaro. *Grandes y pequeños Vallecaucanos*. Cali, Imprenta Departamental, 1972

Cole, Artur. *Business Enterprise in its Social Setting*. Londres, Harvard University Press, 1959

Cochran, Thomás y Miller, William. *The age of enterprise: a social history of industrial America*, New York, Harper, 1961

Cardoso, Fernando. *Empresario industrial e desenvolvimento econômico no Brasil, Sao Paulo*. Difel, 1964

Cerruti, Mario. *Burguesía, capitales e industria en el norte de México. Monterrey y su ámbito regional (1850-1910)*. México, Alianza Editorial Universidad de Nuevo León, 1992

Castrillón, Diego. *Manuel Carvajal Sinisterra y el desarrollo*. Bogotá, Antares, 1998

Dávila, Carlos, Vilorio, Joaquín y Elías, Jorge Enrique. *Los estudios empresariales en Colombia a principios del siglo XXI (con una referencia a México)*, Santa Marta, Editorial Unimagdalena, 2013.

Dávila, Carlos. *Empresariado en Colombia: Perspectiva histórica y regional*, Bogotá, Ediciones Uniandes, Universidad de los Andes, 2012.

_____. *Empresas y empresarios en la historia de Colombia. Siglos XIX y XX*. Bogotá, Grupo Editorial Norma / Universidad de los Andes, 2002.

Dávila, Carlos, Viloria, Joaquín y Elías, Jorge Enrique. *Los estudios empresariales en Colombia a principios del siglo XXI (con una referencia a México)*, Santa Marta, Editorial Unimagdalena, 2013.

Frank, Andrew. *Lumpen burguesía y lumpen desarrollo: dependencia, clase y política en Latinoamérica*. Barcelona, Editorial Laia, 1972.

Jiménez, Susana. *La arquitectura de Cali. Valoración histórica*. Cali, Universidad San Buenaventura, 2009.

KALMANOVITZ, SALOMÓN, *Economía y nación. Una breve historia de Colombia*, Bogotá, Tercer Mundo Editores, 1994.

_____(Dir.), *Nueva Historia Económica de Colombia. La expansión cafetera*. Bogotá, Aguilar, 2010

Karch Randolph R. *Manual de Artes Gráficas*, Editorial trillas, 2da México, 1990

LONDOÑO, JAIME, *MAC: empresa y familia, medio siglo de energía*, Cali, Editorial Norma, 2007.

Londoño, Luis Alberto, *Yumbo de reguardo indígena a capital industrial del Valle del Cauca, orígenes y desarrollo de la industria en el Valle del Cauca*, Cali, Imprenta Departamental del Valle, 1997

MEJÍA, RUBI, *El riesgo y la historia empresarial antioqueña. Tres casos de estudio*, Medellín, Universidad EAFIT, 2011

Molina, Luis Fernando. *Empresarios colombianos del siglo XIX*. Bogotá, Universidad de los Andes, 2006

McClean, Ruari. *Manual de tipografía*, Madrid, H. Blume /Mateu Cromo, 1987

OCAMPO, JOSÉ ANTONIO, *Colombia y la economía mundial, 1830-1910*, Bogotá, Editorial Tercer Mundo S.A, 1987.

_____, “El surgimiento de Cali como centro industrial”, en: OCAMPO, JOSÉ ANTONIO y MONTENEGRO, SANTIAGO, *Crisis mundial, protección e industrialización*, Bogotá, Grupo Editorial Norma, 2007.

_____, “La economía colombiana en la década del treinta”, en: OCAMPO, JOSÉ ANTONIO Y MONTENEGRO, SANTIAGO, *Crisis mundial, protección e industrialización*, Grupo editorial Norma, Bogotá, 2007.

ORDÓÑEZ, LUIS, *Antonio Dishington, empresario pionero fundador de La Garantía*, Cali, Universidad del Valle, S.F.

_____, *Industrias y empresarios pioneros. Cali 1910-1945*, Cali, Universidad del Valle, 1998.

Ominami, Carlos. *La tercera revolución industrial. Impactos internacionales del actual viraje tecnológico*. Buenos Aires, Grupo Editor Latinoamericano, 1986

Parramón, José, *Artes gráficas para dibujantes y técnicos publicitarios*, Barcelona, Ciac/Mata, 1976.

PERES, WILSON (Coordinador). *Grandes empresas y grupos industriales latinoamericanos*, México, Siglo XXI Editores, 1986.

Pureco, Alfredo. *Empresarios lombardos en Michoacan, la familia Cusi entre el porfiriato y la posrevolución (1884-1938)*. México, El Colegio de Michoacan, Instituto Mora, 2010

RIPOLL, MARÍA TERESA, “Las redes familiares y el comercio en Cartagena: el caso de Rafael del Castillo & Compañía (1861-1960)”, en: DÁVILA, CARLOS (Compilador). *Empresas y empresarios en la historia de Colombia. Siglos XIX-XX*, Bogotá, Editorial Norma S.A., 2002.

Rojas, José, María. *Empresarios y tecnología en la formación del sector azucarero en Colombia. 1880-1980*. Bogotá, Banco Popular, 1983.

RODRÍGUEZ, MANUEL, *El empresario industrial del Viejo Caldas*, Bogotá, Universidad de los Andes, 1993.

ROJAS, JOSÉ MARÍA, *Empresarios y tecnología en la formación del sector azucarero en Colombia (1860-1980)*, Bogotá, Banco Popular, 1983.

SAFFORD, FRANK, *El ideal de lo práctico: el desafío de formar una élite técnica y empresarial en Colombia*, Bogotá, Universidad Nacional y Ancora Editores, 1989.

SÁNCHEZ, HUGUES y SANTOS, ADRIANA, *Irrupción del capitalismo agrario en el Valle del Cauca: políticas estatales, trabajo y tecnología, 1880-1950*, Cali, Universidad del Valle, 2010.

Schumpeter, Joseph. *History of economic analysis*. New York, Oxford University Press, 1954,

_____, *The theory of economic development. An Inquiry into profits, capital, credit, interest, and the business cycle*, Cambridge, Harvard University Press, 1959

Sombart, Werner. *Capitalism, Encyclopedia of Social Sciences*, Nueva York, 1930

VALDALISO, JESÚS MARÍA Y LÓPEZ, SANTIAGO, *Historia económica de la empresa*, España, Crítica, 2007.

VALENCIA, ALONSO, *Empresarios políticos en el Estado Soberano del Cauca, 1860-1895*, Cali, Universidad del Valle, 1993. 210

VÁSQUEZ, EDGAR, *Historia de Cali en el siglo XX. Sociedad, economía, cultura y espacio*, Cali, Editorial Universidad del Valle, 2001.

International Paper Company. *Manual de Artes Gráficas*. Cali, Carvajal S.A., 1978

Wortman, Mills. *La elite del poder*. México, FCE, 197

Zambrano, Milton. *El desarrollo del empresariado en Barranquilla (1880-1945)*. Barranquilla, Ediciones Universidad del Atlántico, 1998.

Artículos en revistas

Sánchez, Hugues. “Los estudios empresariales en Colombia a principios del siglo XXI (con una referencia a México)” [Reseña], En: *Memorias. Revista Digital de Historia y Arqueología desde el Caribe.*, Volumen 11, No. 22, enero- abril de 2014, Universidad del Norte, Barranquilla, pp. 223-226

Machler, Tatiana. “La ferrería de Pacho: Lisandro Caicedo”, En: *Revista Región*, Núm. 0, Agosto de 1993, Universidad del Valle, Cali.

Collins, Charles. “Formación de un sector de clase social: la burguesía azucarera en el Valle del Cauca, durante los años cuarenta y cincuenta”, En: *Revista Historia y Espacio*, Vol. 3, No. 9, 1983, Universidad del Valle, Cali, pp. 45-112.

Solano, Sergio. “Familia empresarial y desarrollo industrial en el caribe colombiano. El caso de la fábrica de tejidos Obregón”, En: *Revista Historia y Cultura*, vol. 1, No. 1, 1993, Universidad de Cartagena, Cartagena

Zambrano, Milton. *El desarrollo del empresariado en Barranquilla (1880-1945)*. Barranquilla, Ediciones Universidad del Atlántico, 1998.

Becerra, Manuel. *El empresario industrial del viejo Caldas*, Bogotá, Universidad de los Andes, 1993. Dávila, Carlos. *Empresariado en Colombia...*, Op. cit

Londoño, Jaime. “Lisandro Caicedo: un empresario territorial caucano”, En: *Revista Región*, Núm. 0, Agosto de 1993, Universidad del Valle, Cali, pp. 33-50.

Casson, M., y Godley, A., “Entrepreneurship and históricaexplanación”, En: Casis, Y. y Minoglou, I.P. (Eds.), *Enterprenuship in theroy and history*, Houndmills, basingstoke,

Hampshire, Palgravemacmillan, pp. 25-60; Casson, M. (Ed.), *The entrepreneur. And economictheory*. Oxford, Martin Roberson, 2000.

Suárez, Omar, “Shumpeter, innovación y determinismo Tecnológico”, En: *Scientia Et Technica*, Vol. X, Núm. 25, Agosto del 2000, Universidad Tecnológica de Pereira, Pereira.

Sandoval, David. “El libro en Cali un acercamiento al mercado bibliográfico de la capital del departamento del Valle del Cauca durante 1910”, En: *Historia y espacio*, No 35, 2010, Universidad del Valle, Cali, p.5

Tesis de pregrado

ARROYO, JAIRO, “Empresas y empresarios en Cali, 1920-1930”, trabajo de grado para optar el título de Licenciado en Historia, Cali, Universidad del Valle, Facultad de Humanidades, Departamento de Historia, 1991

Arévalo, Deidamia. *Comerciantes del Valle del Cauca en el siglo XIX*. Tesis de Grado, Departamento de Historia, Universidad del Valle, 1988

Erazo, María Fernanda. *Los caminos del ascenso empresarial en Cali 1900-1944: el caso de Jorge Garcés Borrero*, Tesis de Grado, Departamento de Historia, Universidad del Valle, 2013.

Páginas de Internet

Harvard Business School, “Publications” [internet], Bussines History, EE.UU, S.A, [Citado el 29 de mayo del 2014] disponible En:
<http://www.hbs.edu/businesshistory/Pages/default.aspx>

Biblioteca virtual, “Manuel Carvajal”, [Internet], Biblioteca Luís Ángel Arango, Bogotá, S.A, [citado 19 de mayo del 2014] disponible en: www.banrepcultural.org.

Carvajal S.A. “Carvajal en el top ten de macro empresas”, [Internet], 2011, [citado el 19 de mayo del 2014] disponible en: www.carvajal.com.