

**UNIVERSIDAD DE MAGALLANES
FACULTAD DE HUMANIDADES
HISTORIA Y CS. SOCIALES**

**TESIS PARA OPTAR AL TÍTULO DE PROFESOR DE HISTORIA Y
CIENCIAS SOCIALES**



**“La Especialización comercial y el Comercio de
Importación en la región de Magallanes durante la
época de oro (1900-1920)”**

AUTOR: MILTON ALEXIS DÍAZ SALDIVIA.

PROFESOR GUÍA: MATEO MARTINIC BEROS.

UNIVERSIDAD DE MAGALLANES, DICIEMBRE DE 2008.

Agradecimientos:

Agradezco en primer lugar a Dios y a mi familia, sin ellos no podría haber caminado por el difícil sendero del competitivo mundo universitario. Al terminar una etapa de mi vida me resta recordar aquellos momentos transcurridos durante mi carrera y resaltar el grato aprendizaje que desarrollé con cada uno de los profesionales y asignaturas afines. En particular agradezco a Don Mateo Martinic Beros y a los profesionales del Instituto de la Patagonia por motivarme en el estudio del hermoso campo de la historiografía regional.

Dedico esta investigación a la memoria de mi apreciado tío Manuel Pérez, quien siempre preconizó el esfuerzo y dedicación hacia las cosas que a uno más le apasionan, sin más que agregar espero que esta investigación contribuya al saber pedagógico.

Índice de Contenidos

Capítulo I: “Planteamiento del Problema y Objetivos de la Investigación”.

Introducción.....	Págs. 1-3.
Planteamiento del Problema.....	Págs. 4-7.
Objetivos de la Investigación.....	Págs. 8-9.
Hipótesis de la Investigación.....	Págs. 9-10.
Justificación de la Investigación.....	Págs. 11-13.

Capítulo II: “Marco Teórico de la Investigación”

Operacionalización de conceptos propios de la ciencia económica.....	Págs. 14-23.
Economía.....	Págs. 14-16.
Los bienes y su clasificación.....	Pág. 17.
Circulación de bienes.....	Págs. 18-19.
El Comercio.....	Págs. 19-20.
La Especialización Comercial.....	Págs. 20-21.
El Comercio de Importación.....	Págs. 21-22.
Interdependencia Económica.....	Págs. 22-23.
Evolución de la economía de Magallanes en el transcurso de su historia (1843-1920).....	Págs. 23-34.

Magallanes y el período de la fiebre aurífera.....	Págs. 23-27.
La actividad marítima mercante: Magallanes y la actividad naviera.....	Págs. 27-30.
La actividad pecuaria como precursora del progreso económico regional.....	Págs. 30-34.
Los años dorados en la región de Magallanes.....	Págs. 35-41.

Capítulo III “Marco Metodológico”

“Marco Metodológico: Especificaciones conceptuales”.....	Págs. 42-43.
--	--------------

Capítulo IV: “El comercio en la región de Magallanes” (1843-1906)”

El comercio en la región de Magallanes (1843-1906).....	Págs. 44-50.
---	--------------

Capítulo V: “La especialización comercial y el comercio de importación en Magallanes durante 1900-1916 en base al avisaje comercial contenido en el diario local El Comercio”

“La especialización comercial y el comercio de importación en Magallanes durante 1900-1916 en base al avisaje comercial contenido en el diario local El Comercio”.....	Págs. 51-54.
--	--------------

“Casas comerciales existentes entre 1900-1916 según avisaje publicitario contenido en el diario El Comercio, Punta Arenas y clasificación según productos importados y ofrecidos”.....	Págs. 55-64.
--	--------------

Tabla Resumen "La Especialización Comercial y el Comercio de Importación en Magallanes entre 1900 y 1916".....	Págs. 56-62.
"Clasificación de las casas comerciales importadoras según tipo de transacción".....	Págs. 65-84.
Comercio Mayorista y de Ramos Generales.....	Págs. 65-67.
Tabla Resumen: "Comercio Mayorista en Magallanes entre 1900-1916 según avisaje publicitario contenido en el diario local El Comercio".....	Págs. 68-75.
Comercio Minorista o al Detalle.....	Págs. 76-77.
Tabla Resumen: "Comercio minorista o al detalle en Magallanes entre 1900-1916 según avisaje publicitario".....	Págs. 78-84.
"Clasificación de los bienes económicos de consumo ofrecidos por las casas Importadoras de Magallanes entre 1900-1916 según avisaje publicitario".....	Págs. 85-92.
Bienes económicos de capital.....	Págs. 86-87.
Bienes intermedios.....	Págs. 87.
Bienes económicos finales o de consumo.....	Págs. 87-92.
"Procedencia de los bienes de consumo según especialización y tipo de transacción entre 1900-1916 de acuerdo al avisaje publicitario contenido en el diario El Comercio de Punta Arenas".....	Págs. 93-102.
Comercio Mayorista y de Ramos Generales.....	Págs. 95-97.

Tabla Resumen: "Procedencia Comercio de Importación según especialización y tipo de transacción entre 1900-1916 de acuerdo al avisaje publicitario contenido en el diario El Comercio de Punta Arenas".....Págs. 98.

Comercio Minorista o al detalle.....Págs. 99-101.

Tabla Resumen: "Procedencia Comercio de Importación según especialización y tipo de transacción entre 1900-1916 de acuerdo al avisaje publicitario contenido en el diario El Comercio de Punta Arenas".....Págs. 102.

Capítulo VI: "Características del avisaje publicitario emitido por las casas comerciales en la región de Magallanes entre 1900-1916".

"Características del avisaje publicitario emitido por las casas comerciales en la región de Magallanes entre 1900-1916".....Págs. 103-115.

Capítulo VII: "Conclusiones de la Investigación y Anexos"

"Conclusiones de la Investigación".....Págs. 116-121.

Bibliografía.....Págs. 122-126.

Anexos.....Págs. 127-136.

Introducción

El presente estudio busca resaltar la importancia que jugó el comercio de importación y la especialización comercial en la región de Magallanes durante la época de oro (1905-1920). La investigación se ha desarrollado sobre la base del "avisaje comercial" contenido en el diario local El Comercio, nacido durante el transcurso del año 1900, siendo una herramienta eficaz para recopilar la información requerida, ya sea la existencia de casas y establecimientos comerciales, su grado de especialización comercial, los bienes distribuidos y consumidos por la población regional durante la época consignada, la procedencia de los mismos y la importancia de los avisos publicitarios en el desarrollo de aquellos establecimientos. El análisis pormenorizado y las respectivas conclusiones se desarrollan en el lapso transcurrido entre 1900-1916 debido a que en aquel transcurso de tiempo se enumeran la mayor cantidad de casas comerciales, presentando una leve disminución desde 1912-1914 para finalmente declinar entre 1914-1916 vista la recesión económica de carácter internacional.

El comercio es un tema apasionante desde el punto de vista histórico, más aún si lo vemos desde la perspectiva de nuestra propia historia regional. Desde el establecimiento soberano por parte de la República de Chile (1843) hasta la conformación poblacional, consolidación de la colonización y auge y adelanto territoriales en el período conocido como la época dorada de Magallanes, han transcurrido una variedad de procesos y hechos que hacen única y particular a nuestra historia local. Nuestro interés radica en presentar aquella evolución regional desde el punto de vista económico, más aún analizando uno de las bases sobre la cual giró aquella prosperidad, adelanto y progreso territoriales, nos referimos al "comercio de importación", muestra

evidente de aquel dinamismo y evolución que experimentaba Magallanes, en particular Punta Arenas durante aquellos años.

La presente tesis se divide en siete capítulos bien estructurados: en el primero de ellos se desarrolla una caracterización general del planteamiento de nuestra problemática a dilucidar y los consiguientes objetivos e hipótesis, en el segundo de ellos se realizan aclaraciones de tipo conceptual, principalmente definiciones de autores y clasificaciones teóricas, se explica a modo de síntesis conceptos como: economía, comercio, comercio de importación, clasificación de los bienes (bienes intermedios, de capital, de consumo), clasificación del comercio según transacciones comerciales (comercio mayorista, comercio minorista) y otros afines a la temática. Además de ello se desarrolla una breve caracterización de la evolución económica que ha experimentado nuestra región en el transcurso de su existencia, enfocado entre los años 1843-1920, a más de hacer una referencia al período conocido como la época dorada de Magallanes. En el tercer capítulo se explica el “marco metodológico” y las herramientas utilizadas para el desarrollo de la investigación. En el cuarto capítulo se desarrolla una breve caracterización de la evolución que ha sufrido el comercio en la región de Magallanes, desde el intercambio comercial a través del comercio de trueque con los históricos Aónikenk, la aparición de los primeros despachos y tiendas comerciales hasta el establecimiento definitivo y consolidado de las casas comerciales que pronto desarrollaron un fluido contacto con los mercados del Viejo Mundo, principalmente Inglaterra, Alemania, Francia, Italia, y en menor medida España, Holanda, Noruega y otros países europeos, además del comercio con países americanos y la producción nacional.

En el quinto capítulo se clarifica la trascendencia que jugó el comercio de importación para la región de Magallanes. A través de la confección de tablas estadísticas y tablas resúmenes que grafican la existencia de las casas comerciales importadoras, la especialización comercial de cada una de ellas, la procedencia de los artículos y mercancías de variada índole y la correspondiente división según transacciones comerciales, es decir, comercio mayorista y comercio minorista o al detalle, evidenciando el dinamismo y evolución que experimentó nuestra región en las dos primeras décadas del siglo XX. En el sexto capítulo se da a conocer la importancia que jugó el "avisaje comercial" en el desarrollo y evolución de las casas comerciales, visto el notable ingenio y creatividad en el ofrecimiento de los más variados productos, vestimenta, maquinarias, alimentos, artículos y novedades, automóviles, etc. En el capítulo séptimo se entregan las conclusiones respectivas de la investigación desarrollada.

Tesis de Historia y Ciencias Sociales: “La Especialización comercial y el Comercio de Importación en la región de Magallanes durante la época de oro (1900-1920)”

I).- “Planteamiento del Problema y Objetivos de la Investigación”

1).- “Planteamiento del Problema”

La apertura comercial y el comercio internacional se constituyen en la actualidad como una de las formas más características del dinamismo, progreso y desarrollo de las naciones y regiones de todo el mundo. La creciente evolución que han experimentado las tecnologías y las comunicaciones, sobre todo desde la década de los noventa en adelante nos ha permitido hablar de una nueva etapa en la historia de la humanidad, comúnmente conocida como “Globalización”, caracterizada por la interdependencia e interconexión de los diferentes países del mundo, un proceso que involucra no solo el aspecto económico, sino los más variados aspectos de la vida humana: social, cultural, religioso, político, tecnológico, solo por nombrar algunos.

Es dentro de este marco de estudio que se nos viene a la mente una interrogante fundamental, que dice relación directa con el desarrollo y progreso de nuestra región, visto su notable auge y adelanto experimentado durante una etapa particular de su bella historia y que no ha tenido parangón alguno en el transcurso de su existencia, inclusive con los adelantos y progresos de la tecnología actual, nos referimos a la época dorada de Magallanes, concepto utilizado por el historiador y Premio Nacional de Historia año 2000 y Bicentenario 2006 Mateo Martinic B., una época transcurrida básicamente desde términos del siglo XIX hasta bien entrada la

segunda década del siglo XX, caracterizada por conformar la estructura poblacional, la solidez y transformación económica y el nacimiento del sentido identitario propio del magallánico.

Sin embargo nuestro interés radica en comprender esta época y su notable desarrollo desde el punto de vista de la "transformación económica" que va a suceder entre los años 1900 y 1920, visto y analizado desde un tema particular: "la especialización comercial y el comercio de importación", ambos temas apasionantes desde el punto de vista histórico, más aún cuando no se tienen mayores registros acertados referente a la materia. Es de suyo sabido gracias a algunas indagaciones del autor referido, que el comercio de importación va a jugar un papel sumamente importante y va a ser motivación directa de aquel dinamismo que empezaba a experimentar la sociedad y cultura magallánica, y que como aspecto propio de la naturaleza se hizo evidente satisfacer comunes necesidades de aquella población que asumía características distintivas y crecía en número, auspiciado de forma enérgica gracias al arribo de numeroso contingente europeo, quienes aportarán su sentido de laboriosidad, creatividad, ingenio, tenacidad y sentido de progreso, y que finalmente contribuirán a formar y desarrollar una de las regiones más prósperas de todo el sur de América.

Sobre la base de lo expuesto anteriormente intentamos responder a una interrogante de difícil resolución **¿Cuál es la injerencia que van a tener la especialización comercial y el comercio de importación en el desarrollo y progreso económico, social y cultural de la región de Magallanes durante el lapso comprendido entre 1900 y 1920?-**

Con la resolución de aquella interrogante se pretende dejar en claro cuál es la real injerencia y determinación que van a jugar la especialización comercial y el comercio de importación entre los años 1900 y 1920,

caracterizando el sostenido progreso que hacían de Magallanes el centro sobre el cual giraba el diario vivir de las demás comunidades del austroamericano.

Para dilucidar cuáles fueron los factores y características determinantes en el auge y adelanto territorial de Magallanes, en especial Punta Arenas, basamos nuestro estudio en la recopilación de fuentes directas y bibliografía existente, sin embargo el grueso de la investigación se centra en los avisos publicitarios propios de cada una de las casas de importación y consignatarias desarrollados y emitidos durante el lapso en consideración, es decir, entre 1900 y 1920, enfocando nuestras conclusiones y análisis respectivo entre los años 1900 y 1916, período en que se registra la mayor cantidad de información y avisaje comercial, teniendo relativa disminución entre los años 1914 y 1920, visto el panorama recesivo de la economía mundial, básicamente por el estallido del conflicto bélico mundial (Gran Guerra Europea, 1914-1918), la apertura del Canal de Panamá que hará sentir sus repercusiones en nuestra región hacia términos del conflicto bélico (1918), y otros acontecimientos desfavorables para nuestra economía como lo fueron la instalación de la Aduana en Punta Arenas (1912), las medidas proteccionistas del gobierno argentino en la recalada de naves de procedencia extranjera (1920), la saturación ocupacional y las manifestaciones sociales de obreros hacia términos del período consignado (1919-1920).

Ante la falta de información y cuadros estadísticos que avalen el comercio de importación y las casas comerciales existentes para el período en estudio, se procede a confeccionar una especie de "guía comercial" basada en los avisos publicitarios de la época. Se estima que las distintas casas comerciales desarrollaban las importaciones mirando como abastecimiento principal al Viejo Mundo, en especial los ricos mercados de Inglaterra,

Alemania, Francia y en menor medida Italia, Suiza y Estados Unidos (Norteamérica). Por consiguiente es correcto afirmar que el mayor porcentaje de importaciones, superando claramente al precedente nacional lo constituyeron las naciones de Europa, tesis que pretende ser confirmada con el desarrollo de la investigación.

El nacimiento de nuevos y variados establecimientos comerciales, y su consiguiente especialización comercial fueron motivación y respuesta expresa del dinamismo y desarrollo económico, social y cultural que experimentaba Magallanes por aquellos años. El origen y procedencia de las importaciones tuvieron como preferencia y aceptación a los mercados europeos, alcanzando cerca del 90% de las internaciones, muy por encima de los productos que llegaban del norte y centro de nuestro país, remitiéndose fundamentalmente a artículos de consumo, principalmente frutas, verduras y otros alimentos. Queda claro por demás el nivel de autodesarrollo y autoabastecimiento, un proceso y transformación "autogenerado" que permitió a nuestra región superar el aislamiento geográfico característico de las regiones del sur americano, el progreso y mérito social distintivo surgirían del propio esfuerzo, coraje, tenacidad, trabajo, iniciativa e inteligencia de los magallánicos.

Finalmente hay que considerar al comercio desarrollado en Magallanes, en especial Punta Arenas, como la manifestación característica del auge y adelanto sostenido en la época, siendo la navegación marítima mercante el rubro que corrió a parejas con el comercio y de la cuál fue su más cabal expresión. La intensidad que vivía el puerto de Punta Arenas lo constituyeron prontamente como uno de los principales del país, las actividades comerciales, industriales, servicios y la vida en general miraban al mar como razón de progreso y la población en general así lo entendía.



Entender la especialización comercial y comercio de importación, el desarrollo y culminación de la colonización en terrenos marginales del austro americano, las transformaciones en infraestructura y estilo arquitectónico regionales y el sentido identitario de los magallánicos pasan esencialmente por comprender la evolución histórica de la colonia madre (Punta Arenas) durante los años 1900 y 1920, conformando las bases de una región definida, sólida y próspera.

2).- “Objetivos de la Investigación”:

Objetivo General:

- Dar a conocer la trascendencia que jugó la especialización comercial y el comercio de importación para Magallanes durante el lapso comprendido entre 1900-1916, visto y analizado a través de los anuncios publicitarios contenidos en el diario local “El Comercio” de Punta Arenas

Objetivos Específicos:

- Caracterizar la evolución económica que ha desarrollado Magallanes en el transcurso de su historia, entregando antecedentes generales.
- Ilustrar a través de una visión sinóptica el período conocido como “época dorada” de Magallanes, comprendida en el lapso 1905-1920.
- Caracterizar la especialización comercial y el comercio de importación desarrollado en Magallanes durante la época dorada, enfocándonos en el período comprendido entre 1900-1916.
- Confeccionar una breve “guía comercial” del período en estudio según el avisaje comercial recopilados en el diario local “El Comercio” (Anexo a la elaboración de la presente tesis).

- Identificar los distintos tipos de comercio (ramos generales y comercio detallista) y clases de bienes importados en Magallanes durante la época en estudio.
- Conocer el origen y procedencia de los productos y bienes importados en la región de Magallanes entre 1900-1916.
- Describir y caracterizar los avisos publicitarios desarrollados durante la época dorada de Magallanes como un medio eficaz para el adelanto y progreso regionales.

3).- Hipótesis de la Investigación

“La época dorada de Magallanes, período transcurrido entre los años 1905-1920, contribuyó de forma eficiente en el nacimiento de numerosas casas comerciales que pronto se especializaron y vieron el comercio de Importación como una forma de generar mayor progreso y estabilidad económica, mirando como factor central el comercio de Importación, centrado en más de un 80%, es decir, más de las tres cuartas partes en los países de Europa y en menor medida nacionales. La especialización comercial y el comercio de importación por tanto fueron razón directa del dinamismo y transformación que sufría la economía territorial al alero del proceso de inmigración, la actividad pecuaria y sus derivados (columna vertebral de la economía magallánica por más de medio siglo) y la navegación marítima mercante”.

Se estima que la especialización comercial y el comercio de importación fueron fruto del progreso y bonanza económica que experimentaba Magallanes, más propiamente la capital regional desde términos del siglo XIX y comienzos del XX hasta bien entrada la segunda década del mismo. Magallanes poco a poco iba transformando su economía, sociedad y cultura. Cuando daba inicio el nuevo siglo la pequeña y despoblada localidad del confín americano, mutaba su antigua raigambre de colonia penal sujeta a

presidio militar y se configuraba como una promisorio ciudad con estilo europeo, llegaban y se establecían los primeros colonos, aportando con su capacidad creativa, ingenio, sentido de laboriosidad y progreso, factores que serán determinantes en la conformación y estructura poblacional de los años venideros. La economía por su parte hacía ver y sentir progresivamente aquel sentido de estabilidad y bonanza que se iniciaba con el nuevo siglo, desde los intercambios comerciales de pieles y plumas mantenidos con los aborígenes tehuelches (Aónikenk) durante el proceso de colonización hasta el sólido establecimiento de numerosas entidades y sociedades en los terrenos aptos para el ecúmene pastoril, actividad que concentraba los grandes capitales de la economía magallánica, entre ellos: José Nogueira, José Menéndez, Mauricio Braun, Rodolfo Stubenrauch, todos pioneros que junto a los hijos predilectos de Magallanes sentarían las bases para la definitiva transformación de la región austral de América.

Este ritmo de prosperidad y desarrollo sostenido prosiguió durante toda la década inicial del siglo XX y se extendió hasta bien entrada la segunda, aspecto que enorgullecía a sus pobladores y concitaba la admiración de los visitantes, siendo la actividad pecuaria y sus derivados aquel motor o columna vertebral de aquella prosperidad y adelanto, que ya para antes del año 1910 sobrepasaba las dos millones de hectáreas ocupadas en los mejores campos pastoriles (Tierra del Fuego, Última Esperanza y sector oriental estepario de Magallanes) y similar número de ovinos. Sobre aquella actividad girarán exclusivamente las demás actividades regionales, siendo muestra especial de aquello la navegación marítima mercante y el comercio de exportación e importación. Desde 1913, último año de anteguerra y hasta 1920 se sucederán una serie de situaciones que provocarán el retroceso de la economía y el progreso alcanzado para la época, sin embargo las bases sólidas y distintivas de Magallanes quedaban conformadas.

4).- Justificación de la Investigación

La especialización comercial y el comercio de importación desarrollado en Magallanes durante los años 1900-1916 es un tema aparentemente sin estudios profundos ni mayor conceptualización dentro de los estudios regionales, por tanto desde cualquier punto que se mire constituye un aporte al estudio e interés de nuestra historia regional magallánica para futuros profesionales en el área de la Educación e Historia y Ciencias Sociales.

Si se considera el marco de estadísticas, fuentes o datos donde pueden existir registros fidedignos referentes a la especialización comercial de nuestra región, tendríamos que remitirnos a fuentes más bien escasas, que detallan con cierta notoriedad las empresas y casas comerciales, pero no los productos y bienes ni la procedencia de aquellos, entre estas fuentes podríamos enumerar: el Censo de la Junta de Alcaldes de Magallanes para la época en estudio, el Censo y estudio desarrollado por el doctor Lautaro Navarro Avaria, el Censo desarrollado por el Consulado Imperial de Alemania en Punta Arenas y el compendio efectuado por Manuel Zorrilla en su libro inédito "Magallanes en 1925", todos tratados y mencionados con debida propiedad por el historiador Mateo Martinic B. en su obra Historia de la Región Magallánica y otros estudios menores. De aquí radica la importancia y trascendencia de efectuar un trabajo neto de investigación historiográfica referido a la existencia de casas de comercio mayorista y al detalle, productos importados y procedencia de los mismos, considerando además que la especialización comercial y el comercio de importación fueron factores centrales que demostraron con soltura el gran dinamismo, expansión y desarrollo de la economía territorial por aquellos años y que sumando al proceso de inmigración europea, el desarrollo de la economía pecuaria y sus derivados y el auge y adelanto de la navegación marítima mercante, nos permitirán hablar de una época sostenida de progreso económico, social y

cultural sin parangón alguno en la historia de nuestra economía territorial, estableciendo de por sí las bases para transformar nuestra región y más propiamente nuestra ciudad en la metrópolis de la Patagonia, orgullo de sus habitantes e impresión de los viajeros y visitantes.

El estudio analítico y recopilación de información a través del diario local de la época "El Comercio" y los diferentes anuncios publicitarios que emitían las casas importadoras, ya sea de comercio especializado o comercio al detalle, refleja otra de las dimensiones no estudiadas por la historia regional, que sin lugar a dudas se constituye como materia indispensable para entender en cierta forma el progreso material y económico que vivía nuestra región por aquellos años, además de apreciar los distintos mecanismos que con técnicas rudimentarias para la época se podía atraer al demandante, y obviamente reflejaba del mismo modo la creatividad y el ingenio del comerciante para captar la atención y concentración del lector en aquel aviso publicitario, desde simples avisos escritos de dos y tres líneas hasta los más perfeccionados modelos de dibujos en puntos que podían incluso ocupar una o dos planas completas del diario, algo novedoso y hasta espectacular si se consideran las dimensiones del diario referido (de mayor porte que "El Mercurio" actual).

Desde muchos ámbitos las autoridades políticas y educacionales han tratado de fomentar el estudio e investigación de carácter propiamente regional en los establecimientos de educación primaria, media y superior, ya sea en programas educacionales, créditos culturales, entrevistas, concursos, grupos de historia regional y local, entre otros. Se contribuye con este breve análisis y estudio pormenorizado a aquel incentivo desarrollado por agentes, investigadores y educadores en el conocimiento y difusión de nuestra particular y bella historia regional.

Sumado a aquello se considera el presente estudio como una nueva fuente documental para elaborar futuras presentaciones, trabajos argumentativos, o bien áreas específicas que puede seguir profundizando el autor u otros profesionales en nuevas y futuras elaboraciones, ya sea complementando el trabajo desarrollado con nuevos datos estadísticos o la revisión detallada de cualquiera de los agentes comerciales y casas de importación tratadas en la investigación. Se espera sin más que decir y agregar que contribuya al saber pedagógico e intelectual de las futuras generaciones.

II).- “Marco Teórico de la Investigación”

En el presente capítulo se define el marco conceptual de nuestra investigación, se detallan definiciones breves relativas a la economía y el comercio internacional, ya que nuestra tesis no pretende desarrollar un análisis ni estudio exhaustivo referido a la rama comercial, más bien como queda claro en el capítulo anterior pretende desarrollar un estudio historiográfico relativo a la trascendencia del comercio de importación en la región de Magallanes durante el lapso 1900-1916, de allí la precisión y el carácter conciso de los conceptos relativos a la rama propiamente económica.

1).- “Operacionalización de conceptos propios de la ciencia económica”:

a).- “Economía”:

El término economía es utilizado por vez primera en la Grecia clásica, por tanto diremos que es de origen griego, comúnmente aludía a cómo se debía organizar una casa, en otras palabras, a las decisiones que día a día debían tomar los miembros de una familia para que las cosas funcionaran de manera adecuada. Una definición básica sería: “la economía se ocupa de administrar los recursos escasos para producir bienes y servicios y distribuirlos al consumidor”

Siguiendo los planteamientos de Brandt, “La ciencia económica constituye un estudio científico en el sentido que los economistas construyen leyes económicas de validez general siguiendo los procedimientos de métodos científicos, o sea, analizando datos y formulando y verificando hipótesis acerca de diversos fenómenos sociales donde interviene el aspecto económico”.

Shumpeter también considera "como la economía aplica técnicas que no son de uso común, y como existen economistas que se dedican a su cultivo, puede decirse evidentemente de ella que es una ciencia, en el sentido que hemos atribuido a este término".

De acuerdo a estos autores podemos deducir entonces que la economía es una ciencia ya que está constituida por un conjunto de conocimientos bien definidos, que se ha logrado mediante rigurosos métodos de investigación, que se aplican ciertos fenómenos de manera objetiva y que permiten establecer una relación causa-efecto. Desde el punto de vista de la escasez, según Robbins, la ciencia económica es la ciencia que estudia el comportamiento humano como una relación entre fines y medios escasos que poseen fines alternativos. Desde la óptica del bienestar, Marshall estableció que la ciencia económica examina aquella parte de la acción social e individual que está más estrechamente ligada al logro y empleo de los requisitos materiales del bienestar.

Para Paul A. Samuelson y William D. Nordhads la economía es "el estudio de la manera en que las sociedades utilizan los recursos escasos para producir mercancías valiosas y distribuirlas entre los diferentes individuos". En una situación como esta no existen bienes económicos o escasos. Todos los bienes serían gratuitos o libres. Pero los bienes son limitados, en tanto que las necesidades son infinitas. Debido a esta situación, se hace necesario sacar el mayor provecho posible de los recursos escasos. En otras palabras, es obligatorio actuar con eficiencia.

Entonces, la economía se pone en práctica cuando se reconoce la realidad de la escasez y se investiga la forma en que debe organizarse la sociedad para utilizar los recursos disponibles eficientemente.

Decimos además que la economía se ubica dentro de las ciencias sociales por cuanto su objeto de estudio es el hombre desde la óptica de su comportamiento en relación con los hechos de carácter económico, sin embargo desde este punto de vista se cuestiona muchas veces a la economía y su carácter de ciencia en esta disciplina.

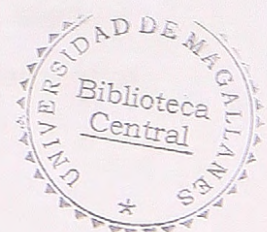
Al ser la economía una ciencia humana, el objeto de estudio es la vida económica de los hombres, es decir, el conjunto de actividades destinadas a la búsqueda de la satisfacción de sus necesidades y a mejorar sus condiciones de vida. Puede afirmarse, entonces, que el objeto de esta disciplina es el de buscarle solución a los problemas económicos de la sociedad. Por otra parte, es necesario considerar que los hechos económicos, producción, consumo, inversión, precios, tasas de interés, crédito, empleo, etc., son el producto de las decisiones de los hombres, que incluyen no sólo motivaciones del orden económico, sino de carácter político, psicológico, social o histórico. Finalmente y siguiendo a los autores Kart E. Case y Ray C. Fair diremos que las motivaciones fundamentales para estudiar economía y sus materias afines serían:

- Para adquirir un método de razonamiento: Esto implica aprender una manera de pensar y obtener una ayuda para tomar ciertas decisiones, además de comprender algunos conceptos fundamentales en el rol de consumidor, trabajador, empleador, etc.
- Para conocer mejor la sociedad: Las decisiones económicas tomadas a lo largo de los siglos, no sólo le han dado forma al territorio, sino que también han mejorado el carácter de la sociedad. Además servirá para analizar los problemas desde el punto de vista social, mucho más que desde el punto de vista personal, característico de la rama económica.

b).- “Los bienes y su clasificación”:

Los bienes pueden ser definidos de forma simple como “todo aquello que satisface, directa o indirectamente los deseos o necesidades de los seres humanos”. Según esta definición y considerando que las necesidades de las personas son ilimitadas y jerarquizables, diremos que existen bienes libres y bienes económicos. Los **bienes libres** son aquellos que nos entrega la naturaleza de forma gratuita, sin un costo de producción, pueden ser bienes libres el sol, las estrellas, el aire, un amanecer, entre otros. En cambio los **bienes económicos** son escasos porque existen en cantidad inferior a las necesidades que ellos satisfacen. Generalmente su obtención tiene un costo de producción y por lo tanto un valor de uso y de cambio. De acuerdo a ello realizaremos una subdivisión de la clasificación ya desarrollada:

- **Bienes económicos intermedios:** Son aquellos bienes que se transforman mediante el proceso productivo, para posteriormente convertirse en bienes de consumo o de capital. Ejemplo de ello sería la lana, el trigo, la harina, etc.
- **Bienes económicos finales o de consumo:** Son aquellos bienes destinados directamente a satisfacer una necesidad, son característicos por su agotamiento con el uso frecuente, como la ropa o el calzado y también los alimentos.
- **Bienes económicos de capital:** Son aquellos bienes que no satisfacen directamente una necesidad, generalmente se usan para producir nuevos bienes, como una herramienta, el telar, una máquina textil o bien instrumentos científicos.



c).- **“Circulación de bienes”**:

Empresa y familia, considerados como los agentes básicos de la economía interactúan entre sí, es decir, se interrelacionan por medio de la compra y venta de bienes y servicios. Esta interrelación se denomina “circulación de los bienes”, siendo definida de forma breve como “el cambio de un bien por otro”. En la vida en sociedad, los hombres producen bienes para intercambiarlos entre sí, y de esta forma lograr satisfacer sus necesidades. El propietario de un bien lo entrega a cambio de adquirir la propiedad de otro bien que considera equivalente. El intercambio es la consecuencia de la división del trabajo y en la práctica se realiza empleando el dinero como medio de cambio, esto es, se cambia un bien por una cantidad de dinero para adquirir otro bien. En las sociedades primitivas se realizaba el intercambio directo de un bien por otro, lo que comúnmente se conocía como comercio de “trueque” y aún subsiste en comunidades primitivas, generalmente de carácter agrícola. Por ello y con el correr de los siglos se desarrolló la invención de una mercadería intermedia, de fácil uso y transporte, que sirviera de intercambio y que tuviera un valor común. En un principio se usó la sal, luego las pieles de animales, el ganado, para finalmente usar la técnica de acuñación de monedas como medida de valor. En base a esta apreciación establecemos los tipos de mercado que fueron generándose:

- Según la especie del bien intercambiado: Pueden ser mercado del azúcar, del cobre, del papel, del trabajo, de capitales, etc.
- Según el tipo de transacción: Pueden ser mercado mayorista o de ramos generales y detallista, según especialización comercial.
- Según el sistema de fijación de precios: Pueden ser libres o intervenidos. En el caso del primero el precio se fija por la ley de oferta y demanda, siendo muy difícil por requerir la presencia de varios elementos

concordantes entre comprador y vendedor. En el caso de un mercado intervenido es el Estado quien fija los precios, usado generalmente para asegurar a los consumidores un nivel mínimo de ingresos.

En el presente estudio sólo utilizaremos la clasificación señalada según el tipo de transacción efectuada, es decir, mercado o comercio de ramos generales o mayoristas y mercado o comercio minorista o detallista, que se desarrolla a través de la especialización comercial de productos determinados, según sea su interés.

d).- “El Comercio”:

Se denomina comercio a la actividad socioeconómica consistente en la compra y venta de bienes y servicios, sea para su uso, para su venta o para su transformación. En síntesis, es el cambio o transacción de algo a cambio de otra cosa de igual valor. Por actividades comerciales o industriales entendemos tanto intercambio de bienes o de servicios que se afectan a través de un mercader o comerciante.

El comerciante es la persona física o jurídica que se dedica al comercio en forma habitual, como las sociedades mercantiles. También se utiliza la palabra comercio para referirse a un establecimiento comercial o tienda. En base a ello clasificaremos el comercio según la especialización y el volumen de las transacciones en:

- **Comercio mayorista** (conocido también como "comercio al por mayor" o "comercio al mayor"): Se entiende el comercio mayorista como toda actividad de compra-venta de mercancías cuyo comprador no es consumidor final de la mercancía. La compra con el objetivo de vendérsela a otro

comerciante o a una empresa manufacturera que la emplee como materia prima para su transformación en otra mercancía o producto.

- **Comercio minorista** (conocido también como "comercio al por menor", "comercio al menor"; o "comercio detallista"): Se considera toda actividad de compra-venta de mercancías cuyo comprador es el consumidor final de la mercancía, es decir, quien usa o consume la mercancía.

e).- **“La Especialización comercial”**:

Aún en las sociedades más primitivas las personas cooperan en el uso de sus escasos recursos, ello visto por una razón obvia: a través de esta cooperación se produce una mayor cantidad de bienes. El grado de especialización de una sociedad refleja el hecho de poner al servicio de la comunidad un mayor grado de bienes y servicios, ya sean estos para su consumo o bien para la transformación de nuevos bienes. La importancia del comercio va a depender entonces del grado de especialización que pueda desarrollar aquella sociedad. Es por ello que para autores y economistas como Miltiades Chachiolades “la especialización necesariamente implica comercio y no puede ocurrir sin el, por ello los productores especializados utilizan solo una pequeña parte de su producción para su consumo personal, e intercambian el excedente por los bienes y servicios de otros productores especializados”. Finalmente afirma el autor “será este intercambio de bienes y servicios entre productores especializados lo que constituirá el comercio” (M. Chacholíades, 1992).

De esta forma cada país tiende a especializarse en la producción de aquellos bienes que puede producir más baratos que los otros países, para intercambiar luego los excedentes por los de otros países. Ello origina una división internacional del trabajo que posibilita a los países consumir más de

todos los bienes y servicios de los que consumirían en ausencia de tal especialización. De esta forma finalmente y en base a la especialización comercial se produce un incremento en el nivel de vida de todos sus residentes.

f).- **“El Comercio de Importación”**:

“La importación es el transporte legítimo de bienes y servicios nacionales exportados por un país pretendido para su uso o consumo en el interior de otro país. Las importaciones pueden ser cualquier producto o servicio recibido dentro de la frontera de un Estado con propósitos comerciales” (Aduana General de la República de Chile, 2008) En la actualidad las importaciones son generalmente llevadas a cabo bajo condiciones específicas, generalmente medidas que dicen relación con aranceles, impuestos y medidas proteccionistas de los países, empleados para trabar el comercio y generar interés por los productos propiamente nacionales.

Las importaciones permiten a los ciudadanos adquirir productos que en su país no se producen, o más baratos o de mayor calidad, beneficiándolos como consumidores. Al realizarse importaciones de productos más económicos, automáticamente se está librando dinero para que los ciudadanos ahorren, inviertan o gasten en nuevos productos, aumentando las herramientas para la producción y la riqueza de la población. La importación de mercancías es definitiva, cuando previo cumplimiento de todas las formalidades aduaneras correspondientes, son nacionalizadas y quedan a libre disposición del dueño o consignatario.

En base a este breve concepto nos damos cuenta de la realidad que actualmente viven las importaciones en nuestra economía regional y nacional. Para el caso del presente estudio consideramos que la época analizada, es

decir, la época dorada de Magallanes careció en los primeros años de trabas arancelarias e impuestos a las mercaderías internadas a la región, ello se había dispuesto gracias a atinadas medidas administrativas tomadas por el gobierno del Presidente José Joaquín Pérez, a través de sus famosas medias de "puerto menor" y "puerto libre" para Magallanes, con lo que se pretendía fomentar el desarrollo comercial y la internación de productos de distinta clase y variedad. Como es sabido será finalmente el gobierno del Presidente Ramón Barros Luco hacia 1912 quien instalará nuevamente la aduana en Punta Arenas, medida poco acertada y desfavorable en el transcurso de la época en consideración, produciendo virtualmente la carestía de los alimentos de primera necesidad, una baja sensible en la internación de productos y naves extranjeras y el receso económico correspondiente, temas tratados con profundidad en el transcurso de la investigación.

f).- **"Interdependencia Económica"**:

Cualquier nación se ve obligada a mantener relaciones económicas con otras o a comerciar con ellas a causa de la especialización de sus producciones y de las exigencias de todo intercambio, ya que muy pocos estados negociarían con otro si éste no les comprase algo en contrapartida. Esto hace que la economía de cada país, aunque haya alcanzado cierto grado de desarrollo, se encuentre más o menos dependiente del exterior. La mayoría de las economías mundiales buscan y se esfuerzan por llegar a ser independientes, sin embargo suelen estar ligadas al extranjero porque necesitan importar materias primas o productos complementarios de los suyos, siempre buscando el buen funcionamiento y armonía de su economía. En base a ello diremos que la dependencia económica de un país con respecto al exterior está condicionada por tres elementos:

- La estructura del mercado nacional que posee mayor o menor abundancia de capitales, mano de obra y recursos naturales.
- La extensión del mercado, es decir, el poder adquisitivo de la población determinado por la densidad demográfica y el nivel de los ingresos.
- La especialización de la producción regional y nacional, puesto que, si esta es muy fuerte se hace indispensable la presencia de mercados exteriores.

2).- “Evolución de la economía de Magallanes en el transcurso de su historia (1843-1920)”

A continuación se desarrolla una breve descripción y caracterización de la evolución económica regional en el transcurso de su historia a modo de capítulos sintetizados, desde el establecimiento soberano por parte de la República de Chile y los primeros intercambios comerciales con los aborígenes del sector (Aónikenk), hasta la consolidación del proceso fundiario y ocupación de terrenos marginales ocupados principalmente en la explotación pastoril. Con ello se desea que el lector tenga un panorama mucho más amplio de los principales acontecimientos que han girado en torno a nuestra evolución económica territorial, siendo más bien una guía para el entendimiento y comprensión del desarrollo posterior de la investigación.

a).- “Magallanes y el período de la fiebre aurífera”

La minería aurífera en territorio magallánico es un tema apasionante desde el punto de vista histórico, debido principalmente a la cantidad de individuos que movilizó el afán de lucrar con aquella actividad, además de las historias surgidas al alero de las extracciones del mineral aluvial. Básicamente se pueden establecer ciertos parajes donde el mineral dorado afloró en mayores

cantidades. La primera de ellas se consigna en el territorio de la Península de Brunswick, sector centro-oriental de Magallanes, en el conocido río de las Minas, años antes bautizado de esta forma por el naturalista prusiano Bernardo E. Philippi, veterano de la expedición que sentara el precedente de jurisdicción en el estrecho de Magallanes territorios e islas adyacentes años antes.

Hacia el año 1869 algunos intrépidos pobladores de la localidad de Punta Arenas se iniciaban en la búsqueda de este preciado metal, el sector del río de las Minas parecía un asentamiento que daría frutos a largo plazo. Las técnicas que se utilizaban para la extracción de oro en un inicio fueron de tipo rudimentarias, básicamente empleando el lavado con platos de maderas o chayas y también con canaletas de madera, donde se echaba el mineral y posteriormente se lavaba. Sin embargo, la producción del mineral en estos parajes era muy limitada, si bien algunos individuos obtuvieron alguna ganancia con escasos rendimientos en pepitas de oro, todo ello no pasó de ser una mera incursión en tal actividad.

Otro paraje de alguna importancia lo constituyó Sierra Boquerón, en las inmediaciones de Tierra del Fuego, precisamente en un río que se le denominará río del Oro por la presencia del dorado metal. Pronto comenzaron a llegar numerosos individuos que tras el descubrimiento quisieron dedicarse a la actividad.

Se extrajeron grandes cantidades del mineral, destacaron los laboreos y trabajos de inmigrantes croatas, sin embargo, se empeñaban en las extracciones individuos de diversa procedencia, entre ellos: italianos, españoles, portugueses, argentinos, ingleses, escoceses, alemanes, franceses, peruanos y chilenos, rasgo distintivo que empezaba a caracterizar a la región austral americana por su aspecto de "multiétnicidad",

característica identitaria que la distinguirá por más de medio siglo, sentando las bases de una sociedad definitivamente pionera.

Es importante señalar que empiezan a destacar en este rubro importantes empresarios y comerciantes de la capital regional, entre ellos José Nogueira, quien aportaba importantes recursos y materiales para la extracción del mineral, recibiendo a cambio nada despreciables sumas de oro, que posteriormente exportaba a Montevideo o bien Europa. Además destacan José Menéndez, Elías y Mauricio Braun, Cruz Daniel Ramírez (pionero de la ganadería lanar), Rodolfo Stubenrauch, entre otros.

Un hecho que no pasa inadvertido producto de la gran radicación de individuos en el sector de Tierra del Fuego debido a las exploraciones y sondeos para la extracción del metal, lo constituyó la fundación del poblado de Porvenir, descubierto por Jorge Porter. La fecha oficial de fundación data del 20 de junio de 1894.

Un tercer paraje de explotación se constituyó en el año 1884, tras producirse el naufragio del vapor francés "Arctiqué", cercano a Cabo Vírgenes. En sus inmediaciones la flota de salvataje descubrió oro aluvial en "Zanja a Pique". Como en las ocasiones anteriores, pronto llegaron una multitud de individuos con las ansias de extraer el metal, sin embargo las escasas cantidades que se pudieron extraer, pronto fueron acabadas por los chilenos de la localidad de Punta Arenas y algunos croatas, franceses y suizos.

Es aquí cuando entra en la historia de la minería aurífera de Magallanes un personaje con una fuerte personalidad, intrépido y atrevido en sus proyectos a realizar, el rumano Julio Popper, conocido y afamado por sus deseos y ansias de lograr fortunas en la explotación de yacimientos auríferos.

Los rumores de la existencia de oro en el sector de la isla grande de Tierra del Fuego movieron a este individuo a realizar numerosas gestiones con el gobierno argentino para explotar el sector atlántico de la Tierra del Fuego. Sus exploraciones le llevaron a descubrir el dorado metal hacia términos de 1886, en las inmediaciones de la Península Páramo, cercano a Bahía San Sebastián, Tierra del Fuego.

Pronto incursionó en la explotación del mineral aluvial, para ello invirtió en costosas maquinarias y grupos de trabajadores particulares, además de contar con una guardia personal. Con ello se aseguraba la intromisión de cualquier individuo ajeno a sus intereses, lo que incluía a los aborígenes históricos de aquellas localidades, tema que ha hecho referencia a la matanza de originarios en estas localidades.

Julio Popper incursionó en la extracción del mineral a través de maquinaria industrial, implementos y tecnología para aquella actividad. A ello se suma la creación de sellos propios, estampillas, acuñación de monedas, lo que evidencia la creatividad e ingenio del rumano. Posteriormente incursionó en el sector sud-oriental fueguino, encontrando algunas cantidades de oro en Bahía Sloggett, Tierra del Fuego.

Sin embargo, el sector que mayor despliegue de individuos dedicados a las faenas auríferas concentró fueron las islas australes, principalmente la isla Lennox y Nueva. Hacia 1889 la noticia de descubrimiento de oro aluvial en las islas australes del canal Beagle corría por todo Magallanes, generando una verdadera locura por llegar hacia estos lejanos parajes. Las duras condiciones ambientales y la falta de abrigo y alimento no fueron impedimento para la llegada de una multitud de individuos dispuestos a sacrificar sus ahorros y sus fuerzas en la búsqueda y extracción del mineral. Algunas cifras estiman que entre 1891-1894 se sacaron alrededor de dos

toneladas de oro, lo que evidencia la locura que generó la extracción de oro aluvial.

Se estima que para 1895 eran muy pocos los laboreos que se efectuaban en las localidades antes nombradas, para aquella época el mineral había sido tan explotado que las cantidades que ahora se extraían eran muy reducidas.

b).- **“La actividad marítima mercante: Magallanes y la actividad naviera”**

Una de las actividades que mayor beneficio trajo no solo a la economía de nuestro territorio, sino también a nuestra sociedad y cultura, lo constituyó la navegación marítima mercante.

Nuestra región está íntimamente ligada a la navegación marítima, es desde las primeras exploraciones de descubrimiento y exploración desarrolladas hace casi cinco siglos atrás, cuando nuestra región se consolidó como una de las rutas para acceder a las preciadas y lucrativas tierras de la especería (clavo de olor, nuez moscada, pimienta, canela, otros). Además, se puede afirmar que la primera etapa de las navegaciones al estrecho de Magallanes permitió el conocimiento y la difusión de las tierras del sur americano para el resto del mundo, incluyendo a ello una infinidad de nuevos aportes para las ciencias y sus más variadas disciplinas.

Sin embargo, nuestro interés radica en presentar la importancia vital que fue jugando en el transcurso de los años la navegación mercante para la región de Magallanes, ello referido al aumento de los rubros de importación y exportación, además de la información de flotas de barcos para el transporte de individuos, lo que contribuirá en la radicación de grupos de diversa procedencia, principalmente producto de las enormes oportunidades en el

rubro de la ganadería lanar y sus derivados y las posibilidades de colonización y ocupación territorial.

Una de las medidas más auspiciosas se desarrolla a través de las medidas político-administrativas dispuestas por el Presidente de la República José Joaquín Pérez M. (1861-1871), con las famosas disposiciones de “puerto menor” y “puerto libre” para Punta Arenas. La primera fue promulgada hacia el 13 de julio de 1868, estableciendo que Punta Arenas pasaba a detentar la condición de “puerto menor”, entregando facilidades en la recalada de barcos de procedencia nacional y extranjera. La otra era la dispuesta el 21 de septiembre del mismo año, complementando la primera, por el que se declaraba “puerto libre”, es decir, no sujeta a regulaciones aduaneras.

Con ello se favorecía la recalada de naves y cobraba mayor impulso el comercio. Otra medida de gran acierto para la naciente colonia fue el nombramiento del nuevo gobernador, capitán de fragata Oscar Viel, personaje que se caracterizó por desarrollar uno de los gobiernos más progresistas de todos los tiempos en territorio magallánico.

Ello fue rápidamente contribuyendo en la elevación del comercio de importación y exportación. Los productos que se exportaban en su mayoría eran ligados a la ganadería ovina y sus derivados: grasas, cueros, lanas, sebos, carnes, que reflejaban cuantiosas ganancias para los empresarios y comerciantes ligados a estos rubros. Los envíos eran realizados en su mayoría a puertos de Valparaíso, Inglaterra y Buenos Aires.

b.1).- “La navegación marítima mercante”

Los primeros intentos por contar con una flota de barcos fueron realizados por el comerciante y empresario José Nogueira, quien llegado a tierras

australes hacia 1866 se interesó en el rubro de la caza de animales marinos de piel fina, pionero que con esta actividad fue desarrollando la base de su creciente prosperidad y fortuna. Años más tarde se asociará a Gastón Blanchard y formará la gran compañía "Nogueira & Blanchard", antecesora de la Cia. "Braun & Blanchard" (Mauricio Braun y Juan Blanchard).

A fines del siglo XIX navegaban regularmente por el estrecho de Magallanes vapores de numerosas empresas extranjeras, entre las más conocidas: "Pacific Steam Navegation Company", "Compañía Alemana de Vapores Kosmos", "Cia Inglesa Lamport Holt", "Línea Hamburgo Sudamericana", manteniendo contacto frecuente entre Punta Arenas, Valparaíso y otros lugares del centro de nuestro país.

Era realmente impresionante vislumbrar las numerosas cantidades de embarcaciones de diversa procedencia que frecuentaban el puerto de Punta Arenas, considerando además los cuantiosos beneficios que trajo para el comercio de la capital regional y sus pobladores en general.

Es por ello que el lapso transcurrido entre 1906 y 1914 es considerado como el auge de la navegación marítima mercante, la mayoría de las actividades desarrolladas en la capital regional miraban el mar como razón de progreso y adelanto, el comercio, las industrias, los servicios varios y la vida de los pobladores entendían que la navegación mercante era fruto del progreso que se llevaba a cabo, todo ello permite hablar de un período de singulares características para la región austral americana, un período de bonanza y adelanto económico, social y cultural, sin comparación aún hasta en nuestros días, la denominada "época de oro" de Magallanes.

Sin embargo, el movimiento marítimo alcanzó su culminación durante 1913, provocando una virtual disminución desde el estallido de la Gran Guerra

Europea (1914-1918), regresión que se sumaba a la criticada y repudiada instalación de la Aduana en Magallanes, medida regresiva dispuesta por el Presidente de la República Ramón Barros Luco en el año 1912.

Además hay que considerar la apertura del Canal de Panamá en el año 1914, que si bien no causó repercusiones inmediatas en el tráfico marítimo mercante, si lo hizo hacia el término del conflicto mundial, produciendo una baja considerable que no tuvo mejoras futuras.

c).- **“La actividad pecuaria como precursora del progreso económico regional”**

Sin lugar a dudas la actividad que dio vida y creciente progreso a la sociedad magallánica fue la “ganadería”, denominada como el “oro blanco” de la región austral americana. Sobre aquella actividad económica giró el vivir cotidiano de la sociedad magallánica por más de medio siglo, desde términos del siglo XIX hasta mediados del XX, dando lugar a un período de notable auge y crecimiento económico, social y cultural.

Los inicios de la ganadería en territorio magallánico se remontan hacia el año 1876, cuando el gobernador de la región de Magallanes, Diego Dublé Almeida, viajó a las islas Malvinas por una partida de 300 ovejas, que más tarde fueron vendidas al colono inglés Enrique Reynard, considerado como uno de los pioneros de la ganadería lanar magallánica. El destino de estas ovejas fue la Isla Isabel. Más tarde, en 1878 un segundo pionero, Cruz Daniel Ramírez, destinó un centenar de ovinos a la Isla Magdalena, pero su intento por lograr una aclimatación de los animales ovinos y las dimensiones insuficientes de la isla provocó un resultado negativo.

A inicios de 1878 se realizó un tercer intento por parte del colono francés Marius Andrieu, quien solicitó al gobernador Carlos Wood, una partida de 700 ovejas traídas desde las islas Malvinas, además de una concesión de 2.500 hectáreas, más una dotación de ovinos extra, de esta forma empezaría a surgir en "San Gregorio" el primer establecimiento pastoril en Magallanes. Hacia el año 1887 se asentaba la primera crianza ovina en la isla grande de Tierra del Fuego, que en sus primeros ensayos tuvo mayores dificultades por el constante robo efectuado por originarios de la zona, los denominados Selk'nam.

La ganadería para aquel entonces empezó a conformarse como la base sólida sobre la que se asentaba el progreso de la región, además de generar grandes riquezas y estabilidad económica. Era tanta la dedicación al rubro pecuario, que todas las demás actividades económicas de la región giraban en torno a la actividad pecuaria y sus derivados, considerando las graserías, producción de cueros, lanas y otros productos varios. Para el año 1910 la dotación sobrepasaba los 2.000.000 de ovinos, la mitad de la existente en el país.

c.1).- "El proceso latifundista y la concentración de grandes capitales".

La economía pecuaria desarrollada en territorio magallánico constituyó por más de medio siglo la principal actividad económica de la región. Sin embargo, hay que considerar que la mayoría de las tierras aptas para el pastoreo y la mayor cantidad de animales ovinos se concentraron en grandes sociedades o bien en capitales de empresarios y comerciantes de Magallanes, destacando las enormes posesiones que llegó a obtener Mauricio y Sara Braun, esta última gracias a la enorme herencia recibida de su esposo José Nogueira. Además, hay que considerar la monumental propiedad económica que alcanzó a poseer José Menéndez gracias a la

producción pecuaria y sus derivados, amén de sus otros rubros comerciales y mercantiles.

Lo que evidencia claramente el proceso latifundista en la región de Magallanes son las asignaciones o concesiones que se le otorgaron a los empresarios a manera de arrendamientos en territorios aptos para el pastoreo. Cabe destacar el hecho de que ya para el año 1889 el Presidente de la República Manuel Balmaceda y el ministro de colonización entregaban en concesión la impresionante suma de ¡1.000.009! hectáreas a José Nogueira, hacia el litoral del estrecho. Ello era un signo claro del latifundio como principal forma económica de la explotación pecuaria. Otro claro ejemplo de este proceso es la formación de la Sociedad Explotadora de Tierra del Fuego (S.E.T.F.), creada en el año 1893 con capitales de importantes accionistas, entre los que se contaban Mauricio y Sara Braun y José Menéndez. Esta sociedad alcanzó a poseer un impresionante dominio fundiario, ya consolidado para el año 1910. Entre los años 1902-05 se subastan los territorios en arrendamiento en la localidad de Última Esperanza, siendo precisamente la S.E.T.F. a través de los geniales movimientos de su presidente el Sr. Mac Clelland, quien adquirió casi la totalidad de los terrenos subastados. De esta forma hacia 1907 esta gran empresa ocupaba el 95% de las tierras de Última Esperanza, existiendo sólo tres propietarios no latifundarios, es decir, propietarios particulares. Para el año 1910 se producía la época cenital de esta gran empresa, llegando a poseer más de 3.000.000 de Has. y una gran dotación de ovinos.

Como lo estima el historiador regional Mateo Martinic B., para el año 1920 la concentración de las tierras radicaba en solo 16 entidades, abarcando cerca del 98% de las tierras aptas para el pastoreo, y solo 3 personas tenían campos particulares, es decir, menor a 10.000 hectáreas, lo que refleja el

aspecto marginador y retardatorio del proceso, afectando en la colonización y asentamiento poblacional.

c.2).- “Los grandes capitales de la economía pecuaria”

Es sabido que la concentración de las tierras aptas para el pastoreo se desarrolló en manos de grandes empresarios y comerciantes, amén de las impresionantes sociedades fundiarias que se establecieron en territorio magallánico para lucrar de la economía pecuaria y sus derivados. Es gracias a ellos que durante la época de auge y progreso de la ganadería se instalaron una infinidad de entidades: graserías, curtidurías, frigoríficos, estancias, sociedades industriales, entre otras. Sin embargo, una mención especial merecen aquellos individuos que producto de su hábil manejo empresarial lograron hacer fama y fortuna en gran proporción, contribuyendo al adelanto y progreso regionales.

El historiador Mateo Martinic B. los divide en dos grupos: Los Braun Hamburger y los Menéndez Behety, siendo estos grupos poseedores de cerca del 80% del ecúmene magallánico para la época cenit de la ganadería, hacia el año 1910, con más de 2.500.000 hectáreas y similar número de ovinos. Además, poseían más de la mitad de las acciones del imperio ganadero de la época, nos referimos a la conocida Sociedad Explotadora de Tierra del Fuego (S.E.T.F.).

Uno de los personajes que mayor fortuna logró acumular gracias a la producción pecuaria fue el inmigrante de origen español José Menéndez, propietario de la mayor cantidad de tierras y ganados en Magallanes, además de cuantiosos establecimientos en la Patagonia argentina. Era el primer accionista de la “Cia. Frigorífica de la Patagonia” (Frigorífico de San Gregorio o Puerto Sara), contaba además con un gran porcentaje accionario

de la "Sociedad Explotadora de Tierra del Fuego". En el año 1911 crea la "Sociedad Menéndez Behety", que junto a sus hijos hizo progresar en gran medida. La gran sobriedad económica que alcanzó este personaje producto de la multitud de sus empresas le valió el apodo de "Rey de la Patagonia", conocido a nivel sudamericano e incluso mundial. Luego de su muerte, en el año 1918, se produjo la migración de gran parte de la familia Menéndez, principalmente hacia el sector central de Chile y sectores de la Patagonia argentina.

Otro personaje de gran preponderancia en el rubro fue el inmigrante portugués José Nogueira. Es sabida la impresionante concesión entregada por el estado chileno hacia 1898, que llegaba a más de 1.000.000 de hectáreas. Después de su muerte heredó las tierras y fortuna a su esposa Sara Braun Hamburger, quien administró las posesiones junto a su hermano Mauricio Braun. Ella actuará como cabeza de la "Sociedad Anónima Ganadera y Comercial Sara Braun", de carácter familiar, empresa que le proporcionó importantes ingresos.

Sara y Mauricio Braun llegaron a poseer grandes propiedades y acciones en establecimientos chilenos y argentinos, al igual que José Menéndez abarcaban un gran porcentaje accionario de la S.E.T.F., además de ser propietarios de la "Sociedad Exportadora e Importadora de la Patagonia". El hábil manejo empresarial de Mauricio Braun le llevará a instalar empresas en los más variados rubros: comerciales, navieras, ganaderas (en mayor proporción), industriales, entre otras, siendo apodado como el "Morgan Sudamericano".

Estos personajes fueron retrato vivo del enorme progreso y adelanto que se generaba en Magallanes por aquellos años, debido principalmente a la navegación marítima mercante y el enorme auge que alcanzaba la ganadería

lanar y sus derivados, contribuyendo a la época dorada de Magallanes, período de crecimiento y progreso social, económico y cultural.

3).- “Los años dorados de la región de Magallanes”.

Cuando hablamos de la época dorada de Magallanes nos estamos remitiendo al período comprendido entre los años de 1905-1920, una época marcada por la bonanza económica, social y cultural, que sentarán los precedentes de una región firme y definida, cuya conformación poblacional, solidez económica y social permitirán hacer de Punta Arenas el centro hegemónico de la Patagonia, desarrollando de esta forma la estructura económica del territorio Sud-patagónico-fueguino.

Al arribar el comienzo del nuevo siglo en la región meridional de América (siglo XX) se hacía ver un panorama bastante auspicioso y promisorio, atrás había quedado el viejo villorrio pobre y prácticamente despoblado, mal edificado, poco conocido y desacreditado, Magallanes y más aún su capital regional se convertirían pronto en una población pujante y próspera al alero del esfuerzo y tenacidad de sus pobladores, iniciando de esta forma y por más de dos décadas una época de bonanza económica, social y cultural, caracterizada en todo el sur de América por los elevados guarismos de instrucción, vida societaria y cultura.

Uno de los aspectos más importantes que contribuirán de forma efectiva en este proceso de auge y adelanto serán las distintas medidas que realizarán los gobernadores de la joven colonia para desarrollar un proceso inmigratorio. En esta empresa uno de los más férreos defensores de la radicación de extranjeros en Magallanes, viendo el sendo progreso que se podría alcanzar será el gobernador y capitán de fragata Oscar Viel. Desde los inicios de su gestión se dedicó con entusiasmo y energía a tomar contacto con diferentes

agentes de colonización y países extranjeros con el fin de promover el establecimiento y radicación de emigrantes en la región, en especial Punta Arenas. El descubrimiento de oro aluvial en las islas australes para términos del siglo XIX y la fiebre aurífera que se generó por la extracción del dorado metal, además de la fama que comenzaba a mostrar Magallanes producto de la ganadería lanar y sus derivados y las posibilidades de ocupación y colonización ayudarán a la llegada y asentamiento de un gran número de contingentes europeos de las más variadas nacionalidades. Este proceso pronto dará un carácter distintivo e identitario a Punta Arenas, el sentido de "multietnicidad" que hará de la región una "Pequeña Babel" como la denominarán los extranjeros visitantes y nacionales de otras regiones, lo que otorgaba por demás a la sociedad magallánica una caracterización semejante a otros grupos de la vertiente atlántica americana.

El proceso de Inmigración que se desarrolló en la región de Magallanes constituyó una verdadera y singular mezcla étnica que se dio autónomamente a comparación del resto del territorio nacional e inclusive en todo el sur de América. Ella constituyó una sociedad definidamente pionera, donde el aporte de los europeos a nivel social, económico y cultural fue trascendental para la conformación de la colonización en el territorio magallánico y más propiamente distinguible en la capital regional.

Estos grupos entregarán a Magallanes un notable sentido de progreso, aportando su enorme sentido de laboriosidad, responsabilidad social, las más variadas técnicas de trabajo, además de su notable sentido de mutualismo, previsión social, ayuda de beneficencia, cultura e instrucción, ejerciendo un efecto moralizante hacia los demás grupos poblacionales. Todo ello contribuyó enormemente a la formación distintiva de la "sociedad magallánica", además de entregar un carácter propio a la comunidad que se encontraba en reciente formación.

Con ellos además se constituyó la base de la economía magallánica, nos referimos a la economía pecuaria y sus derivados (principalmente ovina), actividad predominante y columna vertebral de la economía regional hasta mediados del siglo XX. (1945-50). De esta forma poco a poco se cimentaba la base sólida sobre la cual crecía y progresaba la comunidad regional. Pronto fueron naciendo una serie de numerosos establecimientos comerciales, nuevas empresas pastoriles (colonizadoras) en la parte oriental de Magallanes, en los sectores de Última Esperanza y Tierra del Fuego, diversos astilleros, maestranzas, industrias mecánicas, graserías, frigoríficos, y múltiples empresas de servicios varios. Ello era un claro reflejo del dinamismo económico, social y cultural que experimentaba Magallanes por aquellos años y las exigencias naturales que demandaba su población en ciernes.

Junto a ello también se fueron introduciendo nuevas y diversas técnicas y sistemas de trabajo, que permitieron la evolución de las actividades y la construcción de importantes obras y edificaciones. Así, cabe destacar a los británicos en el campo de la ganadería principalmente ovina y sus áreas derivadas, o a los croatas e italianos en las actividades de navegación, tanto en sus materiales como en su tecnología, o bien a los alemanes en las áreas industriales, cervecerías, fabricaciones varias, comercio, negocios, entre otros. Todo ello si quiera sin hacer una debida referencia a la cantidad impresionante de instituciones de carácter benéfico, de caridad, de previsión social, de ahorros, entre otras muchas que dieron una elevada calidad de vida a los pobladores de la región magallánica.

Se aprecian además una serie de cualidades como la solidaridad, la sencillez del vivir cotidiano, (inclusive para sobrios comerciantes), el sentido de previsión, ahorro y la seguridad para la salud y la vejez (con las innumerables formaciones de sociedades de socorros mutuos, Cruz Roja,

entre otras), el gran sentido de superación y el notable aprecio por el progreso a través de la instrucción y la educación, fueron algunas de las cualidades que destacaron en la naciente sociedad magallánica una vez arribados estos numerosos grupos étnicos y su posterior relación con ellos.

Magallanes por tanto pasará a constituirse gracias al esfuerzo, laboriosidad y tenacidad de sus pobladores en una región altamente desarrollada, con importantes miras al progreso y futuro, entregando sus importantes capitales y aportes a la nación chilena, mostrando altos índices de calidad de vida (uno de los más altos del país), bienestar y progreso.

Como consecuencia directa del proceso de inmigración la densidad poblacional había experimentado una notoria evolución, de cerca de 1.000 almas para el año 1875, a prácticamente diecisiete veces más en el año 1907 según el censo oficial (17.330 personas).

Por su parte la crianza ovina alcanzaba su mayor auge y esplendor durante la primera década del siglo XX, llegando a superar las 2.000.000 de hectáreas ocupadas solo en los mejores terrenos de explotación pastoril e igual número de ovinos, más de la mitad existente en el territorio nacional. Con ello además culminaba el proceso de colonización y ocupación de terrenos marginales, preferentemente en el sector occidental y centro oriental de la región de Magallanes. La ganadería de por sí era la base sólida sobre la que se asentaba el progreso regional, el motor de crecimiento y adelanto que experimentaba la comunidad. Esta actividad corrió a parejas con el tráfico naviero mercantil, impulsando la navegación de cabotaje. “El movimiento naviero daba a Punta Arenas la condición de centro mercantil de la Patagonia aumentando grandemente su importancia, estimulando más su auge y crecimiento y afirmando sólidamente su hegemonía” (Martinic B., 2006).

De esta forma se fue configurando una vinculación de gran trascendencia entre el puerto de Punta Arenas y los barcos de procedencia europea que recalaban sin pauta durante la época en consideración, permitiendo de esta forma el abastecimiento comercial que exigía el dinamismo de la evolución territorial. Así fueron naciendo y evolucionando una infinidad de industrias y establecimientos comerciales que decían relación con la creciente demanda interior de la población, atendiendo de esta forma los ramos de la más variada índole: metalúrgicos, madereros, de alimentos y bebidas, y de manufacturas diversas, que a su vez hacían posible el desenvolvimiento de otras ramas de la economía regional, entre ellas algunos laboreos de arenas auríferas en sectores de Tierra del Fuego (pequeño poblado de Porvenir), Última Esperanza y Península de Brunswick, explotaciones menores de carbón (Mina Loreto, Punta Arenas), cobre (Cutter Cove) y sondeos petrolíferos que iniciaba de forma incipiente pero eficaz con el correr del tiempo el colono francés Alejo Marcou.

Inmediatamente y como razón directa del auge y progreso vivido se instalaron una multitud de instituciones sociales y culturales, las que superaban el centenar y medio, considerando que a comienzos de siglo sólo llegaban a veintidós, entre ellas cabe destacar la formación de bancos, escuelas y liceos fiscales, guardia cívica e instituciones bomberiles, sociedades de beneficencia y socorros mutuos, sociedades filantrópicas y de servicios, organizaciones deportivas, sociedades religiosas, sociedades obreras, organizaciones culturales y artísticas, diarios locales (prensa), lugares de entretención cívica, entre otros muchos.

Sin embargo entrado el último año de anteguerra, es decir 1913, se marcará un receso en la economía y adelanto territorial y una franca declinación iniciada la segunda década del siglo XX. Son varios los acontecimientos que

causaron esta baja en la economía de Magallanes. En primer lugar se tiene la medida dispuesta por el Presidente de la República Ramón Barros Luco, auspiciadas por personal administrativo, parlamentarios y entidades privadas como la Sociedad de Fomento Fabril, que decía relación con la instalación de servicio aduanero en Punta Arenas (1912), lo que provocará en pocos años una baja considerable en la internación de artículos de primera necesidad, la disminución del comercio y tránsito naviero regular entre la Patagonia y Tierra del Fuego y la pérdida de la hegemonía de Punta Arenas como centro comercial de las regiones del sur de América, a lo que se sumaba el encarecimiento de la vida y el malestar generalizado de sus pobladores que con tanto esfuerzo habían defendido sus intereses y la nacionalidad chilena en el extremo austral. Años más tarde se hacía sentir la dependencia económica internacional, al producirse el estallido de la conflagración bélica mundial. La Gran Guerra Europea (1914-1918) tendrá directa relación con la baja ostensible de naves procedentes del extranjero, las que disminuyeron de cerca de 1.539 antes de 1913, es decir casi cuatro naves ingresadas por día, a 152 ingresadas en el primer semestre del año 1914 y prácticamente cero para el primer semestre de 1918, repercutiendo directamente en el tráfico naviero y en la internación de productos, además de provocar una carestía general de alimentos y la vida de la población en general. Al término del conflicto bélico se harán sentir además las consecuencias de la apertura del "Canal de Panamá" y su consiguiente disminución mercante y naviera. Para cerrar este cuadro recesivo se tiene la medida proteccionista tomada por el gobierno argentino para fomentar el desarrollo productivo de su economía, cerrando prácticamente el mercado a productos de origen extranjero, entre los que figuraban en gran proporción aquellos exportados por Magallanes. Además se cuentan el inicio de las protestas y huelgas que desarrollaron los trabajadores de las estancias durante 1919-1920 vistas las condiciones precarias de vida, la saturación ocupacional, la disminución en los sueldos y la carestía de los alimentos de

primera necesidad (leche, pan, carne, azúcar, entre otros), los que se elevaban a más de un 144%, constituyendo alguno de ellos en su dieta, por ejemplo la carne o la leche, un verdadero manjar en sus mesas. Pese a ello las bases de la transformación económica, social y cultural ya habían echado raíces y establecido sendo progreso y adelanto territoriales.

Solo nos resta decir que la época dorada que vivió nuestra región fue un proceso "autogenerado", la evolución y el adelanto y progreso territoriales fueron obra del esfuerzo, creatividad, pujanza y tenacidad de los hijos de Magallanes, la apertura de instituciones societarias y culturales y el sentido de ayuda y mutualidad son características que honran a su población y a sus generaciones actuales, las medidas que tomaron sus autoridades dentro de esta época como el decreto de "instrucción primaria obligatoria" hacia 1900, adelantándose casi veinte años al decreto nacional, o bien el adelanto de higiene y salud públicas con la instalación de agua potable y luz eléctrica (construcción de alumbrado público eléctrico, 1898) o la creación del "Cuerpo de Asistencia Pública" (1903) primero en su ramo a nivel nacional, sentando las bases para la posterior creación de la Cruz Roja. El definido estilo arquitectónico europeo fue otro rasgo distintivo, todos dieron a Magallanes un estilo e identidad propios, formando las bases para la transformación de su economía, sociedad y cultura, una época que no tiene parangón alguno en nuestra historia y evolución económica regional.

III).- “Marco Metodológico: Especificaciones conceptuales”

La siguiente investigación es de tipo “bibliográfica”, enmarcada en un modo documental, la cual se inscribe dentro de un diseño exploratorio y descriptivo. La primera de ellas se debe a que no se tiene un estudio previo relacionado al tema a investigar, por lo cual se va a requerir de indagaciones que nos aproximen al tema en cuestión. En general, las investigaciones de tipo exploratorio pretenden entregar una visión generalizada del fenómeno a tratar, el cual ha sido poco explorado o reconocido por los investigadores. Y descriptiva, por el hecho de que describiremos, de manera sistemática, algunos elementos pertenecientes a la época dorada de Magallanes (1905-1920) y desde esta temática se analizará la importancia de la especialización comercial y el comercio de importación en la región de Magallanes para el lapso 1900-1916, de forma de conocer el cuadro general de casas comerciales importadoras existentes para la época, clasificación de bienes y productos comerciados, procedencia de los artículos y especialización comercial, ya sea mayorista o de comercio general o bien minorista o comercio al detalle. En definitiva “los estudios descriptivos buscan especificar las propiedades importantes de personas, grupos, comunidades o cualquier otro fenómeno que sea sometido a análisis” (Roa y Garcés, 2005).

El principal medio de recopilación de la información es dado por el diario local “El Comercio” de Punta Arenas, diario fundado en la primera década del siglo XX (1900), a través del cual se extrae los diferentes avisos publicitarios desarrollados por las casas comerciales de importación existentes a la fecha en estudio. Desde esta fuente se obtiene la mayor parte de la investigación, ya que el “avisaje comercial” de la época nos entrega absolutamente todos los datos requeridos en el presente estudio: las principales casas importadoras existentes entre 1900-1916, la especialización comercial de cada una de ellas, los principales productos importados y su procedencia y el

carácter, modelo y estilo de los diferentes avisos publicitarios desarrollados en la época. Con ello además se pretende formar una breve y modesta “guía comercial” basada en el avisaje comercial entre 1900-1916 para conocer y comprender la trascendencia que jugó el comercio de importación para la región de Magallanes, muestra clara del aumento demográfico de la población y las comunes necesidades y demandas que iba desarrollando como respuesta al dinamismo económico, social y cultural que la posesionaba, en especial Puntas Arenas, como centro hegemónico de los territorios Sud-patagónico-fueguinos.

En el marco teórico de la investigación se utilizará mayormente la búsqueda bibliográfica, la cual se define como un “conjunto de técnicas y estrategias que se emplean para localizar, identificar y acceder a aquellos documentos que contienen la información pertinente para la investigación” (El método de investigación bibliográfica, 2000). Entonces, en conjunto, búsqueda bibliográfica y diario local “EL Comercio”, además de las tablas estadísticas y conclusiones en limpio que pueda desarrollar el autor, conformarán la base y estructura de la presente investigación.

IV).- “El comercio en la región de Magallanes (1843-1906)”

Desde la toma de posesión del estrecho de Magallanes a nombre de la República de Chile y con ello el postrer establecimiento soberano de la región meridional de la Patagonia, territorio e islas adyacentes, el Estado procuraba el desarrollo de una política de integración económica y territorial, que más tarde proseguiría en la región de los Lagos fomentando la colonización alemana (1851-53), luego con la anexión territorial de las Provincias de Tarapacá y Antofagasta tras la Guerra del Pacífico (1879), la colonización de Aysén en los principios del siglo XX y la Incorporación de la Araucanía en la década de los ochenta (1880). Sin embargo las acertadas medidas tomadas y desarrolladas por los gobiernos siguientes y considerando la prosperidad económica que generaba el norte de nuestro país, poco a poco fue relegando y olvidando la existencia de la población instalada en el confín austral americano. Su gente de temple airoso, carácter firme y esforzado, sumado a la llegada de uno que otro inmigrante, fueron conformando el rústico poblado del sur de América. Debido a problemas con autoridades centrales que decían relación con el atraso en el envío de las provisiones y el robo de gran parte de ellas en su trayecto, el envío de rufianes, militares y confinados políticos a cumplir relegación, sumado a otros problemas de carácter geográfico, hicieron que los gobiernos coloniales tomaran medidas en el asunto. Será gracias a la iniciativa y espíritu creador de José de los Santos Mardones en conjunto al activo padre de la colonia Domingo Pasolini, quienes trasladarán el fortín defensivo (Fuerte Bulnes) unos cuantos kilómetros más al norte, en lo que el inglés Jhon Narborough bautizara siglos antes como “Sandy Point” o Punta Arenosa, más tarde Punta Arenas, ciudad fundada en diciembre de 1848.

La falta de alimentos y provisiones que pudieran satisfacer las necesidades de su reducida pero enérgica población originó pronto un incipiente tráfico de

productos con los aborígenes del sector, los históricos Aónikenk (tehuelches), quienes en sus comunes recaladas en la colonia de Punta Arenas aprovechaban la ocasión para desarrollar el comercio de "trueque" en común acuerdo con sus pobladores. El tráfico de mercaderías consistía en el intercambio de pieles de guanaco, coruro, zorro o avestruz, carne de guanaco, y huevos, quienes con soltura entregaban a los colonos a cambio de un trueque de "vicios", es decir, tabaco, yerba mate, azúcar, baratijas (artículos brillantes) y posteriormente el licor, en preferencia aguardiente, que más de algún problema traería a la sufrida colonia. El contacto con la indiada tehuelche servía por demás para mantener tratos amistosos y pacíficos proveyendo cualquier intento de conflicto armado y como designio político, ante cualquier intromisión de la nación Argentina sobre los territorios soberanos de la República de Chile.

Sin embargo producto de los infructuosos y lamentables acontecimientos producidos en noviembre de 1851, cuando el motín de Miguel José Cambiazo despobló prácticamente la joven colonia y rompió los lazos con los aborígenes al matar a algunos individuos que merodeaban por el sector cuando estalló el suceso, pronto se fue reestableciendo la colonia y retomando nuevamente su postrer camino hacia el adelanto territorial.

El movimiento marítimo desde término de la década de los cincuenta y comienzos de los sesenta transcurría de forma lenta, llegaba a los trece barcos anuales, con lo que los intercambios comerciales y la especialización de productos o casas comerciales eran prácticamente nulos. La mayoría de las naves no recalaba en la joven colonia de ultramar, vista su insignificancia y pobre desarrollo material y económico. Un cierto repunte sin embargo se dio para comienzos de la década siguiente, cuando algunas incursiones de arriesgados e intrépidos loberos se internaban en las gélidas aguas sub-antárticas y del bravío sector archipelágico occidental del estrecho de

Magallanes para cazar lobos de uno y dos pelos, los cuales para la época alcanzaban nada despreciable sumas de dinero en los mercados europeos. Uno de los personajes que destacará en esta empresa será el portugués José Nogueira, quien llegado hacia 1866 inició pronto una vasta seguidilla de laboreos y empresas en los más variados rubros. Para términos de la década de los sesenta existía entonces algún comercio de productos básicos relacionados con la navegación, cueros de animales (lobos de uno y dos pelos, nutrias, focas), grasa animal, cuerdas, cáñamos y otros artículos para marineros. A ello se sumaba algún interés por la explotación de carbón y mineral aluvial en el sector centro oriental de Magallanes y algunos parajes continentales de Tierra del Fuego, y las ya conocidas pieles de animales, plumas, carne y huevos intercambiados con los aborígenes. Estas actividades poco a poco fueron generando el surgimiento de la economía territorial.

Hasta la fecha el comercio interno se reducía solo a algunos despachos o tiendas de menor porte que expendían productos alimenticios de necesidad primaria, la especialización comercial no existía y los rendimientos o ganancias por conceptos comerciales eran muy reducidos. Para 1869 se registraban un despacho de productos navieros de Luis Piedra Buena, una pequeña tienda que poseía el herrero Guillermo Bloom y el recién instalado almacén de la firma de Valparaíso de "Schroeder Hermanos", considerado con propiedad el primer establecimiento que merecería el nombre de almacén.

Sin embargo a partir de la década de los setenta y más aún desde los ochenta en adelante la prosperidad y el auge y adelanto que empezaba a generar la joven colonia harán de Magallanes, en particular su capital regional, un emporio comercial desde donde afluirán los más variados productos y objetos, teniendo como centro de autoabastecimiento al Viejo

Mundo. Entre las razones que explican aquel progresivo despliegue comercial y evolución económica se debe considerar en primera instancia las atinadas medidas político-administrativas dispuestas por el gobierno del Presidente José Joaquín Pérez para el año 1868, las cuales permitieron el comienzo de la navegación marítima mercante a gran escala por el estrecho de Magallanes y el numeroso arribo de contingentes de procedencia europea.

La primera medida se dictó el 13 de julio de 1868, por la cual se otorgaba a Punta Arenas la condición de "puerto menor". Más tarde, el 21 de septiembre del mismo año y complementando la primera, se declaraba a Punta Arenas como "puerto libre", es decir, no sujeta a regulaciones aduaneras. Ello trajo directamente el aumento de las naves que recalaban regularmente por el estrecho de Magallanes y el consiguiente aumento en el comercio local.

Sin embargo la medida más auspiciosa fue el nombramiento del nuevo gobernador de la colonia, capitán de fragata Oscar Viel, personaje cuyas miras progresistas y acérrimo defensor de los intereses de la República soberana en la Patagonia, permitirán la formación definitiva de la estructura poblacional de Punta Arenas, al gestionar decidida y enconadamente el arribo de gente industriosa y creativa, permitiendo el asentamiento y colonización de inmigrantes europeos de diferente procedencia en el meridión americano, a más de entregarle a la capital regional un estilo arquitectónico y urbanístico distintivo e identitario, favoreciendo además la recalada de cuanta nave ingresaba por las aguas australes del sur de América. Se iniciaba así una nueva etapa en la historia regional, donde el adelanto y progreso regionales será la tónica del diario vivir en las más variadas áreas.

Luego del septenio gubernativo de Oscar Viel asumirá el gobierno colonial el sargento mayor Diego Dublé Almeida. Su importancia radica en la

introducción histórica de las 300 ovejas traídas desde las islas Malvinas hacia términos de 1876 y con ello el nacimiento de la economía pecuaria, actividad preponderante que por más de medio siglo se constituirá como la base sólida sobre la que girará el porvenir y progreso regional. Pronto la dedicación al rubro pecuario, principalmente ovino y sus derivados irá ocupando los territorios marginales de Magallanes, permitiendo con ello la ocupación territorial y la evolución económica regional, centrada en el nacimiento de una infinidad de instituciones asociadas al rubro: industrias, graserías, curtidurías, estancias, frigoríficos y el debido comercio que pronto se empezará a especializar en el ramo pecuario, es decir, compra y venta de productos asociados con la ganadería. El enorme progreso económico que desarrollaba por aquellos años la ganadería lanar y sus derivados, sumado a la noticia del descubrimiento de oro en las islas australes del canal Beagle, originaron pronto una oleada de inmigrantes que llegaron a Magallanes, en especial su capital regional, en búsqueda de estabilidad económica, progreso social y ansias de aventuras los menos, surgiendo de esta forma y al alero de los pioneros un acelerado ritmo de vida caracterizado por el auge y adelanto no solo económico, sino también social y cultural.

Este era el panorama de por sí alentador para términos del siglo XIX y comienzos del siglo XX. El comercio y la especialización comercial fueron naciendo y evolucionando producto del dinamismo que experimentaba la sociedad magallánica, demandando como necesidad básica una serie de productos para su uso y consumo, visto su notable auge y el consiguiente crecimiento demográfico, que ya para el período en cuestión llegaba a más de 5.000 almas para la totalidad del territorio magallánico, siendo para Punta Arenas cerca de 3.200 personas según el censo oficial, lo que evidenciaba el aumento poblacional cuadruplicando la cifra en una década. Para aquella época se desenvolvían en Punta Arenas varios almacenes bien constituidos, dedicándose al rubro de exportación, importación y distribución de

mercaderías generales, algunos de ellos con algún grado mínimo de especialización. Es dable nombrar al ya consignado como primer almacén de la firma de Schroeder Hnos. (1869), posteriormente se habían animado en el rubro el armador portugués José Nogueira, quien con los capitales obtenidos en el negocio de venta de pieles de lobos de uno y dos pelos (lobos marinos de piel fina) pudo abrir un negocio de ramos generales y gracias a su hábil manejo empresarial y sentido creativo pronto logró constituirse como el principal comerciante de la localidad. Más tarde, entre los años 1887-1893 seguirá en el rubro junto a su ahora socio Gastón Blanchard, en la empresa Nogueira & Blanchard de ramos generales, pero que como es sabido destacará por su sobriedad económica en la navegación marítima mercante, abriendo paso a las recaladas habituales entre el puerto de Valparaíso y Europa, principalmente Inglaterra. Más tarde cederá los derechos a Mauricio Braun y Juan Blanchard en la sucesora Braun & Blanchard, una de las empresas navieras más progresistas instaladas en Punta Arenas.

Otros establecimientos o más bien “despachos” de mercaderías eran tenidos por Guillermo Bloom, Francisco H. Meidell, Enrique Reynard (pionero de la ganadería lanar) y José Menéndez, todos pioneros que entregarán su fuerza de trabajo, ingenio y capacidad creativa para el progreso regional.

Este era el panorama económico característico y el origen y desarrollo del comercio y la escasa especialización comercial que se había desarrollado en la región de Magallanes, en especial consideración Punta Arenas, desde el establecimiento soberano por parte de la República de Chile hasta entrado el siglo XX. Si bien el comercio de importación no había tenido mayores variaciones en la economía territorial, y las demás ramas asociadas a la economía productiva iniciaban una época de esplendor, destaca el hecho de haber sido un proceso absolutamente autónomo, de “autogeneración”, donde

el esfuerzo industrioso y la capacidad creativa de los pioneros había sido trascendental y con ello se había establecido la base para el posterior desarrollo de una época dorada, que iniciado el siglo XX y por más de dos décadas conformará la estructura poblacional de la región meridional, sentará las bases para la transformación de la economía y entregará a su comunidad rasgos distintivos e identitarios, no superado y sin parangón alguno en nuestra historia regional.

En el siguiente capítulo se pretende entregar una visión sinóptica del período en cuestión, analizando a grandes rasgos la evolución del comercio de importación a través de una tabla comparativa, para posteriormente destacar las características y la especialización comercial desarrollada en Magallanes durante el período de los años dorados, desarrollando el análisis respectivo a través del avisaje publicitario expresado y contenido en el diario El Comercio de Punta Arenas entre el lapso 1900-1916.

V).- “La especialización comercial y el comercio de importación en Magallanes durante 1900-1916 en base al avisaje comercial contenido en el diario local El Comercio”

Como se ha venido tratando en capítulos anteriores, la especialización comercial y el comercio de importación fueron desarrollándose como muestra del dinamismo que experimentaba la economía regional desde la década de los ochenta, de allí en adelante y hasta bien entrada la segunda década del siglo XX se observará un proceso de singulares características, donde la evolución económica de la mano de la ganadería ovina y el tráfico marítimo mercante y gracias al empuje de su población y la iniciativa y sentido de progreso de los pioneros, harán de Punta Arenas la colonia madre del sur americano, siendo el centro hegemónico de los territorios sud-patagónico-fueguinos, inclusive fomentando el progreso de territorios de la Patagonia argentina (que antes hubiesen pertenecido a Chile), un fenómeno sin precedentes en la historia de nuestro territorio nacional.

El comercio fue de esta forma clave en el desarrollo territorial, su auge y adelanto fueron viva imagen de las comunes necesidades que iban apareciendo con el aumento poblacional y evolución territorial, ello queda de manifiesto cuando analizamos la reducida información existente en la materia y uno que otro cuadro estadístico que así lo ilustra. Para desarrollar una visión panorámica más amplia sobre las importaciones y el nivel monetario que representaban, presentamos el siguiente cuadro estadístico, que trata de graficar la evolución de las internaciones e importaciones en la región de Magallanes entre 1868 y 1912.

- Cuadro en formato B. 2008. Consultado en línea en Internet en Punta Arenas (1991-1993). Magallanes en 1975 (M. Jorjani, para los años 1810-1912).

“Movimiento mercantil de Magallanes” (1869-1900)

AÑOS	INTERNACIÓN
1869-70	\$ 25.607
1870-71	\$ 32.538
1871-72	\$ 46.802
1872-73	\$ 48.434
1874-75	\$ 124.280
1875-76	\$ 132.870
1876-77	\$ 125.860
1877-78	\$ 108.358
1878-79	\$ 125.698
1879-80	\$ 145.223
1880	\$ 224.539
1885	\$ 661.426
1892	\$ 1.164.138
1896	\$ 3.374.220
1900	\$ 5.000.000

- El gráfico expone las internaciones de artículos nacionales y la importación propiamente tal. (Citado en Martinic B., 2006).

“Comercio de Magallanes 1901-1912”

AÑOS	IMPORTACIÓN
1901	\$ 2.674.220
1902	\$ 3.033.914
1903	\$ 3.920.048
1904	\$ 5.636.114
1905	\$ 5.077.741
1906	\$ 10.296.993
1907	\$ 10.097.446
1908	\$ 6.187.139
1909	\$ 7.485.326
1910	\$ 9.238.830
1911	\$ 10.812.080
1912	\$ 10.284.357

- Citado en Martinic B., 2006. Consulado Imperial de Alemania en Punta Arenas (1901-1909). Magallanes en 1925 (M. Zorrilla), para los años 1910-1912.

El primer gráfico demuestra las características que hemos tratado hasta el presente, es decir, la nula presencia de casas comerciales y por ende comercio de importación desde el establecimiento soberano de la República de Chile hasta prácticamente términos de la década de los sesenta. Sin embargo demuestra una leve mejoría producida por la internación de productos y artículos de origen nacional (en su mayoría) desde 1874, para reapuntar enormemente desde la década de los ochenta. Si bien las cifras representan guarismos elevados desde 1880 en adelante hace referencia a la internación en mayor medida de artículos procedentes del centro de nuestro país, debido a ello cuando observamos el segundo gráfico las cifras tienen a disminuir para los años 1901-1903, ya que el gráfico que representa el comercio de importación entre 1901-1912 solo enmarca el comercio importado desde el extranjero, principalmente Inglaterra, Alemania, Argentina, Estados Unidos y en menor medida otros países americanos y de continentes africanos y asiáticos.

Observando el segundo gráfico se puede deducir e inducir entonces que el comercio de importación entre 1901-1912 estaba orientado en un mayor porcentaje hacia el extranjero, principalmente a países del Viejo Mundo, incrementándose sostenidamente entre 1901 y 1907 con cifras al alza constante, para luego presentar una leve declinación entre 1908-1909 y luego continuar al alza, alcanzando su máxima cifra en el año 1911, que superaba los diez millones y medio de pesos oro. De esta forma lo expone Martinic B. cuando resume el comercio de importación para la región de Magallanes: "Se estima que en el lapso 1910-1920 la importación creció en un 71,8% pero no fue un alza constante ya que entre 1914-1916 tuvo una prolongada caída producto del conflicto bélico mundial que restringió severamente la navegación mercante oceánica. Sin embargo y como contrapartida sería favorable al incrementar el comercio de internación en idéntico lapso, y luego a contar de 1918 subiría diecisiete veces (1605%), lo

que provocará que por vez primera en el año 1917 el comercio de internación supere al procedente del exterior en la historia mercantil regional” (Martinic B., 2006).

Ante la ausencia de estadísticas posteriores se infiere que la cifra correspondiente a importaciones a partir de 1912 debió haber presentado una leve recesión a causa de la instalación de la Aduana en Punta Arenas, para posteriormente desde 1914-1920 presentar una franca declinación de carácter progresivo, que sumados al estallido de la Gran Guerra Europea, la apertura del Canal de Panamá, las medidas proteccionistas del gobierno argentino en contra de la internación de productos extranjeros y los malestares sociales por la tenencia territorial de los campos en arrendamiento a las grandes sociedades ganaderas, y las consiguientes manifestaciones sociales, no podrán revertir la situación, la cuál no tendrá mejoras futuras. Ello se hacía manifiesto al declinar la época de progreso económico, social y cultural que hemos caracterizado como la época dorada de Magallanes, nos resta desde ahora introducirnos directamente en las casas comerciales de importación existentes en Magallanes para 1900-1916, los artículos importados y su origen de procedencia y la clasificación correspondiente de cada uno de ellos según hemos definido en el marco conceptual. Ello como se ha dicho se desarrolla en base al avisaje publicitario desarrollado por las propias casas comerciales presenten en Punta Arenas entre el período consignado.

5.1).- “Casas comerciales existentes entre 1900-1916 según avisaje publicitario contenido en el diario El Comercio, Punta Arenas y clasificación según productos importados y ofrecidos” (Clasificación del Autor)

Si observamos el censo ordenado levantar por la Junta de Alcaldes de Magallanes para el período en estudio, se obtiene que en 1914 se había registrado un total de 422 establecimientos destinados a la distribución al por mayor y menor y otros servicios varios, es decir en la época de mayor auge económico, para llegar a superar los 800 establecimientos entrado el año 1916. Ante estas consideraciones señalamos que el presente estudio maneja cifras menores en cuanto a presencia de establecimientos comerciales, ello queda de manifiesto si consideramos que no todas las casas importadoras ya sea mayoristas o al detalle emitían avisaje comercial, muchas de ellas poseían tal austeridad y su presencia en la capital regional era tan obvia que simplemente se ahorraban la publicación de avisos comerciales, ejemplo de ello fueron las casas comerciales importadoras y exportadoras relacionadas con la producción pecuaria y sus derivados, cuyos dueños eran poseedores de grandes cantidades de acciones y detentaban el grueso del ecúmene pastoril, fue el caso de la casa comercial de José Menéndez, Braun & Blanchard, Rodolfo Stubenrauch, Sociedad Anónima Ganadera y Comercial Sara Braun, José Montes (solo por nombrar algunos), por ende se remitían a omitir la publicidad y ofrecer sus productos con avisos elegantes, alegres y llamativos solo muy de vez en cuando, prácticamente no se daban aquel lujo, como sí lo hacían por ejemplo la casa inglesa de L. L. Jacobs, Máximo Gilli, A. Hunter y Cia., A. W. Scott, Stuver y Cia., entre otros, aspectos que se analizarán en detalle en los próximos capítulos.

“La Especialización Comercial y el Comercio de Importación en Magallanes entre 1900 y 1916” (Fuente: Diario El Comercio, Punta Arenas-Revisión del Autor según avisos publicitarios de la época)”

COMERCIO DE ALIMENTOS	FRUTAS Y VERDURAS	LÁCTEOS	ARTÍCULOS RELACIÓN GANADERÍA	DECORACIÓN, VESTUARIO Y CALZADO
Rothenburg y Petersen	E. Segalerva y Cia.	Julio Brockelman	Stubenrauch y Cia.	Dobree y Cia.
Dobree y Cia.	Máximo Gilli	José Menéndez	Hunter y Cia.	Thiessen y Cia.
Heede y Glimman (-)	Braun & Blanchard	Pisano y Foggie	José Menéndez	Casa Inglesa de L. L. Jacobs
Stubenrauch y Cia.	José M. Mullet	Stuven y Cia	Máximo Gilli	Máximo Gilli
E. Segalerva y Cia.	Detaille, Henkes y Cia.	Charles Williams	Hamilton & Saunders/Ramsay, Bellamy y Co.	A. W. Scott y Cia.
Casa Inglesa de L. L. Jacobs (-)	Molfino Hermanos-Valparaíso	Dragicevich Hrnos.	Schmidt y Cia (grasería)	La Casa de Fierro de J. Bigorra
Máximo Gilli	De Bruyne Osenbrug	Juan Pablo Durand (Porvenir)	W. Meidell	L. G. Dobree-Sucesor de Waaits y Cia.
A. Hunter y Cia.	Pourget y Lemaitre	Romualdo Romualdi(-)	P. Van Peborgh-G. & C. Kreglinger	Tienda de calzado La Elegancia
Stuven y Cia.	Dragicevich Hrnos.	Pasinovich y Bois de Chesne	De Bruyne Osenbrug	Julio Brockelman
Rivera, Iglesias y Zaldivar	Rollan Cirelluelo y Cia.	Rollan Cirelluelo y Cia.	Wahlen y Cia.	De Bruyne Osenbrug
L. G. Dobree-Sucesor de Waaits y Cia.	Pisano Riccardi & Cia.	José Pasinovich	G. Douglas y Co. (grasería Río Verde)	Stuven y Cia
José Pasinovich	G. Penalver-La Portaña	Jacinto Zaldivar	Braun & Blanchard	A. Hunter y Cia.
Pisano, Ricardi y Cia	Frutería La Estrella Tricolor	Jerónimo Martinich		Pourget y Lemaitre
José M. Mulet	P. Van Peborgh	Cipriano Fojo	Hengstenberg y Co.-Valparaíso	Charles Williams
	S. M. Bianco (-)	Alvarez Hnos.	Jorge Watts	Juan Pablo Durand (Porvenir)
Julio Brockelman	Alvarez Hnos.	M. Lachelli		Mme. Santucci-Nouveau Paris
De Bruyne Osenbrug	Wiegand y Cia.	El Condor-Baratta y Marcenaro		Rivera, Iglesias y Zaldivar
Juan Bautista Contardi y Cia	Jardín Suizo-Juan Spalinger	J. Carli		Pasinovich y Bois de Chesne
Pourget y Lemaitre	Javat y Milovich	Juan Dragicevich		W. Meidell
Charles Williams	Espiro Tomacevich	Depolo e Hijo		Dobree & Cia.
Dragicevich Hrnos.	El Condor-Baratta y Marcenaro			Iglesias, Zaldivar & Co.
Carlos Montaldo	J. Carli			Jorge Shultz y Cia.
H. Petersen y Cia (-)	Frutería y Confit, El Puente-Eloy Suarez			G. M. Grossi-Peletería El Zorro
W. Meidell	Siegers, Pizarro y Cia.			Jacinto Zaldivar
P. Van Peborgh-G. & C. Kreglinger (-)	Mercado del Sur-Salgado y Alvarez			José Covacevich (Porvenir)
Braun & Blanchard				José Menéndez

Jacinto Zaldivar			Antonio Poncerini-Zapatería Francesa
José Covacevich (Porvenir)			Máximo Kuhner
Pisano Riccardi & Cia.			Juan B. Dognac-Baratillo Centenario
José Menéndez			Casa Croata de Jurisic y Turina
Jerónimo Martinich			Jacobs y Baumann
Máximo Kuhner			Brinckman y Cia.
Hengstenberg y Co.-Valparaíso			Skyrving & Cia.
Juan Hoeneisen			Alfonso y Julio Menéndez
G. Penalver-La Portaña			Frey, Mulach y Cia.
Felix Aprá			Frey y Elkan
Frutería La Estrella Tricolor			César Barazi
Juan P. Durand (Porvenir)			Montes & Cia.
Alvarez Hnos.			Baratillo Centenario-Dougnac y Cia.
Ballester y Cia.			J. Carli
Hardcastle y Cia.			Juan Dragicevich
M. Lachelli			Ernesto Manns
Detalle Heinkes y Cia.			Stubbs y Cia.
Javat y Milovich			Heliodoro González y Cia.
Molfino Hermanos. Valparaíso			Engelbert Hardt & Cia.
Espiro Tomacevich			Rogelio Figueroa
El Condor-Baratta y Marcenaro			
J. Carli			
Pisano y Foggie			
Juan Dragicevich			
Arentsen Hmnos. y Cia.			
Harasich Hmnos.			
Frutería y Confit, El Puente-Eloy Suarez			
Chanfreau y Cia.			
Depolo e Hijo			
Cipriano Fojo (aguas minerales)			
Soc. A. G. y C. Sara Braun (aguas minerales)			
S. Venchi y Cia.			
Mercado del Sur-Salgado y Álvarez			

HOGAR Y CONSTRUCCIÓN	RELOJERÍA Y JOYERÍA	LIBRERÍA, IMPRES. , FOTOG.	ARTÍCULO DE ASEO, PERFUMES	JUGUETES, REGALOS, ART. BEBES
Rothenburg y Petersen	Thiessen y Cia.	Librería Hugo-Montaldo, Gerdtzen & Cia.	H. Petersen y Cia.	Thiessen y Cia.
Dobree y Cia.	Taller de Relojería Antonio Gagliastri	Casa Inglesa de L. L. Jacobs (-)	Casa Inglesa de L. L. Jacobs	J.H. Wehrhahn
Heede y Glimman	David Jacobs	A. Hunter y Cia.	Máximo Gilli	Casa Inglesa de L. L. Jacobs
José Bucksbaum	Casa Inglesa de L. L. Jacobs	Peletería El Zorro	Máximo Kuhner	A. Hunter y Cia.
Thiessen y Cia.	A. Hunter y Cia.	De Bruyne Osenbrug	L. G. Dobree-Sucesor de Waits y Cia.	Rivera, Iglesias y Zaldivar
Campaña & Fitz Henry	Rivera, Iglesias y Zaldivar	Juan Bautista Contardi y Cia	De Bruyne Osenbrug	Jacinto Zaldivar
J.H. Wehrhahn	Máximo Mardones	Máximo Mardones	Enrique Píña	Pisano Riccardi & Cia.
Casa Inglesa de L. L. Jacobs	Braun & Blanchard	Carlos Montaldo	Iglesias, Zaldivar & Co.	Jorge Matetich
Máximo Gilli	F. Wlodarowsky	Romualdo Romualdi(-)	G. M. Grossi-Peletería El Zorro	Casa Croata de Jurisic y Turina
A. W. Scott y Cia.	Domingo Depolo	L. Shroeder-Jacobo Peauser	C. F. Damke	Jacobs y Baumann
L. G. Dobree-Sucesor de Waits y Cia.	A. Faller-Relojería Suiza	G. M. Grossi-Peletería El Zorro	S. M. Bianco (aguas higiénicas)	
Rabaglio y Colombo	Joyería Alemana B. Voullieme	Veiga & Brazil- Fotografía Iberoamericana	Jacobs y Baumann	
Julio Brockelman	E. Walburg-La Triple Entente	W. Seliger-Librería El Globo	M-Santesteban-Perfumería Paris	
De Bruyne Osenbrug & Cia.		Claudio Imbert	D.M. Livasic-Salón de Perfumería	
Stuven y Cia		M-Santesteban-Perfumería Paris (-)	Deodato Livacich	
A. Hunter y Cia.		Fotografía Universal-Manuel Alves Brazil	Skyrving & Cia. (-)	
H. Grey		M. Peytoureau-Fotografía Parisiense	Frey y Elkan	
Francisco Rabaglio		Cándido Veiga	Rogelio Figueroa	

Pourget y Lemaitre				
Jorge Matetich				
Charles Williams				
Glimmann y Co.				
H. Petersen y Cia.				
F. Shlapbach				
W. Meidell				
Dobree & Cia.				
P. Van Peborgh-G. & C.				
Kreglinger				
Leopoldo Feller				
La Casa de Fierro de J. Bigorra				
José Menéndez(-)				
Jerónimo Martinich				
Máximo Kuhner				
C. F. Damke				
Juan Hoeneisen				
Braun y Foretich				
Hardcastle y Cia.				
Antonio Sencovich				
Skyrving & Cia.				
Alfonso y Julio Menéndez				
Juan Dragicevich				
Andrés Kewitz (Art. Electricidad)				
H. Barassi Hmnos.- Mueblería El Sol				
Rogelio Figueroa				
La Confianza-Alessandri y De La Cueva				

VINOS, LICORES Y TABACO	ARTICULOS MUSICALES	MUEBLERÍA Y COLCHONERÍA	FARMACIA Y DROGUERÍA-TÓNICOS	MADERAS
Rothenburg y Petersen	Casa Inglesa de L. L. Jacobs	Casa Inglesa de L. L. Jacobs	Droguería y Botica Francesa de León Marshal	Stubenrauch y Cia.
Dobree y Cia	Stuven y Cia	Máximo Gilli	Enrique Piña	E. Segalerva y Cia.
Thiessen y Cia.	Brayer Hnos.-Gerónimo Grossi	A. Hunter y Cia.	Ricardo Neuman	José Covacevich
Gonzalo González	M. Mardones	Stuven y Cia.	Augustín Denegri-Seravallos Tonics	Bermudez y Hamann-Aserradero
E. Segalerva y Cia.	W. Seliger-Librería El Globo	Máximo Kuhner	S. M. Bianco (aguas minerales)	
Ginese della Maggiora	G. Penalver-La Portefía(-)	La Casa de Fierro de J. Bigorra	Farmacia Francesa de Marshall y Cia.	
Máximo Gilli	Claudio Imbert-G. C.Parisien	Francisco Rabaglio-La Económica	Deodato Livacich	
Rivera, Iglesias y Zaldivar	Antonio Pano	Jorge Matetich	V. y A. Gomez D (aguas minerales)	
L. G. Dobree-Sucesor de Waaits y Cia.	Juan Jurina B.(-)	Antonio Sencovich		
Julio Brockelman	Chaple y Cia.	H. Barassi Hmnos.-Mueblería El Sol		
De Bruyne Osenbrug	Casa de Pianos de Eugenio Patán			
Stuven y Cia				
Juan Bautista Contardi y Cia				
Pourget y Lemaitre				
Charles Williams				
R. Correa y Cia				
Dragicevich Hrnos.				
Juan Pablo Durand (Porvenir)				
Stubenrauch y Cia.				
Romualdo Romualdi				
H. Petersen y Cia.				

Pasinovich y Bois de Chesne			
W. Meidell			
Closa y Cia.			
Andrea Kovacich			
Luis Poncet			
José Mullet-La Jerezana			
G. M. Grossi-Peletería El Zorro			
Braun & Blanchard			
José Pasinovich			
Jacinto Zaldivar			
José Covacevich (Porvenir)			
Pisano Riccardi & Cia.			
José Menéndez			
Máximo Kuhner			
G. Penalver-La Porteña			
Felix Aprá			
Detaille Henkes y Cia.			
Eugenio Parmicich			
Cipriano Fojo			
Alvarez Hnos.			
Ballester y Cia.			
Urrutia y Secul-Cig. La Uruguaya			
Hardcastle y Cia. (-)			
Casa Croata de Jurisic y Turina			
M. Lachelli			
Molfino Hermanos. Valparaíso			
Jorge Jordan			
Juan Jurina B.			
J. Carli			
Wolf y Hempel-Valparaíso			

Mayer Braun				
Chanfreau y Cia.				
Luis E. Swart-Viña Carmen				
Arrivillaga y Darricades				
Viña Linderos-Soc. A. G. y C. Sara Braun				
Viña Favorita-Briones y García				
S. Venchi y Cia.				
Viña Favorita-Vicente y Alfredo Gomez D.				
Rogelio Figueroa				

AUTOMÓVILES, COCHES	ART. PARA ATOMÓVILES .Y BARCOS
Andrés Kewitz	Julio Brockelman (Art. Para carretas)
Michael Roze y Cia	Máximo Gilli
Gisberto Tonini	Motores Alpha-Enrique Nielsen
Auto Garage Central-L. Meric & Cia.	Auto Garage Central-L. Meric & Cia.
	Auto Garage de Alquiler-Juan Díaz
	Auto de Alquiler-Gumersindo Martínez

- Antes de efectuar el análisis respectivo se recuerda al lector que las casas comerciales de importación y su respectiva especialización fueron mayores en número, el presente estudio y sus conclusiones se basa en el avisaje publicitario, por tanto las cifras si se analiza la totalidad, es decir los más de 400 establecimientos que realmente llegaron a existir según el censo mencionado, pueden incrementar o disminuir en cierto grado, sin embargo se estima que las cifras porcentuales no debieran variar mucho por la tendencia seguida en el comercio de importación.

La tabla presentada con anterioridad exhibe la enorme cantidad de casas importadoras y muchas de ellas también asociadas a la exportación y distribución de servicios varios, y los productos ofrecidos por las casas respectivas entre los años 1900-1916 y que como queda de manifiesto desarrollaron una intensa labor comercial, los avisos publicitarios sucedidos entre la fecha consignada eran tomados con intensidad por la mayoría de las casas comerciales, muchas de ellas publicaron absolutamente todos los días del año, sucedidos uno tras otro hasta el término de su giro, el caso más ejemplar fue el de la casa inglesa de L. L. Jacobs, cuyo ingenio y creatividad en el ofrecimiento de sus productos es digno de un aplauso. Se observa por demás que varias de las casas comerciales importadoras amén de especializarse en un producto ofrecían a la población artículos que no se relacionaban a su rubro, en base a ello puede conjeturarse que el contacto con los mercados europeos fue tan fluido y de relación tan estrecha que no hubiese sido equívoco que algún dueño o agente comercial representante aprovechara la infinidad de productos que ofrecía el mercado europeo y comprar uno que otro anexo a su rubro, como de hecho al parecer sucedió en más de alguna casa comercial.

Está claro que no todas las casas importadoras mencionadas iniciaron el siglo XX y se desarrollaron hasta el año 1916, muchas de ellas cambiaron

de rubro y con ello su firma, otras simplemente se asociaron y aumentaron su especialización comercial, en otras se rompe la asociación de facto y los dueños siguen por su cuenta con establecimientos particulares, o bien la menos simplemente desaparecen en el transcurso de los años.

Como se observa con claridad la mayoría de las casas importadoras se concentraba en el rubro de vinos, licores y tabaco, siendo 60 las casas comerciales que expendía estos productos, incluso superando en número a aquellas que importaban artículos alimenticios y de consumo, las cuales entre el periodo 1900-1916 llegaron a 58. En tercer y cuarto lugar se encontraban los rubros de "decoración, ropa y calzado" y "hogar y construcción" con 46 y 44 casas comerciales respectivamente. En menor medida casas importadoras que ofrecían "frutas y verduras" (25), "librería, impresiones y fotografías" (18), "artículos de aseo y perfumes" (18), "artículos relacionados con la ganadería" (polvos antisármicos, tijeras para esquila, otros; 14), "relojería y joyería" (13), "artículos musicales" (11), "mueblería y colchonería" (10), "juguetes y artículos de regalo" (10), "farmacia y droguería" (8), "artículos para barcos y automóviles" (6), "automóviles y coches varios" (4) y "maderas" (4). Los "lácteos" (20) se incluyen en el rubro de artículos de consumo, sin embargo se tiene que las casas comerciales de Pasinovich y Bois de Chesne, Romualdo Romualdi y Rollan Cirelluelo y Cia. no se especializaron en el rubro de artículos de consumo y alimentos, pero sí aprovecharon el contacto con mercados europeos, en especial el procedente de Italia e importaron uno que otro lácteo (quesos, mantequilla y leche principalmente).

5.2).- “Clasificación de las casas comerciales importadoras según tipo de transacción”

Entre las causas que explican la especialización y el surgimiento de variadas casas comerciales se tienen en cuenta el crecimiento demográfico y por otra la evolución territorial. Por una parte el crecimiento poblacional habría experimentado un aumento sorprendente, de 5.170 personas registradas en 1895 a más del doble sólo en el transcurso de una década y para fines de 1907 la cifra llegaba a cerca de 17.330 individuos, con un crecimiento intercensal del 30,2% en menos de dos años corridos del recuento censal municipal anterior. Sumado a ello el término del proceso colonizador y la consiguiente consolidación de la economía pecuaria como actividad fundamental, y la directa relación con el enriquecimiento de distinguidos empresarios y pioneros en diferentes rubros: ganaderos, navieros, industriales, comerciales y de servicios, fue haciendo posible poco a poco el nacimiento de una infinidad de casas comerciales que gracias a las importaciones directas y a través de agentes comerciales con Europa y las menos con el mercado nacional, pudieron autoabastecer a la región meridional del austro americano. La clasificación a base de las transacciones efectuadas por las casas importadoras consigna “comercio mayorista” o de ramos generales, donde el comprador no es el consumidor final de la mercadería y “comercio minorista o al detalle”, donde el comprador de la mercadería es el consumidor final.

a).- Comercio Mayorista y de Ramos Generales:

Según el avisaje publicitario contenido en el diario “El Comercio” (Punta Arenas) para los años 1900-1916 se registran 99 casas comerciales mayoristas, es decir, que importaban productos de diferentes ramos y especialización y posteriormente procedían a distribuirla en el comercio local,

además de sectores aledaños, Última Esperanza, Tierra del Fuego y sectores de la Patagonia Argentina (Río Gallegos, Santa Cruz, Tierra del Fuego). La especialización y distribución de productos se concentraba en su mayoría en el ramo de "productos y mercaderías generales", "licores, vinos y cigarrillos", "decoración, vestuario y calzado" y en menor medida "hogar y construcción", "ferretería y talabartería", "librería y papelería", "artículos relacionados con la ganadería ovina" y otros productos varios. Se considera además que un gran porcentaje de las casas comerciales mayoristas también se dedicaba al comercio minorista o al detalle, de allí que según la clasificación presentada con posterioridad algunas casas comerciales repitan su accionar tanto en comercio mayorista como en comercio minorista.

La mayoría de las casas y establecimientos comerciales al por mayor mantenía sucursales en el centro de Punta Arenas, siendo las calles preferidas Roca, Errázuriz y Llanquihue, sin embargo cabe destacar el hecho de que varias casas comerciales que ofrecían productos al por mayor y al detalle no se localizaban en la ciudad, muchas de ellas mantenían agentes comerciales, como fue el caso de la casa comercial "Jacobo Perauser de Buenos Aires", cuyo agente en Punta Arenas fue L. Schroeder, "W. & A. Gilbey" de Inglaterra cuyos agentes en Punta Arenas fueron "De Bruyne Osenbrug y Cia", o bien "J. Seravallo" de Italia, agente en Punta Arenas Agustín Denegrí, "Berninzoni y Karstulovic" de Croacia, agente en Punta Arenas Deodato Livacich, la empresa "Siemens Schuckert Ltda. de Alemania, agente en P. Arenas Andrés Kewitz, "Automóviles Fiat", agente en P. Arenas Gisberto Tonini y varias de las empresas vitivinícolas de nuestro país, como la "Viña Carmen" de Concepción, agente en Punta Arenas Luis E. Swart, "Viña Favorita" de Lontué, agentes en P. Arenas Briones y García, entre otros varios. Otro caso más particular aún lo constituyó el ofrecimiento de productos al por mayor y al detalle de casas comerciales que no teniendo relación comercial fluida con envío de productos a la región, ni tampoco

agentes comerciales en Punta Arenas, emitían publicidad tras sus recaladas en el puerto de la capital regional, como así fue el caso de los establecimientos comerciales de "Hengsternberg y Cia" de Alemania, con agentes comerciales en Valparaíso, "Federico Cools Billinghamurst", agente en Buenos Aires, "Wiegand y Cia", con agentes en Valparaíso, "Chanfreau y Cia" con agentes en Valparaíso, "Hucke Hermanos y Cia" con sede en Valparaíso, entre otros varios. Ello era signo claro del promisorio y espectacular auge y adelanto que experimentaba Magallanes por aquellos años, en particular su capital regional, y que la configuraba como el punto hegemónico sobre el cual circulaba el diario vivir en las comunidades sud-patagónico-fueguinas, a más de clarificar la importancia y preponderancia que jugó la navegación mercante y la recalada habitual de barcos en las radas de Punta Arenas, base de su progreso material y solidez económica.

“Clasificación de las casas comerciales importadoras y grado de especialización comercial según tipo de transacción”
“Comercio Mayorista en Magallanes entre 1900-1916 según avisaje publicitario contenido en el diario local El Comercio”

COMERCIO MAYORISTA	ESPECIALIZACIÓN COMERCIAL	PROCEDENCIA DE LOS PRODUCTOS	UBICACIÓN EN PUNTA ARENAS
L. G. Dobree (Suc. De Whaits y Cia.)	Ferretería y Mercería Mercaderías Generales	Inglaterra	Calle Magallanes esq. Valdivia
Montaldo, Gerdtzen & Cia-Librería Hugo	Librería Papelería Cigarrería	Inglaterra	Calle Roca 237
Riveras, Iglesias y Zaldivar	Mercaderías Generales Decoración, Ropa y Calzado Hogar y Construcción	Alemania España Inglaterra	Calle Santiago esq. Chiloé
Casa Inglesas de L. L. Jacobs	Decoración, Ropa y Calzado (ropa hecha) Hogar y Construcción Mueblería y Colchonería	Inglaterra (Londres) Alemania Rusia Francia (París)	Calle Roca esq. Ñuble
Stubenrauch & Cia.	Almacén de mercaderías generales Agencia de vapores Venta de Maderas Artículos relacionados con la ganadería	Noruega (madera de pino) Inglaterra Norte de África (Egipto) Alemania	Calle Errázuriz
Casa Inglesas de A. Hunter y Cia.	Decoración, Ropa y Calzado Artículos relacionados con la ganadería Hogar y Construcción	Inglaterra Estados Unidos	Calle Roca, esq. Llanquihue
De Bruyne Osenbrug & Cia	Decoración, Ropa y Calzado (ropa hecha) Hogar y Construcción Librería y Papelería Mercaderías Generales	Inglaterra España Estados Unidos Rusia	Avda. Colón 139
Fáb. de Cerveza la "Patagona" de Fischer y Petersen	Cervecería	-	Calle Errázuriz y Ñuble
Thiessen y Cia.	Decoración, Ropa y Calzado (ropa	Inglaterra	Calle Roca

	hecha) Hogar y Construcción Artículos y Novedades	Cuba (cigarrillos de la Habana)	
José Menéndez	Mercaderías Generales Licores, vinos, cigarrillos Decoración, Ropa y Calzado (ropa hecha) Artículos relacionados con la ganadería	Inglaterra Producción Nacional	-
Braun & Blanchard	Mercaderías Generales Artículos relacionados con la ganadería	Inglaterra Francia (París) México Cuba (La Habana) Producción Nacional (Valparaíso)	Plaza Muñoz Gamero
W. Meidell Wwe	Mercaderías Generales Artículos relacionados con la ganadería Decoración, Ropa y Calzado	Inglaterra	Calle Magallanes
Pourget y Lemaitre	Mercaderías Generales Ferretería y Talabartería Licores, vinos, tabacos	Alemania Francia Producción Nacional (frutos del país)	Calle Jorge Montt
Máximo Gilli	Mercaderías Generales Artículos relacionados con la ganadería Decoración, Ropa y Calzado Hogar y Construcción Coches, Automóviles	Italia (Toscana, Piamonte, Milán, Cuba (cigarrillos de la Habana) Inglaterra Amberes Argentina Estados Unidos (Nueva York)	-
Gonzalo González-Vinos Subercaseaux	Licores, vinos y tabaco	Producción Nacional	
Stuven y Cia.	Mercaderías Generales Ferretería y Talabartería Hogar y Construcción	Inglaterra Francia Alemania (Viena) Estados Unidos Producción Nacional (Valdivia)	Calle Atacama
Closa y Co.-Cigarrillos Magallanes	Cigarrería		
Ginese della Maggiora-Vinos de Talca	Vinos, licores y cigarros	Producción Nacional (Talca)	Calle Ñuble 673

J. H. A. Wehrhahn	Artículos y Novedades	-	
Romualdo Romualdi	Vinos, licores y cigarros	Italia	Calle Santiago
Julio Brockelmann	Mercaderías Generales Decoración, Ropa y Calzado Vinos, licores y cigarros	Italia Producción Nacional (Tomé, Valdivia)	-
Ramsay, Bellamy y Co (Buenos Aires)	Artículos relacionados con la ganadería	Argentina	Buenos Aires
Gerónimo Grossi	Artículos y Novedades	Argentina Alemania Francia España Norteamérica (Chicago)	Calle Valparaíso, entre Ñuble y Llanquihue
Juan Bautista Contardi y Cia.	Mercaderías Generales Vinos, licores y cigarros	Italia	Avda. Colón esq. Chiloé
H. Gray	Artículos y Novedades	Suecia	
Charles Williams	Hogar y Construcción Ferretería y Talabartería Decoración, Ropa y Calzado Mercaderías Generales	Francia Inglaterra	-
Cigarrería La Corona	Cigarrería	Inglaterra	Calle Roca 237
R. Correa C.	Vinos, licores y cigarros	España Inglaterra Producción Nacional (Santiago)	Calle Valdivia
Draguichevich Hmnos	Mercaderías Generales Vinos, licores y cigarros	Francia Italia (Génova) India (arroz) Perú (aceitunas) Producción Nacional (vinos y chicha de Aconcagua)	Llanquihue esq. Valparaíso
Jacobo Peauser-Agentes en P. Arenas L. Shroeder	Librería y Papelería	Buenos Aires	Buenos Aires
Pasinovich y Bois de Chesne	Mercaderías Generales Decoración, Ropa y Calzado	Inglaterra Francia Producción Nacional (Valparaíso)	-

	Licores, vinos, tabacos		
Dobree & Cia	Ferretería y Talabartería Decoración, Ropa y Calzado	Inglaterra Francia Alemania	Calle Roca 208
G. & C. Kreglinger-Agentes en P. A. P. Van Peborgh	Artículos relacionados con la ganadería	Inglaterra (Londres) Buenos Aires Holanda (Amberes) Punta Arenas, Bahía Blanca	Errázuriz 161
Almacén Dálmata de Andrea Kovacic	Licores, vinos, tabacos Mercaderías Generales	Croacia (Dalmacia)	Avda. Colón esq. Llanquihue
Luis Poncet	Licores, vinos, tabacos	Producción Nacional (Cauquenes, Itata)	
José Mullet	Licores, vinos, tabacos	Cuba (cigarrillos de la Habana)	-
Leopoldo Feller	Ferretería y Talabartería		Calle Atacama 174
La Santiago-Rollan Cilleruelo y Co.	Mercaderías Generales	Producción Nacional (Curico, Elqui, Santiago)	Llanquihue N° 362
Peletería "El Zorro"-G. M. Grossi	Librería, Peletería y Cigarrería	Inglaterra (Londres) Francia Alaska Cuba (cigarrillos de la Habana)	Calle Llanquihue Taller de Peletería-Calle Errázuriz
W. & A. Gilbey-Ajentes en P. A. De B. Osenbrug y Cia	Licores, vinos, tabacos	Inglaterra	Inglaterra Agentes De B. Osenbrug y Cia
José Pasinovich	Licores, vinos, tabacos	Italia Francia Producción Nacional	-
Jacinto Zaldívar	Mercaderías Generales Hogar y Construcción	Argentina España (Alicante, Jijona) Norteamérica	.
José Covacevich (Porvenir, Tierra del Fuego)	Mercaderías Generales Depósito de Maderas		Porvenir, Tierra del Fuego
Pisano, Ricardi y Cia.	Mercaderías Generales Depósito de Maderas	Inglaterra Montevideo Producción Nacional	-
J. Bigorra	Hogar y Construcción	Inglaterra	Calle Roca esq. Ñuble

	Decoración, Ropa y Calzado	Francia	
Jerónimo Martinich	Mercaderías Generales Hogar y Construcción	Inglaterra	Calle Llanquihue
Máximo Kuhner	Decoración, Ropa y Calzado Hogar y Construcción Mercaderías Generales	Alemania	Errázuriz esq. Ñuble
José Mullet	Licores, vinos, tabacos	Alemania España Francia Portugal Brasil (Puros brasileiros) Cuba (Habana) Producción Nacional	Calle oca 251
Hengstemberg y Cia.-Agentes en Valparaíso	Mercaderías Generales y Abarrotes Artículos relacionados con la ganadería	Alemania Valparaíso	Valparaíso-Avda. del brasil
Jorge Matetich	Hogar y Construcción	-	-
Juan Hoeneisen	Ferretería y Talabartería Mercaderías Generales y Abarrotes	España (Valencia)	Calle Errázuriz esq. Maule
Heliodoro González y Cia.	Decoración, Ropa y Calzado	Asia (Pekín)	Roca 867
Cervecería Punta Arenas-Suc. Budack, Noetzel y Co.	Cervecería	-	-
P. Van Peborgh	Artículos relacionados con la ganadería	Holanda (Amberes)	-
Eugenio Parmicich	Cigarrería	Alemania Francia Oriente (Turquía, Grecia) África (Egipto) Cuba (La Habana)	Errázuriz N°50
Jorge Watts	Artículos relacionados con la ganadería	Inglaterra Buenos Aires Oceanía (Australia-Sydney, Nueva Zelanda) Sud--África	

		Estados Unidos	
Cipriano Fojo	Mercaderías Generales (Lácteos, vinos)	España Montevideo Buenos Aires	Calle Jorge Montt esq. Valdivia
J. Seravallo-Agente en P. A. Agustín Denegri	Tónicos, licores y vinos	Italia Francia Austria	Italia Agente en Punta Arenas A. Denegri
Braun y Foretich	Ferretería y Construcción Hogar y Construcción	Holanda	Calle Arauco-Atacama
Gran Comptoir Parisien-Claudio Imbert	Artículos Eléctricos Librería y Artículos Musicales	Estados Unidos (New Cork)	Calle Errázuriz 98 Casa Matriz
S. M. Bianco	Farmacia, Botica y Droguería	Italia	
Álvarez Hmnos.	Licores, vinos, cigarrillos Mercaderías Generales	Inglaterra Cuba (La Habana) Producción Nacional (frutos del país)	-
Ballester y Cia.	Mercaderías Generales	Alemania Italia Producción Nacional (frutos del país)	
Pinturería El Arcoiris-A. Margas	Pinturería Ferretería	.	Calle Errázuriz N° 242
Casa Croata de Juricic y Turina	Decoración, Ropa y Calzado Artículos y Novedades	Croacia (Zagreb)	-
Casa inglesa de Jacobs y Baumann	Decoración, Ropa y Calzado Artículos y Novedades (Hogar)	Inglaterra	-
Wiegand y Cia.	Frutos del país	Valparaíso	Valparaíso-Cochrane N° 26
Mueblería y Colchonería de Antonio Sencovich	Mueblería y Colchonería	-	Calle Maule N° 1138
M. Lachelli	Mercadería Generales	Italia	Calle Valdivia-Llanquihue
Javat y Milovich	Mercaderías Generales	España (Málaga)	-
Molfino Hermanos-Valparaíso	Mercaderías Generales	Producción Nacional (Valparaíso)	Valparaíso
Berninzoni y Karstulovic	Farmacia, Botica y Droguería	Croacia	Croacia Agentes en P. A. Deodato Livacich- Calle Llanquihue N° 1034
Skyrving & Cia	Hogar y Construcción		Calle Pedro Montt

	Artículos varios y Novedades		
Alfonso y Julio Menéndez-Suc. José Menéndez	Hogar y Construcción Decoración, Ropa y Calzado	Inglaterra Norteamérica	Sucursal José Menéndez
El Condor-Baratta y Marcenaro	Mercaderías Generales (frutos del país, vinos)	Inglaterra Producción Nacional	Atacama esq. Valdivia
Montes & Cia	Decoración, Ropa y Calzado		
Ernesto Manns-Sucesor de Ch. Williams	Hogar y Construcción Ferretería y Talabartería Decoración, Ropa y Calzado	Francia Inglaterra	Plaza Muñoz Gamero
Hucke Hermanos y Cia.-Valparaíso	Mercaderías Generales	Producción Nacional	Valparaíso
Arentsen Hermanos y Cia	Emporio de Café y Té	Noruega (sardinas)	Calle O'Higgins N° 031
Mayer Braun	Mercaderías Generales	Italia	Atacama 990
Fábrica de Fideos a Vapor-Luis Mercenaro y Cia.	Fábrica de Fideos	-	Calle Colchagua
Harasich Hnos.	Mercaderías Generales	Portugal (Lisboa)	-
Frutería y Confeitería del Puente Eloy Suarez	Frutería y Confeitería	Producción Nacional	Calle Atacama
Siemens Schuckert Ltda. Mercedes-Andrés Kewitz	Automóviles Artículos Eléctricos	Alemania (Berlín) Inglaterra	Alemania Agente para P. A. Andrés Kewitz Calle Magallanes 731
Automóviles Fiat-Agente para P. A. Gisberto Tonini	Automóviles Productos Italianos Varios	Italia	Valdivia 788
Federico Cools Billinghamurst	Semillas Forrajeras	Norte de Europa Nueva Zelanda	Agente de Buenos Aires F. C. Billinghamurst
Chanfreau y Cia.-Agente de casas de Valparaíso	Mercaderías Generales	Producción Nacional (Valparaíso)	Valparaíso
Viña Carmen (Concepción)-Agente P. Arenas Luis E. Swart	Vinos y Licores	Producción Nacional (Concepción)	Concepción-Agente Carlos Doenitz P. Arenas-Aconcagua 1284
V. y A. Gomez D.	Mercaderías Generales (Aguas minerales)	Producción Nacional (Quillota)	Errázuriz 855
Viña Santa Rita-Arrivillaga y Darricades	Vinos y Licores	Producción Nacional	-
Siegers, Pizarro y Cia	Mercaderías Generales	Producción Nacional (Caldera)	-
Viña Linderos-Soc. Anónima Ganadera y	Vinos y Licores	Francia	-

Comercial Sara Braun		Producción Nacional	
Viña Favorita-Ajentes en P. A. Briones y García	Vinos y Licores	Francia Producción Nacional(Lontué)	Vicente y Alfredo Gómez D.-Lontué Agentes en P. A. Briones y García
S. Venchi & Cia.	Vinos y Licores	Italia (Torino)	-
Engelbert Hardt & Cia.	Artículos relacionados con la ganadería	Argentina (Buenos Aires) Uruguay	Calle Lautaro Navarro N ° 1160
Rogelio Figueroa	Mercaderías Generales	Francia Producción Nacional (Valparaíso y Concepción)	Calle Errázuriz 855
Mercado del Sur-Salgado y Álvarez	Mercaderías Generales	España (Málaga) Producción Nacional (Chillán)	Calle Roca
La Confianza-Alessandri & De la Cueva (particular)	Mueblería	-	-
A. W. Scott y Co	Decoración, Ropa y Calzado Ferretería Hogar y Construcción	Inglaterra	Avda. Colón 151

Nota:

- Según el aviso publicitario se han registrado 99 casas comerciales que efectuaron transacciones al por mayor, se estima sin embargo que no todas las casas comerciales emitían publicidad por tanto el número real pudo variar.
- Algunas casas comerciales de ramos generales fueron incluidas en este rubro ante la falta de información consistente, por ende se estima que el número real pudo variar.

b).- Comercio Minorista o al Detalle:

Si consideramos que el comercio al por menor o comercio detallista considera toda compra-venta de mercaderías donde el comerciante es el consumidor final del producto, diremos entonces que éste fue producto directo del dinamismo que experimentó la región gracias al notable auge y adelanto que inició la comunidad regional desde inicios del siglo XX hasta entrada la segunda década del mismo. Como medida clara para satisfacer las necesidades de la sociedad en crecimiento y evolución, pronto fueron apareciendo una infinidad de casas comerciales que a través del expendio de productos y artículos fueron satisfaciendo las necesidades de aquella población.

El puerto de Punta Arenas fue central en este desarrollo comercial, el movimiento portuario registraba diariamente una enorme cantidad de desembarcos, donde las cargas de productos y artículos diversos se distribuía rápidamente en las casas comerciales de la localidad, el arribo y zarpe de naves de diversa procedencia se hizo común en el diario vivir de la población de aquella época.

Según el avisaje publicitario contenido en el diario "El Comercio" (Punta Arenas) para los años 1900-1916 se registran 114 casas comerciales minoristas o al detalle, las cuales se concentraban principalmente en el rubro "productos y mercaderías generales", "licores, vinos y cigarrillos", "vestuario y calzado", "hogar y construcción", "ferretería y talabartería", "librería, papelería y peletería", "botica y droguería" (farmacia), y en menor medida "mueblería y colchonería", "zapatería", artículos eléctricos" y ya para fines de la época en estudio (1915-16) los primeros "automóviles" y consiguientes repuestos.

La mayoría de ellas se concentraba en las calles Roca, Errázuriz, Llanquihue, Ñuble, Atacama, Maule y O'Higgins, siendo de igual forma característico que muchas casas comerciales de Europa tuvieran agentes comerciales o representantes directos en Punta Arenas. Se caracteriza además que un gran porcentaje de las casas mayoristas también tuvieran sucursales o negocios donde expendían productos al por menor o al detalle.

“Clasificación de las casas comerciales importadoras y grado de especialización comercial según tipo de transacción”
“Comercio minorista o al detalle en Magallanes entre 1900-1916 según avisaje publicitario”

CASAS IMPORTADORAS (AL DETALLE)	ESPECIALIZACIÓN COMERCIAL	PROCEDENCIA DE LOS PRODUCTOS	UBICACIÓN EN PUNTA ARENAS
Rothenburg & Petersen	Hogar y Construcción Armería Mercaderías Generales	Alemania	Calle Maule, esq. Av. Independencia
L. G. Dobree (Suc. De Whaits y Cia.)	Ferretería y Mercería Mercaderías Generales	Inglaterra	Calle Magallanes esq. Valdivia
Montaldo, Gerdtzen & Cia-Librería Hugo	Librería Papelería	Inglaterra	Calle Roca 237
Relojería y Joyería F. Wlodarowsky	Relojería y Joyería	Inglaterra	Calle Ñuble 635
H. Petersen y Cia.	Hogar y Construcción Ferretería y Mercería Armería	Alemania	Ñuble esq. Errázuriz
Heede y Glimmann	Talabartería y Ferrería	Alemania	-
José Bucksbaum	Talabartería y Ferrería		Calle Errázuriz
Casa Inglesas de A. Hunter y Cia.	Decoración, Ropa y Calzado Artículos relacionados con la ganadería Hogar y Construcción	Inglaterra Estados Unidos Francia	Calle Roca, esq. Llanquihue
De Bruyne Osenburg & Cia	Decoración, Ropa y Calzado (ropa hecha) Hogar y Construcción Librería y Papelería Mercaderías Generales	Inglaterra España Estados Unidos Rusia	Avda. Colón 139
Thiessen y Cia.	Decoración, Ropa y Calzado (ropa hecha) Hogar y Construcción Artículos y Novedades	Inglaterra Cuba (cigarrillos de la Habana)	Calle Roca
Rivera, Iglesias y Zaldívar	Decoración, Ropa y Calzado Artículos y Novedades	Alemania España	Calle Santiago esq. Chiloé
Gonzalo González-Vinos Subercaseaux	Licores, vinos y tabaco	Producción Nacional	-
Antonio Gagliastri	Taller de Relojería y Joyería	Italia	-

Stuven y Cia.	Mercaderías Generales Ferretería y Talabartería Hogar y Construcción Decoración, Ropa y Calzado	Inglaterra (Escocia) Francia Alemania (Viena) Estados Unidos Asia (Japón, Pekín) Producción Nacional (Valdivia)	Calle Atacama
Droguería y Botica Francesa de León Marshall	Farmacia y Droguería		Plaza Muñoz Gamero
Campaña y Fitz Henry E. Segalerva y Cia	Ferretería y Talabartería Mercaderías Generales Frutería y Verdulería	Producción Nacional (Lota)	Ñuble esq. Colchagua
Ginese della Maggiora-Vinos de Talca A. Goemine	Vinos, licores y cigarros Mercaderías Generales	Producción Nacional (Talca)	Calle Ñuble 673
Relojería y Joyería de David Jacobs Romualdo Romualdi	Relojería y Joyería Vinos, licores y cigarros	Inglaterra Italia	Calle Roca 141 Calle Santiago
Julio Brockelmann	Mercaderías Generales Decoración, Ropa y Calzado Vinos, licores y cigarros	Italia Producción Nacional (Tomé, Valdivia)	-
Juan Bautista Contardi y Cia. H. Gray	Mercaderías Generales Vinos, licores y cigarros Artículos y Novedades	Italia Suecia	Avda. Colón esq. Chiloé
Fábrica de Muebles La Económica-Rabaglio y Colombo Pourget y Lemaitre	Mueblería y Colchonería Mercaderías Generales Ferretería y Talabartería	Alemania Francia Producción Nacional (frutos del país)	Errázuriz 248 Calle Jorge Montt
Jorge Matetich-Mueblería Europea	Licores, vinos, tabacos Mueblería y Colchonería Hogar y Construcción	Alemania (Viena)	Calle Roca
Draguichevich Hmnos	Mercaderías Generales Vinos, licores y cigarros	Francia Italia (Génova) India (arroz) Perú (aceitunas) Producción Nacional (vinos y chicha de Aconcagua)	Llanquihue esq. Valparaíso
Máximo Mardones	Librería y Almacén de Música	-	Calle Roca 261

Juan Pablo Durand- Almacén del Porvenir	Mercaderías Generales	Inglaterra Producción Nacional (Aconcagua, Chanco)	Avda. Colón esq. Atacama
Carlos Montaldo	Librería y Papelería		
Farm. Y Droguería Magallanes-Enrique Piña	Farmacia y Droguería		Calle Roca 241-251
Glimmann y Co. (Sucesores de Heede y Glimmann)	Talabartería y Ferretería Artículos de Hogar	Alemania	Calle Errázuriz N 65
Jacobo Peauser-Agentes en P. Arenas L. Schroeder	Librería y Papelería	Buenos Aires	Buenos Aires
Noveau París	Decoración, Ropa y Calzado	Francia	Llanquihue esq. Progreso
Almacén Dálmata de Andrea Kovacic	Licores, vinos, tabacos Mercaderías Generales	Croacia (Dalmacia)	Avda. Colón esq. Llanquihue
Relojería y Joyería de Domingo Depolo	Relojería y Joyería	-	Calle Errázuriz
Relojería y Joyería Suiza de A. Faller	Relojería y Joyería	Suiza Francia	Calle Roca 265
Luis Poncet	Licores, vinos, tabacos	Producción Nacional (Cauquenes, Itata)	-
Ricardo Neuman-Botica y Droguería Suc. De Glimmann y Cia.	Farmacia y Droguería	-	Calle Errázuriz
Iglesias, tda. ar y Cia.	Mercaderías Generales Licores, vinos, tabacos Decoración, Ropa y Calzado	Francia (París) España	-
Armería de F. Schlapbach y Cia.	Armería	-	Calle Errázuriz 248
Jorje Shultz y Cia	Decoración, Ropa y Calzado	-	Calle Roca esq. Ñuble
José Covacevich (Porvenir, Tierra del Fuego)	Mercaderías Generales Depósito de Maderas		Porvenir, Tierra del Fuego
J. Bigorra	Hogar y Construcción Decoración, Ropa y Calzado	Inglaterra Francia	Calle Roca esq. Ñuble
Fotografía Ibero Americana Veiga y Brazil	Emporio Fotográfico		Calle Roca 144
Kodaks-Fotografía Ibero Americana Cándido Veiga	Emporio Fotográfico		Calle Roca 145
Jerónimo Martinich	Mercaderías Generales Hogar y Construcción	Inglaterra	Calle Llanquihue
Zapatería Frañcesa de Antonio Poncerini	Zapatería	Francia	
Máximo Kuhner	Decoración, Ropa y Calzado	Alemania	Errázuriz esq. Ñuble

	Hogar y Construcción Mercaderías Generales		
Jerónimo Martinich	Mercaderías Generales Hogar y Construcción	Inglaterra	Calle Llanquihue
Librería El Globo-W. Selinger	Librería y Almacén de Música		Calle Errázuriz 837, edificio Glimmann
C. F. Damke	Hogar y Construcción	Inglaterra Francia (París)	Calle Atacama 116
José Mulet	Licores, vinos, tabacos	Alemania España Francia Portugal Brasil (Puros brasileiros) Cuba (Habana) Producción Nacional	Calle roca 251
Jorge Matetich	Hogar y Construcción		
La Portefia-G. Penalver	Mercaderías Generales y Abarrotes	España (Rioja) Italia Producción Nacional (frutos del país)	Calle Roca y Atacama
Félix Aprá	Mercaderías Generales	Italia	Calle Errázuriz
Detaille Henkes y Cia.	Mercaderías Generales	Holanda Montevideo	Calle Atacama
Heliodoro González y Cia.	Decoración, Ropa y Calzado	Asia	
Frutería "La Estrella Tricolor"	Frutería y Verdulería	Producción Nacional (frutos del país)	
Juan B. Dougnac	Decoración, Ropa y Calzado		Calle Roca
Capas de Guanaco	Capas de Guanaco		Calle Errázuriz esq. Ñuble
Eugenio Parmicich	Cigarrería	Alemania Francia Oriente (Turquía, Grecia) África (Egipto) Cuba (La Habana)	Errázuriz N° 50
Cipriano Fojo	Mercaderías Generales (Lácteos, vinos)	España Montevideo Buenos Aires	Calle Jorge Montt esq. Valdivia
Braun y Foretich	Ferretería y Construcción	Holanda	Calle Arauco-Atacama

	Hogar y Construcción		
Gran Comptoir Parisien-Claudio Imbert	Artículos Eléctricos Librería y Artículos Musicales	Estados Unidos (New York)	Calle Errázuriz 98
Pinturería El Arcoiris-A. Margas	Pinturería Ferretería	.	Calle Errázuriz N° 242
Cigarrería La Uruguaya-Urrutia y Secul	Cigarrería	África (Egipto-El Cairo) Cuba (La Habana)	
Hardcastle y Cia.	Mercaderías Generales Ferretería y Construcción	Inglatera Norteamérica	Calle Boliviana, entre Maule y Aconcagua
Casa Croata de Juricic y Turina	Decoración, Ropa y Calzado Artículos y Novedades	Croacia (Zagreb)	
Casa inglesa de Jacobs y Baumann	Decoración, Ropa y Calzado Artículos y Novedades (Hogar)	Inglatera	
Joyería Alemana B. Vollieme	Relojería y Joyería	Alemania	Calle Llanquihue, Palacio Gilli
Mueblería y Colchonería de Antonio Sencovich	Mueblería y Colchonería	-	Calle Maule N° 1138
Coza Powder Co-Agentes Farm. Francesa de Marshall y Cia	Farmacia y Droguería	Inglatera (Londres)	Londres, Inglatera Agentes Farmacia de Marshall y Cia
Perfumería Paris-N. Santesteban	Perfumería y Artículos de Novedades	Francia (París)	Calle Errázuriz
Salón de Perfumería. M. Livacic	Perfumería y Artículos de Novedades	Francia (París)	Calle Llanquihue-Casa de M. Gilli
Jardín Suizo-Juan Spalinger	Jardinería y expendio de verduras	Suiza	Calle Ñuble
Brinckman y Cia-Sucesores de J. Shultz y Cia	Decoración, Ropa y Calzado	-	-
Espiro Tomasevich	Mercaderías Generales Carnicería y Frutería	Producción Nacional (frutos del país)	Calle Maule, esq. Colchagua
Pastelería Colonial-Antonio Pano	Pastelería		
Jorge Jordan	Vinos, licores y cigarros	Francia	
Skyrving & Cia	Hogar y Construcción Artículos Varios y Novedades		Calle Pedro Montt
Alfonso y Julio Menéndez-Suc. José Menéndez	Hogar y Construcción Decoración, Ropa y Calzado	Inglatera Norteamérica	Sucursal José Menéndez

Frey, Mulach y Cia	Artículos Varios y Novedades		
Fotografía Universal-Manuel Alves Brazil	Fotografía	-	Maule 1194
Frey y Elkan	Decoración, Ropa y Calzado		
El Cóndor-Baratta y Marcenaro	Mercaderías Generales (frutos del país, vinos)	Inglaterra Producción Nacional	Atacama esq. Valdivia
Zapatería Italiana-César Barazi	Zapatería	Italia	-
Fotografía Parisiense-M. Peytoreau	Fotografía	Francia	Calle O'Higgins 1170
Montes & Cia	Decoración, Ropa y Calzado		
J. Carli	Mercaderías Generales	Italia Producción Nacional (Elqui)	Calle O'Higgins esq. Valdivia
Ernesto Manns-Sucesor de Ch. Williams	Hogar y Construcción Ferretería y Talabartería Decoración, Ropa y Calzado	Francia Inglaterra	-
Baratillo Centenario-Dougnac y Cia	Decoración, Ropa y Calzado	Inglaterra	-
Pisano y Foggie	Mercaderías Generales	Suiza	
Wolf y Hempel	Mercaderías Generales	Producción Nacional (vinos Valparaíso)	Valparaíso
Juan Dragicevich	Mercaderías Generales	Italia	Calle Atacama esq. Avda. Colón
Chaple y Cia.	Artículos Varios y Novedades	Producción Nacional	Calle Roca
Arentsen Hermanos y Cia	Emporio de Café y Té	Noruega (sardinas)	Calle O'Higgins N° 031
Stubbs y Cia	Decoración, Ropa y Calzado		Calle Magallanes esq. O'Higgins
Siemens Schuckert Ltda.. Mercedes-Andrés Kewitz	Automóviles Artículos Eléctricos	Alemania (Berlín) Inglaterra	Alemania Agente para P. A. Andrés Kewitz Calle Magallanes 731
Casa de Pianos de Eugenio patán	Casa de Pianos	Alemania Norteamérica	Lautaro Navarro
Michel Rooze y Co.	Automóviles	-	-
Motores Alpha-Enrique Nielsen Agente para Punta Arenas	Automóviles Motores	-	Agente para P. A. Enrique Nielsen
Automóviles Fiat-Agente para P. A. Gisberto Tonini	Automóviles	Italia	Valdivia 788
"La Triple Entente"-E. Walwirg	Mercaderías Generales	-	Calle Valdivia entre O'Higgins y P. Montt
El Emporio del Café "La Brasileña"-Depolo e Hijo	Mercaderías Generales	Inglaterra	Calle O'Higgins

Mueblería "El Sol"-H. Barassi y Hnos.	Mueblería	-	Calle Errázuriz
Auto Garage Central L. Merie & Cia.	Automóviles y Repuestos	Inglaterra	Calle Borjes N° 578-598
Mercado del Sur-Salgado y Álvarez	Mercaderías Generales	España (Málaga) Producción Nacional (Chillán)	Calle Roca
Stubenrauch & Cia.	Almacén de mercaderías generales Agencia de vapores Venta de Maderas Artículos relacionados con la ganadería	Inglaterra Alemania Cigarrillos Egipcios Noruega (madera de pino)	-
José Menéndez	Mercaderías Generales Licores, vinos, cigarrillos Decoración, Ropa y Calzado (ropa hecha) Artículos relacionados con la ganadería	Inglaterra Italia Producción Nacional	
Braun & Blanchard	Mercaderías Generales Artículos relacionados con la ganadería	Inglaterra Francia (París) México Cuba (La Habana) Producción Nacional (Valparaíso)	Plaza Muñoz Gamero
Máximo Gilli	Mercaderías Generales Artículos relacionados con la ganadería Decoración, Ropa y Calzado Hogar y Construcción Coches, Automóviles	Italia (Toscana, Piamonte, Milán, Cuba (cigarrillos de la Habana) Inglaterra Amberes Argentina Estados Unidos (Nueva York)	-
A. W. Scott y Co. B.	Decoración, Ropa y Calzado Ferretería Hogar y Construcción	Inglaterra	Avda. Colón 151

5.3).- “Clasificación de los bienes económicos de consumo ofrecidos por las casas Importadoras de Magallanes entre 1900-1916 según avisaje publicitario”

Gracias al nacimiento de numerosas empresas comerciales y su consiguiente especialización se pudo satisfacer en gran parte las necesidades primordiales que requería el sorprendente aumento demográfico y la más aún progresiva evolución territorial que experimentaba Magallanes, en particular Punta Arenas. Pronto los numerosos arribos de naves extranjeras, principalmente de Europa y otros países americanos (en especial Estados Unidos) invadieron el puerto de la capital con los más variados productos y artículos que pudieran existir, desde botones, hilos y sedas para confeccionar ropa hasta lujosos trajes, cocinas, muebles de todo tipo, alimentos para el más variado gusto y ya amparados por la sofisticación tecnológica, variados teléfonos, telégrafos, victrolas, gramófonos y hasta lujosos automóviles de prestigiosas marcas europeas. Los productos y ello queda claro en las marcas consumidas diariamente por la población local procedían en su mayoría de los cotizados mercados europeos, rasgo distintivo durante el período en estudio, reflejo manifiesto del fluido contacto y relación con Europa, en especial Inglaterra, Alemania, Francia, Italia, España, y en menor medida otros países europeos y americanos.

La concentración de los bienes económicos se dio mayoritariamente en los bienes finales o de consumo, donde la diversidad de artículos y productos expresaba realmente el proceso de adelanto y desarrollo regionales: provisiones y conservas, frutas y verduras, licores, vinos y tabaco, ropa y calzado, muebles y cristalería, artículos de librería, artículos musicales, remedios, pociones y perfumes, armas, artículos eléctricos, de jardinería, de aseo y repuestos de todo tipo, afirmaban en cierto grado lo antedicho. Menor aceptación y consumo e interés general por las casas comerciales, pero de

ninguna manera menos importantes fueron los bienes de capital, es decir, las diferentes maquinarias utilizadas en los diferentes laboreos diarios de la población regional. Desde máquinas de coser, fotográficas, coches y carretas, herramientas varias para carpinteros, hacendados, marineros, entre otros, hasta sofisticados automóviles fueron ofrecidos en las principales casas importadoras de la capital. Finalmente y en menor medida pero de vital trascendencia fueron los bienes intermedios, necesarios para realizar los bienes finales, comerciados en general por las casas mayoristas de Punta Arenas. Para una visión panorámica más completa y reveladora guste el lector apreciar la enorme cantidad de bienes que circularon en la región meridional de América a través de la siguiente clasificación.

a).- **Bienes económicos de capital (maquinaria)**

- **Especialidad de herramientas para carpinteros y trabajadores:**

Destacaron en este rubro una gama de pinturas, llaves de madera, aceite linaza cocido, tachuelas, clavos, fierro zincado, tornillos, bombas de acción cuádruple, cabo de alambre de acero, chapas para puertas, herraduras inglesas, cerraduras, llaves para aguas, cemento (marca Mano), papel para empapelar, tela de alambre negro, cremotas para puertas, tornillos nikelados, vidrios de todo tipo, ruedas, ejes, parafina, vidrios, aceites para cilindros, empaquetadoras de goma y asbesto, planchas de goma, esterilla de bronce, fierro galvanizado, canalizado y liso, estufas, cocinas, géneros, hule, cañerías de plomo, mangueras de goma y cáñamo, bombas y bombines, planchas de fierro galvanizado y negro, fierro en barras, alambre de púa y liso para cerco, hilos y sedas de coser.

- **Útiles para los hacendados:**

Los más variados polvos antisárnicos (marca Quibell, Little's Sheep Dips), tijeras para esquila, sacos para fardos de lana, baño para ovejas (Fison), cinchas y riendas, polainas y espolines, mandiles, frenos y huascas, sillas de montar, enjalmas chilenas, bastos, estribos, cabezadas, correas, bocinas para carreras.

- **Otros artículos y máquinas:**

Máquinas de coser marca Singer (de pie y de mano), máquinas fotográficas, coches, carretas, automóviles (Studebaker, Fiat, Overland), aparatos para expendio de cerveza (bombas de cerveza).

b).- **Bienes económicos intermedios** (transformación en bienes de capital o de consumo).

Levadura fresca para fabricar cerveza, maíz, trigo, arroz, semillas, manteca, cebada, almidón de trigo, cebada forrajera, harina flor de cilindros, harina corriente y tostada, maíz triturado, afrecho, afrechillo, mote, alfalfa, sémola, hilos y sedas de coser, marcos de pino, maderas de raulí, maderas de pino, cemento.

c).- **Bienes económicos finales o de consumo:**

- **Provisiones y conservas:** Chocolates, aguas minerales (Rehns de Alemania, Vichy, Panimávida), caviar de Rusia, castañas, te (Mazawattee, Lipton, Old Smugglert, Demonio, Sol, Hornimans, Santa Filomena, Cruz Azul,), café (Brazil), jamones, salchichones, fréjoles, garbanzos, lentejas, azúcar refinada, leche (marca Oso, Nestle, Mariposa, Globo), caramelos

(confites, bombones franceses, turrone​s espa​ñoles), galletas), quesos de Italia (Parmesano, Grivera, Gonda, Edad, Sbrinz), mantequilla, caf​e de yungas, arvejas, nueces, chuchoca, pasas, mote, patitas de chancho en salamera, duraznos al jugo y frutas surtidas en conservas, fideos, hongos, sardinas, afrecho, afrechillo, guindas y cerezas en conserva, chancaca, chancaca de marquetas, charqui, harina tostada, miel de palmas y de abejas, quillay, sal para cocina, leche condensada (Colorada, Gold Crown Milk), chorizos riojanos, anchoas, fiambres surtidos, salsa de tomates, pur​e de tomate, jam Morton (mermelada), pickles, mortadela, az​ucar molida, pimienta, aves de caza en escabeche, mariscos en conserva, legumbres en conserva, cocoa, sardinas de noruega, dulce de membrillo, crin, avena, chorizos de Chill​an, aceite de oliva, conservas de tomates.

- **Frutas y Verduras:** Manzanas, peras, bananas, naranjas, limas dulce, mandarinas, pi​ñas, cocos, limones, aceitunas, repollo salado, higos secos, huesillos, uvas, trufas, alcachofas, duraznos, zapallo, papas, ciruelas secas, ajos y cebollas (Lisboa), coliflor, zanahorias, pi​ñas, pomelos, lechugas, rabanitos, perejil.

- **Licores, vinos y tabaco (art​culos de vicio):** Tabaco y cigarrillos puros (**Italia**-Ocsrom, Toscanos, Cavour, Virginia, Magie; **Habana**-Africana, la Corona, Murias, Alonso, Partagas, Crema de Cuba, Navy Cut, Red Park, Crown; **Inglaterra**-London Dock, la Importa Diosa, Santa F​e), champ​a​ña (Hasnckel Sect, Royal, Veuve Guillaume), Whisky (Doctor Special Whisky, Whisky Buchanan, Special Blend, Black and White, Royal Household, Ye Monkeys), cerveza (Pilsen, Lager, Bock, Doble, Cerveza Negra Meux), vinos (Fernet Branca, Moscazo, Barbera, Chianti, **Franc​es**-Cotes, St. Loubes, Chateau Vignemont, Medoe, Graves, Entre Deux Mere; **Chilenos**-Err​azuriz, Urmeneta, Ochagavia, Subercaseaux, Tocornal especial, Bandera Chilena, Batuco, Pemuco), ginebra, vermouth, pisco (Peralta, Serena, Pastilla,

Especial, Tres Cruces), Coñac, Rhum Jamaïque, Jerez Amontillado, Aguardiente, Old Tom Gin.

. **Artículos de librería:** Sobres (oficio entero, medio oficio, cuarto oficio corriente, oficio calidad superior, oficio calidad corriente), sobres carta, tintas stephens de copiar (oficio, lacre, china), tinta para planos, papeles planos para impresiones, facturas en blanco para impresiones, libretas en blanco, obras completas y literatura de la época (Enciclopedias del siglo XIX y XX, autores de la época como Jonson de Terail, Emilio Zola, Jorge Olinet, Julio Verne, entre otros), álbum para retratos, libros, bolsones, estampillas, tarjetas postales, pizarras, cuadernos, plumas, plumas-tintero (Waterman Fountains Pen), goma líquida, tinta china de todo color, gomas de Faber para borrar, álbumes fotográficos, libros comerciales, sellos de goma y metal, timbres y grabados, sellos fechadores (Air-Cushiom), novelas en castellano y francés, tarjetas y postales de todos los lugares de Chile también Magallanes.

- **Ropas y artículos de calzado:** Ternos para hombres y niños, vestidos para señoras y niñas, pantalones (diablo fuerte, casimir, gruesos, negros y de color), zapatos, zapatos con clavos para niños, zapatillas, zapatitos para guaguas, zapatos de foot-ball, botas, zapatilla de charol para baile caballeros, zapatos con ganchos para cabalgar, camisas, alpargatas, medias, sombreros, camisetas, calzoncillos, pañuelos (pañuelos de seda para bolsillo, pañuelos de satín, pañuelos de algodón) gorras, sabanas, impermeables, broche de seda para blusas, alpaca negra para vestido, corbatas, frazadas, polleras, toallas, suspensores, cachimbas, fundas hechas y bordadas, lienzos, capas de invierno, mantos de espumilla, paletoes de cuero, zuecos, botines, chalecos (suelos, ajustados), carteras y portamaletas, correas para viaje, casimires, cinturones, chalines de lana, cortinas, cintas y blondas, delantales, manteles, fajas de lana y algodón, franelas, guantes, ponchos, pijamas, polainas, poleras, sombreros, corsés, yérsey de lana,

refajos de lana y seda, géneros para muebles, velo de monja, jockey, trajes de marinero para niños (a la marinera), abanicos finos, capas de guanaco, de vicuña, de avestruz, de zorro de la Patagonia, Tierra del Fuego, de Alaska (negro, plateado, azul y colorado), tapados en cueros de nutrias, lobos forrados de pieles, calzado de Norteamérica (Friedman Bros y Cia.), bufandas, fajas, cretona, coty, tongos, abrigos, cortinas, banderas nacionales, cachemira, cueros y capas de guanaco (chicos y grandes), cueros de zorro, león, gato montés, choique, avestruz, cisne, plumas de avestruz, hilos y sedas de coser, paletos estilo kimono, plumas para sombreros, carteras, calcetines, tacos de goma.

- **Artículos de Aseo:** Cepillos, betún líquido, aguas de colonia, lociones para el pelo, vinagre de toilette, polvos para la cara, polvos para los dientes, pastas para dientes, lociones surtidas, encerados para marineros, jabones (Monkey Brand, Quaker Oats, Ray), perfumes (Atkinson, Roger & Gallet, Pinaud), tinas, lavatorios, fósforos (Vulcan), aguarrás.

- **Artículos musicales:** Gramófonos (marca Víctor), discos (marca Perro), victrolas marca Víctor, acordeones, harmónicas, pianos, guitarras, mandolinas, cítaras, banjos, arcos, acordeones dobles, armónicas de boca, cuerdas de acero, violines de orquesta y medio fino, discos y piezas de música, violonchelo, fonógrafos (marca Columbia).

- **Artículos de Hogar y Muebles:** Roperos, catres de fierro y de madera, cómodas, veladores, aparadores, trinchas, mesas de comedor de todas clases, lavatorios, colchones de resorte y de lana, maletas, hules, varillas para marcos y cuadros, sillas para montar, ataúdes, espejos (Saint Gobain), sillas de coche y carretillas para niños, mármoles, mesas de comedor (roble, nogal, cedro, caoba, ébano y palo santo), sillas y sillones para escritorio, mecedoras de todas formas, taburetes para pianos, cunas

para niños, sartenes, estufas, linoleums, calderas para lavanderas, calderas para graserías, ollas de fierro, teteras de horno, tinas, camas de fierro y madera (1, 1/2 y 2 plazas).

- **Artículos de Armería:** Escopetas y cartuchos, máquinas para recargar cartuchos, quemadores, tubos, rifles, revólveres, bastones, balas para escopetas de todo tamaño, carabinas.

- **Artículos de Botica y Droguería:** Canela entera y molida, carbonato de amoniaco, bicarbonato de soda, soda para lavar, ácido sulfúrico, ácido tartárico, ácido cúbrico, ácido salicílico, esencia para vinagre, pimienta blanca y negra, pinturas, pimienta de color, jengibre, añil, colores de anilina, azúcar candia, aceite cocido, aguarrás, aceite nalo, azul ultramar, bencina, tiza molida y entera, barniz, secante líquido, salitre, perfumes, polvo Coza (contra la embriaguez), bálsamo Superavit (contra quemaduras y heridas).

- **Artículos de Fotografía:** Placas y películas de todas dimensiones (Lumerie, Guillemint, Jougle), papel "velox" (gruesos y paquetes), tarjetas postales sensibles a la calcidina, placas en porcelana para positivos, baños preparados en frascos, máquinas fotográficas.

- **Artículos Eléctricos:** Lámparas de magnesio, teléfonos de corta y larga distancia, pilas Leclonché, baterías para motores, máquinas de inducción para aplicaciones médicas, campanillas, voltímetros de bolsillo, indicadores de corriente, lámparas eléctricas, lámpara "Monowatt" incandescente, encendedores de bencina, termómetros, aparatos telegráficos y telefónicos, telégrafos de agua para buque, indicadores eléctricos y del número de revoluciones, bocinas, sirenas, relojes eléctricos, pilas de humedad y secas, pararrayos, materiales para instalaciones

eléctricas, cables para usos telefónicos y telegráficos, contadoras de agua para usos comerciales e industriales.

- **Artículos de Jardinería:** Maceteros, plantas de flores (rosas, claveles, azaleas, aralias, camelias), flores artificiales, semillas de todos los tipos.

- **Automóviles y Repuestos:** Automóviles (Studebaker, Overland, Fiat), neumáticos Michelin, cámaras de todas medidas, nafta, grasa,

- **Artículos varios:** Encendedores, alfombras, acolchados, almohadas, botones, cuchillería, marcos para retratos, peines, paraguas, espejos, tabaqueras, máquinas y aparatos de gimnasia, pelotas y raquetas de tenis, coches para guaguas y niños pequeños, relojes de oro, plata, níquel y acero (marcas Longines, American Waltham, Rocksof, Regulador, Tavano Watches, Simplos, Menagero, Cilindro), cadenas de oro, plata y níquel, anillos, prendedores, cristalería (lozas de todo tipo, lavatorios, cuchillería, tenedores, cucharas, otros), naipes, corchos, baldes, maletas de todo tipo y tamaño, lámparas de parafina, cinchas y riendas, polainas y espolines, mandiles, frenos y huascas, anteojos, colchones de resorte y de lana, relojes de bolsillo y sobremesa, prendedores, pulseras, rosetas, perchas, barómetros, termómetros, cintas aislantes, masilla ablandada, pinturas de todos colores, aceite de linaza, barniz, anteojos (marca Zeiss).

5.4).- “Procedencia de los bienes de consumo según especialización y tipo de transacción entre 1900-1916 de acuerdo al avisaje publicitario contenido en el diario El Comercio de Punta Arenas”

Durante la época dorada de Magallanes la navegación marítima mercante se constituyó como una de las principales herramientas del progreso regional, sus habitantes miraban al mar como razón de progreso y adelanto, el fruto de la evolución regional era vista como razón directa de las continuas recaladas de barcos de diferente procedencia, las periódicas llegadas de naves daban un aire distinto a la región austral americana y la situaban en uno de los principales puertos de recalada en el Sur de América. El contacto ameno y fluido entre extranjeros y nacionales se desarrollaba comúnmente en las descargas incesantes en el muelle de la capital regional, una práctica bastante común por lo demás entre sus pobladores, visto el crisol de nacionalidades y el rasgo distintivo de multiétnicidad que comenzaba a conformar su población, aspecto característico de otras comunidades de la vertiente meridional atlántica. Algunas cifras estiman que llegaron a calcularse hasta cuatro naves diarias, queda de manifiesto con el registro que se tiene para el año 1913, último año normal antes de la conflagración bélica mundial, la cual arroja 1.539 naves de diferente procedencia, en especial de puertos ingleses, alemanes y franceses y en menor medida norteamericanos y sudamericanos.

Según la información que nos entrega Martinic B., recopilada y modificada del censo efectuado en 1908 por Lautaro Navarro Avaria, se tiene que la mayor procedencia por concepto de importaciones estuvo dada por Inglaterra, seguida de Alemania, otros países europeos, Argentina y Estados Unidos, y en menor medida otros países americanos y continentes restantes (países de Asia, África y Oceanía).

PAÍSES	1903	1904	1905	1906
GRAN BRETAÑA	\$1.179.782	\$1.734.589	\$1.812.177	\$3.166.878
ALEMANIA	\$1.038.977	\$1.447.851	\$1.774.464	\$2.221.967
OTROS PAÍSES EUROPEOS	\$ 949.049	\$1.197.117	\$1.431.065	\$2.508.643
ARGENTINA	\$ 305.613	\$ 614.643	\$ 431.314	\$1.347.080
ESTADOS UNIDOS	\$ 238.396	\$ 403.298	\$ 338.997	\$ 681.882
OTROS PAÍSES AMERICANOS	\$ 202.145	\$ 232.973	\$ 365.643	\$ 340.035
PAÍSES DE ASIA, AFRICA Y OCEANÍA	\$ 6.086	\$ 632	\$ 25.856	\$ 30.506

- Citado en Martinic B.; Fuente: Modificado de L. Navarro Avaria (1908)

Como se puede interpretar, desde 1903-1906 existió un progresivo aumento por concepto de importaciones, existiendo sin embargo algunas bajas en el año 1905 de productos procedentes de Argentina y Estados Unidos, para finalmente cerrar con un alza durante 1906, característica que es apreciable en todos los países cifrados. La clasificación presentada nos aclara la realidad de las importaciones según nivel monetario y las transacciones correspondientes, sin embargo nuestro interés radica en presentar el origen y procedencia de los artículos y productos independiente de la cantidad monetaria, haciendo mayor hincapié en la trascendencia que va a jugar el mercado europeo para autoabastecer a la población magallánica y su población en ciernes.

Como se ha visto hasta el momento las mercaderías que circulaban desde puertos europeos y otros países de América reflejaban el creciente dinamismo que experimentaba la economía y evolución territorial, nos resta entonces poder identificar desde donde procedían aquella infinidad de productos que comúnmente consumía la familia magallánica, para ello nuevamente utilizaremos la clasificación según transacciones realizadas por las casas comerciales importadoras.

a).- **Comercio Mayorista y de Ramos Generales:**

Según el aviso publicitario contenido en el diario "El Comercio" de Punta Arenas para los años 1900-1916 existen 99 casas importadoras que desarrollan el comercio al por mayor, incluidas algunas casas comerciales de ramos generales ante la falta de información correspondiente. Cabe consignar que de las 99 casas y establecimientos dedicados al comercio no se pudo encontrar información de procedencia, ya sea extranjera o nacional para 12 de ellas, por tanto las cifras reales pueden variar dependiendo de análisis más estructurados y completos que digan relación con las cifras totales para la época en estudio. De ellas se estima que 75 casas comerciales establecidas en Punta Arenas mantenía contacto frecuente con los mercados europeos, cifra que llegaría al 86,2% si se considera la totalidad de las casas comerciales de las cuales se tiene información (87). En primer lugar se encuentra Inglaterra, con 33 casas comerciales que mantenían contacto frecuente con este cotizado mercado, en su mayoría las importaciones se remitían a "ropa y calzado" y "artículos relacionados con la ganadería ovina", vista la notable hegemonía económica de esta potencia en los mercados lanares de todo el mundo, amén del predominio de los capitales ingleses en el rubro para la economía regional. Le seguían en importancia Francia, con 17 casas comerciales que generaban comercio de importación con este mercado, preferentemente de "perfumes" y "medicamentos" y en menor medida vinos y mercaderías generales, luego estaban Alemania e Italia con 13 casas comerciales, importando "mercaderías generales", ropa y calzado en el caso del primero y los cotizados "licores, vinos y cigarrillos" en el caso del segundo, además de algunos lácteos, en especial quesos, leche y mantequilla. En menor medida estaba el comercio mantenido con España (10) y otros países de Europa (15), en especial Holanda, Rusia, Noruega, Croacia, Suecia, Portugal y Suiza, los cuales aportaban pieles, cueros, miel, algunos licores y vinos y otras

mercaderías generales que gustosamente eran recibidas por las casas comerciales locales y expendidas a la creciente población con una gran demanda y aceptación.

El comercio de importación procedente de América se remitía a Cuba, Estados Unidos y Argentina desde donde llegaban tabacos y cigarrillos de diferente marca de la Habana y artículos de "hogar y construcción", "regalos, juguetes y novedades" y "mercaderías generales" (vinos, lácteos, trigo, maíz, avena, harina) respectivamente. En cuanto a otros países extranjeros, destacaban algunos de África, por ejemplo tabacos y cigarrillos de Egipto y productos exóticos de Turquía, sedas y ropas de Pekín, o bien algunos remedios y polvos antisáricos para ovejas de Nueva Zelanda.

Los productos importados desde nuestro territorio nacional decían relación con el consumo general de "frutas y verduras" y en mayor mediada "vinos y licores" provenientes de viñas del centro de nuestro país, destacaban las viñas "Santa Rita" cuyos agentes en Punta Arenas eran Arrivillaga y Darricades, la viña "Linderos", cuyo representante en Punta Arenas era la Sociedad Anónima Ganadera y Comercial Sara Braun, la viña "Favorita", agente en Punta Arenas Briones y García y algo más al sur la viña "Carmen" de Concepción, agente en la capital regional Luis E. Swart.

El comercio de importación nacional por tanto se centró en las regiones de Valparaíso y Concepción. Es dable destacar que si bien 30 casas comerciales establecidas en Punta Arenas mantuvieron importaciones con el centro del país, más de la mitad de ellas empezaron a realizar las transacciones correspondientes después de 1914, es decir, una vez iniciado el conflicto bélico mundial, instalado el servicio aduanero en Punta Arenas y comenzado a operar el Canal de Panamá, consecuencias directas de la disminución del tráfico marítimo mercante, el encarecimiento de los

productos de necesidad primaria, la disminución de los sueldos de los trabajadores y obreros y otras que se hicieron visibles producto de la recesión económica internacional, vista la dependencia de los mercados extranjeros, en especial europeos.

Queda de manifiesto entonces el grado de trascendencia que jugaron los mercados europeos al generar el autoabastecimiento de los más variados productos que permitían satisfacer la creciente demanda de su población territorial en pleno desarrollo y crecimiento económico. Las casas comerciales que efectuaban transacciones al por mayor dieron creciente vida a los despachos y tiendas menores típicos del Magallanes colonial, dando paso no solo a mayores oportunidades laborales al abrir camino a la dedicación de variados rubros comerciales, sino también permitiendo el progreso de la población al conseguir su satisfacción y conformidad con la especialización que iba creciendo con el correr de los años. Sin duda la época dorada de Magallanes será trascendental en la conformación y dinamismo de la economía regional y las casas comerciales y su consiguiente especialización muestra evidente de aquello.

“Procedencia Comercio de Importación según especialización y tipo de transacción entre 1900-1916 de acuerdo al avisaje publicitario contenido en el diario El Comercio de Punta Arenas”

“Comercio Mayorista”

Casas Importadoras al por Mayor	Importación desde Europa	Otros países de América	Asia	África	Oceanía	Importación Nacional
99	75	21	3	2	2	30

Inglaterra	33
Francia	17
Italia	13
Alemania	13
España	10
Holanda	3
Rusia	2
Otros (Noruega, Suecia, Croacia, Portugal, Austria, Suiza)	10

Norte y Centroamérica	15
Estados Unidos	6
Argentina	8
Cuba	8

Sin Información
12

- Fuente: Elaboración del autor en base a avisos publicitarios contenidos en el diario local El Comercio para los años 1900-1916

b).- Comercio Minorista o al Detalle:

Según el avisaje publicitario contenido en el diario "El Comercio" de Punta Arenas para los años 1900-1916 existen 114 casas importadoras que desarrollan el comercio al por menor o al detalle. Cabe consignar que de las 114 casas y establecimientos dedicados al comercio no se pudo encontrar información de procedencia, ya sea extranjera o nacional para 30 de ellas, por tanto las cifras reales pueden variar dependiendo de análisis más estructurados y completos que digan relación con las cifras totales para la época en estudio. De ello se desprende que 71 casas comerciales mantenían contacto con mercados europeos, cifra que llega al 87, 7% si se considera la totalidad de los establecimientos de los cuales existe información. El principal mercado importador fue Inglaterra con cerca de 28 establecimientos comerciales que efectuaban transacciones de este tipo con aquel país, remitiéndose en su mayoría a artículos y productos relacionados con la "decoración, ropa y calzados", preferentemente trajes, vestidos, ropa interior, gorros, calcetines, zapatos y zapatillas de todas las marcas y gustos, impermeables, chalecos, yérsey, guantes, entre los más variados que ofrecían las distintas casas y establecimientos comerciales para vestir y abrigar a su población. Luego estaban Francia, Alemania e Italia, con 16, 15 y 12 casas importadoras de esta procedencia respectivamente, en su mayoría se ofrecían perfumes y lociones, vinos y lácteos en el caso del primero y artículos de "hogar y construcción" en el caso del segundo. Por su parte los productos de origen italiano se basaban en licores y vinos para los más exquisitos y rigurosos paladares, procedían mayormente desde Toscana, Piamonte, Lombardía, además de mercaderías generales, en especial lácteos. En menor medida estaban España (6) y otros países de Europa, destacando Holanda, Croacia, Rusia, Noruega, Suecia y Portugal, desde donde se complementaba la dieta de alimentos de consumo en general, básicamente conservas, miel, cueros y pieles de animales.

Los artículos y productos procedentes de Norte y Centroamérica se remitían a cigarrillos y puros de Cuba (la Habana), artículos y novedades varios de Estados Unidos, destacando instrumentos musicales (guitarras, pianos, banjos, acordeones, violonchelos), gramófonos y discos, teléfonos, victrolas, máquinas fotográficas, entre otros que daban diversión de tarde en tarde a la comunidad magallánica. Por su parte las importaciones desde otros países de América se remitían a “mercaderías generales”; aceitunas del Perú, harina, maíz, trigo y lácteos desde Argentina y Montevideo, particularmente de sus capitales nacionales, y uno que otro puro brasileiro. Por ende el predominio de productos americanos se daba en los mercados de Cuba, Argentina y Estados Unidos.

El comercio de importación procedente de nuestro territorio nacional se basó al igual que las casas mayoristas en las “frutas y verduras” y en “vinos y licores”, el número de casas importadoras al detalle que mantenía contacto con los mercados nacionales se ha contado en 20, siendo común la importación de vinos de diferentes marcas y gustos: Errázuriz, Urmeneta, Ochagavía, Subercaseaux, Tocornal especial, Bandera Chilena, Batuco, Pemuco, además de otros licores y vinos finos. Las ciudades abastecedoras se concentraban en el centro de nuestro país, principalmente Valparaíso, visto el frecuente contacto que desarrollaban los tráficos regulares de las compañías navieras regionales, en especial la compañía naviera “Braun & Blanchard, y los menores provenían de Tomé, Talca, Lota, Aconcagua, Valdivia, Cauquenes, Itata, Elqui, entre los recurrentemente citados por el avisaje publicitario. A pesar que existieron productos procedentes de nuestro territorio nacional, ellos no tuvieron la preponderancia ni el grado de importancia que llegaron a tener los productos provenientes de Europa, no solo por el número o la cantidad de los ingresos aportados a nuestra economía regional, sino por la gran cotización y el favoritismo que llegaron a tener los mismos tanto por los dueños y representantes de las casas

comerciales, como por el agrado y aceptación de la comunidad magallánica. Muestra evidente de ello es el avisaje emitido en algunos comunicados de las casas comerciales al ofrecer productos de procedencia nacional, siendo reiterativo y también característico encontrarse con avisos como: "la casa comercial de XX ha recibido vinos de Chile", o bien "la barca XX ha traído una carga con productos de origen nacional", como si fuera un evento poco conocido o simplemente la población en ciernes no se considerara parte de la república en formación, algo que se descarta de antemano por carecer de fundamentos teóricos, por tanto solo se postularía como válida la primera opción.

Como fuera y cual haya sido el caso, la enorme variedad de productos y el fluido contacto comercial con los países europeos y en menor medida americanos y continentes restantes, permitió a la población regional en crecimiento autoabastecerse y satisfacer la creciente demanda que experimentaba producto del dinamismo de su economía y la correspondiente evolución territorial. La especialización comercial y el nacimiento de una variedad de casas comerciales importadoras y exportadoras, amén de la distribución normal de productos en el territorio, se debe entonces y de forma directa a los países europeos. El progreso económico y la evolución territorial de la región del austro americano fue "autogenerado", el espíritu de superación, la tenacidad característica de sus pobladores y la ayuda moral y cultural de los grupos emigrantes de procedencia europea, sumado a la laboriosidad, iniciativa y creatividad realizada en conjunto por su comunidad en formación, permitieron no solo hablar de auge económico en el rubro comercial, sino en las más variadas disciplinas de la economía, sociedad y cultura, de allí que usemos el apelativo de época dorada.

“Procedencia Comercio de Importación según especialización y tipo de transacción entre 1900-1916 de acuerdo al avisaje publicitario contenido en el diario El Comercio de Punta Arenas”

“Comercio Minorista o al Detalle”

Casas Importadoras al detalle	Importación desde Europa	Otros países de América	Asia	África	Oceanía	Importación Nacional
114	71	18	3	3	-	20

Inglaterra	28
Francia	16
Alemania	15
Italia	12
España	6
Holanda	3
Croacia	2
Otros (Noruega, Suecia, Rusia, Portugal)	4

Norte y Centro América	15
Estados Unidos	5
Argentina	3
Cuba	6

Sin Información
30

- Fuente: Elaboración del autor en base a avisos publicitarios contenidos en el diario local El Comercio para los años 1900-1916.

6).- Características del avisaje publicitario emitido por las casas comerciales en la región de Magallanes entre 1900-1916.

El auge y adelanto territoriales que pronto se fue manifestando en la región de Magallanes, en especial Punta Arenas, se vio caracterizado de forma evidente en los distintos avisos publicitarios emitidos por los medios de comunicación de la época. Especial consideración cabe el análisis pormenorizado de la prensa, una herramienta trascendental en la evolución del hombre y un medio eficaz para conocer e interpretar a una sociedad en formación. El diario local "El Comercio" base sobre la cual se ha desarrollado gran parte de la presente investigación nació a poco de entrado el nuevo siglo (1900). Pronto se destacó por ser un medio eficaz en la transmisión de hechos y ocurrencias que surgían en la comunidad regional, a más de denunciar los distintos problemas que se sucedían en la localidad del austroamericano. En esta medida va a destacar sin embargo su notable interés en la publicación de avisos comerciales de los distintos establecimientos que iban naciendo a la luz del progreso y evolución territorial, además de ser un promotor activo y denunciante a ultranza de aquello que afectara a su joven población. De allí nuestro interés en presentar un breve episodio referente a la importancia y trascendencia que va a jugar el avisaje publicitario en el comercio local y su consiguiente especialización comercial, no solo para enterar a la población de la enorme variedad de productos ofrecidos, los precios de suyo competitivos en el mercadeo local, sino también en la forma y estilos usados para motivar al lector e inducir en su decisión de compra final.

La apertura de una variedad de casas comerciales y su rápida especialización va a ser motivo directo del aumento demográfico y la creciente demanda experimentada por su población en desarrollo, pronto los establecimientos comerciales, tiendas, despachos y negocios se vieron en la

imperiosa necesidad de acelerar la venta de los más variados productos venidos del extranjero, principalmente de puertos europeos (Inglaterra, Francia, Alemania, Italia, España) y americanos (Estados Unidos, Argentina, Cuba), vista la competencia que se iniciaba en los diferentes rubros comerciales de Punta Arenas. La creatividad y el ingenio en el ofrecimiento de los productos, a más de los precios y ofertas, técnicas de marketing, entre otras, fueron siendo característicos entre 1900-1916, en claro apogeo durante 1905-1912, para iniciar una leve declinación entre 1912-1914 y ya una franca decadencia entre 1914-1916, vista la situación de recesión económica mundial, además de las ya mencionadas instalación de la Aduana en Punta Arenas (1912) y apertura del Canal de Panamá (1914), reflejo manifiesto en los continuos ataques desarrollados por los comunicados de prensa en contra de las desatinadas medidas administrativas tomadas por el gobierno central para el territorio magallánico, evidenciando su férrea defensa hacia la población civil, quien sufría mayormente las consecuencias de la crisis que afectaba a todo el mundo.

El avisaje publicitario iba de comunicados simples que contenían mensajes de dos o tres líneas, detallando la especialización comercial, lugar de procedencia de las mercaderías en algunos casos, lugar de residencia y dueño del establecimiento comercial o agente en Punta Arenas si así era el caso, hasta extensos y atractivos dibujos e ilustraciones de los mismos, muchos de los cuales a veces incluían hasta una o dos páginas completas, cantidad exorbitante si se consideran las amplias dimensiones del diario reseñado, que asimila un Mercurio actual. Baste ilustrar algunos para ejemplificar lo reseñado, adviértase la técnica y el ingenio ante los elementos rústicos con los que se contaba para la época en consideración.

Gran Surtido
 En NAIPES americanos y españoles
 TABACO "OCTSROM"
 Lámparas de pie y de pared
CAVIAR de Rusia - CASTAÑAS frescas
 Cerveza barata - Goma lacar
 Y un gran surtido de Camisetas y Sombreros
 RECIBIERON ULTIMAMENTE
De Bruyne, Osenbrüg & Co.

The Shearing Season is Over
 but
 there is a continual Shaving
 Season opening with the famous



Ray

Swedish Razors Made in Finland

TO BE HAD ONLY AT
H. GRAY'S

Las famosas navajas rayos X de Suecia
 VENDE POR MAYOR Y MENOR
H. GRAY




Nuevo y gran
 surtido en
Coronas
 y **Ataudes**
 Recibió última-
 mente la Mue-
 blería de:
Francisco Rabaglio.
 - Precios reducidísimos -
 - Teléfono 275. -

Peletería "EL ZORRO"
G. M. GRUSSI
 Frente a la Gobernacion Maritima.

ZORROS de l'Alaska, negro, plateado,
 azul y colorado, última novedad.

Taller para Tapados de señora, en cueros
 de nutria y lobos, forrados de pieles, paletoes
 para hombres.

Precios sin competencia

Luna de Miel

Fria a tu amor mostrábame indecisa,
Dudando entre quererte o rechazarte
Temiendo el porvenir; pero mis dudas.
Desvaneci6 en un punto este detalle:
Vi por casualidad; bordada en seda
En la vuelta del cuello de tu traje
La famosa etiqueta de R. I. Z.
I ella me garanti6 de tu car6cter,
Dej6ndome entrever tu buen criterio
Por saber combinar a lo elegante
Lo bueno i lo econ6mico, i me dije:
Quien compra en casa de Rivera Iglesias
Hombre es que piensa bien, a buen seguro,
Da prueba de buen tino, es serio, es grave,
I asi como es muchacho serio i de 6rden
Buen marido ser6 fiel i constante;
I esto me decidi6, te di mi mano,
Nos casamos, i Dios, t6 i yo la clave
Solamente tenemos de la dicha
Que debemos los dos ir a comprarle

a **RIVERA IGLESIAS y ZALDIVAR**

Se pide una visita al extraordinario
surtido que vender6s mas barato que
ninguna casa en el territorio.

PARECE MENTIRA

Lo que se puede comprar con poca plata

A \$ 1.-

1	buena camisa para se6ora	\$ 1.
1	dolantal grande con pechera	" 1.
5	dolantales de t6	" 1.
5	metros de franela de un solo color	" 1.
5	metros de percala	" 1.
1	docenas de piezas de tapa-costura	" 1.
1	docena de piezas de mi6aque	" 1.
2	docena de platos	" 1.
2	pares de alpargatas	" 1.
2	arroba de arroz buena clase	" 1.

A \$ 1.50

1	frazada colorada	" 1.50
1	jersey para ni6o	" 1.50
2	camisetas para hombre	" 1.50
2	calzoncillos para id.	" 1.50
2	docena de calcotinos para hombre	" 1.50
2	docena de tazas grandes	" 1.50
1	docena de vasos finos	" 1.50

A \$ 2.-

1	docena de tohallas	" 2.
2	docena de medias para se6ora	" 2.

¿I en d6nde hai tanta baratatura?

la Nueva Casa Surtida de M6ximo K6hner

Esquina 6ble i Err6zuriz.

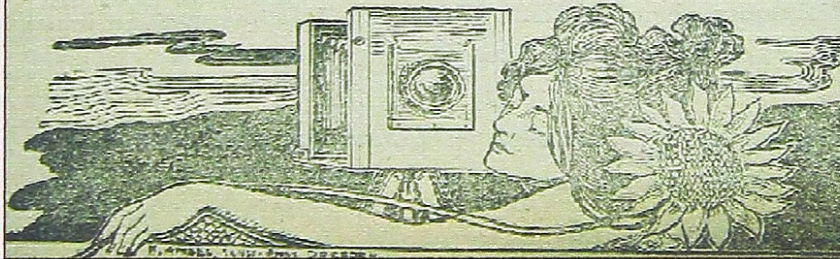
Fotografía

144 - Roca - 144

IBERO - AMERICANA

Dep6sito de materiales y 6tiles fotogr6ficos

VEIGA & BRAZIL



Vendo sin competencia

Arroz de Valencia

A \$ 29.80 qq.

Almac6n

JUAN HOENEISEN.

Marca Registrada
Marca Registrada

ARAGON SUPERIOR



Llegó una nueva partida por vapor
DENDERAH

Seguridad absoluta para los Chicos

Sillas para Guaguas



Construccion nueva!
Construccion antigua!

Servible como mesa y silla.



**Blusas
Polleras
y Paletoes**
Casa Croata
Jurčić & Turina



SORRETODOS, Trajes, Paletoes, Pantalones, Camisas, Sombreros, y Gorras
 Recibió la
Casa Croata
Jurčić & Turina

Comercio para el Territorio de Magallanes

JORGE JORDAN

Cerveza

MARASCHINO
ZARA
R. VLAHOV

GRAN EXISTENCIA
— EN —
Maquina Fotograficas

Acaba de recibir la Fotografia Universal. Elegantes y baratas
buenas y livianas.

M. A. Brazil
MAULE 1931.

Próximamente

Llegarán los autos:
'STUDEBAKER'
7 asientos.

Hay Voitureses 3 asientos en stok.
Permisiones solicitados á
MICHEL ROOZE & C.
Punta Arenas, Gallegos y Santa Cruz.
Unicos Agentes para los Territorios de Magallanes (Chile) y de Santa Cruz (Rep.
Argentina).

El Auto Garage Central
— DE —
L. Meric & Cia.
Calle C. Bories N.º 578 598. — Teléfono 300.

Recibió Autos Overland
AL PRECIO DE \$ 230.
Neumáticos MICHELIN y cámaras de todas medidas.
Accesorios de todas clases. Nafta, Grasa, etc.

ACABO DE RECIBIR:

Paletos de cuero



AMERICAN WALTHAM SOL
 WALTHAM
 TAN FIJO COMO EL SOL
 BRUJASE SOL SOL SOL SOL
AMERICAN WALTHAM SOL



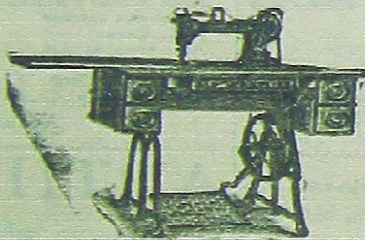
ZUECOS

PARA SEÑORAS I NIÑOS



MAQUINAS DE COSER WHEELER & WILSON

a gabinete con cojinetes de bolillas de acero



RECIBI: Ropa interior para señoras. Camisetas de seda, lana i algodón, camisas de hilo i franela, enaguas de seda etc. medias de lana i seda.



Casa Inglesa L. L. Jacobs

Casa Inglesa L. L. JACOBS
 Casa en Londres 40 King Street Cheapside CE.

Solo por pocos dias. Gran liquidacion de Sombreros

OJO Sombreros de paja para niños y señoras adornados a solo \$1 y 2 c/u. **OJO**



Acabo de recibir por Oriana

un gran surtido de cosas para señoras y señoras en fantasía en plateros y platos especiales para regalos.



Coches de 2 y 4 ruedas



Recibió Suc. **MAXIMO GILLI**



Muebles
Catres
Sillas
camas



SILLAS DE VIENA Y SILLAS DE VIAJE

Ofrece
A. W. SCOTT

NOTA GRÁFICA



La bala de la laca
i el aumento del juego
serán de Punta Arenas
la turnala de mañana.

Se refleja entonces en primer lugar el gran surtido de productos ofrecidos por los distintos establecimientos y casas comerciales y su consiguiente procedencia mayoritaria desde puertos europeos. Inmediatamente se observa el colorido, formas, tamaños, dibujos y técnicas utilizadas para motivar al lector en la compra de sus productos y artículos, ellas variaban enormemente según el mensaje que se deseaba transmitir, sin embargo se hizo característica la viñeta que representaba una mano indicando el producto y la marca que era conveniente adquirir, además de comunes y recurrentes “notas gráficas” que alertaban a la población de posibles situaciones si no se tomaban cartas en el asunto, como lo eran el aumento de los vicios y los juegos (alcoholismo, juego de naipes, otros).

Cabe destacar además que para la época era recurrente emitir avisos publicitarios comerciales en lenguas diferentes, siendo comunes los idiomas ingles, croata, francés, alemán e italiano, vista la característica de multietnicidad que comenzaba a tomar la joven población magallánica, rasgo distintivo que se manifestaba durante la época en curso y que sentará las bases de su conformación social posterior. Muestra de ello además era el énfasis que se daba a la marca procedente del extranjero, muchas veces denotaba no solo calidad, sino gusto y satisfacción al comprador, por lo que se resaltaba el producto y artículo ingresado a Punta Arenas por naves de procedencia extranjera o bien naves de flotas regionales en común contacto con mercados europeos.

El ingenio y creatividad en la transmisión y presentación de los avisos es digno de un reconocimiento, desde simples frases y juegos de palabras hasta poemas e historias singulares, interesa transcribir la siguiente, emitida por el establecimiento comercial de “Rivera Iglesias y Zaldívar” para reflejar lo antedicho:

“Fría a tu amor mostrábame indecisa, dudando entre quererte o rechazarte temiendo el porvenir; pero mis dudas desvaneció en un punto este detalle: vi por casualidad, bordada en seda en la vuelta del cuello de tu traje la famosa etiqueta de R. I. Z. y ella me garantizó de tu carácter, dejándome entrever tu buen criterio por saber combinar a lo elegante lo bueno y lo económico, y me dije: quien compra en casa de Rivera Iglesias da prueba de buen tino, es serio, es grave, y así como es muchacho serio y de orden, buen marido será, fiel y constante; y esto me decidió, te di mi mano, nos casamos, y Dios tu y yo la clave solamente tenemos de la dicha que debemos los dos ir a comprar a RIVERA IGLESIAS Y ZALDIVAR. Se pide una visita al extraordinario surtido que vendemos más barato que ninguna casa en el territorio”

De la misma forma se sucedía día tras día una variedad enorme de publicidad comercial, ofertas, sistemas de pagos, gráficos y dibujos afines, clara realidad de la dinámica evolución económica que experimentaba nuestra comunidad por aquellos años. Junto a ello cobraba importancia la navegación marítima, base sobre la cual transcurrió el diario vivir de la población durante los años dorados, los productos importados que se comercializaban y la evolución de la economía pecuaria giraban en torno a las comunes recaladas y salidas de naves de las flotas regionales, de allí la trascendencia que jugará la flota regular mantenida por José Menéndez y más aún Nogueira & Blanchard y posteriormente su sucesora Braun & Blanchard, que dieron a Magallanes, en particular a Punta Arenas una hegemonía indiscutida sobre los puertos de los territorios sud-patagónico-fueguinos. Ello también era reflejado en los avisos publicitarios, que comúnmente informaban con alegría la llegada de naves de diferente procedencia a Punta Arenas, ya que significaba el autoabastecimiento con un nuevo y surtido cargamento de productos que posteriormente eran

distribuidos entre las casas comerciales para satisfacer la enorme demanda de la creciente población.

La publicación de avisos comerciales se desarrolló en mayor número por las grandes casas comerciales, y aquellas que efectuaban regularmente transacciones al por mayor y al detalle, entre ellas destacaron la casa inglesa de L. L. Jacobs, especializada en el rubro de “decoración, vestuario y calzado” y en menor medida “hogar y construcción” y “artículos y novedades varios”, Máximo Gilli, especializado en “mercaderías generales”, en particular vinos, licores y cigarrillos y en menor medida “hogar y construcción”, A. W. Scott, ropa y calzado, muebles y colchones en general, la casa inglesa de A. Hunter y Cia., especializada en vestuario y hogar, la casa de Helmouth Petersen, especializado en armas y artículos de hogar y construcción, Stuvan y Cia, preferentemente mercaderías generales, abarrotes, vestuario y calzado, J. Bigorra, especialidad en artículos de ferretería, hogar y construcción y Máximo Kuhner, con venta de artículos de todo tipo, vestuario y calzado, hogar y construcción, entre otros varios. Estos establecimientos son dignos de un reconocimiento debido a su consistencia, creatividad, originalidad, expresividad y presentación en el ofrecimiento de su más variada disponibilidad de mercaderías y artículos, emitiendo el avisaje publicitario reiteradamente en el correr de la época en estudio, cambiando semanalmente, mensualmente e incluso cada dos o tres días su publicidad, destacando la vehemencia con la cual ofrecían los productos que llegaban permanentemente de puertos europeos en su mayoría y otros países americanos y nacionales en menor proporción.

Es dable señalar sin embargo que no todas las casas comerciales que importaban productos sea cual hubiese sido el país de origen y destino, emitían publicidad comercial, o bien fueron propensos a cambiar de forma reiterada el estilo y formas de ofrecer sus productos, como lo fue el caso de

varias casas comerciales que lograron obtener cuantiosas ganancias, entre ellas dos de las más prósperas en el territorio meridional. Nos referimos a los establecimientos comerciales de Braun & Blanchard y José Menéndez. Se estima que fue tanta su popularidad y el grado de ventas que llegaron a alcanzar, que no les resultó del todo necesario emitir publicidad de forma diaria o semanal, o bien si lo hicieron no se esmeraron en captar mayormente la atención de la población regional emitiendo publicidad cambiante, atractiva y motivadora, ya que los números y su sobriedad comercial hablaban por sí solos. Ayudó al caso por demás en estas empresas, incluida quizá la Sociedad Anónima Ganadera y Comercial Sara Braun y otras del rubro, la fama ultra- territorial que alcanzaban sus dueños gracias al rubro pecuario y sus derivados, amén de contar con flotas regulares particulares, fruto directo de su capacidad emprendedora y manejo empresarial.

Sin embargo y pese a ello se considera que el avisaje publicitario fue trascendental en la evolución y adelanto territoriales, permitió a la población enterarse y a la vez motivarse en la adquisición de los más variados bienes finales o de consumo, conocer la procedencia de los productos consumidos diariamente, los agentes comerciales directos que efectuaban la transacción en mercados de todo tipo y por demás ayudó en la especialización comercial de los distintos establecimientos que nacían al alero del dinamismo mostrado por su economía y el crecimiento grato y sostenido que mantenía su población. Atrás habían quedado aquellos años donde escaseaban los artículos de primera necesidad, donde el intercambio con los aborígenes a través del comercio de trueque se hacía primordial y quizás uno que otro despacho expendía como mucho algunos cueros de lobos, cuerdas y otros artículos para la navegación. Magallanes había mutado y con ello se transformaba en un verdadero emporio comercial, donde las variadas recaladas de naves de diferente procedencia daban una nueva vida a los

territorios meridionales de América, el avisaje publicitario por demás daba muestra evidente de aquello.

De acuerdo al sistema monetario establecido en el "Plan de Fomento" para los años 1955-1975 se había establecido el control de los precios de los productos de importación y con ello la estabilización de los precios en el ámbito regional, así como la promoción de la producción local, la explotación racional de los recursos y la conservación del medio ambiente y el desarrollo del progreso regional.

Desde el establecimiento anterior de la provincia de 1776 en el territorio de Magallanes, también se realizaron algunas acciones para desarrollar un importante territorio austral por las siguientes razones, aspecto que servía para el establecimiento de una zona de reserva política ante la posible intervención de otros países en territorios bajo soberanía nacional. Con el propósito de desarrollar el territorio de Punta Arenas, gracias al valioso aporte de José de San Martín y Juan Manuel Rosas, y la valiosa ayuda del padre fray Domingo, se dio origen a una ciudad con un núcleo de una plaza central que al desarrollo de la actividad y progreso regional se agregó el sector portuario y centro propulsor de las actividades de comercio, industria y turismo. Asimismo, se dio origen a una importante zona de reserva política y actividad económica y social en el territorio austral por las siguientes razones: el establecimiento de una zona de reserva política ante la posible intervención de otros países en territorios bajo soberanía nacional, el desarrollo de la actividad y progreso regional, la explotación racional de los recursos y la conservación del medio ambiente y el desarrollo del progreso regional.

Capítulo VII: “Conclusiones de la Investigación”

De acuerdo al avisaje comercial contenido en el diario local “El Comercio” para los años 1900-1916 se ha podido constatar la trascendencia que jugó el comercio de importación y con ello la especialización comercial en nuestro territorio regional, sin embargo la contextualización y el carácter central se ha dado gracias al entendimiento y comprensión de su particular evolución y progreso regional.

Desde el establecimiento soberano de la República de Chile en el estrecho de Magallanes, territorios e islas adyacentes nuestra población fue desarrollando un incipiente intercambio comercial con los aborígenes tehuelches, aspecto que serviría para el mantenimiento de la joven colonia y como designio político ante la posible intromisión de la República Argentina en territorios bajo soberanía nacional. Con el postrer nacimiento de la colonia de Punta Arenas, gracias al visionario espíritu de José de los Santos Mardones y la enérgica ayuda del padre fray Domingo Pasolini, a más de unos cuantos colonos, darán inicio a una pequeña localidad que irá cimentando su evolución y progreso territorial al alero del esfuerzo, temple y sentido progresista de sus pobladores. Los primeros despachos y tiendas comerciales menores fueron apareciendo en la década de los sesenta cuando intrépidos y arriesgados marineros se internaron en las gélidas aguas del occidente archipelágico para lucrar de la caza de lobos de piel fina (lobos de uno y dos pelos), por ende los primeros establecimientos expendieron artículos, objetos y producto relacionados con la navegación. Sin embargo ya entrada la década de los setenta y con un sorprendente giro para nuestra economía territorial desde los ochenta en adelante, irán naciendo una infinidad de casas comerciales que pronto se especializarán en los más variados rubros. Ello había sido razón directa de atinadas medidas gubernamentales promovidas por José Joaquín Pérez, entre las que se

contaban las de "puerto libre" y "puerto menor" para Punta Arenas, además del nombramiento del nuevo gobernador y capitán de fragata Oscar Viel, personaje que con un decidido espíritu de superación y creatividad fomentó el auge y adelanto de Magallanes, en especial su capital regional, convirtiéndola ya para el término de su septenio administrativo en una pujante y próspera ciudad, cuya conformación poblacional mediante el industrioso arribo de contingente europeo de variada nacionalidad, el estilo arquitectónico y urbanístico y el sentido identitario de sus pobladores la constituían como una de los territorios más adelantados y progresistas del sur de América.

Entrado el siglo XX y por más de dos décadas Magallanes vivirá uno de los períodos más prósperos de su historia regional, auspiciada en mayor medida por la producción pecuaria y sus derivados, columna vertebral de su economía hasta mediados del siglo, la navegación marítima mercante y el comercio de importación y exportación. El dinamismo que experimentaba la región y más propiamente Punta Arenas, sumado al crecimiento demográfico y evolución territorial, no solo económica, sino también social y cultural, permitirán que el comercio se expanda enormemente. Pronto fueron naciendo a la luz de la elevada demanda de su población numerosos establecimientos y casas comerciales, e inmediatamente fue originándose una rápida especialización comercial. Así lo demuestran con grata satisfacción las estadísticas y análisis que se pudieron obtener de la recopilación de información según avisaje comercial para la época consignada.

Entre 1900-1916 se enumeran 99 casas importadoras que efectúan transacciones al por mayor y de ramos generales y 114 casas comerciales especializadas en comercio minorista o al detalle. Según aquellas estadísticas se pudo establecer que la mayor procedencia de los productos

importados por las casas y establecimientos comerciales provenían de los mercados del Viejo Mundo, representando un 86,2% aquellos productos importados por las casas mayoristas y un 87,7% las casas minoristas o al detalle, según la totalidad de establecimientos e información de procedencia de los artículos ingresados a Magallanes, en particular Punta Arenas. Queda de manifiesto entonces que más de las tres cuartas partes de los productos, artículos y mercancías varias procedían de Europa, en menor medida de países americanos, especialmente Estados Unidos, Cuba y Argentina, de otros continentes (Asia, África y Oceanía) y también de puertos nacionales.

Se pudo establecer además que la mayor cantidad de productos y relaciones comerciales se daban con el mercado de Inglaterra, principalmente aquellos relacionados con la “decoración, vestuario y calzado”, “hogar y construcción”, “artículos y novedades” y en menor medida “mercaderías generales” y “productos relacionados con la ganadería”, este último debido a la cercanía de capitales ingleses con la producción pecuaria (ovinos) y sus derivados en el territorio magallánico. Le seguían Francia, Alemania, Italia y otros países de Europa, entre los que se cuentan España, Rusia, Holanda, Noruega, Suecia, Suiza y Portugal, desde donde procedían una variedad enorme de artículos y mercaderías para el gusto de los más exigentes consumidores. Entre ellos destacaron el rubro de “perfumes y lociones”, “droguería y botica” y “mercaderías generales” en el caso de Francia, “artículos de hogar y construcción”, “ropa y calzado” y “muebles en general” en el caso de Alemania y los cotizados “vinos, licores y cigarrillos”, amén de algunos lácteos y mantequillas procedentes de Italia. De lo demás mercados europeos procedían cueros, pieles para abrigo, miel y otros productos y novedades varias. Los productos procedentes de los mercados americanos se remitían principalmente a tabaco y cigarrillos de Cuba (La Haban) y trigo, avena, maíz y harina de Argentina y Estados Unidos, éste último destacaría además entrada la segunda década del siglo XX por el envío de artefactos

eléctricos que entretenían a la población de tarde en tarde, ejemplo de ello fueron las victrolas, los gramófonos, instrumentos musicales y teléfonos, para dar paso posteriormente a los primeros automóviles conocidos en el territorio austral americano. De allí se evidencia la importancia que hemos dado al comercio de importación y la procedencia de artículos y mercancías de variado tipo de los mercados europeos, a más de servir de contacto directo de la población regional con otras nacionalidades, aspecto característico que comenzaba a mostrar su población en ciernes, amén del grado de "multietnicidad" que conformará ya entrada la segunda década del siglo XX, asimilando aspectos identitarios de otras localidades de la vertiente atlántica americana.

Se estima además que la producción nacional procedente en mayor grado de los puertos de la zona central, Valparaíso, Santiago y Concepción (esta última más al sur) si bien fue menos conocida y variada también tuvo un grado de importancia, ya que desde allí se evidenciaba el poco pero existente contacto de nuestro país con la joven población del extremo austral, ingresando básicamente "frutas y verduras" y cotizados "vinos y licores" de las viñas de nuestro territorio nacional. Esta apreciación sin embargo no quita que el proceso de evolución territorial y la aparición de establecimientos comerciales y su consiguiente especialización haya sido un proceso autónomo, autogenerado, donde la capacidad industriosa, laboriosidad, esfuerzo y sentido de sus pobladores permitió satisfacer las continuas demandas que exigía el dinamismo y evolución territorial de su población, un proceso que permitirá hablar de Magallanes y más propiamente de Punta Arenas como el centro hegemónico y colonia madre de los territorios sud-patagónico-fueguinos, inclusive de aquellos que pertenecían a la Patagonia argentina, característica que no tiene símil en nuestra historia nacional.

Finalmente hay que reconocer la trascendencia que jugó el avisaje comercial en el desarrollo y evolución de los establecimientos comerciales y su posterior especialización comercial, al permitir no solo el conocimiento y difusión de los productos ofrecidos, sino en la gran creatividad e ingenio en la presentación y capacidad para motivar al lector, en este caso el consumidor en su decisión de compra final. Desde simples frases de una y dos líneas, poemas e historias singulares, anécdotas de variada índole, comentarios de profesionales o personero público destacado en la comunidad regional e incluso nacional e internacional, hasta hermosos dibujos y representaciones coloridas que utilizaban sobre la base de la tecnología existente, aspectos que son dignos de un gran reconocimiento. Fueron ellos en buena parte los que permitieron el progreso y especialización de las casas y establecimientos comerciales, vistos y reflejados en la grata aceptación, gusto, preferencia y satisfacción de la población local, aportando al crecimiento y desarrollo regionales. Ya bien entrada la segunda década del siglo XX poco quedaba del rústico, mal edificado e ingratamente mal afamado territorio meridional, pasaba ahora a mutar y convertirse en el centro hegemónico de la Patagonia, su prosperidad y adelanto territoriales creaban las bases para la transformación económica que tanto se había esperado y que con tanto esfuerzo y persistencia habían desarrollado sus pobladores.

Desde 1912 hasta términos de la década se sucederán una serie de hechos de carácter mundial que contribuirán a la recesión económica, vista la dependencia internacional. La Gran Guerra Europea, la apertura del Canal de Panamá, las medidas proteccionistas tomadas por el gobierno argentino en contra de la internación de productos de origen extranjero, sumados a la instalación del servicio aduanero en Punta Arenas, el malestar de los obreros y asalariados producto de la carestía general de productos y alimentos, la disminución de salarios y la saturación ocupacional, hechos ocurridos como razón directa de la situación internacional, provocarán la disminución y

decadencia del progreso logrado hasta entonces, sin embargo la creatividad social, la apertura de instituciones y organismos de variada índole y la prosperidad económica alcanzada gracias a la ganadería lanar, el comercio de importación y exportación y la navegación marítima mercante, habían echado raíces y permitido la transformación necesaria para las futuras generaciones, quienes se encargarán de promover el conocimiento y difusión regionales, conformando un sólido sentido identitario, apego y amor hacia el territorio magallánico.

- CHACHOLAUDES, P., (1982). *Ediciones Fernandarias*.
- DICCIONARIO ENCICLOPÉDICO, (2008). *Ediciones Fernandarias*.
- MARTINIC BEROS, M., (1992). *Grave Yunque de la Libertad*, Punta Arenas, Ediciones Universidad de Magallanes.
- MARTINIC BEROS, M., (2000). *Historia de la Región Magallánica*, Tomo II, Ediciones Universidad de Magallanes.
- MARTINIC BEROS, M., (2000). *Historia de la Región Magallánica*, Tomo III, Punta Arenas, Ediciones Universidad de Magallanes.
- MARTINIC BEROS, M., (2000). *La Integridad Espacial de Magallanes (1791-1820)*, Punta Arenas, Ediciones de la Universidad de Magallanes, Punta Arenas.
- MARTINIC BEROS, M., (2000). *Magallanes siglo XXI*, Punta Arenas, Ediciones de la Universidad de Magallanes, Punta Arenas.

Bibliografía

- BRUNER, J. J., (1998), Globalización cultural y Posmodernidad.
- CORTÉS CONDES, R., (2002), Historia Económica Mundial: Desde el medioevo hasta los tiempos contemporáneos, Buenos Aires, Editorial Ariel Sociedad Anónima.
- CHACHOLIADES, M., (1992), Economía Internacional.
- DICCIONARIO ENCICLOPEDICO, (2003), Mi Pequeño Larousse.
- MARTINIC BEROS, M., (2002). Breve Historia de Magallanes, Punta Arenas, Ediciones Universidad de Magallanes.
- MARTINIC BEROS, M., (2006), Historia de la Región Magallánica, Tomo II, Ediciones Universidad de Magallanes.
- MARTINIC BEROS, M., (2006), Historia de la Región Magallánica, Tomo III, Punta Arenas, Ediciones Universidad de Magallanes.
- MARTINIC BEROS, M., La Inmigración Europea en Magallanes (1891-1920), Punta Arenas, Ediciones de la Universidad de Magallanes, Revista Magallania.
- MARTINIC BEROS, M., Magallanes, siglo XX, Punta Arenas, Ediciones de la Universidad de Magallanes, Revista Magallania.

- MARTINIC BEROS, M., La actividad industrial en Magallanes entre 1890 y mediados del siglo XX, Punta Arenas, Ediciones de la Universidad de Magallanes, Revista Magallania.

- LAURIE NOCCK, Los Británicos en Magallanes, Punta Arenas, Ediciones de la Universidad de Magallanes, Revista Magallania.

Páginas de Internet:

- www.educarchile.cl.
- www.google.com
- www.memoriahistoria.cl
- www.patagoniahistoria.cl.
- www.wikipendia.com

Otros:

- Compendio de Autores y Guía ¿Qué es la economía? Material Educativo Universidad de Magallanes (Prof. José Fernández, Depto. De Economía).
- Diario el Comercio, Punta Arenas, Primer Semestre 1900 (Enero-Junio).
- Diario el Comercio, Punta Arenas, Segundo Semestre 1900 (Julio-Diciembre).
- Diario el Comercio, Punta Arenas, Primer Semestre 1901 (Enero-Junio).


- Diario el Comercio, Punta Arenas, Segundo Semestre 1901 (Julio-Diciembre).
- Diario el Comercio, Punta Arenas, Primer Semestre 1902 (Enero-Junio).
- Diario el Comercio, Punta Arenas, Segundo Semestre 1902 (Julio-Diciembre).
- Diario el Comercio, Punta Arenas, Primer Semestre 1903 (Enero-Junio).
- Diario el Comercio, Punta Arenas, Segundo Semestre 1903 (Julio-Diciembre).
- Diario el Comercio, Punta Arenas, Primer Semestre 1904 (Enero-Junio).
- Diario el Comercio, Punta Arenas, Segundo Semestre 1904 (Julio-Diciembre).
- Diario el Comercio, Punta Arenas, Primer Semestre 1905 (Enero-Junio).
- Diario el Comercio, Punta Arenas, Segundo Semestre 1905 (Julio-Diciembre).
- Diario el Comercio, Punta Arenas, Segundo Semestre 1906 (Julio-Diciembre).

- Diario el Comercio, Punta Arenas, Primer Semestre 1907 (Enero-Junio).
- Diario el Comercio, Punta Arenas, Segundo Semestre 1907 (Julio-Diciembre).
- Diario el Comercio, Punta Arenas, Primer Semestre 1908 (Enero-Junio).
- Diario el Comercio, Punta Arenas, Segundo Semestre 1908 (Julio-Diciembre).
- Diario el Comercio, Punta Arenas, Primer Semestre 1909 (Enero-Junio).
- Diario el Comercio, Punta Arenas, Segundo Semestre 1909 (Julio-Diciembre).
- Diario el Comercio, Punta Arenas, Primer Semestre 1910 (Enero-Junio).
- Diario el Comercio, Punta Arenas, Segundo Semestre 1910 (Julio-Diciembre).
- Diario el Comercio, Punta Arenas, Primer Semestre 1911 (Enero-Junio).
- Diario el Comercio, Punta Arenas, Segundo Semestre 1911 (Julio-Diciembre).

- Diario el Comercio, Punta Arenas, Primer Semestre 1912 (Enero-Junio).
- Diario el Comercio, Punta Arenas, Segundo Semestre 1912 (Julio-Diciembre).
- Diario el Comercio, Punta Arenas, Primer Semestre 1913 (Enero-Junio).
- Diario el Comercio, Punta Arenas, Segundo Semestre 1913 (Julio-Diciembre).
- Diario el Comercio, Punta Arenas, Primer Semestre 1914 (Enero-Junio).
- Diario el Comercio, Punta Arenas, Segundo Semestre 1914 (Julio-Diciembre).
- Diario el Comercio, Punta Arenas, Primer Semestre 1915 (Enero-Junio).
- Diario el Comercio, Punta Arenas, Segundo Semestre 1915 (Julio-Diciembre).
- Diario el Comercio, Punta Arenas, Primer Semestre 1916 (Enero-Junio).
- Diario el Comercio, Punta Arenas, Segundo Semestre 1916 (Julio-Diciembre).

Anexos de la Investigación

"Imágenes e ilustraciones del avisaje comercial durante 1900-1916
según diario El Comercio de Punta Arenas".

FUNERARIA 

Habiendo recibido un surtido de **ATAUDES** de primera clase i un sin número de coronas i adornos fúnebres etc.; he instalado un **departamento** especial, con depósito permanente de urnas en fierro i ataude de todos tamaños i gustos a precios reducidísimos.

Muebleria i Colchoneria "La Economica"
Escazuriz 151 - al lado de la botica Neumann
E. Rabaglio

Por "Yorkshire" del 17

RECIBO
VIOLINES de orquesta
id medio fino
Arcos, Planos

Metodos:
Lemoine, Carpentier;
Czerny, Dancla;
Alard, Gautiero, etc.;

600 piezas música fácil;
Concertinas;
Acordeones dobles;
Armónicas de boca;
Cuerdas de acero.

GRAN BAZAR Calle Roca, N. 261
M. Mardones

JACOBO PEUSER

* BUENOS AIRES *

POR PEDIDOS
dirigirse al
Sr. L. Schröder
Unico Representante
en
PUNTA ARENAS

Papelería por mayor y menor * *
Librería, Imprenta, Litografía * *
* * Encuadernación, Rayados * *
* * Libros Comerciales * * * *
* * Sellos de Goma y Metal * *
* * Timbrados, Grabados * * *
* * * Fotografado, Fototipia * *
* * * Estereotipia, Galvanoplastia

Pasinovich y Bois de Chesne
Únicos importadores
del mundo



VINO de
BATUCO
Y



RECOMENDADAS PARA NIÑOS
PROVISIONES PARA NIÑOS

Gran surtido de ropa para hombre; CALZADOS, PRAZADAS, PONCHOS, CAMISETAS, CALZONCILLOS, SOMBREROS, etc. etc.

W. Meidell Wwe.
CASA FUNDADA EN 1877

Gran realizacion:

TERNITOS para niños a \$ 3 con gorra — FRANELA a 20, 30 i 50 centavos el metro.
PERCALA a 20 i 30 centavos el metro
JENERO PARA CORTINAS, doble ancho a 80 centavos el metro
TOCUYO a 15 i 20 centavos al metro — LIENZO buena clase a 25 centavos el metro.
BORDADOS BLONDAS TAPACOSTURAS CINTAS PASAMANERIA JUGUETES
i demas menudencias a precios baratísimos.
Hule para pisos a \$ 1 el metro

DOBRÉE & C.ⁿ
208 — CALLE ROCA — 208
Frente a la casa de STUVEN i Cia.

Realizacion a precios ínfimos, ropa hecha i calzado para hombres, señoras, i niños. Géneros para vestidos de señora i una gran variedad de artículos de tienda.

ESPECIALIDAD EN FERRETERIA

Tenemos un gran surtido en este ramo: de casas Inglesas Francesas, Alemanas, etc.

Vidrios de todo tamaño
Madera de pino
Cerraduras para puertas.

Ofrezco en venta:

**Vino de Cauquenes e
Itata traído por vapor
"Angamos"**

POR MAYOR I MENOR

Luis Poncet

Calle Atacama, 142

IMPORTACION
DE
**Cigarros i
Cigarrillos**

DE LA HABANA

Marcas: Africana, La Corona, Mu-
rias, Alonso, Partagas i otras.

Artículos de escritorio

AJENCIA DE LA

Compañía de Seguros

LA NUEVA ESPAÑA

Y DE LOS VINOS

— MACUL — COUSIÑO —

José Mulet

CALLE ROCA esq. NUBLE

EL ZORRO

PELETERIA—PAPELERIA—CIGARRERIA

Por ex CUMBAL y CELIA

Cigarrillos y Cigarros

MARCA REDENCION

Idem Corona

MARCA EXQUISITOS

Tarjetas postales. Ultimas novedades del
mundo viejo i nuevo.

Colecciones populares, 20 vistas de Punta Arenas i del
Estrecho a \$ 1.

LECHE NESTLÉ

16

PESOS

JOSÉ PASINOVICH

José Menendez

Casa fundada
en 1874

CASA

Casa fundada
en 1874

IMPORTADORA Y ESPORTADORA

DE

MERCADERIAS GENERALES

Comisiones -- Jiros sobre Europa

Con motivo de la inauguracion del nuevo local, he recibido
un extenso i variado surtido de novedades.

Articulos Italianos

GARANTIDOS

Vinos Barbera, Marsala y Chianti.

Aceite oliva, Riviera sopraffino.

Vermouth y "Vino Chinato" marca Freund Bailor y C., Torino.

Especialidad en hongos, trufas, anchoas, alcachofas, fiambres surtidos, salsa de tomates etc. — Vende:

FELIX APRÁ,

Calle Errázuriz, en los bajos del Apostadero Naval.

TIENDA

A la ciudad de Pekin

CENTENARIO 1910.

VENTAS POR MAYOR Y MENOR DE

Banderas Nacionales

Heliodoro Gonzales y Cia.

Cervecería Punta Arenas

(Succ. de Budack, Noetzel y Cia.)

Avisa a su clientela que únicamente se despacha:

Cerveza Centenario

en vista de la buena aceptación.

Se vende Hielo Artificial

UNICA FABRICA EN PLAZA.

Whisky "YE MONKS"

Ajentes exclusivos Cervecería Punta Arenas.

TELEFONO 81

CASILLA N.º 294.

CAPAS

de Guanaco

Surtido completo, realizo a precios muy bajos, calidad inmejorable.

Compro constantemente i pago los mas altos precios:

Cueritos de guanaco chicos

Cueros de guanaco grandes

Cueros de Zorro

Cueros de Leon

Cueros de gato montañes

Cueros de Chuique

Plumas de Avestruz

Cueros de "

Cueros de Cisne

Cueros de Nutria i en jeneral toda clase de cueros i pieles.

Cueros lanares i vacunos, sebo, erin etc. etc., por pequeñas i grandes partidas. Pago al contado.

Calle Errázuriz esq. Nuble

Alvarez Hnos.
BODEGA DE FRUTOS DEL PAIS Y LICORES

— — — — —
Importacion y Exportacion
DE MERCADERIAS GENERALES

UNICOS AJENTES DE:
Whisky Constitution Old Scotch
Leche Condensada
Gold Crown Milk
Cigarrillos Pedro Montt
y de los afamados Cigarros
y Cigarrillos de la Habana de
Jenaro Alvaroz

UNICOS INTRODUCTORES
Surtido completo en provisiones para familias — Conser-
vas de todas clases

Hardcastle y Cia.
CASA INTRODUCTORA Y EXPORTADORA
Calle Beliviana entre Maule y Aconcagua
Importacion directa de mercaderias
de las principales fabricas de Europa y Norte América

UNICOS REPRESENTANTES
de los Molinos a viento SAMSON, y de los especificos
BATTLE Y MORGAN

Fierro acanalado para techo variado surtido, Freguas portátiles, Bigornias surtidas, Fuelles, Pernos
Depósito permanente de Maiz, Trigo Harina, Maiz tritu-
rado, Alrecho, Trigo, Mote, Alfalfa, Sémola, etc.
Por llegar en estos dias: Cemento Portland, Alambres
8, 9, 10 galv., Champagne (Mumms), Cordon Rouge.
COCINAS Y CAJAS DE FIERRO CONTRA INCENDIOS
se venden a precios módicos
POR LLEGAR: Articulos de ferreteria, coches, carros
ardineras y otros articulos que podemos ofrecer al público
a precios nunca vistos.



Pelinkovac - Pokorny

Por tomar
Pelinkovac
Falso fiado

y no
haber
del que
venden
Juricich
y Terina

Unicos Agentes
del legitimo
PELINKOVAC-POKORNY
Zagreb Croacia
Casa Croata
de
JURICIC & TURINA

Despues de tomar el legitimo
PELINKOVAC-POKORNY
que venden Juricich y Turina

JOYERIA ALEMANA
— DE —
B. VOULLIEME

Calle Llanquihue Palacio Gilli

Tengo constantemente en venta:

Alejas de todas clases, como ser:

Prendedores.	Cadenas.
Alfileres.	Relojes de pared.
Aros.	Id. de bolsillo.
Anillos.	Id. despertadores.

A.B. — Se efectua todo trabajo del ramo con esmero i prontitud.
Especialidad en grabados
PRECIOS MÓDICOS

Productos Italianos

En Jeneral

Vinos, acalte, queso, fideos, conservas
turrón, chocolats etc. etc.

M. LACHELLI

TELÉFONO 233.

CASILLA 131

Valdivia - Llanquihue.

¿Puedes abandonar éste hábito de beber,
nos trae
nada más
que la
ruina?



Es posible ahora curar la pasión
por las bebidas embriagadoras.

Los esclavos de la bebida pueden ser
librados de éste hábito, aun
contra su voluntad.

Ha sido inventada una cura inofensiva llamada
Polvo Coza, es fácil de tomar, apropiada para
ambos sexos y todas edades y puede ser sumini-
strada con alimentos sólidos o bebidas, sin conoci-
miento del intemperante.

Todas aquellas
personas que
tengan un em-
bragador en la
familia o entre
sus relaciones, no deben dudar
en pedir la muestra gratuita de
Polvo Coza. Escribe hoy:

COZA POWDER CO.,
76, Wardour Street, Londres.

El Polvo Coza puede ser tam-
bien obtenido en todas las far-
macias y si Vd. se presenta a
uno de los depósitos al pie indi-
cados puede obtener una
muestra gratuita, pero no si Vd.
escribe. Si no puede Vd. presen-
tarse, pero desea recibirla para
adquirir la muestra gratuita,
dirijase DIRECTAMENTE a Coza
Powder Co., 76, Wardour Street,
Londres, Inglaterra. 325.

Depósitos: **PUNTA ARENAS**
Farmacia Francesa
de Marchal y Cia.

OJO! OJO!
PERFUMERIA PARIS
 Calle Eréndaria, al lado de N. Starabuk.

Acabo de recibir de las acreditadas marcas
Roger & Gallet y L. T. Piver
 un completo surtido de extractos, lociones, jabones finos y una
 variación de **POLVOS FINOS**

GRANDES NOVEDADES en artículos de fantasía como: estuches,
 polvoreras, corbatas última creación para caballeros y señoras y
Lindas colecciones de tarjetas postales

También continúa abierto, independiente del de Perfumeria, un
Salón de Peluquería donde se atiende con útiles desinfectados,
 prontitud y esmero.

N. Santesteban



PISCO
Marca AGUILA

Ha sido el único pisco de Chile premiado
 con medalla de Oro en la Exposición
 de Quito, debido á su pureza é incom-
 parable calidad.

¡Próbadlo y os convenceréis de su indis-
 cutible superioridad!

¡Es el Rey de los Piscos!
Molina Hermanos
 — VALPARAISO. —

Fotografía Parisiense



"MERCEDES"
Automóviles para campo y de lujo
 — DE LA —
 Daimler - Motoren Gesellschaft
 Stuttgart - Untertuerkheim.

Ajente para Magallanes:
A. Kewitz
 — Casilla 303. — — Calle Magallanes 731. —

KODAK



Un Pic-Nic sin "KODAK"

Es como Punta Arenas con Adama.

Kodak Stora desde \$ 15 á \$ 500-
Usar la Instruccion Pelicula Kodak N. C.

Emporio Fotográfico
- Calle Roca - **G. VEIGA**



Auto Garage Central

- DE -
L. Merie & Cia.
Calle C. Borjas N.º 578 y 598.
Teléfono 300.

Recibirá próximamente una remesa de automóviles:

"OVERLAND"—Modelo 75.

Este coche de linda apariencia es ancho, liviano, confortable y barato costando **\$ 220.-**

Pidan detalles y catálogos á los Agentes.



Máquinas de coser, Wheeler, Wilson
Vostok, Oliver, Singer.

Casa Inglesa L. L. Jacobs

Blusas y Polleras

Blusas y Polleras

Casa Inglesa L. L. JACOBS
 Casa en Londres 40 King Street Cheapside CE

Solo por pocos dias. Gran liquidacion de Sombreros

OJO Sombreros de paja para niñas y Señoras adornadas a solo \$ 1 y 2 c/u. **OJO**




Acabo de recibir por Oriana
 un gran surtido de Uñas para Señoras y artículos de fantasía en platero y plata, especiales para regalos.

Relojería i Joyería
SUIZA
 265 — Calle Roca — 265 (no tiene sucursales)

Acaba de llegar
 el surtido mas grande en Relojes i Cadenas
 de todas clases i precios

RELOJES
 Longines, Waltham, Military, Rokkopf, etc.
Cronógrafos para carreras
 Elegantísimos relojes de bolsillo de marcha garantizada exacta desde \$ 5,— cada uno.
 Espléndido emporio de alhajas de oro

¡OJO! REALIZACION ¡OJO!

Harina chilena on bolsas de 46 kilos garantizados

Vino Santa Isabel

De purísima i el de mas aceptación en Magallanes a \$ 20 el barril de 120 litro

ALMACEN AV. COLON Esquina Colon i Chiloe
J. B. CONTARDI P. & Ca.
 AJENTES DE "LA SALVADORA"

COGNAC
OTARD-DUPUY

Casa establecida desde el año 1795
 en el castillo de Cognac, donde nació el Rey de Francia, Francisco 1.º

Ventas del año pasado en la República Argentina
83.500 cajones

Ajentes depositarios en Punta Arenas
Detalle Henkes y Co.

LIBRERIA
El Globo

ALMACEN DE ARTICULOS DE ESCRITORIO
Y ENSEÑANZA
de **W. Seliger**

ERRAZURIZ N^o. 837. ERRAZURIZ N^o. 837.

Novedades en Literatura española, inglesa, alemana y francesa por cada vapor. Completa existencia en libros en blanco y artículos de escritorio. Libros de enseñanza y útiles para escuelas.

Revendedores precios excepcionales.

Serravallo's Tonic

(BARK & IRON WINE)

STIMULATES THE APPETITE
REGENERATES THE BLOOD
BRACES THE VITAL SYSTEM.

Highly recommended by Medical Authorities
all over the World.



— CURES: —
Anaemia
Chlorosis
Debility
NEURASTHENIA.
DELIGHTFUL TASTE.

AJOS
— DE —
Montevideo

Por partidas á \$ 1.80 la cuelga
Detalle, Henkes y Cia.

Llegaron Despertadores



Big-Ben

Baby-Ben

América



Braun & Blanchard.

