INVESTIGACIONES
de HISTORIA ECONÓMICA

2008, invierno, número 10. Pp. 35 a 68

Los flujos de información en las redes comerciales castellanas de los siglos XV y XVI

Information flows in Castilian commercial networks of the 15th and 16th centuries

HILARIO CASADO ALONSO
Universidad de Valladolid

RESUMEN

Este artículo analiza los flujos de información en las redes comerciales castellanas durante los siglos XV y XVI, destacándose cómo la posesión de una buena circulación de las noticias fue una de las razones del éxito en sus negocios, al posibilitar una disminución de los costes de transacción. Se estudian tales flujos en tres ámbitos que ejemplifican dicho fenómeno: el Consulado de Burgos, los seguros marítimos burgaleses y la compañía de Simón Ruiz. En los tres casos se han conservado miles de documentos, entre cartas, documentos notariales y libros de contabilidad. Tales fuentes permiten calcular los costes de información, la velocidad de ésta y su extensión geográfica. La conclusión es que estamos ante redes de comercio formadas por empresas con sistemas gerenciales muy desarrollados.

PALABRAS CLAVE: Flujos de información, Redes comerciales, España medieval y moderna

Códigos JEL: N13, N23, N73, N83

ABSTRACT

This article analyzes the information flows in Castilian commercial networks developed during the 15th and 16th centuries and points out that having an efficient system of news distribution contributed to having a better business performance since it lowered transaction costs. These flows have been studied in three different places: the Burgos Consulate, the Burgos maritime insurance and Simon Ruiz's company. Thousands of different documents (commercial correspondence, public notary documents and accounting books) have been kept from these three sources, thus allowing us calculating information costs as well as data velocity of distribution and its geographical dispersion. Our study concluded that the aforementioned commercial networks were formed by companies which have developed very efficient management systems.

KEY WORDS: Information flows, Commercial networks, Medieval and Early Modern Spain

JEL Codes: N13, N23, N73, N83

1. Introducción[1]

La importancia de estar bien informado era, como ahora, fundamental para el buen gobierno de las empresas mercantiles y financieras de finales de la Edad Media[2]. Obtener información económica es uno de los objetivos de las técnicas mercantiles surgidas en las ciudades medievales italianas, aunque su máximo desarrollo se logró a partir del siglo XV, cuando la expansión del comercio y la apertura de nuevos mercados internacionales hace necesario disponer de una buena y abundante información para gestionar de manera eficaz los negocios. Así pues, la posesión y la coordinación de la información entran a formar parte de la práctica cotidiana de las empresas de aquellos años. Las noticias circulan de manera oral más fácilmente debido a la aparición de lugares de reunión para los mercaderes —la plaza de la Bolsa en Brujas, la construcción de la bolsa en Amberes, los *fondacos* de las ciudades italianas, los alrededores de determinados conventos, el puente nuevo de Ámsterdam, etc.—, así como el aumento del número de tabernas y hostales[3]. Pero más importante fue el nacimiento de sistemas formales de transmisión de la información: el correo mercantil, la contabilidad por partida doble, las letras de cambio, los manuales de mercadería, los seguros marítimos, la cartografía y los libros de viajes, y otras diversas técnicas mercantiles[4]. Todo ello hace que los hombres de negocios estén mejor informados. El correo y la contabilidad son, sin embargo, los métodos más empleados por los empresarios de finales de la Edad Media y de toda la Edad Moderna para recoger, compilar y elaborar la información económica que les llegaba. Incluso, se han conservado algunos archivos privados formados por miles de cartas y numerosos libros de contabilidad[5]. La aparición de la prensa mercantil vendrá, posteriormente, a completar los mecanismos empleados en la época preindustrial[6].

El estudio de la circulación de la información en las redes comerciales y en los espacios económicos ya fue objeto de análisis hace muchos años por parte de Fernand Braudel, que señalaba las dificultades que en la Europa del siglo XVI existían

---

[*Fecha de recepción del original, abril de 2007. Versión definitiva, julio de 2007*]

1 Este trabajo ha sido realizado dentro del marco de los proyectos de investigación "Empresas y empresarios en Castilla y León (siglos XVI-XX)", financiado por la Junta de Castilla y León (VA050A06), y "Dynamic Complexity of Cooperation-Based Self-Organizing Networks in the First Global Age (DynCoopNet)", subvencionado por la European Science Foundation en el programa EUROCORES (06-TECT-FP-004). Agradezco a los evaluadores anónimos de *Investigaciones de Historia Económica* sus sugerencias.

2 Spufford (2002), pp. 12-59.

3 Murray (2005), pp. 178-258.

4 Spufford (2002), pp. 25-34 y 50-56.

5 Sardella (1948); Melis (1973); Jeannin (2001); Bottin (2002); Bethencourt y Egmond (2007); Kaiser y Butti (2007), y Kaiser y Salvemi (2007).

6 McCusker y Gravestein (1991).

para la circulación de las mercancías y de la información[7]. Pero, de igual manera, indicaba la importancia de la realización de estudios sobre la duración del recorrido de las cartas, así como de su precio y los diferentes espacios que éstas creaban. Como muy bien señala, "*la nouvelle, marchandise de luxe, vaut plus que son pesant d'or*"[8]. Esto era válido para el buen gobierno de todos los Estados a partir del siglo XV, siendo uno de los casos más representativos el del monarca Felipe II —el rey burócrata por excelencia en la historia de España— que continuamente enviaba correos a todas las partes de su Imperio merced a los servicios de la compañía de los Tassis.

Actualmente, el análisis de los flujos de noticias está adquiriendo cada vez mayor protagonismo para el buen gobierno de las empresas y de las organizaciones sociales. Las últimas corrientes en sociología y en teoría económica de la empresa, con la irrupción de la "Revolución de la Información" e Internet, están resaltando la importancia de la información y del conocimiento para garantizar el éxito empresarial y el eficiente funcionamiento de las redes sociales. La información se presenta, en consecuencia, como uno de los medios más eficaces para obtener ventajas competitivas, debiendo ser una de las estrategias de las empresas la obtención de una abundante, buena y rápida información. En términos teóricos, su consecución supone la reducción de los costes de transacción de la actividad económica y la obtención de ventajas al dotar a las empresas de medios para superar a sus competidores[9].

Algunos de tales planteamientos se pueden aplicar a las empresas mercantiles de los siglos XV y XVI, donde poseer información acerca de la oferta y la demanda, los costes de transporte y las regulaciones legales era, como ahora, de vital importancia para una buena gestión empresarial. Así pues, disponer de una buena información para cualquier compañía mercantil y financiera era la mejor manera de superar las numerosas incertidumbres a las que se veía sometida su actividad, ya que la circulación de las noticias en aquellos años era más lenta, asimétrica y de menor calidad. El comerciante de aquella época tenía conciencia de la necesidad de contar con un buen servicio de correos si quería tener éxito en sus negocios. No es extraño, pues, que ya a principios del siglo XV Francesco di Marco Datini, de Prato, dijera que se había pasado toda su vida escribiendo cartas.

Esta necesidad de contar con una fluida información hizo que todos los mercaderes internacionales de los siglos XV y XVI —entre ellos los españoles— desarrollaran el correo mercantil como una de las actividades propias de su gestión empresarial. Pero la circulación de la información no se efectuó de manera autónoma por cada una de las compañías comerciales y financieras de la época. Los negocios de

---

7 Braudel (1966), pp. 331-340, y (1979).

8 Braudel (1966), p. 335.

9 Porter (1980); Porter y Millar (1985); Casson (1997), y Swedberg (2003).

aquellos tiempos, frente a lo que a menudo se dice, no se realizaban individualmente. Los mercaderes actuaban las más de las veces participando en redes comerciales[10]. La existencia de redes comerciales, de las que forman parte diversos individuos agrupados en virtud de su origen, lengua, religión, etc., se explica por la necesidad de contar con socios, familiares o amigos en aquellas plazas extranjeras donde habitualmente hacían sus negocios. De esta manera, éstos pueden hacer de agentes o intermediarios con los clientes locales, al mismo tiempo que sirven para dar protección —jurídica, social y religiosa— a todos aquellos marinos o mercaderes pertenecientes a la red y que se encontraban lejos de su tierra natal. Es el sistema implantado en la Edad Media europea por los comerciantes de diversas ciudades italianas, de la Hansa, etc., y similar a los de los armenios, judíos, chinos, hindúes, cuáqueros, hugonotes, etc., en otros momentos de la historia universal[11]. Método que, como veremos posteriormente, fue también practicado por los comerciantes castellanos en los siglos XV y XVI[12].

Una de las diversas funciones de las redes comerciales es la de facilitar la fluidez en la circulación de la información[13]. Cualquiera de los individuos pertenecientes a una red puede utilizar los mecanismos que, privada o colectivamente, han sido creados para mandar o recibir las informaciones que atañen a la buena marcha de los negocios. La convivencia, las relaciones personales y familiares que entre ellos se generan, las diferentes formas de sociabilidad que se van creando en aquellos lugares donde se establecen, las prácticas comerciales y, sobre todo, la correspondencia privada y de las instituciones mercantiles facilitan un fluido intercambio de información de todo tipo. Ésta es fundamentalmente económica: precios de las mercancías, coyunturas de los mercados, cotización de las monedas y de los cambios, sistemas de pesos y medidas, cuestiones lingüísticas, prácticas mercantiles y financieras, noticias de tensiones bélicas y riesgos de las rutas, disposiciones legales, etc. Circulación de la información que fluye entre la metrópoli y las diferentes colonias mercantiles o entre cada una de las partes de la red. Fluidez que, en ocasiones, se ve reforzada cuando alguna red se dota de una institución política, privada o pública (la *nación* o el consulado mercantil), para que dirija y coordine a todos los componentes de la misma, siendo uno de sus cometidos el de organizar el correo. El resultado es, pues, un considerable ahorro de costes de transacción para cada una de las empresas individuales, que serían mayores si no se contara con el apoyo que presta colectivamente la red comercial.

---

10 Molho y Curto (2003).

11 Mauro (1990); Bottin y Calabi (1999); Rubenstein (2000); Schmidt (2002), y Petti (2001) y (2005).

12 Casado (2003a).

13 Casson (1997), pp. 117-145.

Pero, la función de las redes mercantiles no se ciñe exclusivamente a facilitar una buena circulación de la información. Tan importante o más es la de garantizar la calidad de ésta. Su lógica económica es clara: busca maximizar la eficiencia comercial mediante la creación de instituciones dotadas de mecanismos de reputación altamente eficientes para el ejercicio del comercio y que sirven para garantizar o, al menos, aumentar, la calidad de la información disponible. Por ello, la pertenencia a una colonia o nación otorgaba a un mercader la reputación de honestidad que le era necesaria para el buen desarrollo de sus negocios. No es extraño que en todas las colonias mercantiles una de las funciones de sus autoridades fuera la de velar porque todos los agentes de las compañías de la metrópoli asentados en las diferentes plazas no engañaran en la información que mandaban a sus sedes centrales y, en caso contrario, sancionarles. En suma, poder disponer de dichos mecanismos de reputación, aportados por el sistema de colonias y consulados, daba a las empresas comerciales, que formaban parte de la red comercial, posibilidades de minimización de sus costes de transacción, de aprovechamiento de economías de escala y diversificación, y de ahorros de costes de oportunidad[14].

2. Las colonias mercantiles castellanas en Europa (siglos XV y XVI)

El desarrollo de las colonias castellanas en Europa, durante los siglos XII al XVI, responde a la lógica general del funcionamiento de las redes comerciales, formadas por diversos individuos y compañías, agrupados en virtud de su condición de súbditos del mismo rey castellano[15]. Estaríamos ante unas redes caracterizadas por las interdependencias entre mercaderes individuales o pequeños socios, que se hallan económica, social, cultural y políticamente insertos en sus respectivas localidades y regiones, pero que colaboran con grandes grupos y compañías mercantiles, lo que les permite diversificar sus negocios a mayor escala[16]. De este modo, unos pueden hacer de agentes o intermediarios con los clientes locales, al mismo tiempo que sirven para dar protección —jurídica, social y religiosa— a todos aquellos factores o mercaderes pertenecientes a la red que se encontraban lejos de su tierra natal. Tal método, al contar con agentes, socios, familiares o simplemente conocidos, permite que, cuando un miembro de una compañía castellana debe partir al extranjero, sepa con anterioridad a donde acudir, donde alojarse, a quien pedir consejo, quien le fiará en sus negocios,

---

14 North (1990); Doria (1986); Greif (2006) y Lesger (2006), pp. 214-257.
15 Casado (2003a).
16 Casson (2003).

etc. Esto es clave en un mundo, como el del mercader preindustrial, en cuyo aprendizaje a menudo se incluyen estancias en plazas fuera de su ciudad de origen[17].

El desarrollo de las comunidades de mercaderes castellanos en diferentes puntos de Europa en el transcurso de la Edad Media va a la par del propio desarrollo del comercio internacional de Castilla. Aunque en el siglo XII podemos encontrarnos con algunas pequeñas manifestaciones de intercambios exteriores de la corona castellana por el Atlántico, va a ser en la centuria siguiente cuando podamos hablar con precisión de una presencia continuada y estable de comerciantes originarios de Castilla en determinadas plazas europeas. Fruto de ello es que, tanto marinos como mercaderes castellanos, aparezcan, cada vez más frecuentemente, en muchos de los principales puertos del momento. Sin embargo, estos asentamientos del siglo XIII son aislados, sin que se pueda hablar de colonias permanentes y estables. La crisis bajomedieval, que afectó en el siglo XIV a una gran parte de los reinos europeos, retrajo los intercambios comerciales en el continente y, en consecuencia, la proliferación de mercaderes y colonias mercantiles. Pero la temprana salida de la crisis por parte de los territorios castellanos va a producir que, desde finales del siglo XIV y, especialmente, desde 1425-1430, crezcan de nuevo los intercambios entre Castilla y el resto de Europa y sea más activa la presencia de castellanos, marinos y comerciantes en los diferentes puertos y rutas. A partir de entonces, y hasta finales del siglo XVI, vamos a asistir a un auténtico florecimiento de las colonias y de las redes mercantiles castellanas en Europa.

La consecuencia de ello fue la adopción de una institución jurídica y económica: los cónsules de Castilla o de España[18]. Dichos magistrados asumen la representación de toda la comunidad de castellanos residentes en ciertas plazas o territorios, teniendo el cometido de vigilar y defender los intereses de dicha colectividad frente a las autoridades locales u otros mercaderes. Al mismo tiempo, son los encargados de velar por la armonía interna del colectivo castellano residente en el exterior, estando dotados de autoridad jurídica para resolver los pleitos que surjan, pudiendo, incluso, expulsar de la comunidad a aquellos miembros con los que es poco seguro hacer negocios. Junto a estas funciones jurisdiccionales, los consulados se hacían cargo de la organización del comercio que los castellanos hacían en las diversas plazas europeas. Sus tareas eran muy variadas: la organización de flotas cuando se estimaba que el sistema de convoyes era más seguro para la navegación; la regulación de los seguros, con la fijación de las diversas tarifas, condiciones, pago de los extornos, desembolsos de las primas en caso de siniestro y la realización de todo tipo de gestiones para la recuperación de las mercancías perdidas o dañadas; la ejecución de

---

17 Ver, a este respecto, las contribuciones contenidas en Angiolini y Roche (1995).

18 Ambas denominaciones se usaron indistintamente.

las marcas de piratería que pudieran afectar a cualquiera de los mercaderes castellanos; y la vigilancia y auditoría de los factores, socios o agentes de las compañías que, asentadas en Burgos, Valladolid, Segovia, Bilbao, Toledo, Sevilla o Medina del Campo, comerciaban para ellas en las plazas extranjeras.

Sin embargo, las naciones y colonias castellanas no tenían exclusivamente funciones mercantiles, también eran marcos de solidaridad entre sus miembros. Servían para dar alojamiento a los agentes recién llegados a una plaza, bien fuera en casa de algún miembro de la comunidad o bien en la propia casa de la nación. Al tiempo, asesoraban y representaban a cualquier mercader castellano que hiciera negocios en una plaza donde hubiera nacionales. Y, finalmente, garantizaban el cumplimiento de los testamentos de aquellos que fallecían en el territorio de su demarcación y velaban por la protección de los menores huérfanos residentes en el extranjero. Como complemento de todo ello, las colonias eran, también, una hermandad religiosa creada para promover cultos nacionales y cuidar por la salud espiritual de sus componentes por medio de misas, celebraciones religiosas, organización de funerales y contratación de curas y predicadores que hablaran castellano.

El resultado de todo ello es la tupida tela de araña formada por mercaderes asentados por toda Europa que refleja el Mapa 1. En él están representadas tanto aquellas colonias que estuvieron dotadas de instituciones jurídicas, como las comunidades más pequeñas y menos configuradas. Su geografía es la misma que la del comercio exterior castellano, ya que donde Castilla tenía sus mercados de exportación e importación, allí estaban sus comerciantes. Por ello, ambos mapas, en la mayor parte de los casos, son perfectamente superponibles[19].

El principal punto de la red comercial estuvo en los antiguos Países Bajos, donde su presencia fue más importante y numerosa[20]. Dichos territorios —con sus plazas de Brujas y Amberes— fueron el asiento de una poderosa industria textil y el mayor centro de intercambios comerciales y financieros de Europa en los siglos XIV, XV y XVI. No es sorprendente que los mercaderes castellanos, desde el siglo XII, se dirigieran hacia esta zona. Sin embargo, su presencia fue más intensa desde comienzos del siglo XV, cuando la lana merina castellana se convirtió en la principal materia prima para las pañerías flamenca y brabanzona, cuyo mercado eran las ciudades hanseáticas. Estas mercancías, unidas a otras muchas —como tintes, cueros, hierro, especias, aceite, frutos secos, azúcar, vino, etc.— eran traficadas por las compañías castellanas allí asentadas. A cambio de ellas, exportaron hacia las costas atlánticas francesas, de la Península Ibérica y del Mediterráneo todo tipo de manufacturas —en especial lienzos, mercerías y objetos metálicos—, así como materias primas pro-

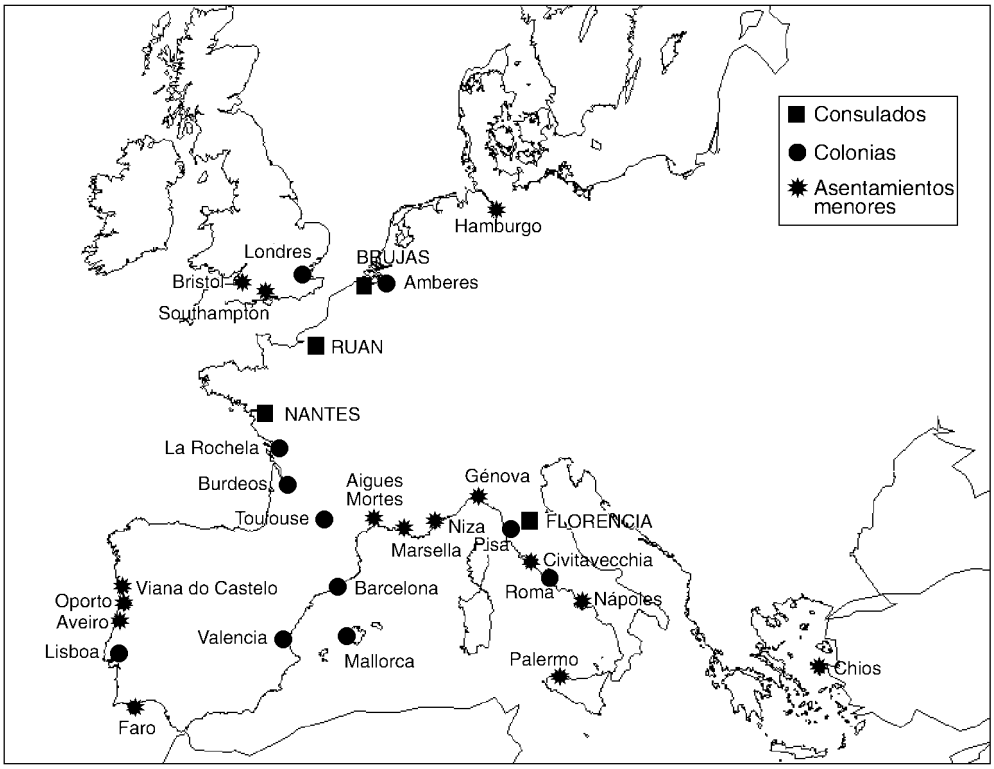
---

19 Casado (1995).

20 Goris (1925); Vandewalle (1992); Fagel (1996); Casado (2002) y (2005), y Munro (2005).

MAPA 1

LAS COLONIAS MERCANTILES CASTELLANAS EN EUROPA, SIGLOS XV Y XVI



Fuentes: Casado (2003a)

cedentes del noroeste y del este de Europa. Brujas y Amberes fueron, a su vez, los puntos de anclaje que utilizaron para extenderse por Alemania, Inglaterra y el norte de Francia. Según las autoridades municipales de dichas ciudades, durante la primera mitad del siglo XVI, el número de compañías mercantiles castellanas allí establecidas fue de 150 por año, lo que refleja su importancia. Suma que sólo es inferior a las que eran originarias de Italia.

Francia es, después de los Países Bajos, el segundo territorio donde la presencia de colonias comerciales castellanas fue más importante. Ruán, Nantes y Toulouse y, en menor medida, La Rochela y Burdeos, fueron sus destinos. Los paños y lienzos normandos y bretones, así como el pastel de Toulouse, el vino de Burdeos, los pertrechos navales, etc., fueron sus objetos de intercambio. A ello hay que sumar el papel de dichos puertos como lugares intermedios en las rutas hacia el Atlántico

norte. El protagonismo que los castellanos alcanzaron allí es de gran trascendencia histórica. Por ejemplo, fueron mercaderes originarios de Burgos los que introdujeron en dichas tierras las técnicas mercantiles de la letra de cambio y del seguro marítimo[21].

En Inglaterra la colonia mercantil castellana se concentró en Londres, aunque no es raro encontrarnos con traficantes en Bristol, Southampton y Plymouth. Su momento de esplendor, como en otros territorios, fue a finales del siglo XV y durante la primera mitad del XVI. El mercado inglés fue el destino del hierro vasco, de los colorantes y del vino de Burdeos, del aceite andaluz y de las especias y del azúcar portugués. Como fletes de retorno, importaban paños ingleses, los denominados *londres*, de precio y calidad media, muy vendidos en las ferias castellanas[22].

Portugal fue otro espacio que atrajo la atención de las redes comerciales castellanas. Aquí hemos de señalar dos áreas, Lisboa y los puertos del norte (Aveiro, Oporto y Viana do Castelo). La primera une a su condición de centro político y económico del reino el de ser puerto de tránsito en las rutas del Mediterráneo al Mar del Norte, atrayendo a numerosos mercaderes extranjeros. Aunque el grueso fundamental de éstos fueron los genoveses y, en menor grado, los hanseáticos, también hubo muchos castellanos. Agentes de las principales compañías castellanas, interesados por los productos portugueses y, sobre todo, por los procedentes de sus islas (el azúcar y el pastel de Madeira y las Azores), se establecieron en Lisboa para exportarlos al resto de Europa. La llegada, a principios del XVI, de las especias africanas y asiáticas, canalizadas a través del puerto lisboeta, aumentaron su importancia y número. Sin embargo, el comercio del azúcar y de los colorantes del Brasil en la segunda mitad del siglo XVI estuvo controlado en gran medida por los comerciantes del norte de Portugal, lo que hizo que hacia dichos puertos acudieran, también, barcos y mercaderes castellanos. A ello hay que sumar los fuertes lazos familiares y económicos que se fraguaron en esos años por medio de las relaciones entre los comerciantes conversos y *cristãos novos* asentados en ambos reinos[23].

Italia es el último espacio donde hubo una fuerte colonia mercantil. Aparte de recuerdos del paso de comerciantes, clérigos, nobles y soldados por Roma o Nápoles, Florencia es el lugar donde su presencia fue mayor. La capital de la Toscana constituyó en los siglos XV y XVI uno de los mayores centros de la industria textil italiana. Esto hizo que fuera gran importadora de lana con la que abastecer de materia prima sus numerosos telares. Si en los siglos XIV y XV ésta era de procedencia ita-

---

21 Mollat (1952); Demeulenaere-Douyère (1981); Tanguy (1956); Bernard (1968); Brumont (1994), y Casado (1998), (2000) y (2001b).

22 Childs (1978) y Casado (2001a).

23 Almeida (1993), Braga (2001) y Casado (2004) y (2005).

liana o inglesa, a partir de finales del XV lo será castellana. Es lo que los estudiosos de dicha industria han denominado como la *garbizzazione* de la industria pañera toscana y que, en gran medida, fue impulsada por los mercaderes castellanos. La lana merina era transportada en naves vascas, andaluzas y ragusinas, que partiendo de España arribaban a los puertos de Pisa, Talamone, Génova y, posteriormente, al de Livorno. Junto a la lana, los comerciantes castellanos traficaron con productos procedentes del norte de Europa, azúcares y especias portuguesas, y colorantes de América[24].

En conclusión, el comercio castellano en los siglos XV y XVI fue muy importante y complejo. Sus mercaderes estuvieron presentes en todos los espacios económicos relevantes, traficando con mercancías nacionales y extranjeras, con materias primas y con manufacturas. No debe ser, pues, calificado como periférico o colonial. Pero, al mismo tiempo, no cabe extrañarse del "éxito empresarial" de los comerciantes y financieros castellanos en esos siglos. La creación de un sistema de naciones mercantiles que efectuaron —a diferencia de otros competidores, tanto traficantes españoles como extranjeros— muestra el elevado grado de desarrollo comercial y financiero que habían alcanzado a finales del siglo XV. En cualquier parte de Europa donde estuvieron presentes, aplicaron idénticas política y estrategia empresarial, al formar parte de una misma red. Los hilos de ésta los conformaron multitud de agentes: mercaderes, locales o internacionales; compañías, unas muy grandes, junto a otras más pequeñas; barcos, maestres y marineros; familias con trayectorias de más de cien años, junto a personajes fugaces; traficantes que actúan al servicio de la política de los monarcas; clientelas de cada uno de los territorios; etc. Pero todos ellos se sentían formando parte de unas mismas estructuras, ya que todos participaban, aunque de manera diferenciada, en los negocios que circulaban a través de sus hilos.

3. La información en las redes comerciales y financieras castellanas de los siglos XV y XVI

Para que se pudiera mantener la eficiencia de la red comercial era necesario que a través de ella circulara de manera fluida la información. Ésta se transmitía de múltiples maneras: por medio de viajeros, agentes, transportistas, navegantes, etc. Igualmente, mediante la práctica frecuente por parte de un gran número de comerciantes castellanos de enviar a sus hijos a formarse en el extranjero en la casa de un socio, de un amigo o, simplemente, de un miembro de la nación castellana en cualquiera de

---

24 Dini (1995), pp. 289-310.

los núcleos económicos del momento. Velar por ellos y vigilar a los factores era uno de los cometidos de los cónsules castellanos extendidos por toda Europa. La propia ley de los Reyes Católicos, de 21 de julio de 1494, por la que crean el Consulado de Burgos —el organismo coordinador de las redes mercantiles castellanas— dice que uno de los motivos de los mercaderes burgaleses para solicitar la instauración de un consulado en la ciudad era para poder auditar a los factores que las compañías castellanas tenían por toda Europa[25]. Incluso, se indica expresamente que los comerciantes y cónsules de Brujas, Amberes, La Rochela, Nantes, Londres y Florencia debían de dar cuentas claras de sus ingresos y de responder de su actuación ante dicha magistratura[26].

Pero la forma más importante de circulación de la información fue la que se dio mediante la correspondencia mercantil. Para su análisis contamos con tres fuentes documentales que nos aportan datos sobre algo que es muy difícil de calcular, los flujos de información[27]. Son la contabilidad del Consulado de Burgos, los registros de pólizas de seguros pasados ante dicha institución y la correspondencia de la compañía de Simón Ruiz. Cronológicamente corresponden al siglo XVI, pero muchos de sus testimonios no son muy diferentes a lo que, por otros documentos, sabemos que acontecía en la centuria anterior.

3.1. El correo del Consulado de Burgos

Entre las múltiples funciones que desempeñaba el Consulado de Burgos estaba la de disponer de un sistema de correo para sus necesidades y las de sus miembros. Funciones que, igualmente, tenían sus filiales de Brujas, Nantes, Ruán y Florencia. Es lo que en la época se denominaba el "Correo de la Universidad de Mercaderes" o el

---

25 "…mandamos que los dichos fatores de los dichos mercaderes de la dicha ciudad de Burgos sean obligados a venir a la dicha ciudad de Burgos dar las quentas de las mercaderias e haziendas que les fuessen encomendados a sus amos y esten en la dicha ciudad ante los dichos Prior y Consules a derecho sobre las deudas que de las dichas quentas se recrecieren aunque los dichos fatores sean e bivan fuera de la jurisdicion de la dicha ciudad e sean casados fuera della antes o después que tienen las dichas fatorias", Ordenanza de 1538, fol. V, vuelto. *Ordenanzas* (1988).

26 "Esto mismo mandamos que se haga cerca de las quentas pasadas de seys años a esta parte, e porque los dichos mercaderes e fatores y los consules pasados que estan en el Condado de Flandes y en Enberes y en La Rochela y en Nantes y en Londres y en Florencia, sean obligados a las embiar a la dicha ciudad de Burgos dentro de seys meses desde el dia que alla les fuere noteficado a los dichos prior y consules para que ellos las trayan a la dicha feria de Medina, para que alli se vean e lo que hallaren en mal gastado lo fagan restituyr segun dicho es...", Ordenanza de 1538, fol. VI, vuelto. *Ordenanzas* (1988).

27 Ver, a este respecto, las comunicaciones presentadas en la Sesión 1 del *XIV Congreso Internacional de Historia Económica* de Helsinki de 2006.

"Correo de la Nación"[28]. Tal existencia daba a los mercaderes castellanos unas oportunidades de negocio superiores a otros competidores, que no podían utilizar sus servicios con los consiguientes mayores costes de transacción. Obviamente, otras redes de comercio, españolas y extranjeras, de los siglos XV y XVI disponían de sus propios sistemas de transmisión de la información, pero la carencia de estudios nos impide comparar su eficiencia.

Para organizar el envío de la correspondencia, el Consulado de Burgos disponía de mensajeros y correos propios, pero también contrataba los servicios de otros, según la urgencia del envío de las noticias. He estudiado sus montos a través de los gastos que, para enviar sus propias cartas, reflejó el tesorero de dicha institución en los Libros de Caja (Mayores) de la primera mitad del siglo XVI, período en el que aquél auditó los gastos de la correspondencia consular[29]. Según éstos (Gráfico 1), las partidas destinadas a mensajeros y portes de correo representan en torno al 5 por 100 del total de los gastos del Consulado. Aunque esa cifra puede parecer pequeña frente a los cuantiosos desembolsos en pleitos y, sobre todo, en la organización de las flotas de la lana, indica, sin embargo, tanto la importancia que el correo tenía para la institución consular, como el desarrollo que éste alcanzó. Eso explica que en las Ordenanzas de 1538 se estableciera el cargo de "Maestro de correos", al que se encomendó todo lo referente a correos y mensajeros, dotado de unos ingresos propios procedentes de un sueldo fijo anual, más las tasas que cobraba por el envío de cada bloque de cartas. Al mismo tiempo, dicho personaje tenía el monopolio del envío de toda la correspondencia mercantil remitida por los comerciantes miembros de la *Universidad de Mercaderes* de Burgos. Dicho puesto fue en 1572 elevado de condición social y jerárquica —una manifestación de la importancia que se daba en la época a contar con una buena información—, creándose el cargo de "Correo Mayor del Consulado", que durante la segunda mitad del Quinientos recayó, como no, en miembros de las grandes familias de mercaderes burgaleses de los Covarrubias, Pardo Orense y De La Torre. Sin embargo, tal oficio consular chocó con los privilegios que los reyes españoles habían concedido a los Tassis, dando lugar a un largo pleito. Finalmente, estos últimos tuvieron que reconocer la autonomía y la eficacia del correo del Consulado[30].

Esa preocupación por contar con un buen servicio de correos se refleja, también, en la documentación del Consulado de Castilla en Brujas. Esta institución, encargada de organizar el comercio castellano en su principal mercado, los Países Bajos, mantuvo un fluido intercambio de cartas durante los siglos XV y XVI, registrando

---

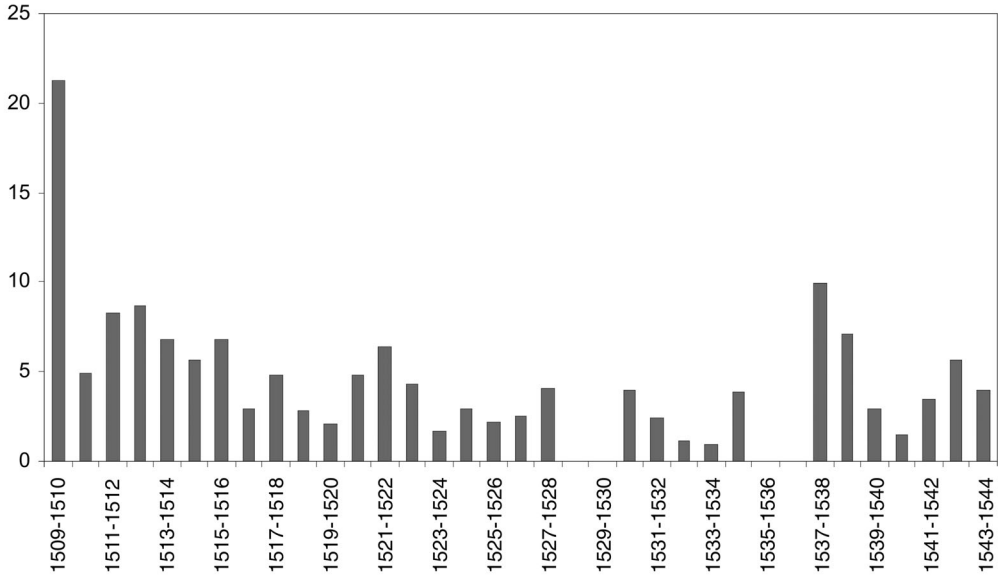
28 Basas (1963a).

29 Archivo de la Diputación Provincial de Burgos (ADPB, en adelante), Consulado, libros 1 y 3.

30 Basas (1963a), pp. 68-80; Montáñez (1953), y Fagel (2001).

GRÁFICO 1

PORCENTAJE DE LOS GASTOS EN CORREOS Y MENSAJEROS
SOBRE EL TOTAL DE LOS GASTOS DEL CONSULADO DE BURGOS, 1509-1544



Fuentes: ADPB, Libros de Contabilidad del Consulado de Burgos 1 y 3.

sus actas el continuo envío y recibo de misivas desde todas partes de Europa, aunque es imposible cuantificar su número por años[31]. Para tal cometido contaba con mensajeros y correos propios, aunque a partir de 1570 firmó con los Tassis un contrato para remitir cartas y dinero en metálico con unas tarifas prefijadas según los destinos y un mínimo mensual de envíos. En todo caso, sus cónsules se preocuparon, ya desde 1509, por la rapidez y la regularidad en el recibo de la correspondencia, estableciendo primas o sanciones si ésta llegaba antes o después de lo prefijado: de Brujas a Burgos 22 días en verano y 24 en invierno[32]. El interés por informar bien a los componentes de la

31 Stadsarchief Brugge (SB, en adelante), Spaans Consulat, Libro de Ayuntamientos del Consulado de España (1502-1522), Libro de Ayuntamientos (1522-1547), Libro de ayuntamientos y ordenanzas (1548-1568), Libro de Ayuntamientos (1569-1595) y Libro Borrón de Ayuntamientos (1595-1608).

32 SB, Spaans Consulat, XII-395 (Dossiers Divers) y XII-404 (Libro de Ayuntamientos del Consulado de España, 1502-1522. f. 38).

colonia mercantil se plasmaba, incluso, en que en el salón de reuniones de la Casa de la Nación de Castilla, ubicada en la calle de los españoles de Brujas, hubiera un tablón de anuncios, donde periódicamente se colgaban las cotizaciones de precios y de monedas habidas en la bolsa de Amberes. Información que, por otra parte, mandaban puntualmente a Burgos. Sabemos también que las noticias de las cotizaciones de los cambios eran enviadas de una manera estructurada, ya que se han conservado algunas hojas impresas, donde sólo había que rellenar a mano las correspondientes casillas. Sistema que, a juzgar por las minutas conservadas, utilizó también la compañía de Simón Ruiz. Tales procedimientos indican lo avanzada que estaba la gestión de la información por parte de las instituciones y mercaderes castellanos de la época.

No ha de extrañar, por tanto, que el correo del Consulado de Burgos y de sus distintas sucursales fuera utilizado tanto por mercaderes como por particulares o por los propios reyes. Por ejemplo, en 1495 Diego de Soria escribió a su factor, el también burgalés Alonso de Compludo, para rogarle que le mantuviera continuamente informado del precio del hierro en el mercado londinense, ya que precisaba dichos datos para concertar las compras en la península y de esa manera obtener el máximo beneficio posible. Pero, al mismo tiempo, le enviaba noticias sobre asuntos políticos para entregárselas al embajador castellano en la corte inglesa[33]. El desarrollo del comercio y de la actividad económica en España, conforme avanza el siglo XVI, hizo que los hombres de negocios españoles utilizaran más habitualmente el correo como forma de estar informados y, en consecuencia, tener éxito en sus empresas. Con razón el comerciante burgalés Antonio de Quintanadueñas se quejaba del "movimiento que se pasa de escribir a tantos cada semana"[34]. El estudio de diversos Libros de Contabilidad de mercaderes castellanos del siglo XVI, que estoy realizando actualmente, comprueba tal hecho, ya que muestra cómo desde los años 1530-1540 en muchos de ellos aparecen cuentas individualizadas y dedicadas expresamente a contabilizar los gastos de correo, las "despensas de cartas" o las "costas de la posta". Hecho indicativo de la importancia que daban a la información en su gestión empresarial.

3.2. Los seguros marítimos

Otro de los ámbitos donde podemos analizar la importancia de los flujos de información en el funcionamiento de las redes comerciales castellanas radica en el espacio geográfico de influencia de los seguros marítimos burgaleses. Su magnitud, como

---

33 Caunedo del Potro (2006), pp. 422-423.

34 Archivo Histórico Provincial de Valladolid (AHPV, en adelante), Simón Ruiz, Correspondencia, Caja 149/040.

veremos luego, no se explica si no partimos de la existencia de unos enormes e intensos flujos de noticias desde los más apartados lugares del mundo hasta la metrópoli burgalesa —centro de la red comercial—, tanto para contratar las pólizas y calcular los riesgos de cada una de las rutas, como para verificar los siniestros acaecidos, evitando fraudes y engaños a los aseguradores.

Como es bien conocido, Burgos fue durante el Quinientos una de las principales bolsas de contratación de seguros de Europa y la más importante de la Península Ibérica[35]. A partir de la contabilidad del Consulado, podemos establecer que, en la segunda mitad del siglo XVI, se firmaron más de 2.000 pólizas anuales, procediendo sus contratantes de múltiples partes de Europa, América e India. Las razones de tal éxito residen en que, por un lado, en dicha ciudad había una gran cantidad de capitales en manos de financieros, mercaderes o simples ciudadanos dispuestos a arriesgarlos en el negocio de los seguros. Por otro, desde finales del siglo XV el Consulado de Burgos, con el apoyo de los reyes, había creado toda una legislación sobre el tema de los seguros, que regulaba minuciosamente su contratación y daba respaldo jurídico en caso de conflictos[36]. Pero había otro hecho relevante: Burgos, al ser el centro neurálgico de la red comercial castellana en Europa, era uno de los puntos de intercambio de información económica más importantes de España. Ello permitía que las autoridades consulares conocieran, bien y en poco tiempo, todas las incidencias que ocurrían en el comercio internacional del siglo XVI.

Se han conservado 10.397 pólizas (entre seguros marítimos, reaseguros y de vida) registradas ante el escribano del Consulado entre los años 1565 y 1619, aunque la mayor parte corresponde al período 1565-1586[37]. Este elevado número constituye una mínima parte de las que se firmaron entonces, pero es muy superior al existente para otras plazas europeas del momento, ya que no disponemos de cifras semejantes más que para el siglo XVIII. Tan abundante documentación, unida a otra de diversa índole, permite conocer a la perfección —amén de otras muchas cuestiones que presentaré en un libro en curso de redacción— cómo era el sistema de contratación que emplearon los aseguradores burgaleses. Éste se efectuaba mediante dos tipos de intermediarios. En primer lugar, toda una serie de corredores y comisionistas radicados en los diferentes puertos y centros económicos del momento. Éstos eran los que se ponían en contacto con los mercaderes y dueños de barcos. A su vez, mediante poderes notariales que habían otorgado, pasaban dicha información a un selecto número de corredores de seguros, en torno a unos 30, residentes en Burgos, que se encargaban de buscar en la ciudad, en Madrid o en las ferias de Medina del

---

35 Basas (1963b), y Casado (1999) y (2003b).

36 Verlinden (1947).

37 ADPB, Consulado, libros 28, 37, 39, 41, 44, 46, 74, 95, 98, 99 y 101.

Campo a las personas que quisieran cubrir las sumas de dinero contratadas en las pólizas.

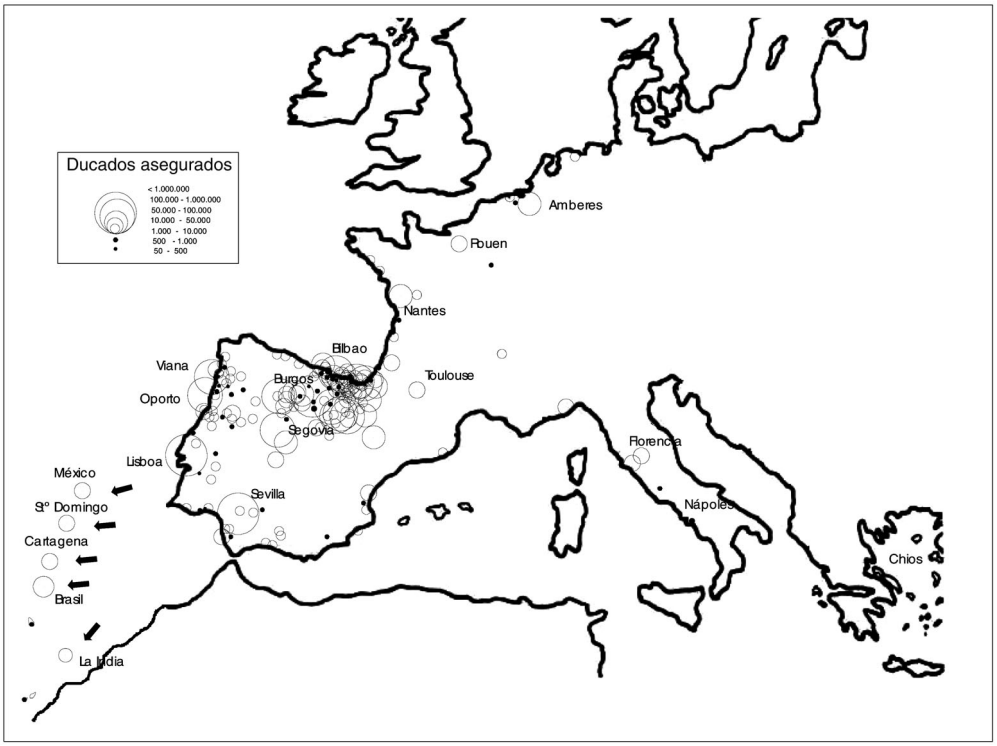
Tal sistema permitía que residentes en todos los lugares de Europa, América e, incluso, de la India contrataran seguros en Burgos. Su extensión geográfica puede verse en el Mapa 2, donde se recogen asegurados procedentes de 242 localidades diferentes. Su elevado número y, sobre todo, su dispersión espacial no pudieran haberse producido si los flujos de información que manejaban los corredores y las autoridades consulares no fueran buenos y regulares. Ha de tenerse en cuenta que he podido individualizar 4.743 distintas expediciones de barcos, que fueron aseguradas en Burgos entre los años 1565 y 1619, aunque su mayor parte se contrataron en los dieciocho primeros años. Las rutas sobre las que actuaron los seguros marítimos burgaleses son numerosas. Van desde el intenso comercio de cabotaje de las costas cantábricas a Sevilla, haciendo escala en Portugal, a la navegación hacia y desde la América española y el Brasil. También están presentes las rutas atlánticas hacia los antiguos Países Bajos, Inglaterra, Francia y Alemania e, incluso, el Báltico. Mención aparte merecen los seguros para la pesca en Terranova. De igual manera, aparece el intenso tráfico habido entre las costas españolas e italianas y, en menor medida, el comercio de África con la Península Ibérica y América, más las rutas de la India. En todas estas expediciones aparecen maestres y barcos de todo tipo, tanto nacionales como extranjeros. Se comprueba, asimismo, un fuerte peso de las marinas vasca, cántabra, bretona, flamenca, holandesa y ragusina, junto con la presencia de naves hanseáticas, portuguesas, andaluzas, gallegas, inglesas, catalanas, genovesas y bordelesas.

Tan extensa geografía revela la necesidad de una enorme circulación de la información. A través de ella no sólo llegaban los datos para contratar las pólizas de seguros marítimos —nombre del asegurado, lazos familiares, residencia, nombre del barco, nombre de su maestre, su localidad, mercancía, sus consignatarios, la ruta a realizar (puertos de partida y de llegada, más escalas intermedias) y los ducados asegurados—, sino, lo que es más importante, las noticias para poder fijar el precio de los seguros, según el tipo de mercancías, la duración de los viajes y la seguridad de las rutas. Sin dichas noticias, de índole y procedencia diversas, no se podrían haber contratado tal cantidad y variedad de pólizas de seguros marítimos.

A partir de dicha información, el Consulado de Burgos establecía periódicamente unas tablas para aplicar a las diferentes rutas y, cuando surgía un viaje novedoso, se encargaba de informarse para saber cual debía de ser el precio más adecuado para dicha póliza. Igualmente, cuando había una incidencia (naufragio, ataque pirático, deterioro de la carga, abandono del envío, etc.) los cónsules procuraban enterarse de que tales hechos fueran ciertos y resultara, pues, procedente el desembolso de las cantidades de dinero aseguradas. En suma, era necesario tener numerosos informantes en todas las partes del mundo, institucionales, como los cónsules de

MAPA 2

LOCALIDADES DE LOS CONTRATANTES DE LOS SEGUROS BURGALESES



Fuentes: ADPB, Consulado, libros 28, 37, 39, 41, 44, 46, 74, 95, 98, 99 y 101.

Brujas, Ruán, Nantes y Florencia, o simples miembros de la red comercial española. Que todos ellos colaboraban en dicha tarea lo comprobamos si yuxtaponemos el mapa de las colonias mercantiles castellanas con el del radio de acción de los seguros burgaleses, cuyos espacios son muy coincidentes. Paralelismo que, igualmente, encontramos al analizar las cerca de 2.000 pólizas de seguros marítimos que contrató en Amberes, en 1562 y 1563, un miembro de dicha colonia, Alfonso Henríquez. Allí, dicho corredor gozó también de los servicios de correos y de información que le prestaban el Consulado de Castilla en Brujas y la comunidad mercantil española asentada en los Países Bajos[38].

38 Stadsarchief Antwerpen (SA, en adelante), Insolvente Boedelskamer, libros 1480 y 1481.

3.3. La correspondencia de la Compañía de Simón Ruiz

Como es bien conocido merced a los trabajos de diversos discípulos de Braudel, en el antiguo hospital fundado por el mercader de Medina del Campo Simón Ruiz se ha conservado uno de los mejores archivos de una empresa mercantil y financiera del siglo XVI. Negocios que fueron muy destacables entonces, si bien Simón Ruiz —no hay que olvidarlo— no fue el hombre de negocios español más importante y rico de la época. Su documentación ha sido publicada y estudiada de manera muy parcial, quedando aún muchas cuestiones por investigar[39]. Hemos de tener en cuenta que se han conservado 56.721 cartas (54.378 recibidas y 2.343 enviadas); 21.065 letras de cambio, más de 20.000 documentos mercantiles diversos y 165 libros de contabilidad. Documentación que, en su mayor parte, permanece inédita. Voy a estudiar aquí, en primer lugar, la circulación de la información que se produjo a través de la correspondencia, para posteriormente ver su reflejo en la contabilidad y en otra documentación. Análisis que, desgraciadamente, sólo podemos hacer a partir de las cartas recibidas, ya que las enviadas se han conservado en menor número y apenas contienen información válida para nuestros propósitos.

La cronología de dichas cartas recibidas la he expresado en el Gráfico 2. En él se ve como la mayor parte de la correspondencia corresponde a las décadas de 1570 y 1580, el momento de mayor auge económico de la compañía[40]. De ellas, 25.401 contienen marcas postales y constituyen el objeto de un detallado estudio de tipo postal, recientemente publicado, pero que contiene una abundante información de tipo económico, muy interesante para este artículo[41]. La procedencia de la correspondencia recibida por Simón Ruiz aparece en la Mapa 3. Como se aprecia, a la sede de la compañía llegaron cartas de todo el mundo, desde Viena, Praga y Hamburgo, hasta Malta, Chile, Santo Tomé y Méjico. Sin embargo, destacan varios centros económicos en Europa (Lisboa, Oporto, Amberes, Lyón, Nantes, Ruán, París, Génova, Florencia y Roma) y en España (Bilbao, Sevilla, Valladolid, Burgos, Toledo, Salamanca y Segovia). Y, junto a ellos, toda una numerosa y densa red de localidades con las que Simón Ruiz mantuvo contactos y negocios esporádicos. Densidad que refleja la gran amplitud geográfica de la información que manejaba la compañía.

Pero, de la misma manera, la correspondencia conservada de Simón Ruiz nos informa acerca de las formas en que envió dichas cartas. Se remitían por correo ordi-

---

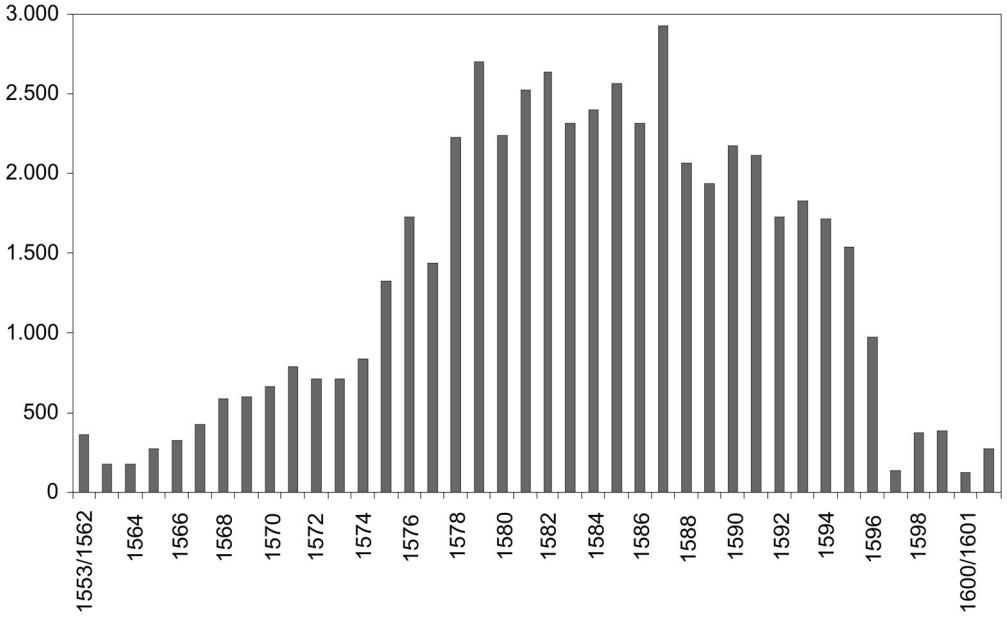
39 Lapeyre (1953) y (1955); Silva (1956) y (1959-1961); Vázquez de Prada (1960), y Ruiz Martín (1965).

40 AHPV, Simón Ruiz, Correspondencia, cajas 1-188 y 204-210.

41 Alonso (2004).

GRÁFICO 2

CARTAS RECIBIDAS POR LA COMPAÑÍA DE SIMÓN RUIZ, 1541-1605



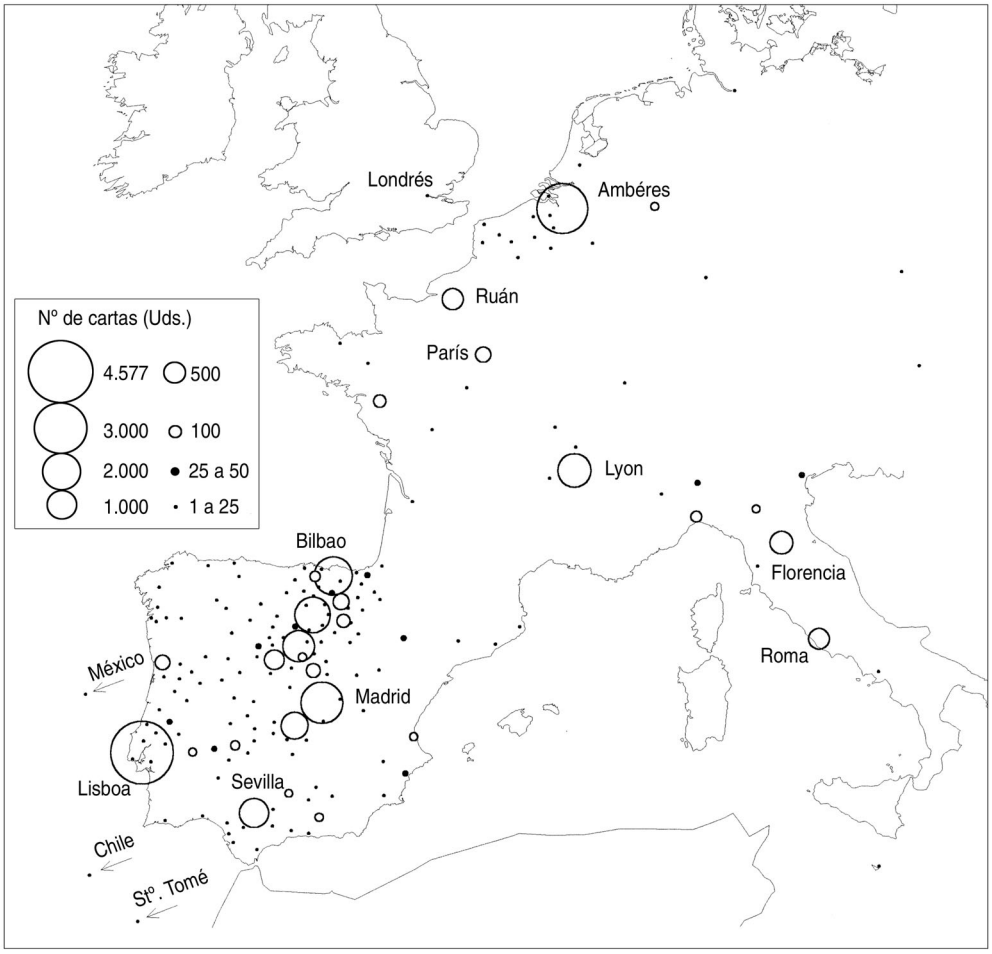
Fuentes: AHPV, Simón Ruiz, Correspondencia, cajas 1-188 y 204-210.

nario, junto a las mercancías, mediante la contratación de correos particulares, por medio de los correos del Consulado de Burgos, de los de las naciones mercantiles o de los Correos Reales. Se trataba generalmente de correo por vía terrestre y, sólo en determinados casos, por mar. Cuando la necesidad o la urgencia lo requerían, la compañía utilizaba mensajeros especialmente contratados. De igual manera, muchas cartas nos informan, bien mediante dibujos, marcas o por un simple texto, cómo unas debían entregarse en las estafetas correspondientes y otras en propia mano. Igualmente, en más de 15.000 cartas se señala el precio del franqueo. También mediante signos o textos, se indica qué misivas eran urgentes. Incluso, sabemos que los correos empleados por Simón Ruiz utilizaban un método de desinfección de cartas para evitar la propagación de epidemias.

Respecto de muchas, sabemos cuánto tardaron en llegar a su destino, ya que en el momento de su recibo se anotó la fecha y, en muchas ocasiones, la de contestación.

MAPA 3

PROCEDENCIA DE LAS CARTAS RECIBIDAS POR LA COMPAÑÍA DE SIMÓN RUIZ, 1554-1630

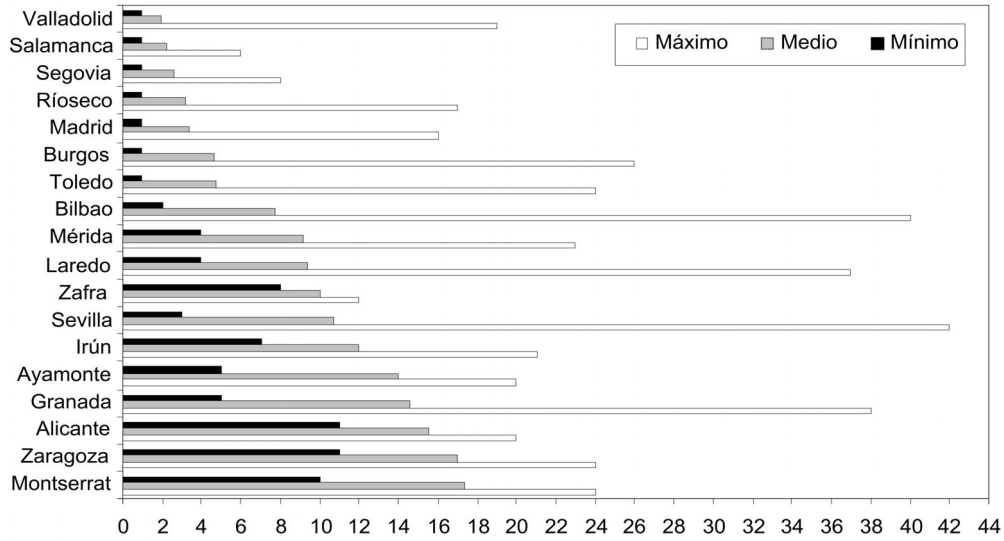


Fuentes: AHPV, Simón Ruiz, Correspondencia, cajas 1-188 y 204-210.

En los Gráficos 3 y 4 he recogido los tiempos mínimos, medios y máximos de los recorridos desde las procedencias de donde se recibió un mayor número de cartas, agrupando los lugares de origen según fueran extranjeros o españoles. Para calcular los tiempos medios he prescindido de la correspondencia que indica expresamente que era urgente, cuyo cómputo distorsionaría los resultados. Dejando al margen los tiempos mínimos y máximos, fruto de las peculiaridades de determinados envíos, el análisis de los tiempos medios de la correspondencia de Simón Ruiz es revelador de

GRÁFICO 3

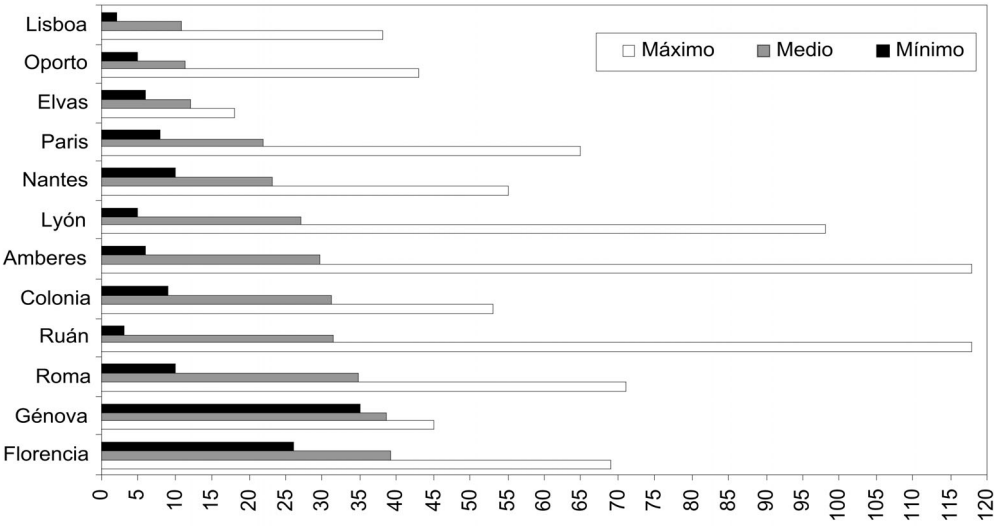
TIEMPO DE RECORRIDO EN DÍAS DE LAS CARTAS ESPAÑOLAS RECIBIDAS EN MEDINA DEL CAMPO POR LA COMPAÑÍA DE SIMÓN RUIZ, 1554-1630



Fuentes: AHPV, Simón Ruiz, Correspondencia, cajas 1-188 y 204-210.

GRÁFICO 4

TIEMPO DEL RECORRIDO EN DÍAS DE LAS CARTAS EXTRANJERAS RECIBIDAS EN MEDINA DEL CAMPO POR LA COMPAÑÍA DE SIMÓN RUIZ, 1554-1630



Fuentes: AHPV, Simón Ruiz, Correspondencia, cajas 1-188 y 204-210.

la geografía postal del siglo XVI. Sus cifras coinciden con la cartografía ya conocida de las rutas postales terrestres de dicho siglo, en las que la proximidad a una determinada vía muy frecuentada por los correos reales y privados (la ruta de París, de Amberes o de Roma) era sinónimo de menor tiempo de recorrido, pese a que los destinos estuviesen más alejados. A ello hay que añadir la mayor regularidad en el reparto de cartas de las estafetas principales, hecho que en este período provocó numerosas quejas de los mercaderes de Brujas respecto de la estafeta de Amberes[42]. Los tiempos son coincidentes con los que hace años apuntó Braudel, mostrando cómo las distancias del correo no eran tan grandes como a primera vista pueda parecer[43]. De igual manera, dichos tiempos concuerdan con los que las Guías Postales del siglo XVIII señalan para España, mostrando lo avanzado que estaba, dos siglos antes, el servicio postal utilizado por Simón Ruiz[44].

Por otra parte, he analizado la evolución de tales tiempos de recorrido en la segunda mitad del siglo XVI. Se aprecia que la duración concreta de cada ruta postal variaba constantemente según la estación del año, pero también como consecuencia de los conflictos bélicos o de las epidemias. El clima de tensiones contribuye a explicar el leve aumento de los tiempos medios de recorrido de las cartas llegadas desde Amberes, Rúan, Lyón o Florencia desde los años ochenta. Evolución que es distinta en el caso de las recibidas de Lisboa o de otras partes de España, cuyos tiempos medios registran en esos mismos años un ligero descenso. No obstante, la tendencia general de la evolución de los tiempos medios de la mayoría de las rutas postales muestra que éstos no variaron sustancialmente durante el período objeto de estudio.

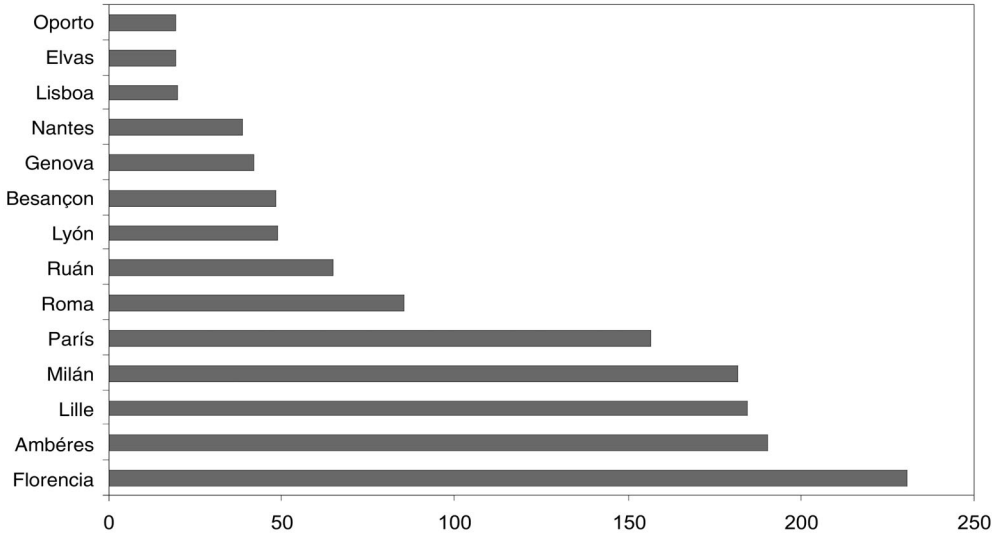
Respecto al precio de los porteos de la correspondencia recibida por Simón Ruiz existe una gran variedad, de acuerdo con el sistema de correo empleado. En los Gráficos 5 y 6 he representado el precio medio de los envíos realizados mediante correo normal, prescindiendo de aquéllos que eran urgentes o presentaban particularidades[45]. Como se puede apreciar, las tarifas variaban no sólo de acuerdo a la distancia y a la existencia, o no, de un régimen de postas desarrollado, sino también según se pudiese contar, o no, con socios o agentes que agilizaran y abarataran el envío de la información. A ello hay que añadir que, al remitir a dichos destinos más correspondencia, se negociaban mejor las tarifas. Los casos de Rúan, Nantes, Lyón, Lisboa o Sevilla son reveladores de dicho fenómeno. Hay, pues, una cartografía particular de la transmisión de las noticias mercantiles, que no coincide con la de los monarcas u

---

42 Gilliodts van Severen (1901), p. 402.
43 Braudel (1966), pp. 333-340.
44 Rodríguez de Campomanes (2002 [1761]), Madrazo (2001) y Jurado (1995).
45 Son 5.781 cartas remitidas desde España y 3.259 desde el extranjero.

GRÁFICO 5

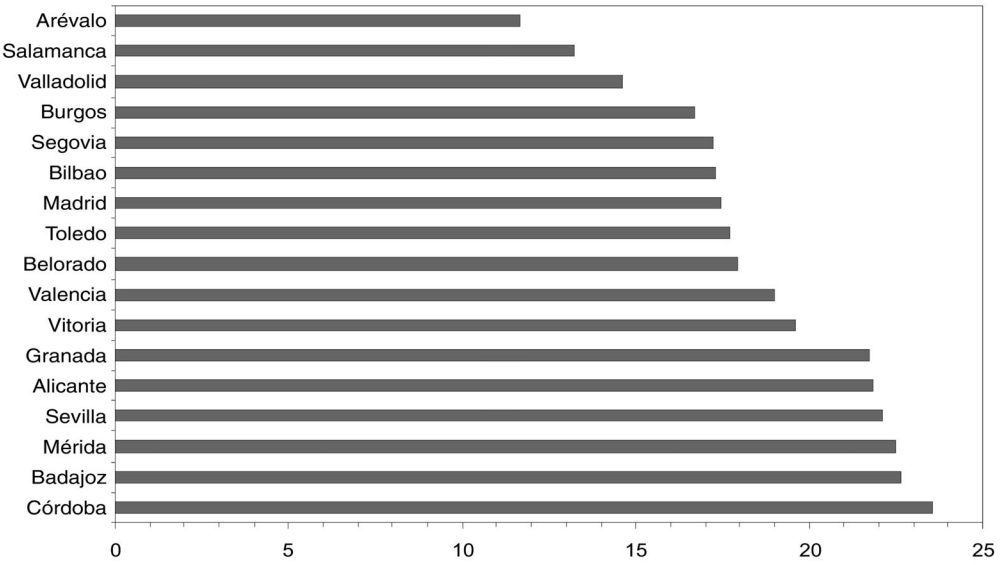
TARIFAS MEDIAS EN MARAVEDÍS DE LA CORRESPONDENCIA EXTRANJERA RECIBIDA POR LA COMPAÑÍA DE SIMÓN RUIZ EN MEDINA DEL CAMPO



Fuentes: AHPV, Simón Ruiz, Correspondencia, cajas 1-188 y 204-210.

GRÁFICO 6

TARIFAS MEDIAS EN MARAVEDÍS DE LA CORRESPONDENCIA ESPAÑOLA RECIBIDA POR LA COMPAÑÍA DE SIMÓN RUIZ EN MEDINA DEL CAMPO



Fuentes: AHPV, Simón Ruiz, Correspondencia, cajas 1-188 y 204-210.

otros usuarios del correo. Pero tal hecho revela la existencia de una estrategia empresarial destinada a minimizar los costes de transacción para reducir las incertidumbres que aquejaban a los negocios de entonces y ser, así, más competitivos.

De igual modo, podemos analizar la evolución de las tarifas postales según la procedencia de las cartas que recibió Simón Ruiz en su oficina de Medina del Campo, tanto desde el extranjero como desde España[46]. En ella se puede apreciar que mientras que la trayectoria de las tarifas españolas, expresadas en maravedís, es muy constante, la de las plazas del exterior, excepto las de Portugal, es muy oscilante. El análisis pormenorizado de algunos itinerarios postales revela que los incidentes bélicos, políticos o el estallido de epidemias aumentaban bruscamente los precios de los porteos. Sin embargo, si deflactamos éstos con el valor anual del trigo, observamos que, en ambos casos, la tendencia general es francamente descendente (Gráfico 7). Ello revela que el correo se encareció menos que otros bienes y servicios en un siglo altamente inflacionista, como fue el XVI; pero, al mismo tiempo, y lo que es más importante para lo que ahora tratamos, que el auge del servicio postal acaecido en dicha centuria, tanto el que estaba en manos de los Consulados u otras instituciones, como el que gestionaba la empresa concesionaria de los reyes españoles (la de los Tassis), hizo que el coste del correo fuera cada vez menor. Hecho que, sin duda, redundó positivamente en el crecimiento económico, ya que ayudó a una mayor integración internacional de los mercados de bienes y de capitales.

El envío de las cartas se pagaba generalmente en el lugar de destino. Pero en el archivo de Simón Ruiz también existen numerosas misivas (603) con franqueos previos, que indican en la cubierta de la carta que su tasa estaba pagada en origen. Fruto de ello es que los socios y agentes pasaran anualmente al cobro a la sede central de la compañía los gastos que habían tenido en correspondencia. Cifras que recoge la contabilidad de Simón Ruiz en las cuentas de la "posta", que, a tal efecto, existen en sus libros. Este sistema de pago por anticipado no es circunstancial o fruto de lo avanzado del correo empleado por los mercaderes castellanos, sino que también responde a una estrategia empresarial: garantizar que el correo llegue antes y, sobre todo, con seguridad. Tal política es extensible a la existencia de cartas donde se dice que se entreguen en mano, mediante el envío de un propio, o de otras que establecen un suplemento en el precio si eran entregadas antes de una hora y un día determinados.

Pero el sistema de gestión de las grandes compañías mercantiles castellanas era aún más complejo, tal y como se aprecia en la gerencia de la compañía de Simón Ruiz. La información no era transmitida exclusivamente por las cartas, sino que en muchas ocasiones éstas iban acompañadas de sus respectivas letras de cambio, que

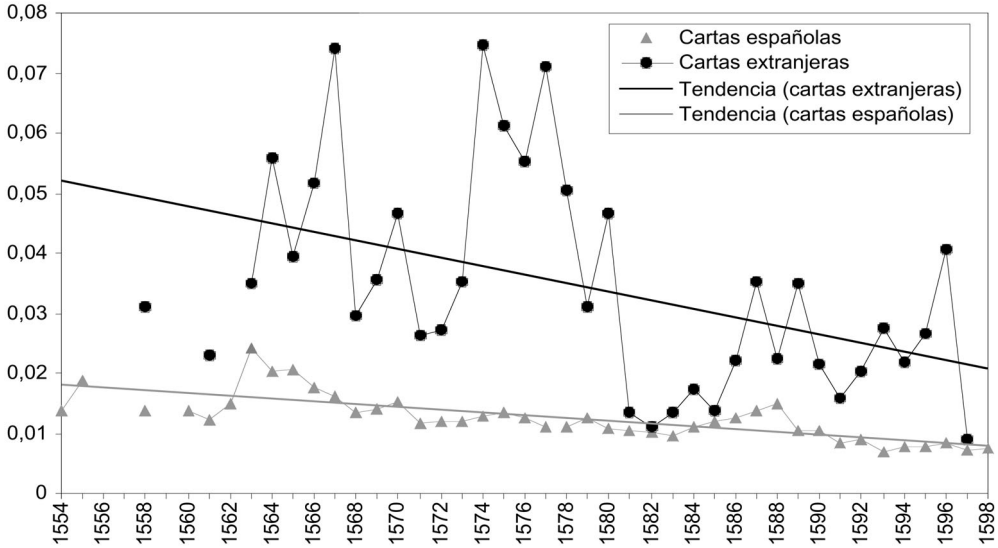
---

46 He prescindido de las cartas que se remitieron a otros socios de la compañía residentes en otros sitios.

GRÁFICO 7

EVOLUCIÓN DE LOS PRECIOS MEDIOS DE LOS PORTEOS DE LAS CARTAS REMITIDAS A SIMÓN RUIZ EN MEDINA DEL CAMPO

(maravedís, valores deflactados según los precios del trigo)



Fuentes: AHPV, Simón Ruiz, Correspondencia, cajas 1-188 y 204-210.

generalmente se mandaban por cuadriplicado, siguiendo rutas distintas. De esa manera se garantizaba que, al menos, una llegara a su destino. A su vez, como puede verse en la documentación del archivo, era frecuente el envío de minutas impresas, donde se anotaban a mano listas de precios y de cotización de monedas en determinadas plazas o los cambios correspondientes. Amén de todo ello, también nos encontramos con escrituras y poderes notariales, cartas de pago y de obligación, licencias de importación y exportación, justificantes de gastos y cuentas de averías, aranceles, relaciones de deudas, balances, etc. Estos enormes flujos de información confluían en los libros de contabilidad, de los que, como he dicho, se han conservado 165, entre libros de caja (mayores), libros manuales (diarios), libros de "puestos", borradores, libros de ferias, libros de deudas, cuadernos de mercancías, etc[47]. Estamos, pues, ante una gerencia que estaba tanto o más desarrollada que la de muchas empresas mercantiles de siglos posteriores y que debía de ocupar a muchas personas.

---

47 González (1982) y Rodríguez González (1995).

4. Algunas reflexiones: la eficacia de la circulación de la información en las redes comerciales castellanas

El análisis de la correspondencia del Consulado de Burgos, de los seguros marítimos burgaleses y de la compañía de Simón Ruiz permite concluir que hubo un gran desarrollo de los flujos de información en las empresas comerciales españolas del siglo XVI. Sin embargo, la carencia de estudios precisos de otras redes mercantiles de otros países y de la misma época me impide realizar un estudio comparativo. Ello no quita importancia, para la historia económica internacional, a la documentación aquí empleada, que es, sin duda, única y exponente de lo avanzada que estaba la economía española. Las cartas contienen una variedad enorme de noticias: desde asuntos mercantiles y financieros que afectaban a los negocios de las compañías, hasta temas políticos, así como cuestiones personales o genéricas. El precio de las mercancías, el comportamiento del mercado en cada una de las plazas, el envío de letras de cambio, la cotización de las monedas y los cambios, la llegada de las flotas de América, la organización de los convoyes con destino a Flandes y Francia, la salida o llegada de determinado barco, el estallido de un conflicto bélico, la aparición de una epidemia o los ataques de los piratas ocupan gran parte de sus hojas.

Tan abundante numero de cartas —sólo se ha conservado una mínima parte de ellas— revela que, pese a las dificultades de la época, había una desarrollada circulación de la información. El ejemplo de Simón Ruiz, del que sabemos que, al menos, giró cerca de 21.000 letras de cambio —las archivadas—, con sus consiguientes flujos de dinero entre plazas y ferias de cambio de todo el mundo, demuestra que tales negocios no pudieron haberse efectuado si este comerciante y banquero no hubiese contado con numerosos informantes, agentes, socios y comisionistas en cada lugar, que le fueran remitiendo las últimas noticias. Todo ello nos lleva a concluir que el desarrollo en esta información, ejemplificado en estos casos concretos, contribuyó positivamente a la profunda integración de España en los mercados comerciales y financieros de Europa, cuyo inicio hemos de remontar al siglo XV. Otros comerciantes castellanos, así como las propias instituciones mercantiles, como los Consulados de Burgos, Bilbao y Sevilla, eran también conscientes de la importancia estratégica de contar con buenas y rápidas noticias. De ahí que, junto a la utilización de los correos reales, tuvieran sus propios sistemas de envío de correspondencia, con oficiales dedicados exclusivamente a tal menester[48].

Por otro lado, se comprueba la existencia de un sistema de correos bastante evolucionado, con prácticas postales que hasta el momento se creía que eran posteriores, por lo que no es muy aventurado asegurar que los costes de transmisión de la

---

48 En Bilbao, al igual que en Burgos, el cargo de Correo mayor del Consulado fue ocupado por un mercader. Archivo de la Real Chancillería de Valladolid (ARCV, en adelante), Sala de Vizcaya, cajas 1588-1590 y 1887-1888.

información en la Europa de los siglos XV y XVI cayeron, con lo que ello supone de positivo para la economía. Pero, al mismo tiempo, la cartografía de la correspondencia del Consulado de Burgos, la de Simón Ruiz y la de los seguros marítimos son el fiel reflejo del espacio mercantil y financiero de sus haciendas y negocios. De dónde tuvieron más intereses, socios, agentes o comisionistas procede la mayor correspondencia, lo que no quita para que recibieran noticias sobre espacios geográficos distintos y ajenos a sus negocios[49]. Escribir tantas cartas no era casual, sino que respondía a una estrategia de gestión empresarial.

Medir la eficacia de esta enorme información y su calidad es difícil de establecer, ya que desconocemos cómo ésta se trataba en el seno de cada una de las instituciones y empresas. Carecemos de estudios para España y el resto de Europa acerca de cómo era la gestión diaria en el seno de las compañías mercantiles, así de cómo era su organización interna y el número y cometidos de las personas empleadas en las oficinas centrales de dichas empresas. Sin embargo, puedo avanzar unas primeras conclusiones a partir de los datos que contiene la contabilidad de Simón Ruiz[50]. Reconstruir fielmente cada una de las operaciones que hizo a lo largo de los años y contrastar sus resultados con la gestión de la correspondencia es una tarea muy complicada, sino imposible, dada la complejidad contable de la época. Aquí sólo presentaré unas primeras conclusiones a partir del cálculo de los beneficios totales que obtuvo la compañía de Simón Ruiz, que indirectamente pueden valorar la eficacia de los flujos de información que manejó.

En primer lugar, he de señalar que, en la época, las nociones de coste y beneficio eran muy diferentes a las que hoy conocemos, por lo que éstos no se calculaban ni figuraban en los libros. Tenemos, pues, que reconstruir, con las actuales técnicas contables, dichas cifras. Para ello he computado, dentro de los miles de asientos y cuentas, especialmente los señalados en la *quenta de caxa* y en la *quenta de yntereses*, los beneficios comerciales y financieros que obtuvo la compañía desde 1569 hasta el momento de la muerte de Simón Ruiz en 1597. La tarea es muy compleja y ardua, pero muy provechosa. En el Gráfico 8 he representado las cifras que he obtenido de dichos cálculos. Como se puede apreciar, a pesar de las bruscas oscilaciones anuales —fruto de los arcaísmos de las técnicas contables de entonces, donde no se cerraban las cuentas al finalizar el año, sino que se anotaban aleatoriamente en determinados momentos—, la compañía obtuvo beneficios en la mayor parte de su existencia.

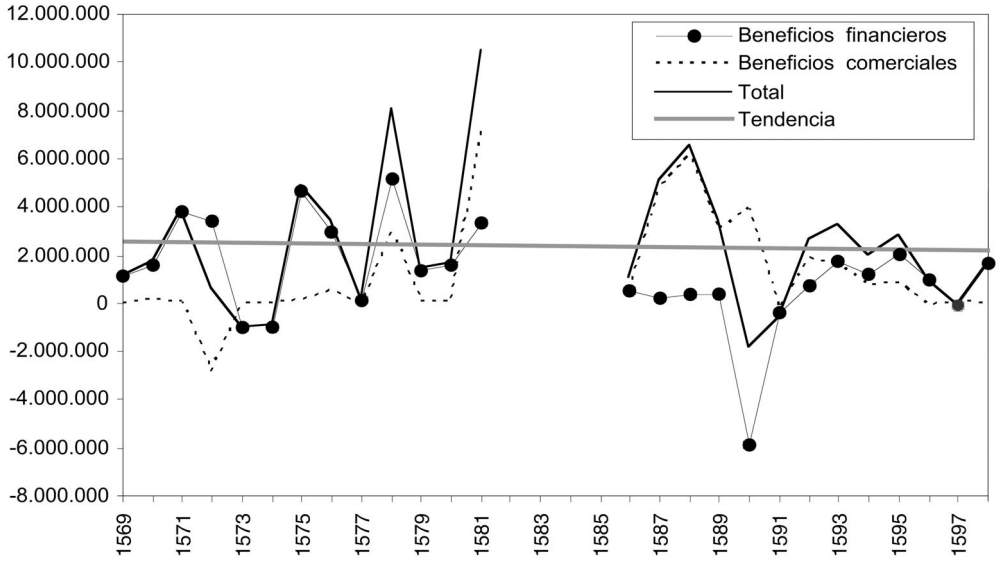
Independientemente de la valoración detallada de dichas cifras, que rebasa el objetivo de este trabajo y daría lugar a otro extenso artículo, se comprueba que la enorme actividad *escriptoria* de Simón Ruiz y de sus empleados tuvo su recompensa en los resultados positivos que obtuvo la empresa. A mi entender, junto a razones de

---

49 Lapeyre (1955); Casado (1997), (2000) y (2003a), y Rodríguez González (1995).

50 ADPV, Simón Ruiz, Libros de contabilidad 51, 52, 53, 54, 55, 62, 63, 74 y 75.

GRÁFICO 8
BENEFICIOS DE LA COMPAÑÍA DE SIMÓN RUIZ, 1569-1598
(maravedís)



Fuentes: AHPV, Simón Ruiz, Libros de contabilidad 51, 52, 53, 54, 55, 62, 63, 74 y 75.

diversa índole, como el tipo de productos comercializados, la coyuntura económica, las relaciones financieras con la corona, etc., otra explicación de tal éxito reside en cuestiones gerenciales, ya que dicha compañía dispuso de buenos e intensos flujos de información. Elementos que eran imprescindibles en una plaza, como Medina del Campo, cuyas ferias estaban entre las más importantes de Europa, y en unos negocios que estaban fuertemente integrados en los circuitos económicos internacionales[51]. Por otra parte, no hemos de olvidarnos que en el siglo XVI la Península Ibérica y Castilla, más en concreto, eran unas de las zonas más prosperas de Europa. La información era, pues, vital en los negocios mercantiles e, incluso, políticos. Tal circulación de información, a juzgar por otros datos, debió de ser muy semejante a la que mantuvieron otras grandes compañías mercantiles y financieras castellanas de los siglos XV y XVI, de las que no se han conservado sus archivos privados: Bernuy, Salamanca, Maluenda, Gallo, Zamora, Espinosa, Daza, Astudillo, Polanco, Miranda, Aranda, Quintanadueñas, Castro, Orense, Cuellar, Lerma, Gaona, Pardo, Arbolancha, Vitoria, Del Barco, Isunza, Echávarri, Arciniega, Arbieto, Agurto, Del Río, Santa Cruz, y Del Peso, entre otras.

---

51 Abed Al-Hussein (1986), Casado (2001a) y Grommes (2005).

Como he señalado anteriormente, para estar bien informados dichos mercaderes dispusieron de las oportunidades de actuar corporativamente dentro de una red comercial. Dirigida desde el Consulado de Burgos, ésta se componía de numerosas instituciones dependientes asentadas en las diversas partes de Europa y de un extenso número de agentes e informantes, siendo una de sus funciones la de garantizar una buena, rápida y eficaz circulación de la información. Sin embargo, a partir de los años ochenta del siglo XVI van a producirse una serie de cambios en el comercio internacional. Aunque las causas fueron muchas y de diversa índole (la coyuntura económica, el aumento de la presión fiscal, los conflictos bélicos, la acción de la monarquía sobre el comercio y las finanzas, etc.) y están aún por investigar, conviene sumar a ellas algunos factores gerenciales. Por un lado, vamos a asistir al nacimiento de nuevas formas de gestión de las empresas mercantiles europeas, donde los socios permanentes y los factores son menos importantes, mientras cobran auge los comisionistas, que ya no son necesariamente nacionales. Ello hizo que el sistema medieval de las grandes compañías resultase cada vez más obsoleto y, sobre todo, menos flexible a los cambios. Tal fenómeno ocurrió en el caso de las empresas italianas o alemanas, pero igualmente tuvo lugar en las españolas. Pero, lo que es más particular del caso castellano, los conflictos religiosos afectaron de manera muy profunda a sus comunidades mercantiles, produciendo fuertes divisiones en su seno e, incluso, luchas fraticidas[52].

Todo esto conllevó una perdida de cohesión interna de sus colonias, ya que el clima de desconfianza mutua entre sus miembros fue cada vez mayor. Tal situación produjo disfunciones y asimetrías en la circulación de la información. Ello, unido a otras razones de tipo económico y político, trajo consigo un aumento de los costes de transacción en las empresas españolas, complicando su gestión interna y haciendo que sus negocios fueran menos competitivos. Un sistema, basado en determinados mecanismos de reputación y confianza, dejaba de funcionar. De ahí a la decadencia y a la posterior desaparición de las redes mercantiles y financieras castellanas en Europa estamos a un paso. Fenómeno que, sin embargo, no nos debe hacer olvidar que, durante gran parte de los siglos XV y XVI, los comerciantes y las empresas mercantiles y financieras castellanas estuvieron a la cabeza de Europa.

Fuentes

Archivo de la Diputación Provincial de Burgos (ADPB)
Archivo Histórico Provincial de Valladolid (AHPV)
Archivo de la Real Chancillería de Valladolid (ARCV)
Stadsarchief Antwerpen (Archivo Municipal de Amberes, SA)
Stadsarchief Brugge (Archivo Municipal de Brujas, SB)

---

52 Casado (1995), pp. 223-247; y Casado (2003a), pp. 165-184.

Bibliografía

ABED AL-HUSSEIN, Falah Hassan (1986): "Los cambios y el mercado del dinero medinense", en LORENZO SANZ, Eufemio (dir.), *Historia de Medina del Campo y su tierra*, Valladolid, Diputación Provincial, vol. II, pp. 67-92.

ALMEIDA, A. A. Marqués de (1993): *Capitais e capitalistas no comércio da especiaria. O eixo Lisboa-Antuérpia (1501-1549). Aproximação a um estudo de geofinança*, Lisboa, Cosmos.

ALONSO GARCÍA, Fernando (2004): *El correo en el Renacimiento europeo. Estudio postal del Archivo Simón Ruiz. 1553-1630*, Madrid, Fundación Museo de la Ferias de Medina del Campo.

ANGIOLINI, Franco, y ROCHE, Daniel (eds.) (1995): *Cultures et formations negociantes dans l'Europe moderne*, París, Editions EHESS.

BASAS FERNÁNDEZ, Manuel (1963a): *El Consulado de Burgos en el siglo XVI*, Madrid, CSIC.

—(1963b): *El seguro marítimo en Burgos (siglo XVI),* Bilbao, Universidad de Deusto.

BERNARD, Jacques (1968): *Navires et gens de mer à Bordeaux (vers 1400-vers 1550)*, París, SEVPEN.

BETHENCOURT, Francisco, y EGMOND, Florike (eds.) (2007): *Correspondance and Cultural Exchanges in Europe, 1400–1700*, en MUCHEMBLED, Robert, y MONTER, William (eds), *Cultural Exchanges in Early Modern Europe. Vol. III*, Cambridge, Cambridge University Press.

BOTTIN, Jacques (2002): "Négoce et circulation de l'information au début de l'époque moderne", en LE ROUX, Michel (ed.), *Histoire de la poste. De l'administration à l'entreprise*, París, Editions ENS. pp. 41-54.

BOTTIN, Jacques, y CALABI, Donatella (eds.) (1999): *Les étrangers dans la ville. Minorités et espace urbain du bas Moyen Âge à l'époque moderne*, París, EHESS.

BRAGA, I. R. M. Mendes Drumond (2001): *Um Espaço, Duas Monarquias (Interrelações na Península Ibérica no Tempo de Carlos V),* Lisboa, Universidad Nova de Lisboa.

BRAUDEL, Fernand (1966): *La Méditerranée et le monde méditerranéen a l'époque de Philippe II.* París, Armand Colin.

—(1979): *Civilisation matériel, économie et capitalisme, XVe-XVIIIe siècles. Vol. 1. Les estructures du quotidien: le possible et l'imposible*, París, Armand Colin.

BRUMONT, Francis (1994): "La commercialisation du pastel toulousain (1350-1600)", *Annales du Midi*, 205, pp. 25-40.

CASADO ALONSO, Hilario (1995): "El Comercio internacional burgalés en los siglos XV y XVI", en *Actas del V Centenario del Consulado de Burgos*, Burgos, Diputación Provincial, vol. I, pp. 175-247.

—(1995): "Las colonias de mercaderes castellanos en Europa en los siglos XV y XVI", en CASADO ALONSO, Hilario (ed.), *Castilla y Europa. Comercio y mercaderes en los siglos XIV, XV y XV*, Burgos, Diputación Provincial, pp. 15-56.

—(1997): "Crecimiento económico y redes de comercio interior en la Castilla septentrional (siglos XV y XVI)", en FORTEA PÉREZ, José Ignacio (ed.), *Imágenes de la diversidad. El mundo urbano en la Corona de Castilla (S. XVI-XVIII)*, Santander, Universidad, pp. 283-322.

—(1998): "Le Rôle des Marchands castillans dans la commercialisation internationale du Pastel toulousain (XVe et XVIe siècles)", en CARDON, Dominique; MÜLLEROTT, Hansjürgen E.; BEMJELLOUN, Bouchra; BRUMONT, Francis, y DELMAS, Michel (eds.), *Woad, Indigo and others Natural Dyes: Past, Present and Future*, Arnstadt, Thüringer Chronik-Verlag, pp. 65-70.

—(1999): "El mercado internacional de seguros de Burgos en el siglo XVI", *Boletín de la Institución Fernán González*, LXXVIII, 219, pp. 277-306.

—(2000): "Le commerce des 'marchandises de Bretagne' avec l'Espagne au XVIe siècle", *Annales de Bretagne et des Pays de l'Ouest*, 107 (2), pp. 29-50.

—(2001a): "Medina del Campo Fairs and The Integration of Castile into 15th to 16th Century European Economy", en CAVACIOCCHI, Simonetta (ed.), *Fiere e Mercati nella Integrazione delle Economie Europee. Secc. XIII-XVIII*, Florencia, Istituto Internazionale di Storia Economica "F. Datini" di Prato, pp. 495-517.

—(2001b): "La gestion d'une entreprise de commercialization du pastel toulousain au début du XVIe siècle", *Annales du Midi*, 113 (236), pp. 457-479.

—(2002): "Bruges, centre d'échanges avec l'Espagne", en VANDEWALLE, André (ed.), *Les marchands de la Hanse et la banque des Médicis. Bruges, marché d'échanges culturels en Europe*, Oostkamp, Stichting Kunsboek, pp. 51-57.

—(2003a): *El Triunfo de Mercurio. La presencia castellana en Europa (siglos XV y XVI)*, Burgos, Cajacírculo.

—(2003b): "Los seguros marítimos de Burgos. Observatorio del comercio internacional portugués en el siglo XVI", *Revista da Faculdade de Letras. História*, III Série, 4, pp. 213-242.

—(2004): "Relaciones comerciales entre Portugal y Castilla (*c*. 1475-*c*. 1550): algunas reflexiones e hipótesis de investigación", comunicación presentada en *D. Manuel e a sua época. III Congresso Histórico de Guimarães*, Guimarães, Camara Municipal, Vol. III, pp. 9-26.

—(2005): "El papel de las colonias mercantiles castellanas de los Países Bajos en el eje comercial Flandes-Portugal e Islas Atlánticas", en GARCÍA GARCÍA, Bernardo J., y GRILO, Fernando (eds.), *A o modo da Flandres. Disponibilidade, inovação e mercado de arte na época dos Descobrimentos (1415-1580)*, Madrid, Fundación Carlos de Amberes, pp. 17-35.

CASSON, Mark (1997): *Information and Organization. A New Perspective on the Theory of the Firm*, Oxford, Clarendon Press.

—(2003): "An economic Approach to Regional Business Netwoks", en WILSON, John. F., y POPP, Andrew (eds.), *Industrial Cluster and Regional Business Networks in England, 1750-1970*, Alderhost, Ashgate, pp. 19-43.

CAUNEDO DEL POTRO, Betsabé (2006): "La formación y educación del mercader", en IGLESIA DUARTE, José Ignacio de la (coord.), *El comercio en la Edad Media*, Logroño, Instituto de Estudios Riojanos, pp. 417-454.

CHILDS, Wendy R. (1978): *Anglo-Castilian Trade en the Later Middle Ages*, Manchester, Manchester University Press.

DEMEULENAERE-DOUYÈRE, Christiane (1981): "Les espagnols et la societé rouennaise au XVIe siècle", *Études Normandes*, 3, pp. 65-83.

DINI, Bruno (1995): *Saggi su una economia-mondo: Firenze e l´Italia fra Mediterraneo ed Europa (sec. XIII-XV)*, Pisa, Pacini.

DORIA, Giorgio (1986): "Conoscenza del mercato e sistema informativo: il Know-how dei mercanti-finanzieri genovesi nei secoli XVI e XVII", en DE MADDALENA, Aldo, y KELLENBENZ, Hermann (eds.), *La repubblica internazionale del denaro tra XV e XVII secolo*, Bolonia, Il Mulino, pp.57-121.

FAGEL, Raymond (1996): *De Hispano-Vlaamse Wereld. De contacten tussen Spanjaarden en Nederlanders, 1496-1555*, Bruxelles, Archives et Bibliothèques de Belgique.

—(2001): "*Divide et impera*. Las vías de comunicación entre España y Flandes durante la época de Carlos V", en GARCÍA GARCÍA, Bernardo J. (ed.), *El imperio de Carlos V. Procesos de agregación y conflictos*, Madrid, Fundación Carlos de Amberes, pp. 253-268.

GONZÁLEZ FERRANDO, José María (1982): "Los 'Libros de Cuentas' de la familia Ruiz, mercaderes-banqueros de Medina del Campo (1551-1606)", en *Primer congreso sobre archivos económicos de entidades privadas*, Madrid, Banco de España, pp. 23-45.

GORIS, Jan Albert (1925): *Étude sur les colonies marchandes méridionales (Portugais, Espagnols, Italiens) à Anvers de 1488 à 1567*, Lovaina, Librairie Universitaire.

GREIF, Avner (2006): *Institutions and the Path to the Modern Economy. Lessons from Medieval Trade*, Cambridge, Cambridge University Press.

GROMMES, Gerald (2005): *Internationale Messeplätze an der Europäische Peripherie. Ein Beitrage zur Kastilischen Wirtschaftsgeschichte des 15. und 16. Jahrhunderts*, Magisterarbeit, Universidad de Treveris.

GILLIODTS VAN SEVEREN, Louis (1901): *Cartulaire de l'ancien Consulat d'Espagne à Bruges*, Brujas, Imprimerie de Louis de Plancke.

JEANNIN, Pierre (2001): "La diffussion de l'information", en CAVACIOCCHI, Simonetta (ed.), *Fiere e Mercati nella integrazione delle economie europee, secc. XIII-XVIII*, Florencia, Istituto Internazionale di Storia Economica "F. Datini" di Prato, pp. 231-262.

JURADO SÁNCHEZ, José (1995): "La red postal de Andalucía en el siglo XVIII", en BAHAMONDE MAGRO, Ángel *et al.* (eds.), *Las comunicaciones entre Europa y América: 1500-1993*, Madrid, Ministerio de Obras Públicas, Transportes y Medio Ambiente, pp. 99-111.

KAISER, Wolfgang, y BUTTI, Gilbert (coords.) (2007): *Moyens, supports et usages de l'information marchandes à l'époque moderne*, *Rives nord-méditerranéennes*, 27, número monográfico.

KAISER, Wolfgang, y SALVEMI, Biagio (coords.) (2007): *Informazioni e scelte economiche*, *Quaderni Storici*, 124 (1), número monográfico.

LAPEYRE, Henri (1953): *Simón Ruiz et les "asientos" de Philippe II*, París, Armand Colin.

—(1955): *Une famille des marchands, Les Ruiz. Contribution à l'étude du commerce entre la France et l'Espagne au temps de Philippe II*, París, Armand Colin.

LESGER, Clé (2006): *The Rise of the Amsterdam Market and Information Exchange: Merchants, Commercial Expansion and Change in the Spatial Economy of the Low Countries, c. 1550-1630*, Burlington, Ashgate.

McCUSKER, John. J., y GRAVESTEIN, Cora (1991): *The Beginnings of Commercial and Financial Journalism. The Commodity Price Currents, Exchange Rate Currents, and Money Currents of Early Modern Europe*, Amsterdam, Nederlandsch Economisch-Historisch Archief.

MADRAZO MADRAZO, Santos (2001): "La trascendencia de las rutas de transporte en la España moderna", en VACA LORENZO, Ángel (ed.), *La formación del espacio histórico: transportes y comunicaciones*, Salamanca, Universidad, pp. 178-180.

MAURO, Fréderic (1990): "Merchant communities, 1350-1750", en TRACY, James D. (ed.), *The Rise of Merchant Empires. Long-distance trade in the early modern world, 1350-1750*, Cambridge, Cambridge University Press, pp. 255-286.

MELIS, Federigo (1973): "Intensita e regularità nella diffusione dell'informazione economica generale nel Mediterraneo e in Occidente alla fine del Medievo", en *Histoire économique du monde méditerranéen, 1450-1650. Mélanges en l'honneur de F. Braudel*, Toulouse, Privat, pp. 389-424.

MOLLAT DU JOURDIN, Michel (1952): *Le commerce maritime normand à la fin du Moyen Age. Etude d'historie économique et sociale*, París, Plon.

MOLHO, Anthony, y CURTO, Diogo Ramada (2003): "Réseaux marchands", *Annales. Histoire, Sciences Sociales*, 3, pp. 567-672.

MONTÁÑEZ MATILLA, María (1953): *El correo en la España de los Austrias*, Madrid, CSIC.

MUNRO, John (2005): "Spanish merino wools and the nouvelles draperies: an industrial transformation in the late medieval Low Countries", *Economic History Review*, LVIII, 3, pp. 431-484.

MURRAY, James M. (2005): *Bruges, cradle of capitalism, 1280-1390*, Cambridge, Cambridge University Press.

NORTH, Douglas C. (1990): "Institutions, transaction cost, and the rise of merchants empires", en TRACY, James D. (ed.), *The Rise of Merchant Empires. Long-distance trade in the early modern world, 1350-1750*, Cambridge, Cambridge University Press, pp. 22-40.

Ordenanzas del Consulado de Burgos, Ordenanzas de 1538, de 1572 y de 1766 (1988), Valladolid, Lex Nova (reproducción facsímil).

PETTI BALBI, Giovanna (ed.) (2001): *Comunitá forestiere e nationes nell'Europa dei secoli XIII-XVI*, Nápoles, Liguori.

—(2005): *Negoziare fuori patria: nazioni e genovesi in età medievale*, Bolonia, Cooperativa Libraria Universitaria Editrice Bologna.

PORTER, Michael E. (1980): *Competitive strategy: techniques for analyzing industries and competitors*, Nueva York, Free Press.

PORTER, Michael E., y MILLAR, Victor E. (1985): "How Information Gives You Competitive Advantages", *Harvard Business Review*, 63 (4), pp. 149-160.

RODRÍGUEZ DE CAMPOMANES, Pedro (2002 [1761]): *Itinerario de las carreras de posta de dentro y fuera del Reyno*, Madrid, Ministerio de Fomento.

RODRÍGUEZ GONZÁLEZ, Ricardo (1995): *Mercaderes castellanos del Siglo de Oro*, Valladolid, Universidad de Valladolid.

RUBENSTEIN, William D. (2000): "Entrepeneurial Minorities: A Typology", en CASSON, Mark, y GODLEY, Andrew (eds.), *Cultural Factors in Economic Growth*, Berlin, Springer, pp. 111-124.

RUIZ MARTÍN, Felipe (1965): *Lettres marchandes échangées entre Florence et Medina del Campo*, París, SEVPEN.

SARDELLA, Pierre (1948): *Nouvelles et spéculations à Venise au début du XVIe siécle*, París, Armand Colin.

SILVA, José Gentil da (1956): *Stratégie des affaires à Lisbonne entre 1595 et 1607. Lettres marchandes des Rodrigues d'Evora et Viega*, París, Armand Colin.

—(1959-1961): *Marchandises et finances. Lettres de Lisbonne, (1563-1578),* 2 vols, París, Armand Colin.

SCHMIDT, Peer (2002): "Les minorités religieuses européennes face à l'espace atlantique à l'époque moderne", en PIETSCHMANN, Horst (ed.), *Atlantic History. History of the Atlantic System, 1580-1830*, Göttingen, Vandenhoeck and Ruprecht, pp. 83-96.

SPUFFORD, Peter (2002): *Power and Profit. The Merchant in Medieval Europe*, Londres, Thames and Hudson.

SWEDBERG, Richard (2003): *Principles of Economic Sociology*, Princeton, Princeton University Press.

TANGUY, Jean (1956): *Le commerce du port de Nantes au milieu du XVIe siècle*, París, Armand Colin.

VANDEWALLE, André (1992): "Bruges et la péninsule ibérique", en VERMEERSCH, Valentin (dir.), *Bruges et l'Europe*, Amberes, Fonds Mercator, pp. 159-181.

VAZQUEZ DE PRADA, Valentín (1960): *Lettres marchandes d'Anvers*, París, SEVPEN, 4 vols.

VERLINDEN, Charles (1947): "Código de seguros marítimos según la costumbre de Amberes, promulgado por el consulado español de Brujas en 1569", *Cuadernos de Historia de España*, VII, pp. 146-193.