

Asociación Uruguaya de Historia Económica (AUDHE)

Terceras Jornadas de Historia Económica

Montevideo, 9 al 11 de julio de 2003

Simposio N° 2

Nombre del simposio: Comercio y comerciantes: agentes, redes y crédito, siglos XIX y XX.

Coordinadores: Andrea Lluch y Alejandro Fernández

Título de la ponencia: Los catalanes y el comercio importador de Buenos Aires en una visión de largo plazo

Autor(es): Alejandro Fernández

Adscripción institucional: Universidad Nacional de Luján

Correo electrónico: zombeca@sinectis.com.ar

A través de este trabajo intentaremos una reflexión global sobre el papel desempeñado por los comerciantes de origen catalán radicados en Buenos Aires en el desarrollo del comercio sostenido por Argentina y España durante la segunda mitad del siglo XIX y el primer tercio del XX. A lo largo de esas décadas fue muy visible la presencia catalana en el comercio de importación de alimentos y bebidas característicos de la producción ibérica y en algunos otros rubros, como los de las manufacturas textiles, papeleras y corcheras. Del mismo modo, esa presencia puede advertirse en ciertos ramos de la exportación argentina orientada a España, y principalmente al puerto de Barcelona y su entorno. Desde luego, en este segundo sector no quedan incluidas las exportaciones de cereales y carnes, que en general estaban a cargo de las mismas empresas que se ocupaban del comercio con los mayores clientes de la Argentina, como Gran Bretaña, Francia o Bélgica. En cambio, los comerciantes catalanes que se desempeñaban en Buenos Aires y Rosario y las empresas del mismo origen que crearon filiales en el país, mediante diferentes sistemas, lograron captar una porción destacada de los embarques de materias primas requeridas por la industria del Principado, como los cueros y las lanas en bruto.

En líneas generales, tales comerciantes importadores y exportadores no se ocupaban solamente de las transacciones con España, pero su conocimiento de los artículos provenientes de esta última que eran más habitualmente demandados en la Argentina, los contactos que mantenían con sus pares de la península y la experiencia que habían acumulado en el mercado rioplatense fueron decisivos para que el comercio bilateral fuera el ámbito en el que se los puede hallar con más asiduidad. Comenzaremos por lo tanto por los datos históricos más relevantes de ese intercambio, extraídos de una serie propia de importaciones argentinas de productos provenientes de España. A continuación, analizaremos la participación de los comerciantes catalanes en cuatro de los rubros más relevantes del comercio bilateral, como eran la importación de vinos comunes, de aceites y frutas secas, de tejidos e hilados (complementada en algunos momentos con el tráfico inverso de lanas brutas) y la exportación de cueros y tanino. Mediante el análisis de esos segmentos del mercado intentaremos realizar una evaluación del rol jugado por las redes de negocios que dichos comerciantes fueron articulando con los años y de los límites que se presentaban para un mayor impulso del comercio hispano-argentino a partir de esa forma de contacto transatlántico.

Evolución de las exportaciones españolas a la Argentina

Para situarnos en el lugar ocupado por los comerciantes catalanes radicados en la Argentina dentro del comercio bilateral, es necesario considerar ante todo la evolución macroeconómica de las importaciones de artículos provenientes de España en los que aquéllos tendían a especializarse. Se trata por ende de determinar el monto total importado por año desde ese origen y su estructura según tipos de productos. La fuente principal para trazar ese panorama son los anuarios argentinos de comercio exterior, ya que, por razones fiscales, resultan más fidedignos que los registros españoles de exportación en cuanto al volumen físico de cada partida.¹ Sin embargo, no pueden ser

¹ Los anuarios argentinos de comercio exterior han sido considerados como aceptablemente confiables en cuanto al registro de las importaciones por los historiadores que se ocuparon de comparar las estadísticas de los diferentes países. Ver por ejemplo A.Tena, *Las estadísticas históricas del comercio internacional: fiabilidad y comparabilidad, 1890-1960*, Madrid, Servicio de Estudios Históricos del Banco de España, 1992. Para el caso que nos ocupa, la mayor fiabilidad de las estadísticas argentinas se explica esencialmente porque casi todas las importaciones provenientes de España eran materia imponible, es decir que estaban sujetas al

utilizados sin enmiendas, ya que tanto los montos totales de la importación argentina como su desagregado por países de procedencia presentan distorsiones, más o menos significativas según los períodos que consideremos. Esto se producía porque los valores que servían para estimar la importación de cada partida (*aforos* en la terminología de nuestra estadística) no siempre se actualizaban con la periodicidad anual establecida por ley. Estas distorsiones son especialmente importantes en los momentos en que se producían fuertes incrementos o disminuciones en los precios de mercado de las partidas. En el primer caso, la estadística argentina tendía a subvalorar las importaciones, siendo el principal ejemplo de ello lo ocurrido durante los años de la Primera Guerra Mundial y comienzos de la posguerra. A la inversa, en el segundo caso la estadística tendía a sobrevalorar el monto importado, como se puede apreciar en los años que siguieron a la crisis de 1929.

Por esa razón hemos optado por elaborar una serie propia de importaciones provenientes de España, en base a precios reales de los productos en años de estabilidad relativa de los mismos. Para ello pudimos contar con los precios CIF de plaza compilados por la Dirección General de Estadística bajo la coordinación de Alejandro Bunge. Los mismos surgen de una encuesta realizada entre los importadores argentinos y corresponden a los años 1910-1917.² Para nuestro propósito hemos elegido el promedio de precios de 1910-12, por tratarse del trienio en que las fluctuaciones son menos acusadas. Es decir que aplicamos tales precios a una muestra de partidas que entraban habitualmente en la cesta de exportaciones españolas a la Argentina y cuya representatividad sobre el total de la misma oscila entre el 45% de fines de la década de 1920 y el 75% de la década de 1880. A continuación, proyectamos el coeficiente de corrección obtenido para esa muestra al conjunto de la corriente importadora proveniente de España entre 1880 y 1935 para obtener una serie completa de algo más de medio siglo de duración.³ La serie finalmente obtenida es presentada en el gráfico 1.

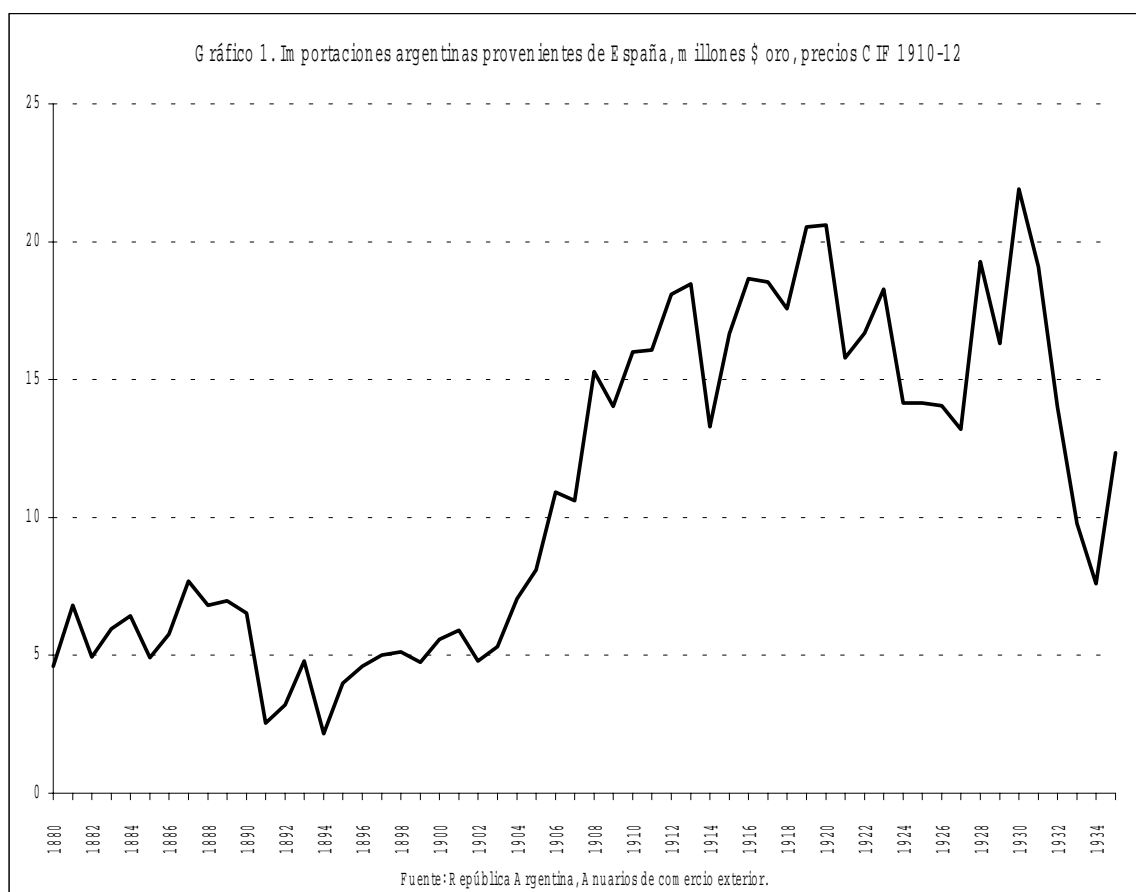
Como se puede apreciar, las exportaciones españolas al país conocieron una fase notablemente ascendente en las dos primeras décadas del siglo XX, y sobre todo entre 1898-1900 y 1911-1913, cuando llegaron a alcanzar una tasa de crecimiento acumulativo de alrededor del diez por ciento anual. Este dato tiene gran relevancia para nuestro propósito, ya que se trata de una etapa en la cual la inmigración de origen peninsular estaba alcanzando también sus registros más elevados. Ello parecería dar la razón a quienes sostenían que la formación de una suerte de “mercado étnico” compuesto por los emigrantes y sus descendientes sería un factor que impulsaría firmemente el flujo exportador desde los países del Mediterráneo al Plata. Sin embargo, la misma curva nos muestra que la relación entre ambas corrientes no es automática en el caso español, ya que durante la década de 1920, cuando la colectividad de ese origen

pago de aranceles, a diferencia de lo que ocurría con esos mismos artículos cuando se embarcaban en los puertos peninsulares. De allí que el Estado argentino tuviera un mayor interés que el español en llevar un registro lo más preciso posible de su cuantía.

² República Argentina, Dirección General de Estadística, *Intercambio económico de la República*, Buenos Aires, Rosso, 1918. La metodología empleada en la encuesta puede verse en pp.173-180, y el detalle de los precios utilizados para elaborar nuestra serie en pp.241-273.

³ La elección de 1880 como punto de inicio de la serie se explica porque a partir de comienzos de esa década se produce una mejora sustancial de la estadística argentina de importaciones, sobre todo cuando se busca estudiar su desagregado por países de origen. Obviamente, la elección de 1935 proviene de que se trata del último año previo a la guerra civil española, que habría de provocar una brusca depresión en el comercio bilateral durante más de una década.

contaba con más integrantes que nunca, la exportación tendió a contraerse en lugar de crecer. En principio, la presencia de una masa de consumidores previamente habituados al tipo de productos que más aparecen en esa exportación (ver cuadro 1) no parece constituir un requisito suficiente para el desarrollo continuo de la misma. Pero debe tenerse presente que no es ése el único aspecto a considerar de dicha relación, ya que quienes tenían a su cargo las operaciones de importación en el Plata eran asimismo inmigrantes, como veremos en la parte central del trabajo.



Por el momento consideremos lo que nos muestra la serie para los restantes períodos. En la década inicial de la misma, es decir los años ochenta del siglo XIX, la exportación española a la Argentina era relativamente considerable, superando incluso a la italiana, que podía ya ser identificada como la que presentaba la mayor franja de competencia con aquélla. Pero en los años noventa dicha exportación prácticamente se derrumbó, lo que se explica por la rápida sustitución del principal rubro que la componía, es decir los vinos comunes. Esta partida, que no sólo era la más importante de la exportación española al país, sino del conjunto de la importación argentina, va perdiendo importancia a medida que los vinos cuyanos logran desplazar a los peninsulares de los grandes mercados urbanos del litoral argentino. Como se ve en el cuadro, la recuperación de la corriente exportadora desde comienzos del XX ya no se encuentra asociada con esa partida, sino con otros productos que también alcanzaban una gran importancia dentro de la dieta mediterránea, como el aceite de oliva, el arroz o las conservas de pescado, complementados en un lugar algo más modesto por las manufacturas textiles y por algunas de las materias primas que España colocaba principalmente en los países industrializados de Europa. En cambio, los años finales de la serie, es decir los de la década de 1930, se caracterizan por una nueva depresión del

comercio, que desde luego no es sólo atribuible a las modalidades del intercambio con la península sino que forma parte del contexto marcadamente declinante de las importaciones argentinas. Durante esos años no sólo se extendieron los aumentos de aranceles sino que fueron introducidas medidas extra-arancelarias que habrían de provocar un gran impacto en la corriente comercial, como la fijación de contingentes a los artículos importados o la congelación de los medios de pago disponibles.

Cuadro 1		
Índice de concentración de las cinco principales partidas en el total de las importaciones provenientes de España, precios CIF 1910-12, promedios trienales (*)		
1880-1882	0.808	Vinos com unes en cascós - aceite com estible - tejidos de seda pura - tejidos de algodón - papel para escribir
1888-1890	0.650	Vinos com unes en cascós - aceite com estible - tejidos de algodón - papel para escribir - arroz sin cáscara
1898-1900	0.615	Vinos com unes en cascós - aceite com estible - sardinas - tejidos de algodón - plomo en lingotes y planchas
1911-1913	0.414	Aceite com estible - vinos com unes en cascós - sardinas - tejidos de algodón - plomo en lingotes y planchas
1918-1920	0.426	Aceite com estible - tejidos de algodón - tejidos de lana pura - sardinas - vinos com unes en cascós
1927-1929	0.408	Aceite com estible - sardinas - tejidos de algodón - arroz sin cáscara - plomo en lingotes y planchas
1933-1935	0.460	Aceite com estible - sardinas - tejidos de algodón - rieles de acero - tejidos de lana pura
(*) a efectos de facilitar la comparación, se han evitado los desagregados de la partida "tejidos de algodón"		
Fuentes: Idem gráfico 1		

Esta tendencia proteccionista no presentaba un único sentido, sino que coincidía con un refuerzo de la misma orientación en la legislación aduanera española. Esto afectó seriamente las posibilidades de exportar cereales o carnes a la península, llegándose incluso al extremo de que fuese prohibida la introducción de trigo, excepto en años de escasez, ya en la década de 1920. En cambio, otros artículos que por entonces ocupaban un lugar menos central en la exportación argentina de conjunto, como por ejemplo los cueros, no debieron sufrir un embate proteccionista similar, y siguieron embarcándose en cantidades relativamente importantes hacia el puerto de Barcelona. Este somero análisis de la evolución del comercio bilateral nos permite por lo tanto ir delineando algunos sectores que ocupaban un lugar estratégico en el intercambio bilateral, y en los cuales, como veremos a continuación, era frecuente la intervención de comerciantes o representantes catalanes, que en algunos casos llevaban ya varias décadas residiendo y trabajando en Buenos Aires o Rosario. Avanzaremos a continuación sobre ese aspecto, comenzando por el renglón que ocupara el lugar central en las exportaciones españolas al país durante todo el siglo XIX.

Los vinos españoles en el Plata: sustitución de importaciones y sustitución de importadores

A comienzos del período de nuestro estudio, la actividad de los comerciantes catalanes de Buenos Aires que se ocupaban de introducir artículos peninsulares estaba asociada al ramo de los alimentos y bebidas, y en menor medida al de los tejidos de algodón y de lana. Basándonos en una muestra de las cédulas del censo municipal levantado en 1855 que corresponden al distrito de Monserrat –epicentro de la colectividad catalana–, hemos podido constatar la presencia, sólo en ese barrio de la ciudad, de algo más de treinta propietarios de negocios de origen catalán que figuran en rubros como “almacenero”, “comercio” o “comerciante”.⁴ Resulta imposible determinar, empleando dicha fuente, cuántos se ocupaban también de la importación, pero lo que sí podemos saber es que al menos una decena de ellos llevaba tres décadas o más de radicación en la ciudad. Esta cifra debe tomarse como un mínimo, ya que las respuestas a la pregunta sobre el tiempo de radicación tienden a subvaluar el porcentaje de los más antiguos. Por otra parte, como ha demostrado José C. Moya, si se cruzan los datos del censo con los obtenidos en los registros españoles de salida de los emigrantes, es posible detectar la existencia de cadenas migratorias de catalanes que a mediados del siglo XIX vivían en Buenos Aires, originadas en algunas ciudades del litoral del Principado, como por ejemplo Mataró.⁵ Todo esto tendería a demostrar que los contactos entre Cataluña y Buenos Aires no se interrumpieron por completo durante las décadas de las guerras de independencia y civiles, pese a que formalmente no existían relaciones diplomáticas entre la ex metrópoli y la joven república y a que, al menos en ciertos momentos, los mercaderes españoles fueron vistos como potenciales enemigos cuyos bienes y negocios podían estar sujetos a fuertes restricciones.

Otros indicios acerca de la importancia de la presencia catalana dentro del estrato mercantil de Buenos Aires a mediados de siglo pueden ser rastreados en el ámbito asociativo. La primera entidad que agrupaba a los inmigrantes ibéricos cuya legalidad fuera reconocida en 1852, cuando se admitió la libertad de asociación, fue la Sala Española de Comercio, una institución que combinaba la defensa de los intereses de los mercaderes que se dedicaban al tráfico ultramarino o de cabotaje con la práctica de la beneficencia. Su primer presidente y al menos otros tres integrantes de la junta directiva fundadora eran comerciantes o propietarios de negocios de origen catalán.⁶ Del mismo modo, un lustro más tarde, cuando se creó el Montepío de Monserrat, la primera asociación de ayuda mutua creada con el propósito de reunir a los inmigrantes provenientes de Cataluña, los comerciantes ocupaban el lugar más destacado dentro de su grupo dirigente. Esta característica habría de mantenerse durante casi toda la segunda mitad del siglo XIX.⁷

Si la presencia de este estrato mercantil parece marcar más una continuidad que una ruptura respecto de los tiempos finales del Virreynato, lo propio podría decirse del

⁴ Archivo General de la Nación, Censo de la Ciudad de Buenos Aires, 1855, cédulas censales correspondientes a la parroquia de Monserrat, cuarteles 19, 25, 34, 35 y 36.

⁵ J.C.Moya, *Cousins and Strangers. Spanish Immigrants in Buenos Aires, 1850-1930*, Berkeley, University of California Press, 1998, pp.188-198.

⁶ Ver R.Calzada, “Introducción” a *Reseña histórica del Club Español, 1852-1912*, Buenos Aires, s/e., 1912, pp.II-IV.

⁷ Hemos estudiado el caso del Montepío en “Las asociaciones catalanas de Buenos Aires, 1860-1930. Un estudio comparativo”, en *Actes del Congrés Internacional d’Història “Catalunya i la Restauració, 1875-1923”*, Manresa, Centre d’Estudis del Bages, 1992, pp.507-514.

tipo de comercio en el que participaban. El mismo se componía principalmente de la importación de vinos comunes, catalanes o valencianos, los llamados “carlones” en el Río de la Plata. Se trataba de un artículo que, en los escasos momentos de fines del período colonial en los que hubo paz y relativa normalidad en el tráfico transatlántico, lograba desplazar del mercado porteño a sus similares de la región de Cuyo, sobre todo por la diferencia de costos entre el flete marítimo y el terrestre. Para mediados del siglo XIX se trataba nuevamente de un comercio floreciente, aunque debía soportar una fuerte competencia de los vinos procedentes de Burdeos y en menor medida de los puertos italianos.⁸

Esta corriente comercial, cuyo centro de gravedad se hallaba en Barcelona, era en parte tributaria de la mucho más caudalosa que esta ciudad mantenía con los puertos cubanos. Sin embargo, entre 1850 y 1885, la marcada apertura de la economía argentina y el desarrollo de un flujo de población principalmente italiana elevaron de modo significativo el consumo de vinos comunes en el mercado interno y sobre todo la propensión a importarlos desde los países de origen de los propios inmigrantes.⁹ En el caso español, la alta rentabilidad del tráfico vitivinícola con el Plata hizo que el mismo se fuera independizando paulatinamente del sostenido con las colonias antillanas. Como recordaría décadas más tarde Federico Rahola, líder de la patronal catalana de visita en Buenos Aires, en esa época eran los veleros matriculados en el Principado los encargados de llevar a cabo esta corriente exportadora. Pero ya en 1887 la Compañía Trasatlántica, con sede en Barcelona, estableció un derrotero sudamericano para sus vapores, que finalizaba en Montevideo y Buenos Aires, siendo los ejes principales de su actividad en los primeros tiempos el transporte de emigrantes y el transporte de vinos y aguardientes.¹⁰

En ese mismo año fue fundada la Cámara Española de Comercio de Buenos Aires, cuyas conexiones con el ramo vitivinícola se manifiestan al menos en dos

⁸ Ver al respecto los comentarios del cónsul italiano G. Tesi, *La provincia federale di Buenos Aires e la emigrazione italiana*, en Ministero degli Affari Esteri, “Bollettino Consolare”, Vol. X, Parte II, 1874, pp. 3-113 [referencia en pp. 111-112]. Esta competencia se iría incrementando en las décadas siguientes, como reconociera un cuarto de siglo más tarde uno de los sucesores de Tesi: “...e la Spagna sente più che mai il bisogno di procurarsi in questa repubblica un Maggiore sviluppo a lo sbocco dei propri prodotti ed a la esportazione dei propri manufatti. I vini, gli olii, i commestibili italiani in genere, sono seriamente minacciati dalla concorrenza spagnuola, che ogni giorno si manifesta più sensibilmente”. Ver C. Nagar, *L'agricoltura, il commercio e le industrie della Repubblica Argentina nel 1900*, en “Bollettino del Ministero degli Affari Esteri”, N° 187, gennaio 1901, pp. 30-66 [cita en p. 63].

⁹ La *Memoria Comercial* del Ministerio de Estado español, correspondiente a febrero de 1884, señalaba: “Se explica este aumento en la importación de nuestros vinos comunes, por el extraordinario consumo que de ellos hacen la clase media y la obrera, y con especialidad los italianos y españoles (...) repartidos en los extensos territorios argentinos”. Citado en E. Fernández de Pinedo, *La emigración vasca a América, siglos XIX y XX*, Colombres, Archivo de Indianos, 1993, p. 106. El comentario formaba parte de una posición excesivamente optimista sobre el desarrollo indefinido de esta corriente comercial, que en la época era característica en los círculos diplomático-consulares de España en el país. Así, dos años más tarde el legado español comentaba que la producción autóctona nunca podría sustituir a las importaciones debido a su falta de competitividad y a que la inmigración mediterránea seguiría incrementando el consumo de vinos de ese origen. Ver la nota enviada al Ministerio de Estado el 18 de octubre de 1886 en Archivo del Ministerio de Asuntos Exteriores de España, Correspondencia con Embajadas y Legaciones, Legajo H-1352.

¹⁰ Ver Compañía Trasatlántica, *Memoria leída en la Junta General de Accionistas*, Barcelona, Imprenta de Heinrich & Cía., años 1888-1892.

aspectos. En primer lugar, los importadores y distribuidores mayoristas de vinos conformaban el grupo más destacado dentro de la entidad durante los años iniciales de su existencia.¹¹ Ellos tenían a su cargo las operaciones de introducción de los productos vitícolas españoles en el mercado argentino. De acuerdo a los datos proporcionados por la propia entidad entre 1892 y 1894, hemos podido estimar que el 82% del volumen de vinos comunes llegados desde Barcelona y Valencia fue importado por integrantes de ese grupo.¹² En segundo lugar, las actividades de la Cámara, sobre todo en la primera década de su existencia, estuvieron francamente orientadas a defender la continuidad de esa corriente comercial que se remontaba a la época colonial frente al avance de las tendencias proteccionistas en la legislación aduanera argentina. De hecho, la entidad funcionó entre 1887 y fines de siglo como una suerte de *lobby* de defensa de la introducción de los vinos comunes españoles, que batallaba con otros grupos de presión cuyos intereses eran contrapuestos: por un lado los bodegueros mendocinos y sanjuaninos, que contaban con fuertes apoyos parlamentarios y de las empresas ferroviarias que conectaban a Cuyo con el litoral, y por el otro las Cámaras francesa e italiana, que, respaldadas por sus consulados, pugnaban por un lugar en el mercado para sus propios artículos. El resultado de esta contienda es bien conocido, ya que los altos aranceles impuestos a los caldos importados (en algunos momentos superiores al ciento por ciento *ad valorem*) llevaron a su desaparición casi completa del mercado durante la primera década del siglo XX, subsistiendo el tráfico de los vinos finos, cuyo volumen físico era desde luego muy inferior al de los comunes.

La nueva situación determinó que los importadores catalanes de vinos de las ciudades del litoral debieran reorientar su actividad. Algunos de ellos se concentraron en los restantes artículos españoles que venían introduciendo, los cuales no fueron tan afectados por la escala arancelaria como los vinos comunes; otros dedicaron más atención a la importación de jerez y licores españoles, igualmente menos penalizados por las tarifas nacionales. Pero debe destacarse también que existieron otras situaciones, en que los cambios fueron más drásticos. Un ejemplo de ello se encuentra en el caso de Jaime Colomé, nacido en Barcelona en 1858 y arribado al país en 1874, donde se dedicó con los años a la introducción de vinos catalanes y riojanos. En 1890 era uno de los integrantes destacados de la Cámara de Buenos Aires, pero la nueva coyuntura proteccionista hizo que decidiera trasladarse a San Juan, donde estableció su propia bodega en 1899, manteniendo sin embargo la casa introductora y distribuidora de la capital federal. A mediados de la primera década del siglo era una figura que gozaba de gran prestigio en la ciudad cuyana, donde fue elegido intendente de la misma y miembro del directorio del Banco de la Provincia.¹³ Algo diferente es la trayectoria de

¹¹ La nómina de sus primeros integrantes, así como los ramos a los que se dedicaban, puede verse en Cámara Española de Comercio y Navegación de Buenos Aires, *Boletín de la...*, A. IV, N° 36, abril 1890, pp.1463-1466. El porcentaje principal de aquéllos estaba constituido por quienes declaraban ser importadores de vinos, pero indudablemente se incrementaría si pudiéramos desagregar a quienes se presentaban como almaceneros mayoristas e importadores sin especificación, que en muchos casos se dedicaban también a introducir productos vitivinícolas, además de aceite, frutas secas o conservas alimenticias.

¹² Dicho porcentaje corresponde a una muestra realizada sobre las operaciones incluidas, de manera discontinua, en el anexo del *Boletín* de la Cámara citado en nota anterior, números mensuales correspondientes a esos años.

¹³ Los datos biográficos de Colomé provienen de las notas del vice-cónsul en Mendoza al Ministerio de Estado, del 10 de mayo de 1909, y del cónsul en Buenos Aires, del 12 de junio del mismo año, conservadas en Archivo General de la Administración de España, Cajas 9111 y 9109 respectivamente. También de N.Girbal de Blacha, *Ajustes de una economía regional*.

Ramón Vilardebó, quien a comienzos de la década de 1890 era igualmente importador de vinos, pero que luego se especializó en la distribución de los productos vitícolas cuyanos. Cuando en 1905 se creó el Centro Vitivinícola Nacional, que expresaba los intereses de los bodegueros y firmas comercializadoras de vinos, Vilardebó se contó entre los fundadores.¹⁴

Este segundo tipo de reorientación fue bastante frecuente, ya que los importadores que se habían especializado en los vinos comunes conocían bien las redes de distribución y las modalidades del mercado interno de tales artículos, por lo que fueron preferentemente tenidos en cuenta por los bodegueros cuyanos a la hora de consolidar y extender el consumo de sus productos en las ciudades litoraleñas. Tal el caso del establecimiento Escorihuela, fundado por un inmigrante aragonés cuyo derrotero empresarial fuera estudiado por Beatriz Bragoni.¹⁵ Los principales distribuidores a quienes la bodega empleaba como representantes en las ciudades de la provincia de Buenos Aires y en Rosario en 1905-10 o que eran compradores por cuenta propia, habían sido importadores de vinos españoles a comienzos de la década anterior, según surge del cotejo que hemos realizado entre los registros contables de la empresa y los listados conservados en el archivo de la Cámara de Comercio. La actividad corporativa de esta última también debió adecuarse a las nuevas circunstancias, ya que desde comienzos de siglo dejó de ser ese *lobby* vitivinícola que habíamos mencionado para dedicarse más bien a la diversificación de las exportaciones españolas al país, sin dejar por ello de apoyarse en el mercado de los inmigrantes, cuyo arribo estaba alcanzando las cifras más altas hasta entonces conocidas. Por otro lado, entre los miembros de la Cámara, quienes se dedicaban a la comercialización de vinos fueron perdiendo importancia –y, como hemos visto, muchos de ellos se concentraban ahora en los productos autóctonos y no en los importados–, pasando el predominio a los introductores de aceite, frutas secas, especias, conservas y textiles.

Los importadores de alimentos: unas redes persistentes

A diferencia de lo ocurrido con los vinos, las exportaciones peninsulares de alimentos y otras bebidas estuvieron poco expuestas a los avatares del proteccionismo argentino antes de 1930. Esto se explica sobre todo por la dificultad de hallar sucedáneos nacionales que fueran relativamente competitivos y que pudieran justificar la existencia de un interés por la reserva del mercado nacional para los mismos. Los tres renglones principales de este grupo –el aceite de oliva, el arroz y las conservas de pescado– se encontraban en esa circunstancia, aun cuando, en el caso del aceite, los sustitutos autóctonos elaborados en base a girasol o maní lograron una amplia difusión durante los años de la Primera Guerra Mundial, debido a la escasez de artículos ultramarinos. Pero incluso en ese caso, el restablecimiento de la normalidad comercial en la posguerra permitió que los aceites de oliva españoles e italianos reconquistaran totalmente las posiciones perdidas y alcanzaran sus máximos históricos de penetración en el mercado argentino a comienzos de la década de 1930. Por otro lado, algunos de los renglones con los que operaban los importadores de este ramo, como el azafrán, el pimentón, la sidra o el anís, constituían una suerte de monopolio natural de la

Inserción de la vitivinicultura cuyana en la Argentina finisecular, en “Investigaciones y Ensayos”, N° 35, pp.409-442 [los datos en pp.429-431].

¹⁴ Ver Centro Vitivinícola Nacional, *Boletín del...*, A.II, N° 24, 31 de julio de 1906.

¹⁵ B.Bragoni, “Inmigración, redes y mercado: algunas notas sobre la formación de emporios vitivinícolas en Mendoza, 1860-1940”, en A.Fernández y J.C.Moya (comps.), *La inmigración española en la Argentina*, Buenos Aires, Biblos, 1999, pp.115-140.

exportación española al país, por lo que tampoco debían preocuparse en este punto por la competencia de otros productores mediterráneos. Estas razones hicieron que las redes comerciales articuladas por los importadores de estos artículos fueran las más persistentes, atravesando todo el período de nuestro estudio.

A lo largo del mismo se fue produciendo una cierta rotación de las mercancías introducidas, ya que, por ejemplo, en torno al cambio de siglo fueron incorporadas las sardinas en conserva y los aceites de oliva catalano-aragoneses y andaluces de calidad superior, mientras que prácticamente desaparecía la sal marina, que había mantenido una presencia constante durante décadas. Estas modificaciones vinieron a alterar sólo en parte la actividad de los importadores, ya que se trataba por lo general de empresas que combinaban la introducción y distribución de una gran variedad de productos, dentro de la cual quedaban incluidos los que acabamos de mencionar. Sin embargo, el aceite de oliva español pasó a ocupar un lugar mucho más central, como pudimos advertir a través de los datos del cuadro 1. Los notables avances logrados en los años anteriores en las labores agrícolas e industriales de la olivicultura española permitieron que este sector pudiera sacar un gran partido del crecimiento de la demanda en el Plata.¹⁶ Los “almacenes de ramos generales” de las ciudades y pueblos del litoral e interior de la Argentina trabajaban ampliamente los renglones aceiteros, de manera que los progresos hispánicos en la elaboración pudieron contar con una adecuada estructura de comercialización del artículo en el nivel de la venta al menudeo.

En los restantes niveles, dicha comercialización presentaba circuitos bastante diversos, algunos de los cuales derivaban de las propias modalidades adoptadas en los países de origen. Por un lado, los exportadores españoles enviaban al Plata aceites fraccionados en latas, bidones y botellas en las que estampaban sus marcas registradas. Por el otro, si las condiciones eran propicias, aceptaban en muchas ocasiones que los envases llevaran las marcas solicitadas por los importadores. Estas dos modalidades tuvieron un notable éxito luego de 1900, ya que la Argentina se convirtió en el principal comprador mundial de aceite español de marca, desplazando a Cuba de esa posición.¹⁷ Al mismo tiempo, los olivicultores catalanes y andaluces embarcaban aceite a granel hacia Buenos Aires, donde era cortado con las materias oleaginosas que podían obtenerse en el mercado interno. Por último, había también exportaciones a granel hacia terceros países, como Francia o Italia. Desde la perspectiva del desarrollo del comercio con el Plata, esta última modalidad era la más perniciosa, ya que los compradores italianos solían cortar los caldos de oliva española en el puerto franco de Génova, para luego re-exportarlos con sus propias marcas hacia Buenos Aires, Rosario y Montevideo. Al proceder así, un sector de los exportadores españoles mejoraba las posibilidades de la principal competencia que debían afrontar sus colegas especializados en el aceite fraccionado. El Estado español trató de intervenir en la cuestión, convocando una conferencia nacional del aceite en 1924, donde estuvieron representados los diferentes sectores vinculados a la elaboración y el comercio del producto. Los exportadores marquistas obtuvieron en esa ocasión ciertas ventajas, como la admisión temporal libre de impuestos de la hojalata importada que utilizaban como insumo o la promesa de rebaja de los fletes marítimos hacia los mercados sudamericanos. Pero a cambio

¹⁶ Sobre los procesos de cambio técnico del sector ver A.Parejo Barranco y J.F.Zambrana Pineda, “La modernización de la industria del aceite en España en los siglos XIX y XX”, en J.Nadal y J.Catalán (eds.), *La cara oculta de la industrialización española. La modernización de los sectores no líderes (siglos XIX y XX)*, Madrid, Alianza, 1994, pp.13-42.

¹⁷ Ver S.Muguerza y Sáenz, *República Argentina. Su vida económica. Comercio general. El especial con España e Italia*, Barcelona, Casanovas, 1909, pp.200-205.

debieron resignarse al triunfo de la libertad de exportación reclamada por quienes realizaban la comercialización a granel.¹⁸

Es decir que la colocación de aceite de oliva en envases pequeños y con marcas españolas debió coexistir hasta el final del período de nuestro estudio con las restantes modalidades, algunas de las cuales constituían un serio obstáculo para la ulterior expansión de aquélla. Otro grave problema para los españoles, luego de la Primera Guerra Mundial, fue la sobrevaluación de la peseta respecto de la lira, lo que hacía que, más allá de las condiciones intrínsecas de competitividad de los artículos españoles, estos últimos llegaran con un precio más elevado a la Argentina –y en general a casi toda América Latina- si se los introducía desde España que si se lo hacía desde Italia. Este problema recién se fue solucionando desde 1927, cuando la relación entre ambas monedas comenzó a invertirse. Entretanto, los exportadores españoles habían perdido gran parte del terreno conquistado durante el cuarto de siglo anterior, sobre todo en los años del conflicto bélico, en que los italianos no pudieron exportar al Atlántico sur. De todos modos, los vendedores españoles pudieron incluso entonces contar con la relativa ventaja de la fuerte presencia de sus compatriotas entre los comerciantes que adquirían y distribuían aceite en el Plata.

En algunos casos, esa asociación fue todavía más estrecha, ya que los importadores provenían de la misma región o incluso comarca de origen del aceite, como ocurría con varios de los que se ocupaban de la comercialización de las marcas de Reus y Tarragona. Los casos que tenemos documentados muestran sin embargo que no se trataba de personas que hubieran emigrado al Plata como parte de una estrategia empresarial o familiar, sino que se convirtieron en comerciantes de aceite y otros productos peninsulares luego de instalados en Buenos Aires, y a veces mucho tiempo más tarde.¹⁹ En principio, estos comerciantes actuaban por cuenta propia, sobre todo en el caso de los que habían arribado durante el último tercio del siglo XIX. Pero en las primeras dos décadas del nuevo siglo fue bastante frecuente la modalidad de la representación comercial, por cuenta de algún exportador catalán. El avance de esa modalidad frente a la de los viajeros permanentes en este ramo –y en la mayoría de la exportación española a la Argentina- puede explicarse por diferentes razones. Una de ellas radica en su menor costo relativo. Dado el fuerte incremento en el costo de vida en el país durante esa etapa, la manutención de los viajeros implicaba unos gastos muy elevados, que difícilmente estaban al alcance de pequeñas empresas cuyo monto de negocios futuros con el Plata era bastante incierto. En esas condiciones se hallaba la mayoría de los exportadores españoles que operaban con los mercados sudamericanos, de manera que, salvo que decidieran asociarse entre varios de ellos para enviar un viajante, se trataba de un sistema que quedaba fuera de su alcance. Por otro lado, el mercado argentino, sobre todo el de las grandes ciudades, estaba sufriendo importantes transformaciones durante esos años, al mismo tiempo que la competencia entre proveedores era cada vez más sostenida. Las variaciones en los precios y calidades de los artículos eran frecuentes, al igual que la incorporación de nuevas líneas de productos. Todo esto hacía aconsejable la designación de representantes permanentes

¹⁸ Ver Consejo de la Economía Nacional. Sección de Información Comercial, *La Conferencia Nacional del Aceite de 1924*, Madrid, Imprenta del Ministerio de Estado, 1924, *passim*.

¹⁹ Salvo otra indicación, las consideraciones que siguen sobre estos comerciantes provienen del estudio del caso de la firma Sabater, que hemos desarrollado en “Las redes comerciales catalanas en Buenos Aires a comienzos de siglo. Una aproximación”, en A.Fernández y J.C.Moya (comps.), *La inmigración española en la Argentina*, Buenos Aires, Biblos, 1999, pp.141-163.

que vivieran en las plazas rioplatenses, conociendo de cerca la estrategia de la competencia, las posibles oscilaciones en los tipos de cambio y las tarifas arancelarias, la regularidad en el arribo de los vapores y en las comunicaciones cablegráficas. Como la retribución que usualmente recibían a cambio de su trabajo consistía en una comisión sobre las ventas, los riesgos de incurrir en unas expensas proporcionalmente elevadas podían verse reducidos mediante este sistema.

Por contrapartida, la representación podía implicar un nexo más débil respecto de la firma exportadora, ya que debía ser necesariamente confiada a comerciantes que vivían y trabajaban del otro lado del Atlántico. Estos agentes se ocupaban normalmente de una gama bastante amplia de artículos, provenientes de diferentes países o incluso de la producción nacional. La mayor o menor atención que otorgaran a los productos catalanes o españoles podía variar según su competitividad o según la comisión pactada, aunque en muchos casos también estaba incentivada por el conocimiento previo de los mismos o por la estrechez de los vínculos previos que mantenían con los exportadores. Sea cual fuere la situación, la modalidad del agente o representante siempre implicaba un grado mayor de autonomía, que, en no pocos ejemplos, derivó hacia la conformación de negocios de importación por cuenta propia y a veces competidores de la red original a la cual pertenecían. Aun sin llegar a este extremo, la gestión de las operaciones de exportación a través de representantes transatlánticos se caracterizaba, como veremos a continuación, por la concesión de amplias facultades a estos últimos, ya que debían resolver situaciones que estaban completamente fuera del radio de acción de los exportadores.

En los casos que hemos estudiado, las empresas exportadoras catalanas designaron sus representantes en el Plata mediante procedimientos que se basaban en el contacto interpersonal, si ello estaba dentro de sus posibilidades. En el ramo del aceite esto era más factible, dada la visible presencia de compatriotas que operaban en el mercado porteño y que tenían una experiencia anterior en el tráfico del producto.²⁰ Un ejemplo significativo de esto es el de la firma Sabater, que producía y comercializaba aceite de oliva de la comarca de Reus con destino al mercado interno español, pero que también exportaba un volumen anual variable hacia los puertos cercanos del Mediterráneo y hacia Cuba. Los contactos con Buenos Aires, iniciados en la primera década del siglo, eran en cambio muy irregulares, y prácticamente se interrumpieron durante la Primera Guerra Mundial, debido a la ruinosa elevación de los fletes. En 1921 se trató de reanudarlos a través de una misión comercial que fue confiada al hijo del gerente de la empresa. Durante ese viaje, se resolvió delegar la representación de la casa en dos empresas, a las que se les otorgó respectivamente la representación exclusiva de la marca y la obtención de encargos con las marcas que deseaban los compradores porteños. Con ello se reemplazó el sistema anterior, que consistía en embarcar aceite al Plata para que fuese colocado por consignatarios particulares, que no tenían representación permanente sino que hacían operaciones ocasionales con la firma de Reus. El principal resultado de esta estrategia que, a lo largo de esa década y de la primera mitad de la siguiente, la Argentina se mantuvo integrada a sus circuitos comerciales, siendo la casa Sabater uno de los principales protagonistas de la exportación de aceite catalán al país.

Uno de los nuevos representantes era la razón social Palau & Oliva, constituida en 1918 y radicada en el barrio de Monserrat. Estaba integrada por Jaime Palau Ventura

²⁰ Sobre la participación de los comerciantes españoles en el mercado aceitero de Buenos Aires ver E. Boix, *Los aceites en la República Argentina*, Madrid, Imprenta del Ministerio de Estado, 1920, pp.38-42.

y Juan Oliva Plana, dos comerciantes catalanes arribados a Buenos Aires alrededor de diez años antes. Aunque a través de la correspondencia de la empresa no es posible determinarlo fehacientemente, es muy factible que al menos Oliva Plana fuera de Reus, dada la evidente familiaridad que en aquélla demuestra respecto de la ciudad y de su producción olivícola. Por otro lado, el conocimiento previo que los dos integrantes tenían con Sabater está claro por el préstamo que éste les concedió para que emprendieran su negocio. La otra empresa, también operante en Monserrat pero mucho más antigua –había sido fundada en 1874– pertenecía a Compte, Alsina & Cía., importadores catalanes especializados en el rubro de las especias, sobre todo azafrán, del cual eran los principales distribuidores en el país. Desde comienzos de siglo esta casa comenzó a trabajar también con el aceite. Por otro lado, como un rubro adicional del negocio era el de las frutas secas, Sabater confiaba a ellos la representación de las ventas de almendras que la firma comercializaba en la comarca de origen. Estos embarques eran destinados por Compte y Alsina a la venta en almacenes o a los fabricantes de turrones de Buenos Aires y Rosario.²¹

En los casos en que no era posible establecer una red similar a la que puso en funcionamiento esta empresa de Reus, se debía confiar la elección del representante a otras instancias, menos personalizadas quizás pero en las cuales tenía su importancia la presencia de los comerciantes catalanes y españoles en el Plata. Así, era muy habitual que quienes deseaban comenzar a exportar a la región pero no conocían el mercado ni a quienes operaban en él, solicitaran referencias a las Cámaras Españolas de Comercio de Buenos Aires y Rosario. En los boletines y memorias de estas entidades es muy frecuente la mención de exportadores de la península que buscaban representantes o agentes para sus productos. Otra modalidad era la de recurrir a quienes ya contaban con representación en el Plata, aun cuando sus negocios estuvieran dedicados a ramos muy diversos. En este último caso, se trataba en resumen de “alquilar” las redes comerciales con las que estaban en contacto los exportadores catalanes que mantenían un tráfico más asiduo con la Argentina. En la correspondencia de Sabater hemos podido hallar varias constancias de este mecanismo. En 1926, por ejemplo, negoció con una firma gallega, fabricante de conservas de pescado, para colocar esos productos en Buenos Aires por su cuenta y a través del agente Palau Ventura. Al parecer, las negociaciones no dieron resultado debido al canon solicitado por Sabater, que fue considerado excesivo por la contraparte. En cambio, en ese mismo año realizó operaciones con el Plata con pieles curtidas por cuenta de un fabricante catalán, mediante un procedimiento similar: Palau Ventura se ocupó de la venta y facturación, y Sabater del embarque y presentación de la documentación ante el banco librado, a cambio de una comisión del diez por ciento.²²

Tanto en las operaciones sobre aceite y frutas secas como en las realizadas por cuenta de terceros, los agentes brindaban a Sabater información actualizada sobre las tendencias del mercado y desarrollaban los múltiples contactos que cada embarque requería, es decir los trámites ante las oficinas aduaneras, las compañías de navegación y seguros, los bancos aceptantes de las letras de cambio y los propios clientes. Sugerían los cambios en la calidad y los precios que consideraban adecuados para cada momento y eran los responsables de enviar los pedidos de los importadores respecto del tipo de artículos que deseaban recibir, las fechas y ritmos que preferían para los envíos de la

²¹ Los datos sobre los representantes y su relación con Sabater han sido extraídos de las cartas intercambiadas entre 1921 y 1924, conservadas en Arxiu Històric Comarcal de Reus, Secció Documentació Particular, Fons Sabater, Caja 111, Juan Oliva-Buenos Aires, 1921-28.

²² La información sobre las negociaciones con la firma Curbera de Vigo se encuentran en la carta de Sabater a Palau Ventura del 12 de noviembre de 1926, ibidem, Caja 16, Libro Jaime Palau Ventura, pp.233-234; con la empresa catalana de cueros en pp.172-173.

mercadería y –en el caso del aceite- la marca que debía figurar en el envase. Transmitían las órdenes de compra, las demandas de los compradores por incumplimiento del exportador en caso de que las hubiere y realizaban un prolijo seguimiento de sus gestiones ante los bancos encargados de la apertura de cuentas de crédito o tenedores de las letras de cambio. Cuando se trataba de clientes del interior, se hacían cargo además de la reexpedición de la mercadería por ferrocarril. Todas estas gestiones, y muchas otras que aparecían en situaciones anormales –como las convocatorias de acreedores o incluso la declaración de quiebra de alguno de los compradores, o, sin ir tan lejos, la destrucción total o parcial de la mercadería durante el viaje-, volvían prácticamente imprescindible la intervención de agentes confiables, que conocieran a la vez el mercado y los productos con los que trabajaban, y que, llegado el caso, pudieran responder por el representado. La recurrencia a unas redes comerciales conformadas al menos en parte por paisanos emigrados funcionó así como una alternativa muy habitual para las operaciones transatlánticas, sobre todo durante las décadas de inmigración masiva en la Argentina. En el caso del aceite, pero también en el de las especias o en el de las frutas secas, se trataba de artículos cuyo consumo se expandió notablemente en esa etapa. Al mismo tiempo, inmigrantes que ya los conocían de antemano desempeñaron un papel central en los diferentes niveles del comercio de los mismos (importación, distribución mayorista, venta al menudeo), por lo que su participación podía ser una de las claves del éxito de las iniciativas de exportación de alimentos y bebidas hacia la región rioplatense.

Los vínculos intermitentes del sector textil

Pese a las dificultades que se presentaron en determinados momentos, los contactos entre los exportadores catalanes de aceites y frutas secas y las redes comerciales establecidas en el Plata mantuvieron una marcada continuidad en el tiempo. Desde luego, la competitividad relativamente favorable de la procedencia española en tales rubros facilitó esa continuidad, que en cambio no puede hallarse en otros sectores del comercio bilateral en los cuales la presencia de importadores catalanes y en general españoles era igualmente importante. En ellos los competidores de terceros países eran más poderosos y contaban con una experiencia más dilatada de tráfico continuo con el Plata, al propio tiempo que las propias modalidades de producción y comercialización en España estaban menos orientadas a los mercados externos. Uno de los sectores en los que estos problemas resultaban más evidentes es el textil. De acuerdo a las estimaciones de la Cámara de Comercio, en 1910 los españoles controlaban aproximadamente un cuarenta por ciento de los negocios que importaban y distribuían tejidos, hilados y confecciones en Buenos Aires.²³ La proporción seguía siendo muy elevada una década más tarde, y todo indica que debió permanecer más o menos constante al menos hasta fines de los años veinte.²⁴

La presencia de estos comerciantes constituía una de las escasas ventajas relativas con las que se podía contar en los intentos de expansión comercial al Plata, que fueron cobrando una mayor intensidad luego de 1898, cuando el “mercado étnico” pareció que podía reemplazar, al menos en parte, al perdido mercado colonial de las

²³ Cámara Española de Comercio y Navegación de Buenos Aires, *Memoria correspondiente al año 1910*, Buenos Aires, s/d., 1911, pp.8-9.

²⁴ Ver E.Boix, *Los artículos de tejidos de punto en la República Argentina*, Madrid, Imprenta del Ministerio de Estado, 1920. Debe señalarse además que los comerciantes de productos textiles siempre fueron un grupo destacado dentro de la Cámara Española. En 1900 eran algo más de 40 sobre un total de 205 afiliados; en 1928-29, al menos 114 sobre un total de 413.

Antillas. A diferencia del sector aceitero, no se trataba en este caso de que se hubiesen producido unas mejoras técnicas en el proceso de producción de los textiles que justificaran tales expectativas. Pero sí hubo un interés más acentuado por la Argentina entre los industriales del algodón y la lana a medida que crecía la colectividad española. Esto hizo que los géneros que elaboraban fueran gradualmente más conocidos, sobre todo entre los compatriotas que actuaban como introductores de los mismos. Las misiones comerciales incluían a representantes de ese sector; en otros casos, los propios industriales textiles hicieron viajes por su cuenta a Buenos Aires para explorar las posibilidades de colocar sus productos. Entre estos últimos se encontraba Cayetano Fábregas Rafart, quien dejó testimonio de su satisfacción por la creciente difusión de los artículos españoles con motivo de su segundo viaje a la ciudad, realizado en 1906:

“No se escapó á mi vista, que en todos los establecimientos que entraba, en su mayoría casas introductoras, dominaban mucho más los artículos españoles, que en mi viaje anterior (...) Por lo que se refiere al artículo de tejidos, ya sea algodones, tejidos, estampados, franelas, lanas para vestidos, mantas, etc., me gozaba de ver en la mayoría de las casas que visité no sólo el número de artículos que tenían los españoles, ni en la variedad, sino en la complacencia con que los jefes de dichos establecimientos me los mostraban, pues se adivinaba el gozo que experimentaban ellos en mostrarlos, que era tan superior, como lo tenía yo en conocerlos.”²⁵

De todos modos, era éste el ramo en el que la competencia era probablemente más dura que en cualquier otro, como lo demuestran los informes de los agentes comerciales de los diferentes países proveedores. Para comienzos de siglo no se trataba solamente de los tradicionales abastecedores ingleses y franceses, que habían dominado el mercado durante casi todo el siglo XIX, sino que también se iban incorporado a esa competencia los alemanes y norteamericanos, contando en algunos casos con unos apoyos muy sólidos de sus estructuras publicitarias y crediticias, y con una industrias que estaban en condiciones de elaborar especialmente casi cualquier artículo que pudiera satisfacer una demanda creciente y sofisticada. Incluso los italianos habían hecho notables progresos, no sólo en el ramo de los tejidos sino también en el de los hilados. A diferencia de los exportadores españoles, que en la década de 1890 aún prestaban mayor atención a los pedidos del mercado cubano, los italianos avanzaron notablemente en esos años en las plazas argentinas, llegando a convertirse en los principales proveedores de algunas líneas de artículos, como por ejemplo los tejidos de algodón teñidos y estampados.²⁶

Para hacer frente a esas dificultades, los industriales catalanes crearon en diferentes ocasiones unos sindicatos de producción y comercialización mediante los cuales procuraban distribuir los riesgos de operar en unos mercados hasta entonces poco trabajados y al mismo tiempo reunir los suficientes recursos financieros como para poder competir con ciertas posibilidades. En el caso del algodón, dicha estrategia produjo escasos resultados. En 1907 fue creada en Barcelona la Mutua de Fabricantes de Tejidos, que proponía un mecanismo de asociación entre los industriales algodoneros

²⁵ C.Fábregas Rafart, *Impresiones de mi segundo viaje económico comercial al Plata*, Barcelona, Altés y Alabart, 1906, p.11.

²⁶ Para este punto contiene una riquísima información el libro de L.Einaudi, *Un principe mercante. Studio sulla espansione coloniale italiana*, Torino, Fratelli Bocca, 1899. El protagonista de este trabajo, Enrico Dell'Acqua, era precisamente uno de esos industriales italianos que lograron conquistar determinados segmentos del mercado argentino a través de una estrategia comercial muy avanzada y basándose en buena medida en el consumo de los emigrantes.

para otorgar primas a la exportación y con ello rebajar los precios de sus artículos, mejorando su competitividad. La experiencia fue muy breve, ya que la entidad se disolvió dos años más tarde al no poder superar ciertos conflictos internos.²⁷ Sin embargo, durante ese breve lapso la exportación de tejidos de algodón catalanes a la Argentina se cuadruplicó, aunque partiendo de niveles muy bajos. Resulta imposible determinar cuáles fueron los canales de comercialización que empleó este sindicato, y si recurrió a los importadores catalanes o españoles radicados en Buenos Aires. En cualquier caso, la exportación algodonera española al país nunca estuvo a la altura de la posible influencia favorable que implicaba dicha presencia, excepto quizás en algunos contados renglones, como los tejidos blancos, que mantuvieron un firme pulso comercial durante la década de 1920.

Estamos bastante mejor informados sobre la situación del sector lanero, entre otras cosas porque sus contactos con el Plata fueron bastante más dilatados en el tiempo. También en este caso se recurrió en diferentes ocasiones a la figura del sindicato o consorcio para el comercio exterior. Por primera vez se lo intentó en la década de 1880, cuando fue fundado el Banco de Sabadell, una de las ciudades en las que se concentraba la industria textil lanera. Hasta ese momento, los empresarios de Sabadell adquirían lanas argentinas y uruguayas a través de intermediarios franceses, que las procesaban en sus propios lavaderos antes de reexportarlas a Cataluña. A fin de evitar esa intermediación, el Banco creó una sucursal en Buenos Aires, que debía ocuparse de la compra mayorista de lanas.²⁸ A poco de iniciada su actividad se presentaron varias dificultades, que llevaron a que, también en este caso, se tratara de una experiencia de corta duración. Por un lado, la crisis económica argentina hizo que fracasara una suscripción complementaria de acciones, que debía efectuarse en este mercado. Por el otro, el arancel español sobre las lanas lavadas sufrió un fuerte incremento en 1891, lo que llevó a reorientar la demanda de los industriales hacia las lanas peinadas, que se adquirirían en otros sitios.

Aun así, esa breve trayectoria fue suficiente para que la sucursal añadiera al rubro original de su actividad la consignación de tejidos por cuenta de las empresas de Sabadell. En este punto, la sucursal del Banco facilitaba el contacto de aquéllas con los importadores rioplatenses y les adelantaba un porcentaje del precio de las mercaderías entregadas en consignación, cancelando luego el resto según la marcha de las ventas. Mediante este simple mecanismo los tejidos laneros catalanes lograron una rápida difusión en el Plata entre fines de la década de 1880 y comienzos de la siguiente. En 1888-89 la Argentina captó algo más del cuarenta por ciento de las ventas españolas de esos artículos al exterior, superando la demanda combinada de los mercados coloniales (Cuba, Puerto Rico y las Filipinas), que hasta entonces constituían su principal destino. Por cierto, esa corriente exportadora se fue derrumbando rápidamente, debido al cese de la actividad de la entidad bancaria en Buenos Aires. Pero los contactos entonces entablados habrían de tener su importancia en las décadas siguientes, cuando las empresas sabadellenses trataron por su cuenta de volver a exportar a la región.

²⁷ Ver Mutua de Fabricantes de Tejidos, Reguladora del Mercado y Exportación, *Antecedentes acerca de la constitución de la...*, Barcelona, Casamajó, 1907. Un comentario sobre los problemas de esta entidad puede verse en J.Nadal, "La industria cotonera", en AAVV., *Història econòmica de la Catalunya contemporània*, Barcelona, Enciclopèdia Catalana, 1991, Vol. 3, pp.13-85 [el comentario en pp.64-65].

²⁸ Ver Banco de Sabadell, *Memoria leída en la Junta General de Accionistas*, año 1890, pp.7-11; 1891, pp.4-7.

Los libros contables de esas empresas constituyen en este sentido una valiosa fuente de información.²⁹ A través de ellos podemos advertir que cuando ellas vuelven a incursionar en el Río de la Plata, luego de 1900, lo hacen en casi todos los casos mediante la venta directa a quienes habían sido fugazmente sus clientes mientras duró la actividad de la sucursal del Banco. La firma Llonch, por ejemplo, que había integrado el consorcio bancario, volvió a exportar a la Argentina entre 1905 y 1921. Las transacciones más voluminosas se orientaron en esa etapa a un fabricante catalán de confecciones establecido en Buenos Aires y registrado como socio de la Cámara Española de Comercio, y a dos de sus paisanos, comerciantes de tejidos que operaban en la plaza de San Miguel de Tucumán. Esta tendencia se modificó parcialmente durante los años de la guerra, debido a que las dificultades de importar hicieron que también pasaran a ser sus clientes algunas de las grandes casas de venta mayorista de tejidos del mercado porteño, que normalmente se surtían a través de otros proveedores. Las restantes empresas muestran una evolución similar, ya que comenzaron a exportar al Plata durante la época en que funcionó la sucursal y retomaron sus contactos en el decenio de 1900-1909, ya no a través de agentes sino recurriendo a la venta directa de sus artículos.

Estas experiencias exportadoras sufrieron una marcada depresión en los años de la posguerra, debido a la reaparición de los competidores de otros países. Esto hizo que los industriales de Sabadell volvieran a colocar sus expectativas en la figura del consorcio, creando en octubre de 1924 la Unión Textil Exportadora S.A. (UTESA). El foco principal de su interés se hallaba en el mercado argentino, dada la inusitada importancia que el mismo había alcanzado durante la guerra y la fuerte presencia española entre los importadores. Otra razón importante se encontraba en la diferencia de estaciones, que permitía pensar en la colocación de artículos en el mismo durante los meses del verano boreal, en que la industria lanera estaba más afectada por la falta de actividad. Además, varias de las firmas exportadoras que habían mantenido vínculos relevantes con Buenos Aires desde la época de la sucursal del Banco estaban afiliadas a la nueva entidad. Las exportaciones hacia la Argentina comenzaron dos meses después de la fundación, cuando el consorcio designó como su representante exclusivo a Manuel Dalmau, quien se desempeñaba en la plaza porteña como importador de casimires desde 1906.³⁰

No abundaremos aquí sobre la trayectoria comercial de la sociedad, sino más bien sobre el tipo de comerciantes que fueron sus clientes en la Argentina durante la segunda mitad de los años veinte. En general, ellos cumplían diversas funciones dentro del ramo textil, como la importación de paños y casimires o la distribución de productos similares de la industria nacional. Asimismo, eran mayoristas para Buenos Aires y el interior, pudiendo en algunos casos ser también proveedores de sastrerías y vendedores al detalle.³¹ En su mayoría eran pequeñas o medianas empresas, con dos importantes excepciones representadas por grandes firmas cuyos propietarios, españoles en ambos casos, habían sido inmigrantes tempranos, dedicados a la importación de tejidos desde la década de 1880. La forma que generalmente adoptaban era la de la sociedad colectiva

²⁹ Hemos trabajado sobre los fondos de empresa de las firmas Corominas, Cuadras y Prim, Gregori, Jenny-Turull, Llonch & Cía., todas ellas radicadas en Sabadell. Estos fondos se encuentran en el Arxiu Històric de Sabadell, Fons Documentals Privats.

³⁰ UTESA, Libros de Actas (1924-1929), conservados en el Arxiu del Gremi de Fabricants de Sabadell, Fons de la Unió Tèxtil Exportadora, acta del 3 de diciembre de 1924.

³¹ Las características de los clientes toman como base la información contenida en las carpetas de solicitudes de referencia de UTESA, años 1924-1927, del archivo citado en la nota anterior.

o en comandita de tres o cuatro integrantes, con contratos prorrogables que solían tener una duración de tres años. Esto permitía una notable flexibilidad y movilidad entre las firmas, así como la participación de una misma persona en más de un negocio. Veamos un ejemplo. Pedro Benito, español nacido en 1881 y radicado en Rosario desde fines de siglo, se asoció con su compatriota Ángel de la Cámara en 1908 para la venta de casimires y ropa blanca en una tienda del centro de esa ciudad. En 1914 la sociedad se disolvió y Benito siguió con el negocio por cuenta propia, incorporando luego a su hijo. Doce años después seguía actuando en el ramo y era cliente de UTESA.³² Entretanto, Cámara se había trasladado a la capital, donde formó parte de otras empresas textiles. La principal de ellas fue la que constituyó con el español Adolfo Sáinz, que luego de una renovación fue disuelta en 1925. A continuación, Sáinz se asoció con otro compatriota, hasta entonces propietario de una tienda en Mendoza, mientras Cámara lo hacía con su suegro Laureano Larrañaga, anteriormente dedicado a negocios mercantiles y agropecuarios en el sur de la provincia de Buenos Aires.³³

Como ya se advierte en ese caso, la movilidad ocupacional y entre sociedades solía ir acompañada de la movilidad geográfica. Otro ejemplo de ello lo encontramos en la figura del catalán Recaredo Carlés-Bosch, que desde 1911 había sido propietario de varias panaderías en barrios periféricos de la capital federal. En 1916-17 su situación financiera se complicó gravemente, por lo que debió resignarse a la convocatoria de acreedores y finalmente a la pérdida de sus negocios. En 1919 se trasladó a la localidad patagónica de Comodoro Rivadavia, donde fue socio de un vasco que actuaba como consignatario de frutos del país. Vinculado con el ramo textil a través de las lanas, en 1921 volvió a Buenos Aires, donde se estableció como comisionista. Tres años después se asoció con el barcelonés Manuel Dalmau, quien, como se recordará, fue luego representante de UTESA. El vínculo social no fue renovado en 1927, por lo que Dalmau volvió a trabajar por su cuenta como importador de casimires mientras Carlés-Bosch realizaba una nueva incursión en el ramo de las panaderías.³⁴

Debe destacarse por último que, en cuanto a las firmas porteñas, la mayoría de ellas estaban radicadas en el barrio de Monserrat, donde, en un área de pocas manzanas, se concentraba casi toda la actividad de importación de textiles que estaba en manos de propietarios españoles. Ni esa marcada contigüidad geográfica dentro del ámbito urbano, con la densa circulación de información comercial que implicaba, ni el elevado porcentaje de negocios textiles importadores que pertenecían a inmigrantes peninsulares fueron factores suficientes para el desarrollo de una firme corriente de embarques de estos artículos hacia el Plata. De hecho, las curvas de la exportación textil española son bastante decepcionantes, con escasas excepciones, no sólo hacia el mercado argentino, sino también hacia otros latinoamericanos con los que existían amplios vínculos, como el cubano o el mexicano. Pese a ello, no caben dudas de que funcionaban en el Plata unas redes comerciales que habrían podido emplearse de una manera mucho más provechosa para tal efecto. Las deficiencias no radican en este caso en una débil articulación de las mismas, sino en otros lugares de la cadena que llevaba del productor al consumidor. Por un lado, debe reiterarse aquí la dificultad de competir con los proveedores de otros países más avanzados, que podían colocar sus artículos a mejor precio y sobre todo con mejores plazos de pago. Por el otro, también conviene insistir en que el interés de los exportadores textiles por el mercado argentino fue sólo intermitente, y sujeto a las variaciones que se presentaban en el mercado interior

³² Ibidem, nota del 29 de enero de 1926; carta de UTESA a su representante en Rosario, Julio Sierra, del 9 de noviembre de 1926, Libro Copiador de Correspondencia, Vol. I, f.490.

³³ Ibidem, notas del 11 de setiembre de 1924 y 13 de febrero de 1926.

³⁴ Ibidem, notas del 5 de enero, 17 de abril y 1 de setiembre de 1927.

español o, hasta 1898, en los coloniales. En el caso de la industria lanera de Sabadell, su estrategia de colocar remanentes en la Argentina era poco adecuada a las demandas de un mercado muy abierto hasta 1914, y en el que luego de la guerra también se hizo sentir un cierto grado de protección para los artículos nacionales. Incluso en ese caso, que es el que presenta mayor persistencia en sus contactos durante el período estudiado, los intentos exportadores solían estar condicionados a que no aparecieran oportunidades en el mercado interno. La Unión Textil Exportadora es un ejemplo de esto, ya que, pese a su nombre y objetivos primigenios, modificó sus estatutos al año de fundada para poder producir partidas de mantas que le habían sido solicitadas por el ejército español.

Los catalanes en el comercio de exportación: el caso de los cueros

Como hemos señalado al comienzo del trabajo, la presencia de los comerciantes catalanes en el tráfico exportador argentino fue muy tenue, con la excepción de algunos artículos que eran requeridos por la industria de Barcelona y su entorno y que recibían un trato más o menos favorable por parte de la legislación aduanera española. Fuera del caso de las lanas, que hemos abordado tangencialmente en el apartado anterior, el ejemplo más evidente de esto último se encuentra en el ramo de los cueros. Hasta fines del siglo XIX los cueros vacunos y ovinos ocupaban, casi todos los años, el primer renglón de la exportación del país hacia España. Es posible incluso que parte de los curtidos que otros abastecedores –como Gibraltar o Francia- colocaban en el mercado español fueran en realidad re-exportaciones elaboradas de pieles en bruto que habían sido enviadas desde el Plata. Los industriales catalanes eran entusiastas defensores de esta corriente, que proporcionaba la materia prima para un sector en rápido crecimiento y cuyas demandas no podían ser del todo satisfechas por la cabaña ganadera española.³⁵

La industria de las curtiembres, centrada en las ciudades de Vic e Igualada, incrementó su producción a comienzos del nuevo siglo como resultado de la incorporación de la energía eléctrica. Con ello se ampliaron sus requerimientos de cueros y del extracto de tanino que se empleaba en el proceso de curtido. El sistema tradicional para proveerse de tales insumos en el Litoral argentino consistía en dirigir sus pedidos hacia los acopiadores que comercializaban los derivados de la ganadería obtenidos en los mataderos de las provincias. Un ejemplo ilustrativo de la actividad de tales acopios lo podemos hallar en la empresa del catalán Juan B. Quintana, nacido en 1860 en Barcelona y llegado en 1889 a Rosario. Hacia 1910 Quintana era el más importante barraquero y comerciante de frutos del país en esa plaza, con exportaciones anuales de cueros secos y salados que representaban más de la tercera parte del total embarcado en el puerto. La mayoría de ellos se dirigía a España, pero al mismo tiempo contaba con una importante clientela, en parte también de origen catalán, constituida por los propietarios de curtiembres radicados en Rosario.³⁶ Ante los pedidos recibidos desde la península, estos acopiadores informaban de sus ofertas y condiciones de pago a los posibles compradores, sin mantener con ellos una relación permanente, lo que podía actuar en desmedro de la obtención de mejores calidades y precios.

³⁵ Ver por ejemplo Fomento del Trabajo Nacional, *Dictamen elevado a las Cortes del reino acerca del proyecto de ley sobre reducción de los derechos de aduanas a varias mercancías, consideradas como materias primas*, Barcelona, Tipog. Sucs. de Ramírez, 1883.

³⁶ Datos obtenidos del trabajo de O.Videla, “Los caminos de un ‘burgués inteligente’: Juan B. Quintana. Reformismo social, prácticas corporativo-institucionales e inserción productiva. Rosario, 1889-1914”, en S.Fernández y G.Dalla Corte (coords.), *Sobre viajeros, intelectuales y empresarios catalanes en Argentina*, Barcelona, Medamérica, 1998, pp.179-216.

Las nuevas condiciones de la demanda llevaron a que algunas de las empresas catalanas decidieran establecer vínculos más sólidos y estables con el Plata, sobre todo en el caso de Igualada, cuya industria tendió a especializarse en la elaboración de curtidos elaborados con el tipo de pieles que la región podía proporcionar. La forma de operar característica fue la del *pool* de compras, en el cual quedaban asociadas varias firmas individuales. Conocemos con bastante precisión la actividad comercial de uno de estos consorcios a través de la documentación conservada en el archivo comarcal de esa ciudad. Constituye un buen ejemplo del empleo de redes comerciales preexistentes, en las cuales los comerciantes catalanes se hallaban ya integrados. El consorcio se conformó en 1900 como resultado de la asociación de ocho curtiembres igualadinas, que enviaron a Buenos Aires a un agente comercial a quien reconocerían una comisión sobre las compras que realizara por cuenta de aquél.³⁷ Los primeros contactos del agente Narciso Puiggrós fueron entablados con los consignatarios de cueros, sobre todo vascos y catalanes, de la capital argentina y de Montevideo.³⁸ Al llegar a Igualada, la mayoría de las remesas eran destinadas por los miembros del consorcio a sus propias curtiembres, pero a veces eran revendidas a otros industriales de la comarca.

La elevada rentabilidad lograda mediante este procedimiento hizo que el consorcio resolviera incrementar al poco tiempo su capital social y que alquilase una barraca para el negocio en el barrio del Once –principal mercado de los cueros–, bajo la dirección del representante y con personal trasladado desde Igualada. Entre 1904 y 1906, momento de máximo desarrollo de la empresa, las remesas concretadas por el agente de Buenos Aires representaron entre un cuarto y un tercio del total de las “pieles sin curtir” importadas por España desde la Argentina.³⁹ Como se puede apreciar en el gráfico 2, el circuito comercial comprendía diversos polos. Uno de ellos, el de los abastecedores, incluía a los consignatarios y mataderos de Buenos Aires, Montevideo y Rosario. El segundo estaba representado por las compañías de navegación que servían la ruta del Atlántico sur y por las agencias de seguro marítimo. Una de estas últimas, la Kleinwort & Sons Co. de Londres, cumplía asimismo un papel en el tercer polo del circuito, el de las casas de cambio y crédito a través de las cuales se canalizaban las remesas necesarias para la compra de la mercadería por parte del agente. Una posición secundaria en este polo estaba en las manos del Banco Español del Río de la Plata, a través de cuyas sucursales en Madrid y Buenos Aires también se giraban fondos.

En 1908 expiró el contrato con Puiggrós, pero el consorcio siguió operando durante otras dos décadas con el Plata, a través de otros representantes catalanes allí radicados. En 1926 se disolvió la sociedad, y cada uno de los miembros continuó con sus actividades como curtidor.⁴⁰ Los contactos comerciales fueron sin embargo mantenidos por uno de ellos, la casa Serra, que creó una sucursal propia en Buenos Aires.⁴¹ Los negocios de la firma eran más amplios que los del consorcio, ya que no sólo empleaba los cueros y extractos tánicos como materia prima en su curtiembre o los revendía en épocas de escasez a otros curtidores de la ciudad, sino que también lo hacía

³⁷ Las cláusulas de constitución de la sociedad en: “Escritura de sociedad mercantil colectiva bajo la denominación de ‘Biosca, Esteve y Comp^a. á 8 de febrero de 1900”, conservada en Arxiu Històric Comarcal d’Igualada, Fons Serra (FS), Caixa 893.

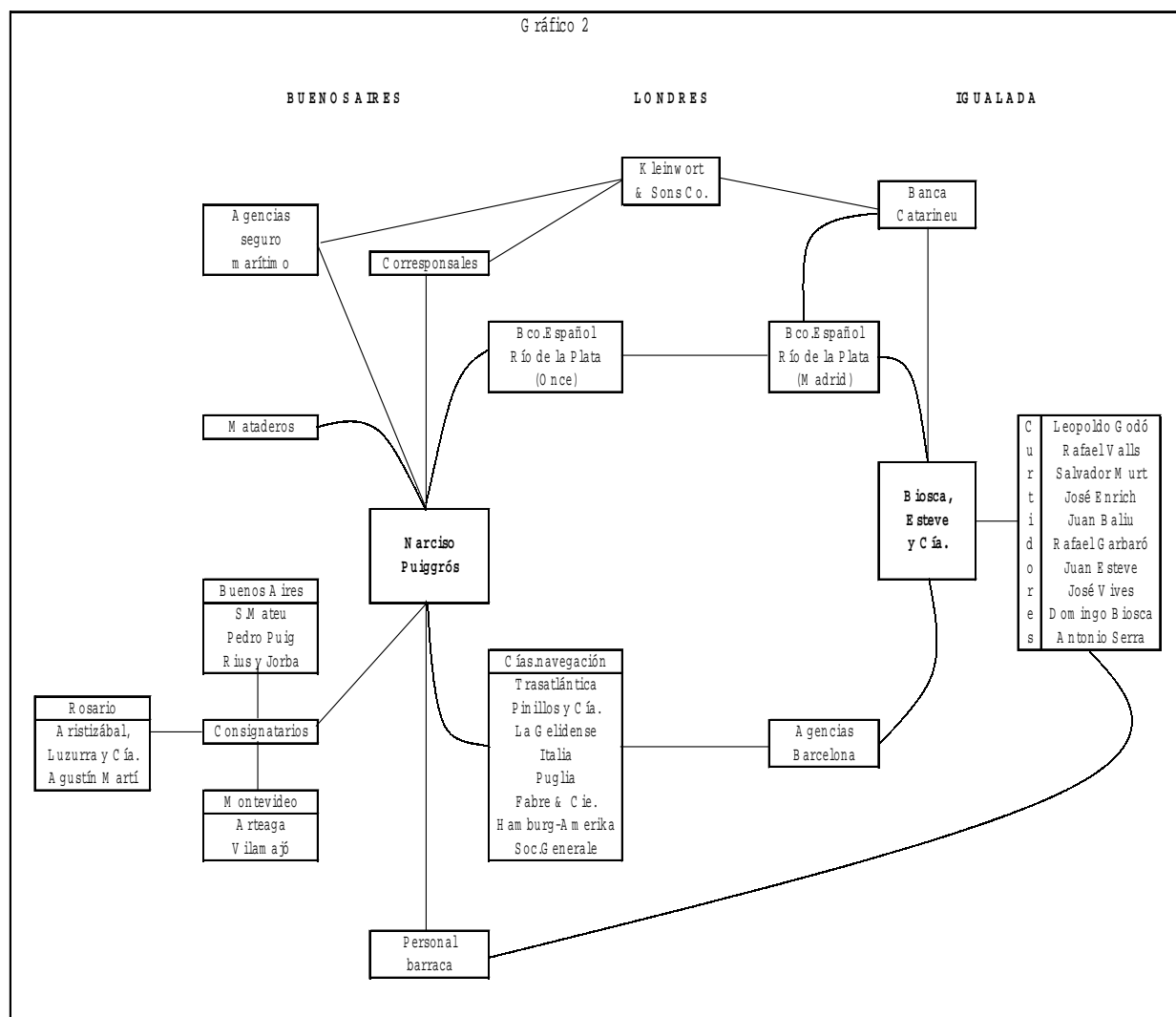
³⁸ Carta de Puiggrós a Biosca, Esteve y Cía. (BEC) del 7-12-1900 en FS, Caixa 257, Cartas 1900-1904.

³⁹ Esta proporción surge del cotejo entre el Libro Borrador de compras de cuero de BEC que llevaba el agente en Buenos Aires (FS, Caixa 9) y las estadísticas españolas de importación.

⁴⁰ Libro Borrador de BEC 1909-1926, en FS, Caixa 893.

⁴¹ El detalle de las operaciones iniciales de la sucursal puede seguirse en los libros borrador y de facturas de compras de José Serra, FS, Caixa 416.

en una escala mayor, a través de sus agentes en Valencia y Palma de Mallorca, o exportándolos a otros países del Mediterráneo, como Italia o Grecia.⁴² Sus balances anuales nos muestran que la actividad fue bastante próspera hasta comienzos de la década de 1930 y que, luego de un intervalo depresivo, recuperó una cierta vitalidad en los años previos a la guerra civil española. Durante toda esa etapa la casa Serra fue uno de los principales introductores de cueros en España.



En síntesis, el caso de las curtiembres se nos presenta como bastante excepcional dentro del comercio de retorno desde la Argentina. Ese carácter está dado sobre todo por el importante papel que en el mismo desempeñaba un grupo de comerciantes arribados en esa condición desde la península o que la habían alcanzado como resultado de una experiencia migratoria provisional o definitiva. Dentro del mismo se destacaban los consignatarios y exportadores de origen catalán instalados en Buenos Aires, Montevideo y Rosario. Otras casas exportadoras, de diferente nacionalidad, contaban con apoderados o empleados jerárquicos que eran también catalanes, debido a que

⁴² Una descripción de las actividades de la casa puede verse en la carta dirigida el 26 de junio de 1926 al London County West & Parr's Bank Ltd., FS, Caixa 521.

consideraban que por su conocimiento del mercado ellos podían facilitar su negocio.⁴³ La presencia de este grupo dentro del comercio de cueros ya era significativa durante el último tercio del siglo XIX, pero se incrementó en las décadas siguientes, cuando la importancia del tráfico con España y otros países con los que ellos negociaban alcanzó su punto culminante. Si tenemos en cuenta las estadísticas anuales desagregadas que se conservan en el fondo estudiado, más del ochenta por ciento de los envíos de cueros a la península durante el período 1925-35 eran realizados por empresas dirigidas o administradas en el Plata por miembros del grupo, conforme aparecen identificadas por el apoderado de la sucursal de la casa Serra. La “colla dels catalans”, como ellos la denominaban, constituía una entidad informal en el ramo rioplatense de los cueros, dentro de la cual se comentaban los negocios realizados con Barcelona e Igualada y se obtenían informaciones sobre precios, calidad y modalidades de las operaciones.⁴⁴ Nada comparable ocurría en otros segmentos de la exportación argentina, ni siquiera en los que se ocupaban de comercializar materias primas también procesadas por la industria catalana, como el de las lanas. Es verdad que en algunos de ellos es posible constatar la presencia de empresas cuyos propietarios o gerentes eran emigrantes peninsulares, pero su participación en el conjunto de la actividad era mucho más reducida.

Conclusiones

Los tres segmentos del mercado importador que hemos considerado en este trabajo tienen como característica común la de mostrarnos que la introducción de productos españoles en el Plata estaba muy ligada a la presencia de comerciantes del mismo origen que se habían radicado en el país, y entre los cuales los inmigrantes catalanes desempeñaron un papel central. Aunque no era un requisito suficiente para asegurar el éxito de una determinada iniciativa exportadora, la participación de tales comerciantes aparece como una condición necesaria en la mayoría de los casos, si exceptuamos aquellos rubros que hemos definido como de “monopolio natural” para la producción peninsular u otros similares, en que la exportación contaba de todos modos con muchas ventajas que explican su éxito. Aunque no podemos hablar de un ramo del comercio de importación en el que la posición de los residentes españoles fuera monopólica, su presencia sobresaliente en varios de ellos facilitaba el ingreso al mercado. En tal sentido, nuestra opinión es que, en casos como los estudiados, no basta con explicar los vaivenes del comercio bilateral por las ventajas comparativas de los artículos en los que se sustentaba, sino que también resulta necesario conocer la identidad de quienes participaban en las transacciones. Al emplear el concepto de *red comercial* hemos tratado de llamar la atención sobre ese aspecto. Como queda dicho, la mayoría de las firmas catalanas que exportaban al Plata eran pequeñas empresas, que ni disponían de información perfecta sobre el mercado ni se hallaban en condiciones de libre entrada al mismo. Por el contrario, era preciso acudir a tales redes no sólo para obtener información sino también para concretar operaciones, es decir para lograr el ingreso.

Cuando a fines del siglo XIX se lanzó la idea de la Argentina como un “mercado étnico”, primero para el caso italiano y luego también para el español, se lo hizo pensando sobre todo en el potencial de consumo de los compatriotas emigrados, que podría alentar el desarrollo de la exportación propia. En el segundo caso, se lo imaginó

⁴³ Es el caso de la firma Staudt, que tenía como representante en Buenos Aires a otro catalán proveniente de Igualada. A él se refiere J. Serra en su carta del 13 de diciembre de 1927, FS, Caixa 748, nota 117.

⁴⁴ *Ibidem* y carta del 18 de diciembre de 1927, nota 116.

a veces como un sustituto del “mercado cautivo” de las Antillas, sobre todo en las versiones de los industriales catalanes que más contacto mantenían con estas últimas. Planteadas así las cosas, es evidente que la idea no funcionó, ya que, como vimos en la primera parte del trabajo, la exportación no siempre pudo seguir el ritmo de la corriente emigratoria, y en algunos momentos ambas líneas son casi antitéticas. Por otra parte, como sostenían algunos de los observadores del comercio hispano-argentino e ítalo-argentino de la época, el consumo de los emigrantes iba variando con el paso de las generaciones y con su paulatina integración en la sociedad receptora. Sin embargo, otras versiones del mismo planteo insistían más bien sobre las posibilidades que se abrían a partir de que los emigrantes también se incorporaban al estrato mercantil de la Argentina, por lo que podían intervenir por el lado de la oferta y no sólo por el de la demanda. Esta segunda versión parece más adecuada, tanto por lo que se refiere a la introducción de productos en el Plata como, en el caso de los cueros, al comercio de retorno.

Sin embargo, tampoco esto basta para explicar la evolución del comercio bilateral, ya que en algunos segmentos, como el textil, una fuerte representación de los inmigrantes catalanes y españoles no fue capaz de atraer, por su propia gravitación, un caudaloso flujo de productos. En ese sentido, no parece que pueda evaluarse la existencia de redes comerciales, ni siquiera su eficacia, por el vínculo primordial que ellas podían mantener con el país de origen de la mayoría de quienes la componían. Lo que sugieren las experiencias estudiadas es más bien que tales redes se desarrollaban en muchas ocasiones con una marcada independencia respecto de ese país de origen, pero que resultaban cruciales cuando se trataba de exportar desde el mismo. Por otra parte, su existencia no sólo puede comprobarse a partir de la documentación de las empresas que acudían a ellas para entrar en el mercado, sino también por el testimonio de algunos de los participantes contemporáneos. Entre éstos cabría citar a los enviados y agentes de terceros países, en sectores como el alimentario o el textil, que visitaban la Argentina en las primeras tres décadas del siglo y que aconsejaban a sus propias empresas que confiaran su representación en los inmigrantes españoles, por las ramificaciones de sus contactos en el territorio nacional y por su conocimiento de las demandas del mercado.

El análisis sectorial del mercado debe integrar por lo tanto ciertos factores de orden macroeconómico, como los cambios técnicos en los procesos de producción, la existencia de líneas de navegación entre punto de origen y destino, el tipo de cambio o las tarifas arancelarias, con otros de índole microsocial que permiten entender mejor la forma de operar en concreto de los exportadores e importadores. Los límites de una explicación basada sólo en el primer tipo de razones son bastante evidentes, ya que se podía cumplir con todos los requisitos vinculados con la competitividad pero al mismo tiempo no contar con la suficiente información sobre el mercado de destino o con un mecanismo para llevar a cabo las operaciones, como ocurría con algunos de los industriales aceiteros o con sus colegas dedicados a las conservas de pescado. Pero también los factores del segundo tipo resultan por sí mismos insuficientes, ya que los precios de los artículos, sus condiciones de pago o sus calidades siempre mantuvieron una gran importancia en las experiencias exportadoras que hemos estudiado, más allá de que se contara con el apoyo de unas redes comerciales sustentadas en la confianza recíproca entre sus participantes.