



Comentario bibliográfico

Lluch, Andrea (ed.): *Las manos visibles del mercado. Intermediarios y consumidores en la Argentina*, Rosario, Prohistoria – Editorial de la Universidad Nacional de La Pampa, 2015.

Pablo Pryluka

Universidad Torcuato Di Tella / Universidad de Buenos Aires / CONICET

ppryluka@conicet.gov.ar

Fecha de recepción: 24/05/2016

Fecha de aprobación: 30/05/2016

La aparición de *Las manos visibles del mercado. Intermediarios y consumidores en la Argentina* constituye una buena noticia para quienes se dedican a los campos de la historia económica, la historia de la empresa y la historia del consumo. Para el primero de ellos, porque supone una renovación respecto a los modos en los que se ha abordado en la bibliografía clásica el tema de los mercados y el problema de la intermediación. Para los otros dos, porque se trata de áreas de indagación aún en ciernes en la Argentina y el libro contribuye no sólo a introducir aquí perspectivas de análisis poco exploradas, sino un conjunto de trabajos recientes orientados a la temática.

En buena medida, el trabajo coordinado por Andrea Lluch se inscribe en un nuevo enfoque sobre los procesos de comercialización e intermediación que destaca el rol de los diversos agentes que conectan a productores y consumidores. Si tradicionalmente esta labor había sido entendida

como improductiva o, incluso, parasitaria de la *verdadera* actividad productiva, desde los años 1990 una nueva concepción en el mundo académico comenzó a subrayar el rol de estos actores en el mercado como creadores de valor agregado. El supuesto que subyace a esta nueva mirada, fundado en la teoría de la información, sostiene que la actividad comercial implica conectar a productores y consumidores, comunicar precios o garantizar el cumplimiento de determinadas normas en el mercado, todo lo cual no sería posible sin la participación de diferentes comerciantes e intermediarios encargados de llevar a cabo dichas tareas. Así, el trabajo reconstruye históricamente la conformación de diversos mercados en Argentina, a la vez que las prácticas y actores involucrados en el proceso. Por tratarse de un conjunto de artículos sobre temas diversos, proponemos aquí un breve repaso por cada uno de ellos con el afán de ofrecer una síntesis de los tópicos abordados por una obra cuya unidad es, ante todo, teórica.

El libro comienza con cuatro capítulos que, de una u otra manera, analizan distintos mercados —harinas, azúcar, leche, carne— durante los años en los que Argentina terminó de integrarse al comercio internacional bajo el denominado clásicamente modelo agro-exportador. Abriendo la obra, el trabajo de Juan Luis Martiren está abocado a analizar la comercialización de harinas en la provincia de Santa Fe a lo largo de la segunda mitad del siglo XIX, destacando los principales cambios que se fueron produciendo en dicha actividad. Así, su propuesta se concentra en estudiar el rol de aquellos actores encargados del acopio del trigo para su posterior comercialización en el marco de un auge notable en la producción de dicho cereal a partir de 1870. Desde los inicios de la agricultura en secano hasta la gran expansión exportadora de trigo a partir de 1880, las redes de comercialización sufrieron fuertes cambios. En las décadas de 1860 y 1870 todavía primaban circuitos organizados por grandes comerciantes que constituían sociedades en comandita con los molineros: mientras los primeros se encargaban de aportar el trigo y luego comercializaban el producto terminado, los segundos aportaban el capital fijo —los molinos harineros— y el *know-how*. De este modo, el riesgo a la hora de la inversión se diversificaba entre ambos actores. Sin embargo, hacia finales de 1870, como fruto de la fuerte expansión que atravesó la producción de trigo tanto a nivel de sus volúmenes como de la lejanía de los mercados alcanzados, las redes de distribución y comercialización fueron adquiriendo mayor complejidad. Si en un principio los molineros comenzaron a desplazar a los grandes comerciantes como los agentes clave envueltos en esta

dinámica, con el tiempo se volvió perentoria la necesidad de recurrir a un nuevo intermediario, capaz de optimizar el funcionamiento del mercado reduciendo los costos de transacción. Fue así que, cuando no era posible para los molineros recurrir a la venta directa, apareció un grupo de firmas consignatarias que aportó ventajas tales como una reducción en los costos de acceso a la información, la capacidad de encontrar nuevos clientes, la posibilidad de almacenar el producto o proveer liquidez y, a la vez, la garantía implícita en la diversificación de los riesgos. En ese sentido, la comisión cobrada por dichos consignatarios constituía una contraprestación por la provisión de un servicio sin el cual la ampliación del mercado no habría tenido lugar.

Por su parte, Daniel Moyano se dedica en su capítulo a analizar los cambios en la comercialización azucarera a finales del siglo XIX y comienzos del XX. Así, su estudio se concentra en el período posterior al denominado “despegue azucarero” (1876-1896) que siguió a las políticas proteccionistas encaradas por el Estado nacional luego de 1880 y al crecimiento del consumo interno a partir de la oleada inmigratoria que recibió Argentina por aquellos años. En ese marco, Moyano destaca que hasta finales del siglo XIX el crecimiento del mercado interno había obligado a los productores tucumanos a entablar vínculos con diversos intermediarios comerciales para poder satisfacer la demanda. Los mecanismos empleados incluían tanto la venta del azúcar a cambio de un porcentaje en las operaciones como arreglos a partir de comisiones fijas o la entrega de producto a clientes específicos. De esta manera, los agentes de mercado cargaban con el peso de almacenar el producto, buscar los clientes y realizar la venta muchas veces sin ser siquiera propietarios de la mercadería. Luego de la crisis de sobreproducción de 1895-1896 hubo una tendencia a la concentración de estos canales comerciales, ganando protagonismo un pequeño número de casas mercantiles. No obstante, y aquí radica uno de los principales hallazgos de Moyano, esto no supuso una situación de oligopsonio, puesto que algunos de los canales tradicionales de comercialización en plazas como Córdoba y Rosario siguieron teniendo vigencia.

Fernando Gómez e Ignacio Zubizarreta presentan una investigación sobre la producción lechera en Buenos Aires entre 1880 y 1910. Para ello, identifican tres etapas bien diferenciadas. La primera, todavía durante el siglo XIX, estuvo marcada por una producción lechera fuertemente desregulada, con una gran heterogeneidad en la calidad del producto final. En buena medida, este

papel era desempeñado especialmente por inmigrantes de origen vasco. A su vez, el agente principal de comercialización por entonces era el lechero criollo, que desempeñaba su rol de forma irregular y poco sistemática. Este escenario cambió profundamente luego de 1895, dando inicio a una segunda etapa. Por entonces comenzó un proceso de industrialización en el sector lechero, especialmente a partir de la introducción de la desnatadora centrífuga. En paralelo, migrantes de nuevos orígenes comenzaron a incorporarse en los circuitos de producción. En el caso de los escandinavos, esto supuso la llegada de nuevas técnicas productivas, que tuvieron un impacto directo en la producción de manteca, exportada a Europa en volúmenes importantes. Ya sobre finales de siglo y comienzos del siguiente, esta tendencia a la profesionalización de la producción y la comercialización de la leche y sus derivados se acentuaría. En buena medida, esto respondió fundamentalmente a dos elementos concretos. Ante todo, aumentó la regulación sobre la comercialización de la leche y sus niveles de contaminación, impulsada sobre todo desde el Estado como parte de su atención al tema de la salud pública. A su vez, algunas empresas, como el caso de La Martona, comenzaron un proceso de integración vertical, que les permitió concentrar desde la extracción de la materia prima hasta la comercialización de los diversos productos finales. Ambas cosas contribuyeron a que la leche y sus derivados se constituyeran como bienes de primera necesidad y, por lo tanto, fueran consumidos masivamente.

Finalmente, Andrea Lluch enfoca su trabajo en la comercialización de carnes en la Argentina entre finales del siglo XIX y 1930, intentando saldar una deuda de la historiografía local, cuya atención se había detenido casi exclusivamente en el mercado exportador. Su trabajo destaca correctamente el rol de aquellos intermediarios que, más allá de trasladar el producto a los consumidores, debían intercambiar información y financiamiento a la vez que promocionar el producto. Ahora bien, el hallazgo de Lluch consiste en demostrar que no existió por entonces un actor monopólico en la comercialización de la carne, sino más bien lo contrario. Las particularidades del producto —altos costos, dificultades de refrigeración, carácter perecedero, etc.—, unidas a las diversas calidades del mismo, obligaron a consolidar una cadena de intermediación compleja y con múltiples instancias de cooperación entre agentes tan diversos como los frigoríficos, los matarifes o quienes se encargaban de la faena.

El resto del libro se completa con una serie de trabajos que si bien mantienen el foco de atención en el rol de los intermediarios en el proceso de comercialización, analizan diversos períodos de la historia argentina desde perspectivas más bien heterogéneas. Evangelina Tumini se concentra en los efectos de las políticas económicas orientadas a la comercialización de cereal llevadas a cabo entre 1930 y 1955, intentando ver sobre todo los efectos que las mismas tuvieron sobre la distribución de los productos cerealícolas. En buena medida, dichas políticas comenzaron a diseñarse y aplicarse de forma activa luego de la crisis de 1930, en un contexto de fuerte caída de los precios internacionales y una creciente dificultad a la hora de exportar el producto. En ese sentido, durante el período analizado por Tumini se pueden identificar tres etapas. La inicial, signada por la aparición de la Junta Reguladora de Granos y la Comisión Nacional de Granos y Elevadores. Aspiraban, por un lado, a mantener la rentabilidad de los productores fijando precios mínimos y controlando maniobras especulativas y, por el otro, a imponer parámetros más o menos universales para la comercialización de los granos. Ya en los años peronistas, la formación del Instituto Argentino de Promoción para el Intercambio (IAPI) supuso un relativo cambio de paradigma en la materia: no se trataba sólo de garantizar buenas condiciones para el intercambio, sino sobre todo de retener buena parte de las divisas generadas por las exportaciones de materias primas. Sin embargo, con la crisis de balanza de pagos iniciada en 1949 y la sequía de los años siguientes se iniciaría la última etapa, en la que el gobierno peronista intentó restituir la rentabilidad de los productores de cereales. En pos de tal fin, se optó por intentar eliminar la influencia de los intermediarios, considerados perniciosos y fuente de prácticas especulativas, a la vez que fortalecer el rol del cooperativismo. A pesar de estos esfuerzos sostenidos, aunque de diversa índole, por afectar la comercialización de los cereales, lo cierto es que los intermediarios siguieron desempeñado un rol relevante durante todo el período. Este es el principal hallazgo de Tumini, quien destaca de qué modo estos empresarios aportaron no sólo su capacidad de concentrar la oferta, sino también de acopio de los granos, almacenamiento y buena parte de la infraestructura necesaria. Asimismo, conocían a los productores y se movían en su mismo ámbito geográfico, lo que les otorgaba una ventaja comparativa respecto a cualquier otro agente comercial externo. De esta forma, incluso en los años de mayor control de la cadena de comercialización a través del IAPI, los acopiadores siguieron jugando un rol clave al acercar a los productores al mercado.

El capítulo siguiente, elaborado por Patricia Olguín, está destinado a estudiar la comercialización del vino durante los años 1943 y 1970. En términos generales, se trató de un período en el que el consumo de vino atravesó un marcado ascenso, que contrastaría con los años posteriores en los que las gaseosas y jugos afectarían sus ventas. Ahora bien, si la bibliografía clásica sobre la temática había analizado el fenómeno sobre todo desde el lado de la demanda, mirando los cambios en el ingreso y su relación con el consumo de vino, Olguín propone una mirada distinta, concentrada en el sistema de la oferta. Para ello, indaga los modos en los que se vincularon los diversos intermediarios que mediaron entre los bodegueros y los consumidores: fraccionadores, distribuidores y comerciantes. Todos ellos, en diversa medida, aspiraron a formas de integración vertical que incluyeran no sólo las etapas de intermediación, sino también a los ya mencionados bodegueros y a los propios viñateros. Como cabría esperar, también transportistas, proveedores de insumos y diversas asociaciones empresarias y de los trabajadores se integraron en ese proceso. Ahora bien, el principal aporte del trabajo consiste en señalar cómo esta cadena de intermediación fuertemente fragmentada condujo a tensiones entre los diversos actores implicados en la distribución, por ejemplo con la formación de un oligopsonio en la compra de uvas o un oligopolio tanto en la compra de vino para traslado como en su venta. Pero quienes contaron con mayor posibilidad de fijar precios fueron los fraccionadores, en la medida en que condicionaban lo que los distribuidores debían cobrar a los minoristas.

Por su parte, en el capítulo dedicado al período más reciente en toda la obra, Glenda Miralles presenta su investigación doctoral sobre la comercialización frutícola en el Alto Valle del río Negro entre finales del siglo XX y los inicios de la pos-convertibilidad. Se trata de un trabajo fundamentalmente descriptivo, en el que el acento está puesto en indagar no sólo las características productivas de la actividad, sino sobre todo su circulación posterior y los diversos mercados de destino —el de ultramar, el brasilero y el interno—. Más allá de las particularidades de cada uno de los agentes económicos incorporados en esta tarea, Miralles destaca los cambios más significativos producidos durante el período. Entre ellos, el rol fundamental que comenzaron a desempeñar tanto las grandes empresas comercializadoras dedicadas a la exportación como las cadenas de súper e hipermercados orientadas al mercado interno, lo que les otorgó un enorme poder de negociación. En lo que concierne a las empresas frutícolas, éstas debieron hacer frente a unos años de

fuerte inestabilidad económica, con el consecuente aumento de las quiebras de aquellas firmas incapaces de integrar el proceso de comercialización y el productivo de modo vertical. En otras palabras, el proceso de globalización y de liberalización de la economía iniciado durante los primeros años de la década de 1990 redefinió las reglas del juego para la actividad en su conjunto. Frente a este escenario, y este es el principal argumento de la autora, las empresas siguieron diversos caminos que deben explicarse por su capacidad de adaptación, determinada tanto por su historia como por su composición interna.

El trabajo de Leonardo Ledesma tiene la peculiaridad de ser el que mayor atención dedica en el conjunto de la obra a la figura de los consumidores, aunque sin dejar de lado los aspectos ligados a la comercialización. Su artículo se concentra en el consumo de carnes rojas, harina de trigo y productos lácteos en el Territorio Nacional de La Pampa entre 1895 y 1945. Se trataba de bienes básicos para la alimentación, por lo que ya desde las últimas décadas del siglo XIX sus precios habían intentado ser regulados de diversa forma y con distintos resultados. A medida que nos adentramos en el siglo XX, estos controles fueron cada vez más frecuentes e institucionalizados, especialmente frente a aumentos en los precios que producían dificultades para los consumidores. En la medida en que se trató de un período caracterizado por un fuerte incremento demográfico, la presión de una demanda creciente se hizo sentir en numerosas ocasiones sobre el precio de venta, especialmente en el caso de la harina de trigo. Las carnes rojas y los derivados lácteos, por su parte, comenzaron a recibir mayor atención desde los medios gubernamentales para regular su comercialización en términos sanitarios y de higiene. Mientras que ya desde fines del siglo XIX la leche debió ajustarse a crecientes estándares al respecto, en el caso de las carnes rojas esta tendencia se consolidó a partir de la década de 1920. En buena medida, estas intervenciones deben ser entendidas como un canal para ofrecer garantías a los consumidores de la región, reconociendo sus necesidades. Para Ledesma, esto habría implicado la posibilidad de que existiera una demanda desde abajo de parte de esos mismo consumidores, constituyendo de este modo un sujeto activo con capacidad de lidiar con los productores y los comerciantes. Estos últimos, por otra parte, comenzaron por entonces a ser considerados como la parte más problemática de la cadena productiva, responsable de un comportamiento especulativo, imagen que se vería consolidada en la década de 1930 con la formación de las Juntas Reguladoras.

El libro se cierra con un notable trabajo de Federico Martocci, dedicado a indagar la circulación de saberes agronómicos sobre la denominada *pampa seca*, franja este del por entonces Territorio Nacional de La Pampa, entre 1910 y 1940. Así, su capítulo se concentra en los diversos canales y actores a través de los cuales se difundió la información relacionada a mejoras productivas. La elección del caso no es para nada menor, puesto que esta región, a diferencia de otras circundantes, presentaba severas dificultades para el desarrollo de los cultivos, como la falta de lluvias o los fuertes vientos que desgranaban el trigo. Esto supuso la existencia de centros de experimentación, la visita frecuente de técnicos del Ministerio de Agricultura, la labor de ingenieros agrónomos ligados a empresas ferroviarias y la transmisión de la información a través de diarios y revistas o folletos especializados. Ahora bien, el principal aporte de su trabajo consiste en señalar que la divulgación de conocimientos ligados a la producción agrícola en la Argentina no se dio de un modo lineal, sino más bien a través de *nodos* de innovación, que implicaban a grupos de agentes diversos que realizaban pruebas, innovaban e investigaban, a la vez que se ponían en contacto con otros *nodos* en condiciones semejantes. Esto implicó, en consecuencia, un trabajo colectivo en el que productores e ingenieros agrónomos intercambiaban saberes y perfeccionaban métodos de trabajo, más que el presumible vínculo desde el técnico hacia el agricultor. Así, se fueron gestando diversos ámbitos de sociabilidad —exposiciones, concursos— y canales de circulación del conocimiento —revistas especializadas, contactos epistolares— que fomentaron la participación de los productores, ávidos por mejorar su producción. En paralelo, muchas veces los propios técnicos ampliaban sus conocimientos al visitar las chacras.

Como puede observarse, se trata de una obra que en su conjunto presenta una heterogeneidad temática significativa, aunque la unidad aparece dada por el enfoque adoptado. Esa variedad de temas tratados permite, en muchos casos, una lectura a partir de las necesidades del lector particular, preocupado tal vez por uno de los casos bajo análisis. De cualquier modo, como señalábamos al inicio, lo más destacado del trabajo es la vocación por ofrecer una perspectiva de análisis poco difundida en la historiografía local, acercando a los lectores de habla hispana a un marco teórico fundamentalmente ligado al mundo anglosajón.