

DOSSIER

**Empresas y empresarios en una Argentina en cambio:
inmigrantes, redes sociales y estrategias económicas
(siglos XIX y XX)**

Coordinadora:

Gabriela Dalla Corte

Presentación

La finalidad de este dossier temático que se publica en el *Boletín Americanista* es dar a conocer algunos de los trabajos más relevantes sobre la historia de la empresa y de los empresarios en la Argentina tomando como corte temporal los siglos XIX y XX y, en concreto, la manera en que las empresas y los empresarios del país o radicados en él adecuaron sus prácticas al contexto de transformaciones económicas sufridas por el Cono Sur latinoamericano durante su integración al mercado internacional. Los inmigrantes, las redes sociales y las estrategias económicas son las claves de análisis abordadas en cada uno de los trabajos, los cuales tienen como finalidad mostrar la diversidad regional y temporal de las distintas experiencias empresariales argentinas estudiadas.

Las estrategias empresariales utilizadas por distintos grupos económicos emergen desde aproximaciones diversas. En primer lugar, Andrea Reguera aborda en su trabajo titulado *Por el testamento habla la red. Estancias bienes y vínculos en la trama empresarial de Juan Manuel de Rosas (Argentina, siglo XIX)* aspectos desconocidos de la labor económica de quien fuera el caudillo más importante de América Latina. La autora recupera uno de los documentos más significativos a la hora de determinar la suerte de las empresas: el testamento que en 1862 redactara Rosas y que renovara y revalidara cuatro años antes de morir, en 1873. Resulta llamativo el contenido de este instrumento público porque Rosas entonces carecía de bienes ya que tras la batalla de Caseros (1852), habiéndose refugiado en Inglaterra, fue declarado reo de lesa patria y sufrió la confiscación de sus propiedades. No obstante, antes de convertirse en “hombre público”, Rosas llegó a ser, tal como señala la autora, “uno de los hombres más ricos del territorio bonaerense” en base a un denso tejido social que le permitió acceder a la riqueza y al poder en el siglo XIX. Son las redes familiares, amicales y laborales las que multiplican su capital derivado, posteriormente, a la actividad estanciera y empresarial. Además de nacer en una familia de estancieros, Rosas se unió matrimonialmente con Encarnación Ezcurra, hija de un comerciante de la época, la cual le ayudaría en la militancia política y en los negocios; se asoció con dos amigos, Juan N. Terrero y Luis Dorrego; y negoció con los Anchorena, familiares y dueños de una de las fortunas más grandes de la época. No obstante, quizás el centro de esta red radique en el “crédito de su honradez”, y en la reputación y confianza de hombre de empresa que gozó Rosas, y que este último reconoció que era un elemento esencial para administrar sus propiedades con orden, credibilidad y disciplina. El exilio redujo prácticamente a la nada la red social de Rosas, después de gobernar el país durante dos décadas con facultades extraordinarias, primero, y con la suma del poder público, después. Reguera concluye que estos indicios son visibles en su testamento que es una muestra de la manera en que se conformaron los vínculos interpersonales en el tejido político-empresarial argentino en el siglo XIX. Así, las redes pueden actuar a favor de un actor pero también pueden dejar de beneficiarlo e, incluso, volverse en su contra llegado el caso, como ocurrió con Rosas.

También desde la perspectiva de la red social, Laura Méndez analiza el recorrido de un empresario de origen italiano nacido en Belluno, y establecido a inicios del siglo XX en la región argentina surcada por los 60 kilómetros de extensión del lago Nahuel Huapi. Haciendo alusión al apelativo con el que fue conocido dicho empresario, titula su estudio *'El león de la cordillera'. Primo Capraro y el desempeño empresario en la región del Nahuel Huapi, 1902-1932*. El texto aborda los circuitos mercantiles de la región andina y las estrategias implementadas por quien fuera, además del mayor empresario de la zona trasandina, “un influyente político y un hábil tejedor de alianzas y relaciones”. El acceso al poder local entre 1906 y 1930, representado por la Comisión de Fomento local, permitió a Primo Capraro, como demuestra Méndez, “acumular títulos e influencias”. La finalidad de Méndez, como hiciera Reguera, es comprender el accionar de Capraro en un contexto transicional de conformación de la incipiente burguesía regional a partir de las estrategias, redes de relaciones y negocios, tanto locales como regionales, y sus vinculaciones con la esfera nacional. Capraro llegó a ser incluso vicecónsul de Italia –fue corresponsal de *La Patria Degli Italiani*– además de presidir el Automóvil Club Argentino y participar de diversas empresas de envergadura tales como Yacimientos Petrolíferos Fiscales (YPF, que hoy forma parte de Repsol-YPF) y Pirelli, así como de entidades bancarias tales como el Banco de Italia y el Banco del Río de la Plata. Estas son estrategias de análisis que permiten a Méndez escapar de la historia de vida y abordar, en su lugar, las “transformaciones políticas y económicas de la región que permitieron el pasaje de pueblo de frontera y colonia agrícola pastoril, vinculada al comercio con el sur chileno a un centro turístico de prestigio internacional” en la región del Gran Lago. En efecto, en 1926, por ejemplo, Capraro construyó una hostería en Bahía López para levantar posteriormente un muelle para lanchas de turismo y lanchones y organizar diversas excursiones a Bariloche, ciudad en la que se inauguró un busto con la imagen del empresario en 1933 (cuyo epígrafe dice *Primo Capraro: espíritu del Progreso de Bariloche*) que se convertiría en el primer monumento de la ciudad. Debido a esta múltiple actividad, el estudio se basa en un diverso repositorio documental conservado en la cancillería italiana, en Chile; y en San Carlos de Bariloche, Viedma y Buenos Aires, los tres últimos en la Argentina. Este recorrido de investigación le permite estudiar en primer lugar la organización de redes sociales (lazos de amistad, vecindad y, en particular, el lugar de procedencia que hizo que en la época se hablara de Capraro como la cabeza visible de “los de Belluno”); en segundo lugar, la participación en la actividad política de grupos opositores a la Liga Patriótica Argentina, en particular de filiación yrigoyenista; y, en tercer lugar, el trágico fin de Capraro, que se suicidó a mediados de 1932 en un contexto económico y político de gran inestabilidad para la continuidad de su proyecto de vida como empresario. La autora concluye significativamente que los rugidos del “león de la cordillera” dejaron de oírse al compás de la consolidación de los tentáculos del Estado Nacional en la región de Bariloche la cual se convirtió, desde 1930 hasta el día de hoy, y gracias a los proyectos hasta entonces implementados por Capraro, en uno de los centros turísticos más importantes del mundo.

Ana Mateu y Hugo Ocaña, en *Una mirada empresarial a la historia de la vitivinicultura mendocina (1881-1936)*, abordan el cambio de siglo a partir de un estudio de caso que retoma el papel cumplido por los inmigrantes españoles, de origen navarro, en la zona cuyana argentina. El trabajo trata, en perspectiva histórica, el modelo configurado por Balbino Arizu en la bodega Arizu, una de las tres más importantes de la provincia de Mendoza, desde 1883 hasta 1936, año en que murió el fundador de la empresa. Las nociones de red, actor y estrategia social son utilizadas desde perspectiva microhistórica para dar cuenta de las relaciones tejidas con parientes y paisanos, también inmigrantes, y de las formas de solidaridad practicadas en la principal actividad económica de la región: la vitivinicultura. Alejándose del paradigma de la Escuela Descriptiva, Mateu y Ocaña abordan la empresa desde una concepción histórica y proponen aplicar el “modelo de competitividad empresarial”, es decir, analizar los negocios desde el valor empresario, la posición en el mercado y las variables de identidad, diferencia y eficiencia. En este sentido, como hiciera Laura Méndez en el caso del estudio de la experiencia empresarial del italiano Primo Capraro, Mateu y Ocaña se centran en la historia de la gestión de Balbino Arizu, de origen navarro, colocando la empresa en su contexto socioeconómico y aplicando al estudio supuestos teóricos de la historia económica y social de la administración de empresas, y de la gestión de las organizaciones. La historia de la corporación empresarial es abordada mediante la periodización de la gestión de Arizu, que transformó el emprendimiento unipersonal en una importante corporación vitivinícola de naturaleza interregional. Ello sin resolver, no obstante, el peso de su personalismo a la hora de transmitir la empresa a terceros. De hecho, los autores concluyen que “el formalismo en los negocios puede ser aprendido por todos, pero el subjetivismo visionario del emprendedor, no”. Mateu y Ocaña utilizan fuentes tanto públicas como privadas, entre las que destacan los Libros de Actas del Banco Provincia de Mendoza y los protocolos notariales del Archivo Histórico de Mendoza. Desde esta perspectiva, la propuesta es realizar una “biografía empresarial” observando la manera en que la parentela y las redes de relaciones personales actuaron sosteniendo la circulación de información, de recursos y de capital humano.

Valeria Palavecino, en *Comerciantes-empresarios en el medio rural argentino a comienzos del siglo XX. El estudio de caso de los Hnos. Vulcano y su Casa de Comercio ‘El Progreso’*, propone considerar la experiencia de los comerciantes José y Francisco Vulcano desde la perspectiva empresarial, original propuesta metodológica que desmonta la rígida separación entre la actividad mercantil y la empresarial. Como muestra la autora, los Vulcano eran hijos de un inmigrante italiano llegado a la provincia de Buenos Aires a finales del siglo XIX e instalado en la localidad de Gardey, en el partido de Tandil. Enmarca la gestión de los comerciantes rurales Vulcano en la transformación de la comercialización argentina de las “pulperías” a los “almacenes de ramos generales” y propone pensar el almacén de ramos generales “El Progreso” como un ejemplo de experiencia empresarial a partir de las diversas funciones que cumplió

en el proceso de incorporación al mercado internacional entre 1922 y 1932, tales como la provisión de insumos, maquinarias y alimentos, y la financiación a los productores locales. La casa de comercio entendida como empresa lleva a la autora a considerar diversos problemas: el uso del crédito a través de las cuentas corrientes abiertas a la clientela del almacén; el comportamiento de los comerciantes en la formación de dicho almacén; y la proyección social y política de la empresa mercantil a la comunidad. De este modo, apuesta por considerar de manera transversal la familia, la empresa y la política. En relación a las fuentes documentales, Palavecino se basa en los Libros Mayores de la firma comercial, así como en las cuentas corrientes de los Libros Auxiliares del almacén “El Progreso”, perspectiva que enriquece la aproximación al funcionamiento diario de la empresa.

Los últimos dos artículos incluidos en este dossier abordan dos sectores industriales de gran importancia en el campo productivo argentino del siglo XX. Se trata, primero, de la producción de electricidad y, segundo, de la producción de vidrio plano. En ambos casos los autores toman como referentes las políticas implementadas por el Estado argentino en el siglo XX, superando la crisis de Wall Street, la industrialización por sustitución de importaciones, la crisis propiciada por la adopción de medidas liberalizadoras, y los diversos proyectos estatizadores incentivados por aquel Estado, sin olvidar la presencia de capitales extranjeros. Sandra Fernández, en *Crecimiento urbano y desarrollo local. Empresas y municipio en el negocio de la energía eléctrica en Argentina (1888-1947): el caso de la ciudad de Rosario*, se centra en el estudio de la Sociedad Eléctrica Rosario (SER), empresa constituida en Bruselas en mayo de 1910 que formó parte del holding Société Financière de Transport et d'Entreprises Industrielles (más conocido por sus siglas, SOFINA), que controlaba también la Compañía Hispanoamericana de Electricidad (CHADE), tristemente conocida por los conflictos políticos originados en el seno del Concejo Deliberante de Buenos Aires en los años anteriores a la llegada de Juan Domingo Perón al poder. Como señala Fernández, las empresas eléctricas fueron instalándose en la ciudad portuaria –como ejemplo de lo que sucedía en el resto de las urbes industriales del país– al compás del crecimiento demográfico y del aumento de la demanda industrial en el área de influencia. La industrialización por sustitución de importaciones impulsó, a su vez, la consolidación de empresas extranjeras productoras de energía, que se mostraron capaces de aportar el capital necesario para este sector industrial frente a los escasos y débiles capitales nacionales. En el estudio, una sociedad anónima de capital europeo ejemplifica la consolidación del proceso capitalista en la Argentina antes y después de la crisis financiera de 1929. Fernández elige discutir las relaciones de la SER con el gobierno municipal rosarino –es decir, en perspectiva local– para centrarse a posteriori en los clientes que se abastecieron de electricidad con dicha empresa. A partir de los informes elaborados por los entes políticos locales (Municipalidad de Rosario y Concejo Deliberante), Fernández argumenta que el mercado interno, hasta la propuesta industrialista sustitutiva del peronismo, se fundó en la complejización de la organización em-

presaria, el crecimiento numérico de las sociedades anónimas, la inversión de capital privado, y la multiplicación de talleres y fábricas. Argentina en general, y Rosario en particular, se integraron como mercado periférico, aunque atractivo, captando al mismo tiempo capitales europeos representados por empresas transnacionales. La autora sostiene, finalmente, la rentabilidad del negocio de la energía eléctrica en ámbitos urbanos de desarrollo explosivo como fue el caso de Rosario, ligado desde finales del siglo XIX a la exportación de cereales de la zona pampeana (función que, a partir de la crisis económica de principios del siglo XXI, Rosario ha vuelto a recuperar en el marco de la reactivación económica del país). La posición estratégica de Rosario alimentó el interés de los inversores, fundamentalmente europeos, y esto hizo que la Municipalidad de Rosario apoyase a las empresas eléctricas extranjeras, incluso beneficiándolas más que a los “humildes vecinos y ciudadanos” de la ciudad. Fernández concluye, sin embargo, que los capitales extranjeros transnacionales aplicados al sector de la electricidad –en el caso de Rosario, representados por la SER– convivieron “sin conflicto” con las empresas locales que, a su vez, se mostraron incapaces de proveer energía para las manufacturas y servicios en una ciudad en proceso de modernización e industrialización. La interrelación de los diversos actores resulta esencial en este estudio que procura entender las relaciones sociales tejidas al interior de la red –social y eléctrica– propiciada por la producción y el consumo de la electricidad hasta el periodo sustitutivo de la industria nacional.

Finalmente, Marcelo Rougier en *Expansión y crisis de una empresa industrial argentina. Historia de la Fábrica de Vidrios y Opalinas Hurlingham, 1948-1994*, nos brinda elementos para entender las vicisitudes de las empresas a lo largo de la segunda mitad del siglo XX. Rougier toma el consumo de vidrio plano como ejemplo de la sustitución de importaciones (hasta la década de 1930 el vidrio plano se traía de Bélgica, Inglaterra y Checoslovaquia). Tras la Segunda Guerra Mundial, y con las dos primeras gestiones de gobierno justicialista (1946-1955), el país comenzó a producir para satisfacer el mercado interno y el sector de la construcción; en este contexto, la producción de vidrio se multiplicó. Durante la compleja década de 1960, y con la crisis económica de 1962, Rougier comprueba que la firma analizada, es decir, la Fábrica de Vidrios y Opalinas Hurlingham, comenzó a sufrir una crisis que la llevaría a su estatización y a la participación de los trabajadores en la dirección de la empresa. En la década de 1980, la empresa productora de vidrio plano fue privatizada y poco después liquidada. Rougier considera que esta experiencia es representativa del proceso empresarial argentino a la hora de estudiar las estrategias aplicadas por los grupos de control y por el Estado en cuanto a la política económica en relación a la evolución macroeconómica. Por ello utiliza documentación procedente del Archivo del Banco Nacional de Desarrollo, y de la propia empresa analizada, la Fábrica de Vidrios y Revestimientos de Opalinas Hurlingham S. A. (FAVROH), desde sus orígenes en la década de 1940 hasta mediados de la década de 1990. La historia de esta fábrica representa la historia del propio sector empresarial de la producción de vidrio plano hasta finales de la centuria.

Este dossier editado en el *Boletín Americanista* es resultado de la selección de algunos de los trabajos presentados en el marco del simposio “Empresarios de América Latina. Estudios de caso y confrontación de ideas” –que fuera coordinado por Andrea Reguera, Marcelo Rougier y Gabriela Dalla Corte–, organizado en el Primer Congreso Latinoamericano de Historia Económica (CLADHEI) que se realizó en la ciudad de Montevideo en diciembre de 2007. Los diversos autores incluidos en el mismo forman parte, casi en su totalidad, del Consejo de Investigaciones Científicas y Técnicas (Conicet) de la Argentina, y su pertenencia institucional directa es diversa, ofreciendo una importante representación de la producción de las Universidades Nacionales argentinas, que se han mostrado interesadas en fomentar la investigación local y regional frente a los clásicos modelos que colocaban la producción historiográfica de Buenos Aires como ejemplo de los procesos históricos sufridos por el resto del país. Así, están representadas la Universidad Nacional del Centro de la Provincia de Buenos Aires (UNCPBA); la Universidad Nacional de Rosario (UNR); la Universidad Nacional del Comahue (UNCo); la Universidad Nacional de Cuyo (UNCuyo) de Mendoza; y la Universidad de Buenos Aires (UBA). Esta diversidad se expresa, a su vez, en la comparación entre espacios geográficos distintos pero significativos del desarrollo empresarial argentino: las provincias de Mendoza, Buenos Aires y Santa Fe, y la región de Nahuel Huapi entre las provincias de Río Negro y Neuquén. Consideramos que la diversidad, tanto temporal como espacial, puede brindar elementos para entender la manera en que el país se integró a la economía internacional hasta la crisis de principios del siglo XXI, abriendo paso, a su vez, a nuevas comparaciones temáticas futuras.

Gabriela Dalla Corte
Universitat de Barcelona/TEIAA