

113

# Revista de Ciencias Económicas

PUBLICACION DE LA FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS  
CENTRO DE ESTUDIANTES Y COLEGIO  
DE GRADUADOS

---

La Dirección no se responsabiliza de las afirmaciones, los juicios y las doctrinas que aparezcan en esta Revista, en trabajos suscritos por sus redactores o colaboradores.

#### DIRECTORES

Dr. Wenceslao Urdapilleta  
Por la Facultad

Francisco A. Duranti  
Por el Centro de Estudiantes

Carlos E. Daverio  
Por el Centro de Estudiantes

#### REDACTORES

Dr. Alberto Diez Mieres  
Sr. Luis Moreno  
Por la Facultad

José Botti  
Por el Centro de Estudiantes

Oscar D. Hofmann  
Por el Centro de Estudiantes

Año XVII

Octubre, 1929

Serie II, N° 99

---

DIRECCION Y ADMINISTRACION  
CALLE CHARCAS 1835  
BUENOS AIRES

1250

de Alberto Cassagne Serres

## Los productos de la Argentina en los mercados extranjeros

---

COMPETENCIA DESLEAL. — ACCIÓN DE LOS "POOLS". — LOS PARTIDOS POLÍTICOS. — EL SENTIMIENTO NACIONALISTA. — POLÍTICA COMERCIAL QUE DEBE IMPLANTARSE.

### I

Los productos argentinos que se mandan a las principales plazas europeas y norteamericanas tienen que vencer, para triunfar, a grandes enemigos y, además, los formidables obstáculos que continuamente se interponen para impedir su comercio.

El simple análisis pone de manifiesto la existencia de factores completamente adversos a la exportación de nuestro país; pues, por un lado, aparecen en el exterior los competidores de productos similares; los partidos políticos de carácter proteccionista; los comerciantes detallistas que aspiran a ganancias desmedidas; los *trusts*, *cartells* y *pools* que se forman con propósitos determinados; el sentimiento nacionalista de la población, etc.; y, por el otro lado, la falta en el país de organización nacional del comercio de exportación; las grandes compañías en su casi totalidad extranjeras y la ausencia de una política comercial definida y capaz de amparar y proteger a nuestros productos en el exterior.

### II

Los competidores en las plazas extranjeras desarrollan toda clase de medios para alcanzar el propósito de desalojarnos de los mercados que, a cambio de tantos sacrificios, fueron abiertos a nuestra producción.

Si se trata de los Estados Unidos, por ejemplo, con diversos pretextos y argumentos singulares, tratan continua-

mente de impedir la introducción en sus mercados de los productos argentinos. La campaña emprendida no ha sido, por excepción, ni tampoco de carácter transitorio, pues se ha llevado a cabo contra toda clase de productos, tales como: el lino, la uva, las carnes congeladas, la semilla de alfalfa, y, en estos días, contra el maíz, aduciendo, para conseguir la prohibición de la entrada de esos productos, los argumentos más disparatados que concebirse pueden.

Cuando se trató de la importación de la uva de nuestro país, sostúvose que su introducción era nociva y peligrosa, por ser, decían, portadora de la mosca del Mediterráneo.

En la actualidad dicese que el maíz argentino es causa de una perniciosa competencia al maíz norteamericano por el ínfimo precio a que se vende, aseveración que ha sido rebatida por los propios connacionales, como asimismo fué desvirtuada la versión risueña de la mosca del Mediterráneo. Ningún argumento en contra de la importación del maíz ha quedado en pie. Puesto en apuros el representante del estado de Iowa, que era la persona que más se distinguía en la campaña en contra del maíz de nuestra procedencia, maíz que apenas representa el uno por ciento de la cantidad que consume el país y, por consiguiente, que no afecta en manera alguna el nivel de los precios, confesó que no se trataba de la cantidad importada, sino del lamentable efecto que causaba a las cámaras de comercio norteamericanas el conocimiento de que se importaba maíz argentino.

Esa manifestación demuestra que en Norte América no se concibe la importación de productos extranjeros, aun cuando se trata de pequeñas partidas, como sucede con el maíz argentino, el cual accidentalmente aparece en las regiones de la costa del Atlántico en un reducido radio alrededor de Nueva York, y en la zona de California en la costa del Pacífico, en la que prevalece la cría de aves de corral, en cuya alimentación se emplean las contadas remesas que llegan a esas comarcas; pero sí conciben, fomentan y desarrollan una activa y prepotente acción para conquistar nuestra plaza con sus productos, los cuales desalojan en parte los similares ingleses y de otras naciones. Es menester reconocer que esa política comercial que pretende desarrollar carece de equidad y de armonía internacional, y está reñida abiertamente con el espíritu que determinó la erección del gran monumento a lo más caro para el hombre: la Libertad.

Si en cambio analizamos el mercado británico por lo que

se refiere a las carnes argentinas, comprobaremos inmediatamente una activa y tenaz propaganda, por parte de los competidores, para arrebatarnos esa plaza.

En primer término, esos productores sostienen que es altamente patriótico favorecer el desarrollo de las industrias de los dominios, y que el medio más lógico es el de que los ingleses consuman sus carnes enfriadas y congeladas. Por otra parte, tratan de convencer al público inglés, demostrando con datos estadísticos y al alcance del pueblo que los dominios efectúan sus compras en Inglaterra; razón por la cual se balancea el intercambio, lo que no sucede con otras naciones, por ejemplo, con la Argentina. Refuerzan la defensa de su tesis con la manifestación insidiosa de que las carnes extranjeras (argentinas) son portadoras del germen de la aftosa y, por consiguiente, altamente nocivas a la salud. Como se comprueba, por el esbozo que acaba de hacerse, la campaña que se lleva a cabo por los competidores es peligrosísima para el comercio de nuestros productos, y se impone la necesidad de establecer una defensa enérgica, basada en los nobles procedimientos que siempre empleamos.

### III

Si el estudio de los factores que imperan en contra de nuestra producción que se vende en el extranjero se hace extensivo a la acción de los partidos políticos que existen en Inglaterra, se comprobará inmediatamente que aquél, de carácter proteccionista, sostiene la imprescindible necesidad de proteger la industria ganadera del país. Ese partido demuestra a su electorado, en cuanta ocasión propicia le ofrecen las conferencias que realiza, que los *farmers* tienen derecho de ser protegidos; que es un deber nacional defender la carne producida por los ganaderos ingleses y que la imposición de un gravamen a la importación extranjera es una imperiosa necesidad.

En su prédica diaria, ese partido político emplea los argumentos más diversos en sostén de su tesis y trata de que esos argumentos sean de grande y eficaz efecto en el público que lo escucha. Aparte de la conveniencia de consumir carne de producción nacional, dicen, existe otra razón de mucho peso, la cual impresiona profundamente a su auditorio: la posibilidad

de adquirir cierta enfermedad con el consumo de carne importada.

Los productores ingleses, como es natural, aplauden esa política, puesto que tiende a la defensa de sus intereses, y una buena parte del público comparte esa teoría de la protección, sin comprender que existen casos en los cuales resulta ridículo tal régimen.

De cualquiera manera, esos partidos también contribuyen con los competidores a dificultar la colocación de nuestros productos en el mercado inglés.

#### IV

Pero no paran ahí los factores que se conjuran para entorpecer el libre comercio de los productos argentinos. Otro factor que contribuye a perjudicar nuestros artículos, principalmente las carnes, son los intermediarios y revendedores, quienes, huérfanos de escrúpulos, se valen de todos los medios posibles para realizar exorbitantes ganancias.

Está probado, por ejemplo, que los carniceros del mercado inglés venden al público la carne de procedencia argentina a precios inverosímiles, realizando ganancias que, se dice, ascienden a 60 por ciento, lo que, como es lógico, tiende a alejar la clientela y a disminuir el consumo, con el consiguiente perjuicio para nuestros productos.

#### V

En el debate parlamentario que últimamente se ha desarrollado en la Cámara de diputados se ha sostenido la existencia de verdaderas coaliciones entre las grandes empresas dedicadas al comercio de carnes argentinas para limitar la competencia. La *entente* habría sido respecto de los embarques periódicos; pero, en realidad, según se manifestó claramente, con objeto de obtener mayores ganancias. La existencia de ese *pool* contribuiría aún más a agravar la situación del mercado internacional, ya de por sí bastante difícil para nuestras carnes.

#### VI

Es perfectamente natural que, por sentimiento naciona-

lista, el público inglés sea contrario, en general, al consumo de la carne extranjera; si fuese posible el consumo total de carne de producción inglesa, sin duda alguna sería la preferida, y si no sucede así es porque la producción es limitada, más cara que la carne importada; y, en puridad de verdad, nuestra carne es, del punto de vista de la calidad, tan buena o mejor que la inglesa; pero, de cualquier manera, ese sentimiento nacionalista es también otro factor que se agrega a los ya numerosos, por desgracia nuestra, para molestar nuestro comercio.

## VII

Por si no fuesen suficientes todos los factores contrarios a nuestro comercio internacional que acaban de mencionarse a vuelo pluma, es necesario agregar todavía a esa larga lista de inconvenientes y obstáculos los que surgen en nuestro país; aquellos que se relacionan con la falta de una correcta organización; los íntimamente ligados con la vigilancia, y la fiscalización que debe tenerse en cuanto al estado sanitario de los animales faenados; la falta absoluta de capitales y personal argentinos que quiera dedicarse a ese comercio del frío y decidirse a competir con los frigoríficos extranjeros, etc.

## VIII

Por el breve análisis que se ha hecho de los enemigos y de los obstáculos que militan en este comercio, se evidencia la falta de una política comercial que proteja los intereses de los productores nacionales.

Es necesario, pues, establecer cuanto antes esa política que debe perseguir, como ya he dicho en otra ocasión, detener la propaganda peligrosa que desarrollan los competidores de los productos similares en las plazas a que concurren los artículos argentinos; convencer, en forma indiscutible e irrefutable, a los partidos políticos que imperan en la Gran Bretaña, del error que entraña la teoría que sustentan en contra de nuestros productos; organizar el comercio de carnes en la República para que pueda triunfar en las diversas plazas europeas y norteamericanas, por su insuperable calidad y reducido precio; impedir, con severas y enérgicas leyes, las confabulaciones, los arreglos y los convenios aviesos que suelen concertar las empresas comerciales para limitar la concurrencia y obtener crecidos

beneficios a costa de nuestros productores y de los consumidores ingleses; y, finalmente, fomentar la fundación de frigoríficos con *capitales* y *personal* del país.

Es así, trabajando con infatigable tesón en el sentido indicado, cómo contribuiremos a engrandecer a esta amada patria nuestra, codiciada presa de los apetitos insaciables de los que son, a su vez, presa también de un egoísmo en riña abierta con los rígidos y elevados preceptos de humanidad y de derecho.