

VICENTE L. CASARES Y EL NACIMIENTO DE LA INDUSTRIA LÁCTEA: EL CASO LA MARTONA*

*Fernando Gómez e Ignacio Zubizarreta***

Resumen: En el presente artículo pretendemos reseñar el nacimiento de la industria lechera argentina y el rol de su principal emprendedor, Vicente L. Casares. Analizamos primero su trayectoria de vida y luego un estudio de caso, La Martona, el primer emprendimiento industrial lácteo nacional.

Abstract: In this article we aim to review the origin of Argentina's dairy industry and the role fulfilled by its main entrepreneur, Vincent L. Casares. We analyze the life and career of Casares and we then focus on a case study, La Martona, the first national firm in the dairy industry.

Introducción

A fines del siglo XIX Estanislao Zeballos, en un estudio comparativo que confeccionó sobre el proceso de desarrollo agrícola-ganadero entre “ambas Américas”, afirmaba: “cuando se dice entre gentes civilizadas que uno ha estado de visita en estancias argentinas donde pacían veinte mil vacas y no era posible tomar un vaso de leche, se piensa que es cuento, fantasía de

* Agradecemos la invitación de Alejandro Gómez para participar en el presente *Dossier* sobre historias del empresariado argentino. También quisiéramos dar las gracias a Javier Zubizarreta por su lectura atenta del artículo.

** Fernando Gómez es Licenciado en Historia por la Universidad de Buenos Aires y Becario doctoral del CONICET –con sede de trabajo en el Instituto Ravignani de la Universidad de Buenos Aires. Su correo electrónico es: fedagofe@hotmail.com
Ignacio Zubizarreta es Doctor en Historia por la Freie Universität Berlin e Investigador del CONICET –con sede de trabajo en el *Instituto Ravignani* de la *Universidad de Buenos Aires*. Su correo electrónico es: ignzubizarreta@gmail.com

viajeros humoristas” (Zeballos, 1894: 699). No obstante, el agudo Zeballos luego abrió las puertas para una sola excepción, La Martona, de Vicente Lorenzo Casares, la primera empresa industrial moderna de la lechería argentina, por la que se deshizo en alabanzas. De ese modo, la excepción aludida desnuda una realidad general que evidencia un tímido desarrollo del sector lácteo en un país que parecía tener todas las potencialidades para gozar de una lechería de punta.

En el presente artículo analizaremos el inicio y la consolidación de La Martona, desde su mismo nacimiento hasta la muerte de su fundador, Vicente L. Casares. El objetivo que perseguimos es el de aportar conocimiento a una “historiografía argentina que carece de estudios detallados sobre las empresas y los empresarios industriales del período agroexportador” (Hora, 2009: 311). En los últimos años, numerosos trabajos han surgido enriqueciendo y modificando los enfoques interpretativos sobre el desarrollo ganadero de la Argentina agroexportadora. Esa nueva literatura¹ refleja el activo rol que tuvieron los terratenientes, quienes con notable racionalidad empresarial y *expertise* lograron dinamizar la economía de exportación posicionándola entre una de las más competitivas del planeta. Vicente L. Casares estuvo entre los miembros de esa reducida vanguardia. Pero, tal vez su más reconocida notoriedad se la deba a la creación de La Martona en 1889. Al igual que los ganaderos de avanzada que dos décadas atrás dinamizaron la economía rural por medio de inversiones de sumo riesgo (Losada, 2006: 139), Casares redobló la apuesta invirtiendo grandes caudales en un rubro productivo que no tenía parangón por estas latitudes, la lechería industrial destinada al consumo masivo. Además, inició “el hábito de beber leche” (Llanos, 1910: 99), implementando también la diversificación de productos lácteos –como el yogur, el dulce de leche, las leches maternizadas– que transformaron las formas de elaboración, venta y consumo de dichos productos en la sociedad porteña. De este modo, podemos considerar a Casares como un emprendedor innovador, puesto que alteró el sistema de producción tradicional, así como al mercado al que estaba dirigida esa producción. Además, como todo emprendedor, no sólo desarrolló nuevas ideas sino que se erigió como un “buscador de oportunidades para nuevos negocios,

[estando siempre] alerta a las necesidades insatisfechas del mercado”. Pero también, mejorando el nivel de vida de las personas en tanto “las mejoras introducidas [permitieron] que se pague menos por mayor cantidad de productos y servicios de calidad” (Gómez, 2011: 35).

De este modo, tomamos como hipótesis que las condiciones y el contexto familiar que rodearon a Vicente L. Casares le facilitaron posibilidades y le abrieron una serie de alternativas desde donde logró transformar profundamente la lechería nacional. Por ese motivo, nuestro trabajo se divide en dos partes. En la primera nos ocuparemos de los antecedentes de la familia Casares y reseñaremos brevemente la trayectoria de vida de Vicente L. A través de ella, observaremos la importancia destacada que tuvo no sólo en el desarrollo de la ganadería, sino también en puestos claves de los sectores públicos, bancarios y financieros. También se vislumbra en su derrotero una destacada posición social y política facilitada tanto por una red parental como de amistades que fue conformando Casares con el correr de los años. En esa primera parte nos ocupamos a su vez de reseñar cuál era el estado de la lechería en tiempos del nacimiento de La Martona, para tomar más conciencia de la transformación radical que la firma produjo en su rubro productivo. En la segunda parte de la presentación, antes de brindar nuestras conclusiones, nos dedicaremos a explorar el nacimiento –y los dificultosos primeros años– de la empresa (desde 1889 hasta 1898), para luego dar cuenta del proceso posterior de expansión y consolidación de la misma (entre 1898 y 1910).

I. La vida de Vicente L. Casares y la lechería de su tiempo

Antecedentes familiares, vida y obra

Para entender quién fue Vicente L. Casares, primero debemos remontarnos a sus antepasados. Gran parte de sus logros personales, como veremos luego, pudieron plasmarse –sin quitar mérito a su propio genio e iniciativa– favorecidos por el contexto familiar que le circunscribió. Antes de comenzar a

reseñar muy someramente el legado de sus progenitores, quisiéramos, en aras de evitar futuras confusiones, hacernos eco de unas clarificadoras palabras del escritor Adolfo Bioy Casares acerca de su familia: “los Casares agregan siempre una inicial a su primer nombre” (Sáenz Quesada, 1980: 318). De este modo, comenzaremos la saga de los Casares por el primero que arribó al Nuevo Mundo. Vicente A. Casares y Murrieta nació en el País Vasco a fines del siglo XVIII y se afincó en Buenos Aires a principios del siglo siguiente (Cutolo, 1968: tomo II, 185). En 1821 se casó con Gervasia Rodríguez Rojo, cuyo padre era tesorero del Virreinato, con la que tuvo numerosa prole, destacándose entre ellos Vicente Eladio –padre de Vicente Lorenzo–, y Carlos, futuro gobernador de la provincia de Buenos Aires. Como muchos miembros de la colectividad vasca, Casares y Murrieta se dedicó al comercio, en este caso de cabotaje, creando la firma Casares e hijos. En 1826 se le otorgó patente de corso y en 1852, reactivándose las relaciones entre Argentina y España, fue nombrado vicecónsul representando a este último país. Durante las guerras civiles entre unitarios y federales los Casares tuvieron predilección por la primera facción, estando incluso vinculados con los terratenientes que se levantaron contra Rosas conocidos como “Libres del sur”. Sin embargo, se las ingenieron para sobrevivir. Sufrieron algunas expropiaciones, pero la relación amistosa que proporcionó Antonino Reyes –importante funcionario rosista– a la familia les habría facilitado contactos entre los poderosos del régimen gobernante, lo que además de protección “le valió mucho a la casa de Casares, que llenó muchos pedidos de estas reparticiones, quedando establecidas las relaciones colocados en una posición ventajosa” (Bilbao, 1883: 198). Durante ese difícil período de la historia, los Casares habrían volcado gran parte del capital acumulado por vías comerciales en establecimientos rurales. A pesar de que el testamento legado por Vicente A. Casares y Murrieta no refleje esos cambios de rumbo en sus inversiones (AGN, Sucesiones, leg. 5083), sabemos que fueron algunos de sus hijos los que, sin descuidar la empresa de lanchas, optaron por la producción ganadera.

Entre estos últimos destacó Vicente Eladio (1819-1893), quien desde muy joven se ocupó de su establecimiento en San Vicente –Provincia de

Buenos Aires—, denominado “La Pastoril” (Cutolo, 1968, tomo II, p. 184). Allí se dedicó a la reproducción de ovejas merinas y al refinamiento del ganado vacuno. Luego, adquirió otra gran estancia en el partido bonaerense de Tandil, pero optó finalmente por radicarse en Buenos Aires ocupándose de la casa de lanchas —la más importante de su tiempo—, presidiendo la comisión de Aguas Corrientes, y los directorios del Banco de la Provincia de Buenos Aires, del Banco Nacional y de la Caja de Conversión. Militó en las filas del mitrismo. Se casó con María Ignacia Martínez de Hoz, con la que tuvo 4 hijos, siendo Vicente Lorenzo el mayor. Analizando las testamentarias de la sociedad conyugal de Vicente Eladio (AGN, Sucesiones, leg. 5258) y la de su progenitor no puede sino destacarse el notable aumento patrimonial que se produjo en una sola generación. Los cuatro hijos de Vicente Eladio heredaron 7 propiedades en la ciudad de Buenos Aires, terrenos en esa misma ciudad y en distintos puntos del interior de la provincia, 17 lanchas de cabotaje, estancias en Tandil (16 leguas), 9 de Julio, Lincoln, Tapalqué, San Vicente y Cañuelas, con más de 40 mil vacas, 30 mil ovejas, 5 mil yeguas, etc. En síntesis, una riqueza valuada en más de 5 millones de pesos moneda nacional.

Vicente Lorenzo había comenzado hacía muy poco sus actividades en el establecimiento La Martona a la muerte de su padre, en 1893. Los frutos de su herencia le permitieron incrementar la inversión en aquello que constituyó la primera industria lechera del país. Pero, antes de detenernos en este proceso, al que volveremos, vamos a delinear algunos puntos importantes de su vida, los que facilitarán la comprensión de por qué Vicente L. gozó de un contexto tan particular que lo posicionó en un lugar preferencial desde donde transformó la lechería argentina. Nacido un 25 de octubre de 1844, durante el otoño del régimen de Rosas, según un coetáneo suyo, “sufrió las consecuencias de la falta de buenos colegios casi suprimidos [...] y por desgracia no cursó en la Universidad [...] cuando a la fuerza de anhelar el saber tuvo que hacerse un autodidacta” (Ramos Mexía, 1932: 13). Abandonando los estudios de joven, se radicó en la estancia de su padre, en el partido de Cañuelas, donde junto a él aprendió el arte de los quehaceres rurales y participó activamente “en el proceso de implantación y adaptación de

una genética en carnes de alta productividad [...] entre cuyos múltiples objetivos productivos priorizó la adecuación de las carnes vacunas a los parámetros selectivos internacionales” (Sesto, 2005: 21). Esa vanguardia de los ganaderos bonaerenses que Casares integró, fue representada por los activos –y en un comienzo algo escasos– socios de la Sociedad Rural Argentina, entre los que se destacaron Eduardo Olivera, Leonardo Pereyra, Pedro Luro, Pedro Fernández, Ricardo Newton, Tomás Duggan, Felipe Senillosa, etc. Pero la ganadería no lo fue todo para este joven emprendedor. En 1873, Vicente F. López presentó una ley proteccionista imponiendo gravámenes a la importación de trigo y harina. Excelentes cosechas y sobreproducción llevaron a que poco después se estuviese efectuando la primera exportación de trigo, y ese iniciador fue Vicente L. Casares.

La vida social tampoco representó para nuestro biografiado un capital despreciable. Según un testigo que lo conoció de cerca, Ezequiel Ramos Mexía, Casares, “allá en las estancia, era un rústico consumado, un verdadero *pioneer*, conquistador de desiertos [...] jinete y diestro como el que más lo fuera [encontrándose igual de cómodo] en ese medio como lo estaba en los círculos sociales a su regreso, o en los salones aristocráticos donde era un niño mimado” (Ramos Mexía, 1932: 14). En este último ámbito conoció a su mujer, María Hersilia Lynch Videla Dorna, y se casó con ella en 1879. También allí se relacionó con hombres de la política y de las altas esferas sociales. Con Carlos Pellegrini se hicieron amigos entrañables desde la infancia puesto que el padre de este último poseía su estancia “La Figura” en Cañuelas, muy próxima a la de los Casares (Rivero Astengo, 1941: 329). Pero con muchos otros notables fue trabando amistad con el correr de los años. Cabe destacar de su círculo más íntimo a Vicente F. López, Roque Sáenz Peña, Aristóbulo del Valle, Miguel Cané, Lucio López, Ignacio Pirovano y a José María Ramos Mexía. Además, su actividad pública fue *in crescendo*, siendo “diputado a la Legislatura de Buenos Aires, en 1876; presidente del Crédito Público de la provincia y miembro de la Comisión del Ferrocarril a Cañuelas, en 1884. En 1886 fundó la cabaña y estancia San Martín” (Sabato, 1988: 184). Muy poco antes, en 1885 había establecido una reducida quesería experimental, que bajo la dirección de

un quesero francés, dio resultados no del todo convincentes, pues por su incapacidad para conservar los productos y distribuirlos, la empresa no se mostró redituable (Gómez-Zubizarreta, 2013: 104). Cuatro años más tarde crearía La Martona, materia que desarrollaremos en profundidad más adelante. El antecedente de la quesería nos permite visualizar su temprana inclinación por este rubro productivo.

La actividad política de Vicente L. se incrementó en la coyuntura política que fue marginando al presidente Juárez Celman del poder (1890) y que depositó en el sillón de Rivadavia a su íntimo amigo –y por ese entonces vicepresidente– Carlos Pellegrini. Los motivos de la crisis institucional –y pronto también económica– de 1890 que abrieron la puerta a la inesperada presidencia de Pellegrini son hartamente conocidos y fueron suficientemente analizados (Sabato, 2012: 305-331), por ello eximimos retratarlos aquí. Nos basta con saber que ese contexto preciso significó un compromiso aún mayor de Casares con la política, mientras que paralelamente siguió de cerca el desarrollo incipiente de La Martona. La atracción que sentía por las finanzas lo llevó a la creación del Banco Sud Americano. La terrible crisis económica que se desataba no le permitió desarrollar ese emprendimiento, pero con la situación terminal de los bancos Hipotecario, de la Provincia de Buenos Aires y Nacional, Pellegrini lo nombró director de esta última institución financiera. Casares pretendía liquidar el banco para crear uno nuevo, mas su idea fue resistida en un primer momento “hasta que una noche entró Pellegrini a la casa de su amigo diciéndole: “te traigo una buena noticia, tendrás por fin tu Banco” (Ramos Mexía, 1932: 19). Así nació el Banco de la Nación, y Casares fue su primer presidente. Los primeros años fueron muy difíciles y la banca pudo funcionar gracias a una emisión de 50 millones de pesos en títulos a papel en momentos en que el servicio de las deudas tanto como la moneda fiduciaria estaban completamente deprecia- dos en relación al patrón oro.

Por esos años y con la expectativa de crear un nuevo movimiento político renovador que representara a los terratenientes se fundó la Unión Provincial. Allí convergieron algunos liberales, viejos autonomistas, despechados miembros del Partido Autonomista Nacional, pero por sobre todo,

grandes hacendados sin experiencia partidaria (Hora, 2003:158). Vicente L. Casares se sumó a esta fugaz experiencia política, y fue de los que más esfuerzo realizó por sostener al movimiento, sin dejar por ello de formar parte de la facción pellegrinista del PAN. Durante la intervención de la provincia de Buenos Aires, comandada por el malogrado Lucio V. López entre 1893 y 1894, Casares le informaba en todo momento sobre la situación en Cañuelas y otras zonas rurales, opinando, recomendando personas para puestos públicos y advirtiendo sobre la peligrosidad de ciertos “radicales revolucionarios” (AGN, Sala VII, leg. 5670). Paralela a su actividad política y social, para mediados de la última década decimonónica Casares también se ocupaba de la administración de su capital, contaba por entonces con más de 42 mil hectáreas de campo y casi 30 mil vacunos (Sesto, 2005: 76). En 1898 fue presidente del Jockey Club, ámbito de sociabilidad por excelencia que había logrado arrebatarle la preeminencia al Club del Progreso. Por ese entonces Casares tuvo chances de ser el vicepresidente de la Nación, pero perdió en la elección ante el favorito de Julio A. Roca, Norberto Quirno. Dos años más tarde sería elegido diputado nacional. En 1908 llegó a ser presidente del alicaído Partido Autonomista Nacional y poco más tarde fue miembro de la Comisión del Centenario de la República. No pudo ver los frutos de esta última tarea, pues murió el 30 de abril de 1910.

De este modo, nos resta por concluir que la multifacética vida de Vicente L. Casares, a caballo entre el “notable” decimonónico y el profesional de la modernidad, le abrió el acceso a distintas esferas –la rural, la industrial, la financiera, la política, la social– que en conjunción con su entorno familiar, facilitaron un ámbito ideal desde donde pudo efectuar los cambios profundos que introdujo en el sistema productivo lechero nacional.

El contexto de la lechería argentina antes de La Martona

Si observamos con detenimiento las características de la lechería en tiempos previos a la fundación de La Martona, cobran mayor valor los cambios que impulsó la nueva empresa en el sector. Hasta el momento, había un

desarrollo modesto de la actividad en Buenos Aires, en el que tenía particular incidencia la comunidad vasca que habitaba dicha urbe y sus alrededores.

Los vascos habían arribado en cantidad, expulsados de su patria por las vicisitudes que depararon las Guerras Carlistas. Cuando se presentaban en el puerto de Buenos Aires habitualmente tenían contactos con quienes habían llegado previamente ya que, como lo ha demostrado la historiografía dedicada a la temática, las “cadenas migratorias” fueron fundamentales a la hora de tomar la decisión del destino a seguir una vez que se alejaban de la tierra natal (Moya, 2004). Justamente, esos conocidos fueron quienes los introdujeron en el mundo de la lechería, los antecedentes vascos en el rubro se remontaban unos cuantos años atrás llegando incluso a la figura de Norberto Quirno y Echandía, quien a mediados de la década de 1820 había abierto un tambo en la zona de Flores y expendía leche en un local céntrico de Buenos Aires.

Los vascos eran reconocidos por la población a causa de su laboriosidad y honradez (Wilde, 1960: 45). Dicha laboriosidad los llevó en algunos casos a obtener fortunas y destacarse prontamente en la sociedad de la época. La generalidad de ellos se dedicó a las tareas rurales como criadores e invernadores de ganado, agricultores o alambradores, aunque sin duda constituían mayoría entre pastores de ovejas y, como señalamos, tamberos (Iriani Zalakain, 2000).

La irrupción de los vascos en la lechería de Buenos Aires colaboró en el aquerenciamiento del ganado y desplazó a los criollos que anteriormente se dedicaban a la actividad (Moncaut, 1958). De todos modos, se trataba de un rubro muy poco desarrollado. Los viajeros que surcaron el territorio luego de la Revolución de Mayo se sorprendían de la recurrente escasez que llevaba a que la manteca sea más cara que en Londres (Beaumont, 1957:161).² Para el británico Francis Bond Head, quien arribó a Buenos Aires en 1825, la clave de dicha escasez se encontraba en la irregularidad de los proveedores de la urbe: “individuos al galope traen a la ciudad leche, huevos, fruta, legumbres y carnes que se consiguen solamente cuando se les ocurre traerlos” (Head, 1986: 28).

Esta irregularidad, que era la norma en el abasto del lechero criollo, fue atenuándose con el cotidiano trabajo de los vascos. De todas maneras, las formas de trasladar y vender el producto no iban a cambiar significativamente hasta el surgimiento de La Martona. Los lecheros se trasladaban a caballo desde las afueras hacia la ciudad todos los días recorriendo trayectos disímiles pero que rondaban las 4 o 5 leguas. En los caballos, que habitualmente eran de gran porte, llevaban entre 4 y 6 tarros de latón, casi siempre de diferentes tamaños, una o dos botijuelas y, como indica Emile Daireaux, no faltaban “algunos tarritos más pequeños, uno de los cuales va lleno de nata o crema, que batida con el galope del caballo se habrá convertido en manteca a la llegada” (Daireaux, 1888:155). Los tarros iban calzados en alforjas y tapados con cueros. Una vez en la ciudad, el lechero se dirigía casa por casa entregando el producto a sus clientes. Además de esta metodología de venta, en el siglo XIX coexistieron por lo menos dos formas distintas de expender la leche. La primera se trataba de un carro con un anexo especial de dos ruedas que permitía ir batiendo la crema durante el reparto a los fines de convertirla en manteca.³ La segunda consistió en la venta con el ganado mismo, el ordeño a pie de la vaca, también conocida como “tambo ambulante”.

Mientras la circulación del carro duró un breve tiempo hasta que se instaló de forma fija en un lugar determinado, la utilización del “tambo ambulante” prosiguió durante un período mayor. La ventaja que tenía este último procedimiento era que el cliente estaba seguro que evitaba el agüado, la desventaja se cifraba en el disímil tenor graso y la mala calidad de la leche puesto que el ganado se agotaba de caminar por la ciudad (Ferre-ro-Craveró, 1983).

En todos estos procedimientos de venta se articulaba la labor del tamboro y el lechero en una misma organización o incluso en la misma persona. La higiene era la gran ausente en estos tiempos y las preocupaciones de las autoridades aumentaron de la mano de las crisis de salubridad que se desataron con las epidemias de cólera y fiebre amarilla a principios de la década de 1870. El Estado comenzó a fortalecerse e impuso reglas más estrictas sobre el expendio de leche, prohibiendo el traslado a caballo y la

práctica del “tambo ambulante”.⁴ Los inspectores comenzaron a controlar a los repartidores y los conflictos estaban a la orden del día al punto tal que “en varias ocasiones hubieron de intervenir los bomberos armados a remington para restablecer el orden” (Arata-Boeri, 1899:98). Por su parte, los consumidores aumentaron sus exigencias y refinaron la demanda pagando un mejor precio por una leche de mejor calidad, la llamada “leche extra”.

La demanda de productos lácteos se había potenciado con la llegada de la gran inmigración. Los nuevos pobladores traían entre sus hábitos de consumo una serie de alimentos que se confeccionaban en base o con el agregado específico de leche, además de su consumo fluida. De esta manera, la inmigración no sólo aumentó la demanda en términos extensivos sino que se incrementó el consumo por habitante generando que aumente la importación de ciertos derivados como los quesos y la manteca.⁵ La necesidad de contar con lácteos era un aliciente para el éxito de la inmigración. Por dar un ejemplo, en las colonias que se asentaron en Santa Fe y el norte de Buenos Aires los contratos estipulaban en muchos casos que se proveería a las familias de dos ejemplares vacunos preferentemente lecheros.⁶ Si los colonos resolvían con producción propia la carencia láctea, en las ciudades no pasaba lo mismo y por ello los nuevos inmigrantes urbanos fueron aumentando el requerimiento de ese producto.

Además de los inmigrantes, concurrían en el aumento de la demanda las necesidades de las madres que comenzaban a percibir a la leche como un instrumento vital en el crecimiento y desarrollo de sus hijos. Si hoy en día dicho hábito está naturalizado, es necesario recordar que para entonces, a fines del siglo XIX, la contaminación de la leche volvía aventurado, y debido a esto casi nulo, su consumo por parte de los niños. Cuando un pequeño no podía amamantarse se buscaba como reemplazo natural otra mujer que fungía como “ama de leche” resolviendo la cuestión.⁷ Sin embargo, comenzaron a oírse de forma repetida las voces autorizadas de médicos y especialistas que indicaban la importancia del consumo de leche en la niñez destacando, lógicamente, la necesidad de pureza y confiabilidad que tenía que tener al momento de consumirse. En este sentido, las corrientes higienistas impulsaron desde el Estado, pero también desde la opinión

pública, por un producto genuino y cuidado que pudiese proporcionarse a los infantes sin riesgos y con los beneficios nutricionales que ya empezaban a ser reconocidos (Demaría, 1896).

Las propiedades de la leche comenzaron a ser estudiadas y difundidas por nuevas instituciones que se originaron en estos años siguiendo las preocupaciones e intereses del mundo agrario. La Sociedad Rural Argentina, creada en 1866, era un emblema de vanguardismo e innovación destacándose figuras como la de Eduardo Olivera, quien además de ser su primer presidente fue un constante animador de la exposición anual y de la publicación periódica –los Anales– que la Sociedad editaba comunicando los principales adelantos y progresos que se podían observar en el mundo y que imaginaban viables en el país.⁸ Además de las maquinarias para mecanizar el proceso de producción, por estos tiempos comenzaba a preocupar a los hacendados y tamberos el mejoramiento de las razas de ganado.

Unos años más tarde, en 1881, se creó el Instituto Agronómico Veterinario de Santa Catalina, que en 1890 se reubicó definitivamente en La Plata constituyéndose como la primera Facultad Nacional abocada a las carreras agropecuarias. Hacia principios del siglo XX se constituyó el Instituto Superior de Agronomía y Veterinaria en la “Chacrita de los Colegiales”, siendo el primer rector el reconocido químico Pedro Arata. A fines de la primera década del siglo XX, el Instituto dejó de estar bajo la órbita del Ministerio pasando a manos de la Universidad de Buenos Aires, conformando la Facultad de Agronomía y Veterinaria. Similar camino siguió la Escuela Nacional de Agricultura y Ganadería fundada en Córdoba en los terrenos que actualmente ocupa la Ciudad Universitaria.

En términos generales, si repasamos el aumento de la demanda, la profundización de una serie de exigencias de los consumidores y de las autoridades, los adelantos tecnológicos y su difusión por parte de revistas especializadas, podemos concluir que las condiciones para un cambio tecnológico se estaban comenzando a enlazar. En la misma dirección entendía la realidad circundante Alfredo Biraben cuando en las páginas de los Anales de la Sociedad Rural afirmaba:

No se comprende como en un país que tiene por lo menos cinco millones de vacas susceptibles de ser ordeñadas anualmente, no haya todavía una porción de establecimientos industriales organizados para abastecer sus mercados interiores de cuantos productos suministra la leche, primero, y luego expenderlos en el extranjero en forma de leche congelada, queso y manteca (Anales de la SRA, 1890: XXII, 532-536).

II. Nacimiento, desarrollo y consolidación de La Martona

Del “Kiosko Casares” a la consolidación de La Martona

En 1887, y con una dudosa experiencia a costas –la poco fortuita fábrica de quesos– Vicente L. instaló en el parque Tres de Febrero de Buenos Aires una explotación tambera modelo con despacho de leche al público que fue reconocida como el “Kiosko Casares”, luego denominada “El Kioskito” (A.A.V.V., 2002: 331). Eran muchos los que se acercaban, luego de concurrir a diversos entretenimientos dentro del parque, para consumir leche recién ordeñada. Así, la intención de avanzar sobre esa senda ya era manifiesta. Los fines de producir leche y otros derivados en gran escala, y de la forma más moderna, no sólo tenían para Casares alicientes comerciales, sino también políticos. Su fundador aspiraba a una banca como diputado y sabía que la opinión pública estaría de su lado si lograba promover formas de producir leche que, en perfectas condiciones de higiene y pureza, colaborasen a mejorar los problemas de la nutrición infantil (Bullrich Casares, 2009). Envalentonado con la idea, Casares le escribía a un amigo:

Me ausento a Europa para estudiar en aquel ambiente de conocimientos disciplinados, y en la Exposición Internacional de París, la posibilidad de establecer aquí, en Buenos Aires, una industria que viva en las entrañas de nuestra tierra, consagrada al bienestar y al progreso general de nuestra población. Tengo la ilusión de que con ella, con esa industria, podré contribuir a la disminución de la mortalidad infantil, al buen desarrollo de

nuestro pueblo y a fomentar una nueva riqueza pecuaria, que no necesite para su desenvolvimiento depender de la exportación de los alimentos que ella produce, ni de protecciones aduaneras (Casares, 1965: 125).

En este sentido, Casares advertía no sólo la ausencia de una industria lechera nacional en un contexto en el cual existían todas las condiciones para que prosperara (Biraben, 1890: 532-536), sino que también advertía la potencialidad del floreciente mercado interno. Sus viajes por los Estados Unidos y Europa, pero sobre todo, su paso por la Exposición Universal de París en 1889 le fueron útiles en el aprendizaje de las características, los sistemas y las maquinarias más modernas y sofisticadas para la producción lechera. En el Palacio de la Agricultura sito en Champ de Mars, Casares fue anotando y estudiando el muestrario de artefactos y adelantos mundiales en este dominio, y pensando en cuáles podían ser más útiles en el contexto pampeano. Es así como por medio de un plano extraído de un tratado de lechería y con material importado se construyó la primera usina lechera en la estancia San Martín en Cañuelas (Casares, 1965: 128).

Fue finalmente en 1889 cuando la marca La Martona vio la luz. Su nombre, según el hijo de su fundador, Miguel Casares, se debía al apodo cariñoso que una “Nurse” inglesa le dio a Martha Ignacia Casares, por entonces bajo su cuidado, hija de Vicente L. y futura madre del reconocido escritor Adolfo Bioy Casares (Casares, 1965: 48). Este último literato, en breves palabras, nos revela que La Martona, para su abuelo, había sido mucho más que un simple pasatiempo, a punto que con el propósito de equipar su empresa y comprar bienes de capital: “vendió la increíble cantidad de 20.000 hectáreas en Tandil, otras en Santa Fe y hasta en Avellaneda. ¡Ojalá nos las hubiera dejado!” (Sáenz Quesada, 1980: 318).

Casares contaba con algunas ventajas, pero también debió superar muchos inconvenientes. Ventaja lo fue tener a su entera disposición un campo de más de 8.000 hectáreas en relativa cercanía con Buenos Aires, centro urbano donde se concentraba el mayor consumo. También lo fue, como lo vimos, detentar una familia de trayectoria en la producción y mejoramiento del ganado. No fue menor, tampoco, haber podido contar con el capital nece-

sario para importar las maquinarias procedentes de Europa, e ineludibles para procesar e higienizar leche en cantidades considerables.

Pero las dificultades también estaban a la orden del día. Cuando llegaron al país las primeras higienizadoras francesas importadas por Vicente L., nadie sabía cómo instalarlas. Ante la parquedad de los manuales y las dificultades para el intercambio epistolar con los fabricantes, se impuso con cierto éxito la vía de la improvisación. Todos estos adelantes tecnológicos se incorporaron a una usina central. En ella se encontraban: la plataforma de recibo, el laboratorio, la sala de filtrado y enfriado de leche fluida, otra para el desnatado –desnatadoras Alfa Laval– y mantequería, la fábrica de hielo y la cámara frigorífica, la sala de motores, compresores y calderas, más un pequeño taller de reparación en el que trabajaban verdaderos artesanos. Para 1895 la planta contaba con 4 máquinas a vapor, representando 26 caballos de fuerza, computaba 15 empleados y poseía un capital invertido por 100 mil pesos moneda nacional (AGN, 2° Censo Nacional, 1895). Los productos que se comenzaron a elaborar fueron la leche fluida e higienizada, manteca, crema y quesos –una imitación del camembert. En noviembre de 1892 se produjeron 12 mil kilos de manteca (Helguera, 1893). Dos años después Casares lograba por primera vez exportar ese producto al mercado británico, abriendo así un comercio que sería redituable para la lechería argentina por muchísimos años.

La misión de Vicente L. fue, ante todo, pedagógica. Debió formar un grupo de trabajadores que ignoraba los rudimentos más elementales de la higiene moderna. Pero no sólo eso, colaboró en crear también un perfil de consumidor moderno y exigente. En las “Martonas” o casas de expendio que pronto comenzaron a inaugurarse en Buenos Aires, existían libros de quejas y sugerencias. A través de ellos los productos debían adaptarse al paladar del cliente, en un juego de ida y vuelta de información y adecuación. La empresa comenzó con un plantel de 5.000 vacas, entre Holstein, Suizas y Durham. En 1890 el Dr. Rafael Herrera Vegas había comprado para Casares vacas y toros de pedigrí en Holanda (Holstein o frisonas en su mayor parte), las que se fueron cruzando con las ya existentes Durham. Sólo más tarde y con el correr del siglo XX se irían imponiendo las holando-argentino, con genética

procedente de los Estados Unidos. Casares se esmeró en capacitar a peones y empleados para detectar animales enfermos, marginarlos, seleccionar y estudiar las razas y los ejemplares más rendidores, con el constante asesoramiento del veterinario Herrera Vegas.

Al principio fueron suficientes los tambos que se encontraban dentro de la estancia. Muy pronto, hubo que salir a comprar leche producida por establecimientos de la zona. El consumo así lo demandaba. Los tambos eran limpios, y contaban con heladeras para refrigerar la leche, la que se vertía en el interior de unos tarros modelo sueco que eran lavados todos los días, luego de vaciados en la usina principal. Los tamberos debían usar una blusa blanca y lavarse constantemente las manos, otro tanto hacían con las ubres de las vacas, utilizando jabón y cepillo, además tenían que fijar la cola de los animales antes de comenzar la labor de extracción. Con prontitud, se la transportaba de los tambos –llegaron a operar más de 40 sólo en el interior de la estancia–, a la usina central por medio de carros toldados, para ser higienizada –en un comienzo, luego pasteurizada–, envasada y enviada a Buenos Aires por medio del ferrocarril. El proceso de higienizado se hacía por el sistema alemán de la firma berlinesa Balle, tamizándose por medio de platos metálicos agujerados superpuestos con arena adentro (Larguía, 1897: 65).

La Martona transportaba la mercadería en vagones frigoríficos, los que soportaban mejor el derretimiento de los hielos existentes entre tarros lecheros permitiendo conservar la leche a una temperatura no mayor a los 10 grados centígrados. Una vez llegados los vagones a Buenos Aires (terminal Constitución), de allí se distribuían los tarros directamente a los distintos despachos de venta. Estos comercios –20 sucursales hacia 1897– fueron descritos por un contemporáneo con notable precisión:

...un piso de mosaico que forma una superficie lisa, unida e impermeable. Perfectamente ventiladas. Las paredes están revestidas de mármol y mosaico hasta la altura de dos metros y medio. El resto de las paredes y cielorraso están pintados de manera que puedan lavarse fácilmente. Los muestrarios son de cristal y los mostradores de mármol. El despachante de estas casas está obligado a vestir un traje blanco y a cumplir un reglamento que lo obli-

ga a no fumar, que le impide hacer reuniones, recibir visitas, vender una *gota de leche* que por cualquier causa resulte alterada. La leche es conducida de la estación Constitución en carros de la empresa a Las Martonas. En éstas se analiza nuevamente tarro por tarro, se recibe la que resulta en estado normal y se deposita de la manera que hemos indicado. La Martona tiene un número considerable de inspectores que toman constantemente muestras de la casa de venta, la analizan y comprueban si la leche tiene el mismo tipo de gordura que cuando se recibió. Tiene además una policía secreta, desempeñada por inspectores desconocidos de los empleados, que vigilan si éstos cumplen las prescripciones del reglamento, y si cumplen las reglas de higiene y de verdad que son la divisa de esta gran empresa (Arata *et al.*, 1901: 54-55).

Toda la leche que se vendía en sus locales cumplía los más rigurosos criterios de higiene, aligerando la labor de la Asistencia Pública, pero por sobre todo, logrando que la leche se transformara en una bebida habitual, relativamente popular, cotidiana y accesible. El precio por ese logro fue alto. La empresa estuvo a punto de zozobrar en más de una oportunidad, con enormes pérdidas en sus primeros años de vida. Además, “las sumas de dinero empleadas casi inútilmente en ensayar procedimientos y máquinas, que muchas de ellas no daban resultados [llevarían a Casares a sostener] un negocio que durante mucho tiempo no dejaba utilidades” (Larguía, 1897: 3). La Martona significó una verdadera revolución en el sector lácteo: desde sus novedosas formas de producción, hasta las innovadoras maneras de distribución, venta y consumo. No obstante, para consolidar su situación debió dar un salto hacia adelante, ampliar su fábrica, ofrecer mayor variedad de productos e introducirse en un mercado que paulatinamente se estaba habituando a los cambios que la nueva oferta invitaba a consumir.

De la expansión y afianzamiento de La Martona hasta la muerte de Casares

La crisis que se desató en 1890 acompañó los primeros años de La Martona. Además de los problemas institucionales y económicos que mencionamos

anteriormente, la crisis fue desencadenante de un nuevo clima social al constatare una caída en las posibilidades de desarrollo económico que hasta el momento habían sido pujantes. En este sentido, es significativo advertir que la balanza de inmigración dio negativa por primera vez en esos años. El clima social se enrareció y el consumo interno comenzó un proceso de retracción. De este modo, el nacimiento de La Martona tuvo que sobreponerse a este inconveniente que trascendía a la propia empresa. Sin embargo, con cierta dosis de tenacidad y capital acumulado Casares pudo sobreponerse a este difícil contexto de la economía nacional sobrellevando la crisis de los primeros años de la compañía.

Una vez superada esta etapa llegó el momento de la consolidación que habíamos anunciado. Así, en 1897 comenzó un nuevo período de inversiones cuando tomó forma la segunda usina donde se comenzaron a efectuar procesos productivos con mayor complejidad como fue el caso de la homogeneización de la leche. La empresa se conformó como sociedad anónima, aumentaron los volúmenes de venta y se generaron nuevos productos, lo que le valió el reconocimiento local pero también internacional puesto que recorrieron las instalaciones toda una serie de visitantes ilustres.

La nueva fábrica se construyó junto a la actual estación Vicente Casares, donde el ferrocarril tenía un desvío hacia el interior de La Martona. De este modo, los relucientes vagones frigoríficos entraban y se posicionaban inmediatos al depósito nuevo para ser cargados sin recorrer trayectos que pudiesen modificar la temperatura de la leche que se envasaba en tarros de diseño sueco (Casares, 1965:149).

Entre las instalaciones se contaba con una fábrica de hielo para abastecer tanto al depósito como al tren que llevaría la mercadería hacia Constitución. El sector de mantequería tenía cuatro batidoras centrífugas que realizaban 1.400 kg. de manteca por día, los que eran embalados en cajones o en porcelana en el departamento de envase (Bernardes, 1902:127). Además, se distinguían el laboratorio de análisis de la leche recibida y la usina para la preparación de la leche maternizada.

Los filtros que atravesaba la leche eran lavados y esterilizados en un pabellón especial para asegurar la correcta purificación y el control de los

procesos asépticos. Un informe de la época, realizado por especialistas, señalaba que “las condiciones higiénicas de esta usina son insuperables y su funcionamiento no deja nada que desear” (Arata-Aráoz Alfaro- Piñero- Even, 1901:44). Otro retrato de un visitante indicaba que “a causa de las maquinarias y procedimientos necesarios para llegar al ideal en la limpieza de los envases y asepsia general, sale costando la higiene de la leche, más que la misma leche” (Bernardes, 1902: 122).

Finalmente, en el primer piso, se ubicaba el departamento de pasteurización. Un procedimiento que no se efectuaba a la totalidad de la leche puesto que había otras alternativas de tratarla no menos efectivas. Así, en 1900 la empresa tomó como norma industrial su homogenización. Se trataba de un procedimiento mediante el cual se modificaban los caracteres físicos de la leche al pasarla con gran presión y a una temperatura fija por pequeñas cavidades para que luego impactase con un material sólido de forma tal que los glóbulos grasos se desmenuzaban y se volviesen de un tamaño uniforme. En términos prácticos la leche tenía mejor apariencia, mayor digestibilidad y fundamentalmente excelente sabor. Esta tecnología había sido patentada en Francia en 1899 por un conocido ingeniero llamado Auguste Gaulin luego de una década de ensayos. Casares tuvo una serie de entrevistas con él, hizo pruebas concretas y apenas un año después del patentamiento –en 1900– importó una primera máquina homogenizadora a Buenos Aires. En 1903 llegó la segunda, con la particularidad que en ese momento sólo había cinco en todo el mundo.

La nueva inversión que significaba la puesta en funcionamiento del flamante edificio era correspondida por el consumo y la venta de leche que tuvo una notable evolución. La Martona pasó de vender casi 700.000 litros en 1891 a cerca de 17.000.000 en 1898, con una gran tasa de crecimiento (Véase cuadro 1).

Otra marca distintiva de la etapa de consolidación que se estaba viviendo se pudo observar a partir del inicio de un camino de diversificación productiva. La Martona era reconocida por la venta de leche fluida, de manteca y en menor medida de quesos, pero había llegado el tiempo de ofrecer al mercado nuevos productos.

Cuadro 1. Evolución de la venta de leche de La Martona

Año	Litros	% Crecimiento Anual
1891	687.846	-
1892	2.132.725	210%
1893	3.430.872	61%
1894	4.336.813	26%
1895	12.833.368	196%
1896	13.435.034	5%
1897	15.416.990	15%
1898	16.857.211	9%

Fuente: Elaboración propia en base a Arata et al., 1901, p. 65.

En 1902 fue el turno del dulce de leche y en 1907 del yogur. El primero era conocido en las mesas porteñas puesto que se trataba de una receta antigua. Basándose en esas tradicionales maneras de confeccionarlo la empresa comenzó una serie de experimentaciones que llegaron a buen término con un proceso industrial de fabricación en las instalaciones para la producción de leche condensada. En cuanto al yogur, se contactó al biólogo francés y futuro Premio Nobel Iliá Méchnikov para que brindara su asesoramiento. Méchnikov, que era discípulo de Louis Pasteur, creía que los microbios existentes en la leche ácida ayudaban en el proceso digestivo incluso prolongando la vida de las personas. En 1908 comenzaron las ventas de la “leche cuajada”, como se denominaba por entonces al yogur, pero no tuvo una recepción entusiasta de parte de los porteños. Un producto que tuvo mejor acogida fue la leche maternizada. Con su producción se fueron dejando atrás las épocas en que las “amas de leche” reemplazaban a las madres naturales (Bernardes, 1902: 122). Fue tal la importancia de la leche maternizada que el doctor Antonio F. Piñero le escribió una carta a Casares agradeciéndole por la posibilidad que había brindado a los niños de acceder a un producto de calidad e higiene en su primera infancia. En sus propias palabras, La Martona se había constituido en “la gran nodriza de esta Capital” (Arata-Aráoz Alfaro- Piñero- Even, 1901: 184). En igual sentido de reconocimiento, Piñero señalaba que: “Las Martonas son un modelo

higiénico como casas de venta de leche, superiores a las similares que existen en las principales ciudades de Europa: Londres, Berlín o París” (Arata-Aráoz Alfaro- Piñero- Even, 1901: 55).

Esta apreciación de la pulcritud y prolijidad de la firma sobrepasaba la esfera de especialistas e higienistas. La clase dirigente argentina no dudó en ubicarla como escala obligada en los recorridos de aquellos personajes ilustres a quienes se quería demostrar que el país se encontraba en la vanguardia del desarrollo y del progreso tanto económico como social. En ocasiones las comitivas llegaban en tren hasta la propia empresa, como sucedió con el caso de la visita del presidente brasileño Campos Salles, el 30 de octubre de 1900. El mandatario recorrió el establecimiento con la guía del mismo Vicente L. Casares quien le indicó las particularidades de cada sector. En los años que siguieron también recorrieron la fábrica Pedro Montt, Georges Clemenceau, Charles de Gaulle y otros personajes destacados como José Ortega y Gasset, Jérôme Carcopino, Ramón del Valle Inclán y Rubén Darío.

La impresión que se llevaban los visitantes era altamente positiva. Jules Huret anotó en su viaje por nuestro país la grata sorpresa que le había causado la fábrica puesto que por ignorancia creía hasta entonces “que las organizaciones modernas, absolutamente perfectas, debían ser raras o escasear en la Argentina” habiéndose convencido que “debían contentarse allí con las apariencias de las cosas y que el rigor de las prescripciones higiénicas y de las leyes de sanidad eran patrimonio de Europa y también de los pueblos del Norte” (Huret, 1913: 230). En el mismo sentido, Carlos Pellegrini señalaba que había conversado en enero de 1899 en Europa con Edmond Nocard –uno de los discípulos de Pasteur que visitó la Argentina–, y que le había oído decir “que después de haber visitado todas las lecherías y fábricas de manteca de Holanda, Suecia y Dinamarca no había ninguna mejor ni más completa que La Martona” (Casares, 1965: 142).

En esta segunda etapa se terminó de definir la inclinación de La Martona por la raza Holando que mencionamos anteriormente. En 1905 la empresa comenzó a producir leche sólo con esta raza bovina. El mejoramiento y la especialización generaron una marca propia que sería conocida como

Holando-Martona (Busso, 2013: 170). En 1900 La Martona se convirtió en Sociedad Anónima. Vicente L. Casares fue su primer presidente y los estatutos estuvieron redactados nada menos que por Carlos Pellegrini, quien actuó como vicepresidente de la nueva sociedad. Entre los bienes figuraban la propia estancia, la fábrica central y las filiales descremadoras de Cañuelas, Tristán Suárez y Uribelarrea. Además de la explotación industrial se anotaban entre sus objetivos la crianza de vacunos, yeguarizos y porcinos, estos últimos se alimentaban con el suero que se obtenía como descarte una vez realizado el proceso de desnatado (Casares, 1965: 156).

De este modo se sentaron las bases para el desarrollo de la principal empresa láctea argentina de la primera mitad del siglo XX. Cuando falleció Vicente L. Casares en 1910 La Martona ya se había consolidado como la más importante compañía de su rubro en el país. Con la ausencia de Vicente L. se hizo cargo de la dirección su hijo, Vicente R., con nuevo ímpetu pero con otros desafíos y dificultades que aparecerían en el horizonte de un país fluctuante.

Conclusión

Las inquietudes que llevaron a Vicente L. Casares a crear una empresa láctea reconocida de primer nivel mundial son difíciles de jerarquizar o enumerar en forma concluyente. Hemos recapitulado su vida social y política para determinar la importancia de sus antecedentes familiares y relacionales en su rol como transformador de la lechería moderna. Quizás lo más interesante en estas conclusiones sea apreciar la versatilidad que tenía el propio Casares para imaginar un horizonte de desarrollo en un rubro prácticamente desconocido en nuestro país como era la industria láctea. De este modo, la creación de La Martona tuvo que integrar verticalmente toda la cadena productiva para lograr un desarrollo óptimo evitando la dependencia de servicios que en algunos casos eran inexistentes y en otros obsoletos en cuanto a las medidas de higiene que se querían desarrollar. Además, constituyó una industria que generaba eslabonamientos hacia delante

valorizando la producción primaria pero también –diferenciándose de otras– apostando a un mercado interno en pleno crecimiento.

En algunas ocasiones, el espacio que ocupó La Martona se correspondió con tareas que eran paralelamente –y de forma deficiente– atendidas por el Estado. Quizás la mayor constancia de esta aseveración se pueda registrar a partir de la creación del cuerpo de inspectores internos de la propia empresa que, como afirmamos, recorrían los despachos buscando detectar irregularidades para aplicar sanciones y enmendarlas.⁹ Estas labores y responsabilidades que cumplimentó La Martona resaltan el legado de Vicente Casares como un empresario con una visión integral de la sociedad.¹⁰ De todos modos, su eficaz desempeño por la perfección higienista de su establecimiento, que le sirvió como estandarte y publicidad, también pudo redundar en un mayor beneficio económico, aunque los costos materiales por lograr ese nivel de profilaxis y pulcritud fueron muy considerables.

Para finalizar, nos parece atinado advertir que la cosmovisión del mundo rural que se generaba a partir de la experiencia de La Martona pudo haber obrado como una variable significativa en el cambio de paradigma que se fue gestando en la cultura argentina finisecular dejando atrás la premisa sarmientina que ubicaba al campo y sus medios de vida y producción como sinónimos de barbarie para constituirse en el sendero y faro del desarrollo económico y social del país. Sin dudas, el diseño de la economía que fue conocido como modelo agroexportador fue vital para pensar al campo a modo de puntal del desarrollo económico. Igualmente, no parece menor el complemento que suponía el ideario de pulcritud y responsabilidad que transmitía La Martona, considerablemente opuesto al imaginario de la vida agreste que imperaba en el sentido común hasta ese entonces. De este modo, la Argentina del Centenario se presentaba como un país rural pero de vanguardia, una síntesis cuyo emblema podía ser la empresa fundada por Vicente L. Casares dos décadas atrás.¹¹

- 1 Entre la que podemos encontrar tanto obras como artículos de historiadores muy reconocidos en ese rubro, verbigracia: Carmen Sesto, Roy Hora, Osvaldo Barsky, Julio Djenderedjian y otros autores.
- 2 Considerando el alto precio que se pagaba en la plaza porteña, los hermanos Roberston impulsaron en la década de 1820 la creación de un establecimiento en la actual zona de Lavallol donde un grupo de inmigrantes de las islas británicas, entre los que se destacaban las mujeres escocesas, se dispondría a la actividad tambera y a la fabricación de manteca. El establecimiento se llegó a materializar bajo el nombre de Santa Catalina y sus ventas fueron relativamente exitosas pero no pudo sobreponerse a los saqueos que abundaban en la campaña en tiempos de disputas entre federales y unitarios. Véase Ostrowski (s/f) y Djenderedjian (2008:224 y ss).
- 3 Este proyecto lo rastreamos a través de la prensa. Se dio a fines de 1831, cuando un anuncio de La Gaceta Mercantil señalaba: “LECHE PURA Y BARATA. DESDE el Domingo 4 del presente, saldrá por las calles vendiendo leche pura un carrito colorado, llevando por señal una bandera blanca. La leche estará en vacijas con llave para que no pueda ser adulterada por el conductor.” Sin embargo no perduró y una semana más tarde se anunciaba que habría leche pura para la venta, a todas horas, “en la casa de habitación del dueño del carro de nueva invención que tiene por señal una bandera blanca y campañillas...”. *La Gaceta Mercantil*, 6 de diciembre de 1831.
- 4 La medida que anulaba la posibilidad del traslado a caballo se fundaba en “evitar su alteración por el sacudimiento consiguiente”. “Memorias de la Municipalidad de Buenos Aires”, Buenos Aires, Año 1892. Previamente encontramos toda una serie de leyes que no se cumplieron en el momento de su sanción. En este sentido, ya en 1856 una ordenanza establecía fuertes multas a los lecheros que adulteren la leche. Ver Barberis, s/f.
- 5 Al respecto, son repetidos los lamentos por esta situación que llevaba a “hacer venir de afuera mucho de lo que el país podría producir abundantemente” (Sociedad Rural Argentina, 1885: XIX, 422-423).
- 6 Véase Oficina de estadística de Córdoba (1888); Perkins (1864:38-41) y Beck-Bernard (1872).
- 7 Durante todo este período fueron recurrentes los avisos en los periódicos que ofrecían o solicitaban los servicios de un “Ama de leche”. Por ejemplo se podía leer: “Una famosa Ama de Leche, recién llegada de Cordova, mandada á esta por encargue, y trae todas las recomendaciones necesarias. El que la necesite ocurra á la calle de la Florida No. 4”. “Se Necesita, Una Ama de Leche para un niño de cinco ó seis meses, robusto, y que toma alimentos; por lo que se hace menos penosa su crianza. Calle de Cuyo No. 162”. Respectivamente: *La Gaceta Mercantil*, 24 de mayo de 1825 y *La Gaceta Mercantil*, 14 de junio de 1825.
- 8 En la exposición de la Sociedad Rural de 1886 se mostró la primera desnatadora y un tiempo más adelante encontramos registros de la posibilidad de adquirir los nuevos produc-

- tos a través de casas importadoras como la de Miguel Lanús, que exhibían productos daneses y norteamericanos (Sociedad Rural Argentina, 1890:649-650).
- 9 Es interesante recordar que hacia la década de 1960, *La Serenísimas*, una empresa de lácteos que comenzaba a ubicarse entre las más destacadas del sector, generó un propio cuerpo de “policías” y espías. Estos agentes tenían la labor de descubrir quienes adulteraban los envases de la empresa por medio de maniobras que incluían el vaciado en los hogares y su posterior llenado en otras usinas o tambos o la falsificación de las tapas (Entrevista personal de los autores a Pascual Mastellone, fundador de la empresa, realizada el 6 de octubre de 2010).
 - 10 Las discusiones sobre las características de los empresarios argentinos de este período han ocupado el centro de los debates historiográficos. Las tesis de Jorge Sabato han postulado un empresariado con inversiones diversificadas en varias actividades, con mentalidad prioritariamente comercial y financiera antes que productiva, con poca inversión en capital fijo y numerosos activos líquidos. Estas características habrían sido fundamentales para estos autores para explicar el fracaso del desarrollo económico argentino. Sin embargo no han faltado las críticas a estos postulados fundados básicamente en la heterogeneidad de casos concretos como así también en la ponderación de otros actores (incluido el Estado) a la hora de analizar los problemas del desarrollo económico. En este artículo retomamos un caso, el de Vicente L. Casares que, en primera instancia y considerando el establecimiento de La Martona, no parecería amoldarse a los presupuestos de Sabato aun cuando tenga activos diversificados. Un resumen de estas discusiones puede leerse en Barbero, 2006.
 - 11 Estas ideas que representan al Centenario sin dudas fueron fundamentales para generar una reciente identificación entre los sectores que defienden los intereses rurales y la celebración del primer siglo de la Revolución de Mayo.

REFERENCIAS

- A.A.V.V., 2002, *Los vascos en la Argentina, familias y protagonismo*, Buenos Aires: Fundación vasco argentina Juan de Garay.
- Arata, Pedro N. y Juan A. Boeri, 1899, *Informe de la segunda Subcomisión*.
- Arata, Pedro N., Guillermo Aráoz Alfaro, Antonio Piñero y Víctor Even, 1901, *Comisión de estudio de la alimentación por la leche*, Buenos Aires: Intendencia Municipal.
- Archivo General de la Nación, 1875, Sucesiones, Vicente A. Casares y Murrieta, leg. 5083.
- Archivo General de la Nación, 1894, Carta de V. L. Casares a L.V. López, Sala VII, fondo Los López, leg. 5670.
- Archivo General de la Nación, 1895, Segundo Censo Nacional.
- Archivo General de la Nación. Sucesiones, Vicente Eladio Casares, leg. 5258.

- Barberis, Susana, s/f, “Curiosidades de la inspección de alimentos en Buenos Aires durante el siglo XIX”, *Albeitería Argentina*, publicación argentina de la historia de la veterinaria, Año V, N. 9.
- Barbero, María Inés, 2006, “La historia de empresas en Argentina: trayectoria y temas en debate en las últimas dos décadas”, en Jorge Gelman (comp.), *La historia económica argentina en la encrucijada. Balances y perspectivas*, Buenos Aires: AAHE-Prometeo.
- Beaumont, Joseph, 1957, *Viajes por Buenos Aires, Entre Ríos y la Banda Oriental (1826-1827)*, Buenos Aires: Solar-Hachette.
- Beck-Bernard, Charles, 1872, *La République Argentine. Manuel de l'émigrant et du cultivateur*, Berne: Imprimerie J. Allemann.
- Bernardes, Manuel, 1902, *Tambos y rodeos (crónicas de la vida rural argentina)*, Buenos Aires: Argos.
- Bilbao, Manuel, 1883, *Vindicación y memorias de don Antonino Reyes*, Buenos Aires: Imprenta del “Porvenir”.
- Biraben, Alfredo, 1890, en *Anales de la SRA*, N° XXII, 532-536.
- Bullrich Casares, Guillermo, 2009, Entrevista realizada en noviembre.
- Busso, Bernardo, 2013, “Desarrollo del Holando Argentino en el siglo XX”, en Gómez y Zubizarreta, Op. Cit., pp. 170-173.
- Casares, Miguel, 1965, *Vidas consagradas*, Buenos Aires: Talleres de la Compañía Impresora Argentina.
- Cutolo, Vicente Osvaldo, 1968, *Nuevo diccionario biográfico argentino (1750-1930)*, Buenos Aires: Elche.
- Daireaux, Emile, 1888, *Vida y costumbres en el Plata: la sociedad argentina*, Buenos Aires: F. Lajouane.
- Demaría, Enrique B., 1896, *Consideraciones higiénicas sobre la leche y la lactancia*, Tesis doctoral, Universidad de Buenos Aires.
- Djenderedjian, Julio, 2008, *La agricultura pampeana en la primera mitad del siglo XIX*, Vol. 4 de la colección *Historia del capitalismo agrario pampeano*, Buenos Aires: Universidad de Belgrano/Siglo XXI.
- Ferrero, Roberto A. y B. F. Fermín Cravero, 1983, “El descubrimiento de la buena leche. Los comienzos de la industria lechera argentina”, *Todo es Historia*, N° 196, septiembre.
- Gómez, Alejandro, 2011, *Creador de riqueza. Emprendedores que cambiaron nuestras vidas*, Santiago: Instituto Democracia y Mercado.

- Gómez, Fernando e Ignacio Zubizarreta, 2013, *Una historia de la lechería argentina, desde la colonia hasta nuestros días*, Buenos Aires: Editorial Inforcampo.
- Head, Francis Bond, 1986, *Las pampas y los Andes*, Buenos Aires: Hyspamérica.
- Helguera, Dimas, 1893, *La producción argentina en 1892. Descripción de la industria nacional, su desarrollo y progreso en toda la República*, Buenos Aires: Editores Goyoaga y Cía.
- Hora, Roy, 2003, *Los terratenientes de la pampa argentina. Una historia social y política, 1860-1945*, Buenos Aires: Siglo XXI.
- Hora, Roy, 2009, “Los grandes industriales de Buenos Aires: sus patrones de consumo e inversión, y su lugar en el seno de las elites económicas argentinas, 1870-1914”, *Anuario IEHS*, N° 24, pp. 307-338.
- Huret, Jules, 1913, *La Argentina: de Buenos Aires al Gran Chaco*, París: E. Fasquelle.
- Iriani Zalakain, Marcelino, 2000, “*Hacer América*”. *Los vascos en la pampa húmeda, Argentina (1840-1920)*, Bilbao: Universidad del País Vasco.
- Larguía, Eduardo T., 1897, *La industria lechera en la provincia*, La Plata.
- Llanos, Julio, 1911, *La cuestión agraria*, La Plata: Taller de Impresiones Oficiales.
- Losada, Leandro, 2009, *Historia de las elites en la Argentina. Desde la Conquista hasta el surgimiento del peronismo*, Buenos Aires: Sudamericana.
- Moncaut, Carlos, 1958, “Recuerdos del tiempo de antes: Tambos y Vascos”, *El Día*, 2 de mayo.
- Moya, José C., 2004, *Primos y extranjeros: la inmigración española en Buenos Aires, 1850-1930*, Buenos Aires: Emecé.
- Oficina de Estadística de Córdoba, 1888, *Las colonias de la provincia de Córdoba en el año 1887*, Buenos Aires.
- Ostrowski, Jorge E. B., “La Colonia escocesa de Santa Catalina y la producción de leche y manteca”, en *Albeitería Argentina, publicación argentina de la historia de la veterinaria*, Año I, N°1.
- Perkins, William, 1864, *Las colonias de Santa Fe. Su origen, progreso y actual situación*.
- Ramos Mexía, Ezequiel, 1932, *En Memoria del Señor Don Vicente L. Casares, presidente fundador del Banco de la Nación Argentina. Discursos pronunciados en la inauguración del monumento erigido en la Casa Central*, Buenos Aires, Comisión Nacional.
- Rivera Astengo, Agustín, 1941, *Carlos Pellegrini, 1846-1906, Obras*, Vol. 2, Buenos Aires: Ed. Jockey Club de Buenos Aires.
- Sabato, Hilda, 2012, *Historia de la Argentina (1852-1890)*, Buenos Aires: Siglo XXI.

- Sabato, Jorge, 1988, *La clase dominante en la Argentina moderna*, Buenos Aires: Cisea/Grupo Editor Latinoamericano.
- Sáenz Quesada, María, 1980, *Los Estancieros*, Buenos Aires: Editorial de Belgrano.
- Sesto, Carmen, 2005, *La vanguardia ganadera bonaerense (1856-1900)*, Vol. 2 de la colección *Historia del capitalismo agrario pampeano*, Buenos Aires: Siglo XXI y Universidad de Belgrano.
- Sociedad Rural Argentina, 1885, *Anales*, Volumen XIX, Buenos Aires.
- Sociedad Rural Argentina, 1890, *Anales*, Volumen XXII, Buenos Aires.
- Wilde, José Antonio, 1960, *Buenos Aires desde setenta años atrás*, Buenos Aires: Eudeba.
- Zeballos, Estanislao, 1896, *La concurrencia universal y la agricultura en ambas Américas*, Buenos Aires: Peuser.