

Del surgimiento a la consolidación de un nuevo comercio: la venta de combustible en Mendoza durante la década de 1920.

Enrique A. Timmermann

Estudios del ISHiR, 24, 2019. ISSN 2250-4397

Investigaciones Socio Históricas Regionales, Unidad Ejecutora en Red – CONICET

<http://revista.ishir-conicet.gov.ar/ojs/index.php/revistaISHIR>

Artículo/Article

Del surgimiento a la consolidación de un nuevo comercio: la venta de combustible en Mendoza durante la década de 1920.¹

Enrique A. Timmermann²

Resumen

La provincia de Mendoza tiene una historia petrolera de más de 120 años en toda su cadena de valor. Sin embargo, esta larga experiencia no ha sido en su mayoría estudiada y por ende el objetivo principal de este trabajo es analizar un aspecto de esa historia: los primeros pasos en la destilación del petróleo y la comercialización de la nafta durante la década de 1920. Para ello mostraremos las actividades privadas llevadas a cabo por incipientes empresarios que buscaban insertarse en un mundo económico dominado por la producción vitivinícola. Específicamente, cómo se daba la venta de combustibles, la regulación del Estado y la concentración del mercado por las grandes empresas petroleras.

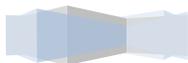
Palabras clave: Mendoza; destilación; nafta; comercio; década 1920.

From the emergence to the consolidation of a new trade: the sale of fuel in Mendoza during the 1920's

Abstract

The province of Mendoza has an oil history of more than 120 years in its entire value chain. However, this long experience has not been mostly studied and therefore the main objective of this work is to analyze an aspect of that history: the first steps in the distillation of oil and the marketing of gasoline during the 1920s. For this we will show the private activities carried out by incipient businessmen who sought to insert themselves in an economic world dominated by wine production. Specifically, how was the sale of fuels, the regulation of the State and the concentration of the market by the big oil companies..

Keywords: Mendoza; distillation; gasoline; trade; 1920's.



¹ Una versión preliminar de este trabajo fue presentado en la VI Jornadas de Historia de la Industria y los Servicios. Agradecemos los valiosos aportes de Ángel Cerra y Susana Yazbeck.

²Instituto de Historia Americana y Argentina/Facultad de Filosofía y Letras de la Universidad Nacional de Cuyo. Correo electrónico: enriqueatimmermann@gmail.com

Introducción

La nafta (denominación en Argentina de gasolina) es una mezcla de hidrocarburos que se obtiene del petróleo por destilación fraccionada y se utiliza como combustible en motores de combustión interna con encendido por chispa convencional o por compresión (Dies Otto). Posee una densidad de 680g/l, y en un primer momento tenía una coloración amarillenta. Luego con métodos más perfeccionados de purificación fue modificando su coloración a azul y/o verde.

Es sabido que Argentina, hacia la década del '20, era una importante consumidora de derivados del petróleo. Basta citar como ejemplo el caso de Francia, que durante 1921 consumió 800 mil toneladas con 44 millones de habitantes, mientras que nuestro país consumió la misma cantidad pero con 9 millones de habitantes (Brady, 1923). El consumo principal de derivados del petróleo era la gasolina para los motores a combustión, el kerosene para iluminación y calefacción, los aceites lubricantes para los motores de los autos y máquinas agrícolas y el fuel oil para las locomotoras de los trenes.

Mendoza no era ajena a esta situación, la década de 1920 fue el momento histórico de entrada de la mayoría de agencias de autos (Studebaker, Fiat, Buick, Chrysler, Hupmobile, etc.) que se sumaron a Ford y Chevrolet que se vendían desde la década de 1910. La entrada del transporte a combustión cambió la fisonomía de la calle mendocina, que también tuvo que adecuarse con el hormigonado y/o asfaltado de sus arterias.

En efecto, en la década de 1920 la población comenzó un proceso de adquisición de nuevos productos, en este caso automóviles que modificaron la forma de transportarse de las personas. Estos nuevos formatos de movilización requerían de los derivados de petróleo para funcionar. Es así que se dio el ingreso de las comercializadoras de combustible.

El presente trabajo, tiene por objetivo conocer cómo replicaron esas tendencias en el caso local-regional, para lo cual, en concreto, se reconstruye el proceso de comercialización de ese bien. En este sentido, se muestra, principalmente, cómo fue la lucha por el control de la venta de combustible entre YPF y la West Indian Oil Company (Wico) en la ciudad de Mendoza.

Reconstrucción que cobra especial interés puesto que los primeros intentos de producción local-regional de derivados del petróleo fueron modestos, en el sentido que no resultaba suficiente –y quizá tampoco de calidad- para abastecer al creciente mercado local, dinamizado sobre todo por la compra de automóviles. En relación con esto, entonces, se reconstruye la cadena de comercialización y distribución de nafta en la Ciudad de Mendoza, y los agentes –foráneos y locales- que la conformaron. Si bien trabajamos un área geográfica acotada, esta por su cantidad de población era la más densa de la provincia y la que mayor cantidad de automóviles tenía.

Para centrarnos en el análisis de comercialización de la gasolina en la Ciudad de Mendoza lo abordamos bajo un enfoque microhistórico y territorial, pues se detectan los puestos de ventas en la Ciudad Capital de la provincia y su

Del surgimiento a la consolidación de un nuevo comercio: la venta de combustible en Mendoza durante la década de 1920.

distribución, así como a quién les pertenecía. Si bien la Ciudad de Mendoza era la cuarta consumidora a nivel nacional de nafta, la enmarcamos como un circuito menor (Moyano, 2015) con respecto al volumen total de ventas en la Argentina. En función del crecimiento constante de este nicho del mercado y la llegada de capitales extraregionales para abastecerlo, surgen interrogantes acerca de la existencia de mecanismos reguladores por parte del Estado. A su vez, qué acciones llevó el Estado para ampliar sus alicaídos recursos.

Tomamos como análisis la década de 1920 por dos motivos. El primero porque en 1920 solo había una marca de nafta, mientras que en 1930 eran cinco. Por tanto nos centramos en el proceso de disputa entre distintas firmas comercializadoras de combustible y la búsqueda por captar clientes ya sea por su posición geográfica o por el valor de venta de la nafta.

En segundo lugar, la década empieza con la venta de refinados en las concesionarias y algunas bombas para ir transformando los puntos de ventas en las estaciones de servicio a fines de 1920. Forma de venta que es la actual.

La historiografía regional-local y aún nacional, prácticamente carece de aportes sobre la problemática de refinación y comercialización de derivados del petróleo en el período aquí analizado. Un antecedente lo constituye el trabajo de Guevara Labal (1932) quien presenta una descripción sobre refinación, venta de nafta y surtidores. Por su parte Ospital (2002) desarrolla los cambios que produjo la introducción del automóvil entre 1920-1930, mientras Piglia (2012) documenta la relación entre el Automóvil Club Argentino e YPF con la instalación de estaciones de servicio durante 1930. Stratta (2013) hace un racconto sobre la historia de la refinación en Argentina desde un punto de vista técnico. Más allá de esto, es posible un diálogo con la literatura especializada sobre comercialización³ de otros bienes que nos brinda un sustento teórico para el trabajo.

Por último, Gadano (2006: 357-404) analiza la comercialización de combustibles pero sólo para la década del '30. Su trabajo muestra cómo el Estado intervino a favor de YPF. Así el gobierno de Justo no solo reguló la venta de combustible sino también los insumos necesarios: los surtidores.

Para insertarnos en la temática, primeramente mostraremos cómo evolucionó la destilación de petróleo para la producción de nafta a nivel nacional y cómo la provincia se articula al sector como consumidora, o nicho de interés. Seguidamente abordaremos la venta de combustible con los conflictos que ella produjo. Finalmente analizamos las acciones del Estado como fiscalizador y recaudador.

³ Señalamos entre otros a Rochi, F. (1998). "Consumir es un placer: la industria y la expansión de la demanda en Buenos Aires a la vuelta del siglo pasado". En: *Desarrollo Económico*, vol. 37, Nº 148, pp. 533-558. Lluch, A. (2015). *Las manos visibles del mercado. Intermediarios y consumidores en la Argentina*. Rosario, Prohistoria. Lluch, A. (2017). "Apuntes para una historia del comercio y la comercialización en Argentina. Actores, prácticas y regulaciones (1895-1930)". En Bandieri, S. *La historia argentina en perspectiva local y regional. Tomo 3 Nuevas miradas para viejos problemas*. Buenos Aires, Teseo, pp. 381-412.

La refinación de petróleo en Argentina y su distribución (1906-1931)

Desde 1906, Emilio Schiffner fue el primero en destilar petróleo en Argentina, en Campana (provincia de Buenos Aires), refinando materias primas importadas⁴. La primera destilación de productos argentinos se dio siete años después, en Comodoro Rivadavia, en donde se obtenían productos livianos para cubrir las necesidades de la zona (Strata, 2013: 92-93). A partir de entonces, fueron naciendo varias plantas destiladoras en todo el país, sin embargo, ninguna pudo refinar más que pequeñas cantidades para consumo local. Al destilar petróleo no sólo se obtenía nafta, sino otros productos que estaban encadenados en los hidrocarburos, como gas oil, asfalto, etc. La nafta obtenida era el resultado de un calentamiento moderado del petróleo, logrando un producto primario cuya calidad dependía del tipo de hidrocarburo. La cantidad obtenida también estaba en relación directa con la calidad del petróleo. Tiempo después YPF llamó a esta, nafta industrial y la utilizó como disolvente⁵.

En 1911 la planta refinadora de Campana fue comprada por la West Indian Oil Company (Wico), la mayor distribuidora de combustibles del país y subsidiaria de la Standart Oil de New Jersey, y cambió su denominación a “Compañía Nacional de Petróleo”. Tres años después colocó su primer surtidor en la Plaza Lorea, Capital Federal. Wico destilaba el petróleo que importaba desde México y otros países para luego vender los derivados en todo el país. Sus ventas cubrían el 90% de las necesidades argentinas, convirtiéndose prácticamente en una situación monopólica (Strata, 2013: 93). Desde este lugar, fijaba los precios minoristas de naftas y kerosene. Esta situación va ser muy importante en momentos de escasez del producto.

En diciembre de 1925 Yacimientos Petrolíferos Fiscales (YPF) inauguró la destilería de La Plata y comenzó a competir con productos nacionales a las ventas de la Wico. Luego de su asociación con el Automóvil Club Argentino (ACA) en 1936, YPF desplazó del predominio de venta de combustibles a la empresa norteamericana.

El otro gran competidor en la venta de derivados fue Anglo Mexican Petroleum Co. Ltda. (Shell). En 1931 construyó su planta destiladora en Dock Sud (partido de Avellaneda, Buenos Aires). Antes de esta fecha, Shell importaba la nafta que vendía en el país y la almacenaba en la misma localidad o en Puerto Galván.

4

⁴ La destilación es el proceso que se utiliza para llevar a cabo la separación de diferentes líquidos o sólidos que se encuentren disueltos en líquidos, o incluso gases de una mezcla, gracias al aprovechamiento de los diversos puntos de ebullición de cada sustancia partícipe, mediante la vaporización y la condensación. En cambio la *refinación* es la acción que se lleva a cabo para lograr que algo se purifique o se vuelva más fino, dejando de lado residuos y separando ciertas partículas. Por tanto en la industria petrolera primero nacieron las plantas destiladoras y luego las refinadoras con la complejización del motor a combustión. En este trabajo sin embargo utilizaremos el término indistintamente debido a lo comentado. Para ampliar la información puede consultarse a René Dubois (2005).

⁵ Si esta nafta provenía de petróleos con alto nivel de parafina, como los del norte de Mendoza, sus propiedades antidetonantes eran débiles. Esta puede ser una hipótesis de por qué no se extraía petróleo para la época de estudio en la provincia.

Del surgimiento a la consolidación de un nuevo comercio: la venta de combustible en Mendoza durante la década de 1920.

Hay que tener presente que el contexto internacional incidió en este sector. La Gran Guerra marcó un nuevo paradigma en la venta de combustibles. Esto se debió al rol estratégico que significó el petróleo en el conflicto mundial debido a la movilización de los distintos aparatos bélicos (barcos, tanques, submarinos, aviones, etc.). El contar con hidrocarburos y con su destilación significaba una preponderancia vital, por lo que los grandes países comenzaron a buscar reservas en todo el mundo. Si bien Argentina fue un país marginal (comparado con Venezuela por ejemplo) varias empresas internacionales buscaron posicionarse en el mercado explorador/explorador y refinador.

Por otra parte, hacia 1920 en Estados Unidos la industria de la petroquímica comenzó un proceso de perfeccionamiento en la refinación del petróleo, lo que se tradujo en la elaboración de gasolinas más puras. Se comenzó a elaborar una nafta obtenida por destilación destructiva de las fracciones pesadas del petróleo. Este producto resultó ser de naturaleza antidetonante cuya estabilidad térmica fue más elevada. A su vez este proceso de destilación redundó en una mayor cantidad de nafta obtenida, lo que se tradujo en un rendimiento mayor por metro cúbico de petróleo.

Este incremento cualitativo y cuantitativo fue una respuesta a las innovaciones tecnológicas en los automotores, que demandaban insumos más sofisticados. Lógicamente la mejora en las naftas fue producto de las innovaciones que se iban llevando a cabo en los mismos autos. Es decir, hubo una relación paralela entre el avance tecnológico automotriz y la refinación del petróleo. En la Argentina por ejemplo, era común para la época publicidades señalando la mejora en las naftas y por consiguiente el mejor andar en los automóviles, como también el menor consumo del combustible, como se ilustra en la figura 1 y 2.



Fig. 1 Publicidad de nafta. Fuente: , Diario Los Andes, 13 de marzo de 1921, Mendoza



Fig. 2 Publicidad de nafta. Fuente: Diario Los Andes, 06 de noviembre de 1924, Mendoza.

En esta coyuntura, Argentina se convirtió en uno de los principales mercados mundiales en venta de automóviles y por consiguiente en un gran consumidor de derivados del petróleo. Como puede observarse en el Cuadro N° 1, Argentina pasó de consumir 153 millones de litros de nafta a 900 millones, es decir que en ocho años las necesidades se quintuplicaron. Esto demuestra la importancia de los hidrocarburos en la década de análisis y como la industria fue creciendo vertiginosamente. En este sentido, y como señala Lluch (2010: 99-100), Argentina fue complejizándose y expandiendo su consumo de mercaderías, en este caso combustibles. Mendoza no fue ajena a todo este proceso tanto en la venta de combustibles como de automóviles, donde ocupó el cuarto o sexto lugar a nivel nacional, dependiendo el momento que estamos analizando⁶.

Cuadro N° 1: República Argentina. Consumo anual de combustible (1922-1930)
Fuente: *Boletín de Informaciones petroleras*

AÑOS	CONSUMO en litros
1922	153. 000.000
1923	203. 000.000
1924	269. 000.000
1925	344. 000.000
1926	429. 000.000
1927	564. 000.000
1928	689. 000.000
1929	810. 000.000
1930	900.000.000

Esto se complementó con un nuevo sistema de surtidores que filtraban impurezas en los combustibles y le mostraban al automovilista cuánto cargaba en sus vehículos. Los surtidores que se utilizaban en la Argentina eran de la marca *Wayne Pum Company* y a partir de 1923 se puede encontrar publicidades al respecto. Estas bombas en un primer momento comenzaron a ser importadas por Torcuato Di Tella. Luego, la misma empresa comenzó a fabricarlas en nuestro país, producto de un acuerdo comercial con la fábrica norteamericana (Di Tella, 1993). Finalmente, a partir de 1927 y mediante un contrato con YPF, los surtidores marca SIAM (que ya estaban presentes en Buenos Aires con otra marca), comenzaron a utilizarse para la venta de combustibles de la empresa nacional.

6

Podemos por tanto afirmar que en Argentina la venta de combustible era un negocio muy rentable. A su vez, el mercado se complejizaba por las innovaciones que se iban produciendo, tanto en la refinación como en la

⁶ Para ver las estadísticas sobre combustibles y automóviles, leer Guevara Labal (1932; 1936), Lluch (2010), etc.

Del surgimiento a la consolidación de un nuevo comercio: la venta de combustible en Mendoza durante la década de 1920.

tecnificación de los insumos de venta. Tres empresas fueron en la década de 1920 las que compitieron por este nicho comercial: Wico, Shell e YPF.

La refinación de combustibles en Mendoza

La industria de la refinación contó con dos antecedentes a nivel local. El primero fue Ramón Brunet quien tuvo una destilería de petróleo en Luján de Cuyo. Por su parte, Lucio Funes intentó la destilación de esquistos bituminosos en el distrito minero Papagallos, departamento de Las Heras.

Ramón Brunet (en algunas fuentes se lee Bennet) le había comprado a José Quillet en 1917 la destilería. Esta estaba situada enfrente de la estación de trenes de Luján de Cuyo y funcionaba con el mineral traído desde San Rafael, de la mina “Los Buitres”⁷. La destilación se hacía utilizando el método cracking. Tomando una tonelada de petróleo, podía obtenerse según Hileman (1921a: 348)

Nafta de 12 a 15%

Kerosene para iluminación de 10 a 20%

kerosene para motores de 60 a 70%

aceite para lámparas y aceite para motores de 5 a 10%

Resto convertido en coque para fundición (nunca mayor a 10%)

El costo de producción según el mismo autor era de \$ 30 por tonelada de petróleo. La venta de los refinados se realizaba en la propia destilería y solo abarcaba a los lugareños. La nafta llevaba el nombre de “América” y se vendía a \$ 0,35 el litro⁸.

La destilería entre 1920-1921 procesaba por mes unas cien toneladas de petróleo. Sin embargo, sus instalaciones tenían la capacidad de triplicar esta destilación. El motivo de la diferencia radicaba en la falta de materia prima debido a que no había prácticamente producción de petróleo en Mendoza para la época. El director de Minas, Petróleo y Geología de la provincia de Mendoza publicó en la Revista de Ingeniería Internacional una serie de trabajos promoviendo la inversión en la extracción de petróleo y en la ampliación de la destilería de Brunet.

Lamentablemente esta destilería sufrió un incendio que acabó con gran parte de sus instalaciones el 13 de setiembre de 1921. Las llamas destruyeron maquinarias y edificaciones por un valor de \$30.000 m/n, siendo necesarias varias dotaciones de bomberos para sofocar el siniestro⁹. No hemos encontrado

⁷ En un primer momento la destilería recibía petróleo de la mina “La Mendocina”, sin embargo por causas que no se han descubierto esta mina cesó su actividad y Brunet comenzó a comprar el mineral en San Rafael.

⁸ Diario *Los Andes*, 18 de agosto de 1920, Mendoza. Como puede observarse el precio de venta era mucho menor que el que comercializaba Wico para la época en la ciudad de Mendoza (ver cuadro N° 2). Esto demuestra las enormes ganancias de la empresa norteamericana.

⁹ Diario *Los Andes*, 13 de setiembre de 1921, Mendoza.

todavía si la empresa de Brunet continuó luego la refinación o fue desmantelada, pero marca la precariedad con que todavía se hacía el trabajo en Mendoza.

Ante el incendio de la destilería y la falta de inversiones en la extracción de petróleo y luego su destilación, los gobiernos radicales-lencinistas¹⁰ (1918-1928) intentaron promover a través de la Dirección de Minas, Petróleo y Geología la extracción y producción de esquistos bituminosos (Timmermann, 2016). El mismo director, Ingeniero Guillermo Hileman, publicó un libro sobre el tema, detallando las posibilidades y cómo otros países en el mundo extraían este mineral¹¹. Por caso, en Escocia se verificaban ejemplos exitosos.

La importancia de los esquistos y la riqueza de petróleo contenida en ellos, no fue solo tema de exposición de profesionales argentinos, sino también de expertos extranjeros que señalaron la abundancia del “*shale oil*” en Mendoza. En 1923 George Brady elaboró un informe para el Departamento de Comercio de Estados Unidos donde indicaba las ubicaciones de este tipo de mineral, su cantidad y calidad (Brady, 1923: 15).

En cuanto a la destilación producto de los esquistos bituminosos, y fruto de la promoción estatal hubo tres intentos industriales. Uno de ellos producto de los hermanos Vicente, Miguel y Antonio. Estos inventaron el “Extractor Argentino de Petróleo”, pero solo produjeron gas para alumbrado y kerosene¹². El segundo de los intentos de destilación de esquistos fue de la familia Corvalán, radicada en Santa Rosa, distante a 70 kilómetros de la ciudad de Mendoza. Su producción principal también era kerosene para iluminación.

Lucio Funes con su mina “La Atala”, fue quien más avanzó en la extracción y destilación de esquistos bituminosos. Instaló hornos de la marca Stalli (fabricación argentina, luego comprada por chilenos)¹³ y durante más de 9 meses logró una producción continuada de este mineral. Lamentablemente los altos costos y la falta de recursos impidieron continuar con la producción de destilado. Sin embargo, llegó a vender su pequeña producción a amigos y parientes.

En síntesis, la producción de petróleo a través de esquistos bituminosos, más allá de su carácter novedoso para la región, fue una experiencia que congregó a algunos empresarios locales pero que no lograron una producción sostenida en el tiempo que pudiera abastecer las demandas de un mercado urbano e industrial en expansión. En definitiva, en Mendoza para la década de 1920 se contaba con una sola posibilidad: la importación de nafta.

¹⁰ Para ver la historia de los gobiernos lencinistas en Mendoza puede consultarse a Rodríguez, Celso (1979). *Lencinas y Cantoni. El populismo cuyano en tiempos de Yrigoyen*. Buenos Aires, Ed. Belgrano.

¹¹ HILEMAN, Guillermo (1921b). *Petróleo de esquistos, su industrialización*. Talleres gráficos de la escuela Alberdi, Mendoza. El ingeniero en su libro pregonaba su producción. De hecho asistió a varios precursores locales que se iniciaron en la industria.

¹² Mendoza, diario *La Palabra*, 7 de octubre de 1920.

¹³ Mendoza, diario *Los Andes*, 04 de junio de 1923.

Del surgimiento a la consolidación de un nuevo comercio: la venta de combustible en Mendoza durante la década de 1920.

La venta de combustibles en Mendoza

a) El traslado del combustible

El mercado de combustible en Mendoza podría dividirse a grandes rasgos en cuatro grupos: para el consumo familiar, la iluminación pública, las industrias y los automóviles. El primer y segundo grupo utilizaban querosene, mientras que el tercero y cuarto necesitaban nafta o diesel oil. Los vehículos para uso urbano y doméstico, y eventualmente camiones que prestaban servicios para los sectores agroproductivos eran los que más gasolina consumían.

El combustible, que provenía en su totalidad de Buenos Aires, era transportado por el ferrocarril en vagones tanques que contenían 8.000 litros. Estos vagones tanques fueron adaptados especialmente por la empresa norteamericana Wico en 1917 debido al considerable aumento de sus ventas en los distintos puntos del país (Gadano, 2005: 88). Otra forma más modesta de transporte a través del ferrocarril era en tambores galvanizados con una capacidad de 200 litros, en tamborcitos de 50 litros o envasado en cajones de 38 litros.

Ya en la estación de arribo, camiones tanques trasladaban el combustible hasta los lugares de almacenaje de las importadoras. Luego las empresas repartían el producto a los distintos surtidores. Los vehículos trasladistas debían estar autorizados por el municipio para realizar esta actividad, y sólo los debían hacer en horario autorizado (de 6 a 8 y de 22 a 24)¹⁴. En el caso de la gasolina envasada, era el mismo comerciante el que buscaba el producto para venderlo en su negocio al menudeo.

Es interesante resaltar que no hemos encontrado en las fuentes consultadas quejas o reparos a los costos de traslado del combustible desde Buenos Aires. En efecto, los productores vitivinícolas, industria madre en Mendoza, constantemente resaltaban lo oneroso que era trasladar la mercadería a Capital Federal. No solo ellos, la prensa también alzaba su voz en ese sentido, indicando que el transporte de pasajeros también tenía tarifas abultadas. Según Alejandro Bunge (1930) el costo de traslado encarecía al producto en un 5%.

A su vez es interesante destacar que, el proyecto de Ley de Nacionalización del Petróleo del gobierno de Alvear (1926-27), no abarcaba al *downstream*. De hecho, las dos grandes compañías comercializadoras de combustible, Wico y Anglo Mexican, que veían resentidas sus acciones en el *upstream*, no formularon ninguna declaración sobre el punto. Una posible respuesta a ello fue que todavía la compañía estatal no tenía capacidad de competir en la refinación y venta de combustible y la problemática mayor estaba en la explotación de los hidrocarburos.

¹⁴ Municipalidad de Capital, Concejo Deliberante. *Ordenanza general de servicios e impuestos, N° 987, art. 25 y 26.*

b) Canales de comercialización

Inicialmente, la comercialización de combustible en la ciudad de Mendoza podía llevarse a cabo en las concesionarias de autos, que principalmente les vendían a sus clientes. Los precursores fueron C. Luján Williams y Jhon A. Walker.

Luego la oferta se amplió con la instalación de surtidores en la vía pública. Estos centros de expendios se extendieron en Mendoza hasta fines de la década de 1950 y en el último lapso de tiempo fue usado principalmente por los colectivos¹⁵. Además de los ya citados podemos nombrar a Posca Hnos, Bórmida y Badano, Arturo Santoni o Dante Civelli.

Hacia 1919 surgen los garajes, especializados en atender las múltiples demandas del mercado automotor: arreglo de motores, cambio de aceite y por supuesto provisión de combustible. Las bombas se encontraban en el interior del establecimiento. Un ejemplo representativo fue Garaje París que hoy continúa existiendo en el mismo lugar pero con otro nombre, Garajes Catamarca, y solo es utilizado como guarda de vehículos.

Otra forma de venta la realizaron los Almacenes de Ramos Generales o Corralones. La comercialización se hacía a través de cajones de 38 litros. Hubo por tanto, un grupo de comerciantes que vieron la forma de anexar a sus establecimientos una ganancia extra sin una gran inversión (la instalación de un surtidor de nafta). Solo hemos encontrado tres nombres: Almacén Escorihuela y Cia, Ferretería Alsina y Corralón Vda. de Alurralde y Serpa.

¿Cómo se concretaba la operación comercial entre los proveedores extranjeros y los comerciantes vernáculos de combustible? Hubo tres formas de comercialización. En un primer caso, el vendedor de combustible firmaba un acuerdo con la petrolera, por un término promedio de cinco años. La empresa le proveía la nafta a crédito a través de cuentas corrientes. Cuando comenzaron a aparecer las estaciones de servicio (fines de la década de 20's), estas se construían según especificaciones impuestas por las marcas petroleras y por lo cual le destinaban un crédito en combustible para la construcción. En un lapso de tiempo determinado el estacionero debía reintegrarlo¹⁶.

Más allá de esto, el vendedor minorista no le compraba directamente a la empresa extranjera el combustible, sino a través de filiales o subsidiarias que se instalaban a lo largo del territorio argentino. El vendedor de esta manera se convertía en un agente de la marca. Es decir que la empresa tercerizaba el negocio, esto se debía a la extensión territorial de Argentina y era una práctica que otras empresas multi-rubros establecieron como método para tener mayor

¹⁵ Entrevista realizada por el autor a Raúl Schweizer, 07-03-2016. Gerente de la Asociación Mendocina de Expendedores de Combustibles y Afines (AMENA). Su padre fue el primero en poseer una estación de servicio Shell en Luján de Cuyo, Mendoza. Recomendamos consultar entre otros a Lara (2014) o Mariezkurrena Iturmendi (2008) para encuadrar los límites del método de la historia oral en la investigación histórica.

¹⁶Entrevista realizada por el autor a Raúl Schweizer, 07-03-2016. También se puede consultar a Mosconi (1983) que aporta datos al respecto.

Del surgimiento a la consolidación de un nuevo comercio: la venta de combustible en Mendoza durante la década de 1920.

porción/proporción de mercado (Lluch, 2010: 111). Este mecanismo iba a ser utilizado por la Wico y la Anglo Mexican hasta fines de la década estudiada.

Las empresas extranjeras transportaban el combustible hasta la estación provincial, y era ahí cuando el intermediario comenzaba con el sistema de comercialización o distribución de la nafta a los minoristas. Para ello, tenía un lugar de acopio cerca de la estación.

Hacia 1929 comenzó un proceso de concentración de estas empresas en la venta de combustibles desplazando a los minoristas y transformando el surtidor en la vía pública por una estación de servicios. Este proceso se hizo visible durante toda la década de 1930. Este cambio en la política comercial es muy probable que haya radicado en el aumento de la competencia en la venta de nafta, puesto que es el año en que YPF decide colocar un precio único en todo el país¹⁷.

En cambio, otras empresas como Texaco y Tide Water Oil utilizaron a un representante local y/o nacional para la venta de sus productos. Esta también fue la manera de venta utilizada por YPF en un primer momento. No hemos encontrado aún quién era el encargado, en este caso, del traslado desde Buenos Aires a Mendoza del combustible. Suponemos que era la empresa extranjera, si esta no contaba con el representante nacional/local.

Según Mayo, Andino y García Molina (1983:19-20) hubo una tercera manera de vender combustibles. Esto fue a través de pedidos concretos que satisfacían demandas puntuales de algún vendedor aislado. Esta situación se daba debido a la falta de un intermediario en Argentina o Mendoza (segunda forma de comercialización). Para nuestro caso de estudio no hemos encontrado ninguno de este tipo.

Las publicidades para captar clientes tuvieron diferencias a lo largo de la década y según la marca. Hasta 1924 tanto Wico como Shell no realizaban publicidades por sí mismas, sino a través de sus concesionarios. A partir de esa fecha era la compañía quien realizaba el anuncio, no saliendo en la misma los concesionarios, sino que se llevaba a cabo a nivel general. En idéntica forma la realizó Texaco.

García Heras (1982) señala que el Departamento de Comercio de Estados Unidos asesoró a sus compañías sobre cómo publicitar sus productos en Argentina. El Gobierno indicaba que los diarios eran la fuente de consulta mayormente adoptada por los argentinos y sugerían dónde colocar las propagandas para llegar al mayor número de clientes posibles. Debemos suponer que en el caso de las comercializadoras de combustible esta información fue utilizada, puesto que tanto Standard Oil como Texaco realizaban publicidades similares.

¹⁷ Seguimos en este caso a Lluch (2015: 18) cuando señala que los cambios de comercialización pueden darse debido a intervenciones estatales mediante distintas regulaciones. En este caso la fijación de un precio único para la venta de nafta. Pensemos que es el Estado quien puede durante un tiempo prudente comercializar con rentabilidad negativa y más si lo que se juega no es el concepto de bien comercial sino el de bien estratégico.

En cambio, Tide Water Oil (naftas Tydol) e YPF fueron sus representantes locales quienes publicitaban en los periódicos la nafta e indicaban dónde debían dirigirse en caso de querer vender este producto en sus negocios. En el caso de YPF, la misma empresa realizó paralelamente propagandas desde agosto de 1929, pero con un sentido fuertemente nacionalista no meramente publicitario.

c) La comercialización

Durante toda la década de 1910 prácticamente el único combustible que se vendía era el de la destilaría ubicada en Campana (Buenos Aires), bajo la marca Wico. La Standard Oil importaba el petróleo y luego lo destilaba en su refinería. Sin embargo, hacia 1916 comenzó a ser cuestionada por prácticas deshonestas en la importación, pues declaraba que ingresaba petróleo crudo cuando en realidad era nafta. Esto le permitía aumentar sus ganancias considerablemente¹⁸.

Sólo en Buenos Aires tenía surtidores propios mientras que, en el resto del país, utilizaba filiales o subsidiarias que vendían el producto.

Más allá de esto, Wico tenía oficinas comerciales en la ciudad de Mendoza desde 1913, donde se realizaban los pedidos de compra del combustible por los concesionarios. Los surtidores Wico eran reconocidos por los clientes por estar pintados de rojo. La venta con surtidores propios se comenzó a realizar en diciembre de 1926.

En 1920¹⁹ ingresó al mercado argentino un competidor para Wico, Shell. En este año comienza a vender diesel oil en tambores de 800 litros, sin embargo a Mendoza llegó su primera carga al año siguiente, pero de nafta y kerosene. Estos productos los traían desde Buenos Aires o desde Chile y fueron una excepcionalidad, ya que los vendedores de combustible tenían contrato con la West Oil Indian Company²⁰. En el mercado nacional, la Anglo Mexican Petroleum Co. Ltda. en 1922 comenzó a vender nafta a través de la marca Energina. A nivel local, apareció por primera vez publicitada en Mendoza a través del diario Los Andes y de la Revista “El Volante de Cuyo” en noviembre de 1924. El encargado de la distribución fue la empresa de Torcuato Di Tella (Gadano, 2015: 117). Es interesante destacar que en la propaganda aparece la mención “esta bomba no pertenece al trust” (ver figura N° 2), dando muestra de los problemas que se planteaban entre la defensa del nacionalismo petrolero y el cuestionamiento de

¹⁸ Gadano, N (2005). Entre las páginas 90 y 100 describe las acciones que el gobierno a través del Congreso, llevó a cabo para terminar con el comercio desleal que realizaba la Standard Oil de New Jersey. Es interesante destacar que el autor menciona al mendocino Benito Villanueva como uno de los mayores opositores a la empresa norteamericana.

¹⁹ En realidad Shell arribó al país en 1914, pero su mercado fueron los grandes consumidores de combustible como la Compañía Alemana Trasatlántica de Electricidad o el Ferrocarril del Pacífico. 1920 marcó el inicio del mercado minorista o al menudeo. Para una mayor información consultar www.shell.com

²⁰ Entrevista realizada por el autor a Carlos Luján Williams, 07/05/2016. Nieto del fundador de la Concesionaria C. Luján Williams, que en un primer momento vendía automóviles marca Chevrolet. La concesionaria fue la segunda en Mendoza en poseer un surtidor de combustible.

Del surgimiento a la consolidación de un nuevo comercio: la venta de combustible en Mendoza durante la década de 1920.

la empresa norteamericana²¹. Los vendedores de esta nafta se atribuían la exclusividad, sin embargo con el correr del tiempo hubo varias bombas que expedían Energina. La propia empresa colocará un surtidor en 1927.

Los surtidores de Energina (marca *Little Junior*) se identificaban por ser totalmente azules. En 1930 la Anglo cambia su nombre por *Shell Mex Argentina Limited* e instala una sucursal para ventas a sus concesionarios en la ciudad de Mendoza. Es este mismo año cuando también construyó su primera estación de servicio, que perdura hasta el día de hoy (calles España y Colón).

Estas dos empresas extranjeras fueron las únicas que instalaron el proceso de destilación en Argentina. Si bien empezaron como filiales de comercialización (principalmente Shell) luego se transformaron en filiales de producción.

Otro nuevo competidor para Wico fue Texaco, la antecesora de la hoy conocida Chevron. La publicidad de la nafta Texaco apareció por primera vez en Los Andes en 1924. En la propaganda (que fue la única en este formato) se señalaba que los únicos concesionarios eran Escorihuela y Cía. Luego fue la misma empresa quien promocionó sus productos en distintos medios periodísticos locales, más allá que el mismo Almacén de Ramos Generales fuese la vendedora oficial.

Por otra parte, Ferretería Alsina se convirtió en consignatario local de la empresa Tydol a partir de 1925, vendiendo este producto a otros revendedores como Casa Freire en Luján de Cuyo o Casa Olaraiga en Maipú.

En el año 1926 tuvo su aparición Yacimientos Petrolíferos Fiscales con la venta de nafta producida en La Plata. La concesión la tuvo Posca Hnos. La publicidad indicaba que era un producto nacional y aparecía en la Revista "El Volante de Cuyo" con color azul en fondo blanco imitando la bandera argentina. La empresa nacional comenzó a vender combustible en Buenos Aires desde el año 1923²² y hacia 1925 firmó un contrato con J. F. Auger y Cía. que distribuyó los destilados en todo el país. La tercerización se llevó a cabo porque todavía YPF no tenía la capacidad económica, comercial y legal para llevarlo a cabo²³.

Según Mosconi el principal problema que tuvo que atravesar en esta etapa la empresa nacional fue la resistencia del consumidor por parte de los productos de bandera nacional. Esta acción, según el director de YPF se daba por el desconocimiento de la calidad de la nafta y de la campaña negativa de las compañías extranjeras (Mosconi, 1983: 130-131).

El contrato con J.F. Auger y Cía duró hasta 1929 cuando la empresa estatal comenzó su propia distribución. Dentro de Mendoza el agente consignatario fue

²¹ Ver para ello Mayo, Andino y García Molina (1983).

²² Desde este mismo momento, apareció en Mendoza un editorial del diario *Los Andes*, indicando que era necesario que el Ministro de Agricultura de la Nación viera los mecanismos para que todo el país tuviera combustible nacional para de esta manera poder controlar el abuso que en Mendoza hiciera Wico en la venta de combustible. Ver Mendoza, diario *Los Andes*, 4 de abril de 1923.

²³ Mosconi, Enrique (1983) p. 144. En esta misma página se encuentra las cláusulas que Auger debía cumplir con la venta de nafta en el país.

Arturo Santoni²⁴. También a partir de este año comenzó una fuerte campaña por parte de YPF con el fin de lograr convencer a los automovilistas de consumir sus naftas. El slogan a utilizar fue: todo es producto nacional, trabajado íntegramente por argentinos.

Al comenzar 1930, las naftas de la empresa nacional comenzaron a comercializarse con colorante rosado. El motivo de esto fue diferenciarse de las empresas extranjeras y a su vez lograr un mejor poder antidetonante²⁵. En 1931 construyó su primera estación de servicios en la ciudad de Mendoza.

De las compañías que comercializaban combustible en Buenos Aires u otras ciudades argentinas, no tuvieron presencia en Mendoza Vacuum Oil Company (cuyo representante era Tornquist) y Galena Signal Oil.

El valor del combustible en Mendoza

Un aspecto importante de la comercialización, fue el valor de la nafta. En el siguiente cuadro pueden observarse los valores encontrados. Se toman de los mismos, los precios más bajos y la empresa que los vendía:

Cuadro N°2: Elaboración propia en base a Diario Los Andes (1919-1930), Volante de Cuyo (1926-1939 y Mosconi, E. (1983)

Mes – Año	Marca	Precio en \$
Diciembre 1919	Wico	0,35
Noviembre 1920	Wico	0,58
Marzo 1921	Wico	0,44
Setiembre 1921	Wico	0,39
Setiembre 1922	Wico	0,34
Diciembre 1922	Wico	0,27
Noviembre 1924	Energina	0,30
Julio 1925	Energina - Wico	0,30
Agosto 1926	Todas las marcas	0,29
Marzo 1928	YPF	0,29
Marzo 1929	YPF	0,26
Agosto 1929	YPF	0,23
Noviembre 1929	YPF	0,22
Febrero 1930	Todas	0,20

El valor del combustible a lo largo de toda la década de 1920 va a tener oscilaciones, principalmente con una tendencia al alza en 1920 y 1921. Otro detalle a tener en cuenta con respecto al cuadro es que entre 1919 y 1923 la única nafta que se vendía en Mendoza era Wico. Recordemos que Energina comenzó a vender en 1924, mientras YPF lo hizo en 1926. Lo llamativo es que

²⁴ Revista El volante de Cuyo, 1 de abril de 1929. Según Mosconi (1983: 163) se dio por terminado el contrato con J.F. Aguer y Cía debido a un nuevo plan de ventas de YPF tendiente a disminuir el precio del combustible y quebrar el monopolio de las empresas extranjeras en la venta de combustible.

²⁵ Revista *El Volante de Cuyo*, 1 de mayo de 1930.

Del surgimiento a la consolidación de un nuevo comercio: la venta de combustible en Mendoza durante la década de 1920.

tanto en 1923 y como en 1927 no se han encontrado publicidades con precios de referencia para la venta de combustibles.

A fines de 1920 y comienzos de 1921 Mendoza sufrió desabastecimiento de nafta. Esto, en un primer momento, se debió a un incendio que sufrió la refinería de Wico en Campana y luego a una huelga de los empleados. La no refinación del petróleo derivó en la escasez del producto, lo que a su vez implicó dos consecuencias, en primer lugar, el fuerte aumento del precio y en segundo lugar el acaparamiento para especulación por parte de algunos vendedores. Según nos relató Carlos Luján Williams, lo primero se dio por la ley de la oferta y la demanda, mientras que en segundo lugar esto se daba en las bombas independientes, no en las concesionarias. Tanto ellos como Jhon A. Walker estaban “obligados” (subr. nuestro) a venderle a sus clientes que habían adquirido vehículos de las marcas que habían vendido²⁶.

El aumento fue notorio, pues el precio en 1919 era de \$0,35 centavos por litro, mientras que en el mayor momento de escasez llegó a valer \$0,58 centavos por litro. Una estrategia comercial que acompañó esta coyuntura crítica fueron las publicidades sobre venta de nafta, que aparecían siempre en el diario Los Andes –de mayor circulación-²⁷, que anunciaban la disponibilidad y precio del combustible. Las publicidades aparecidas buscaban llamar la atención de los potenciales clientes, disputándose un mismo espacio.

Si bien puede resultar llamativa la afirmación de obligados del entrevistado, puesto que en el mayor momento de escasez todas las bombas que vendían nafta publicaban la llegada de combustible, no solamente las independientes. Sin embargo, la agencia Ford publicó un aviso (ver figura N° 1) el 13 de marzo de 1921 (en el mayor momento de escasez) en donde indicaban que solo vendían para los clientes, lo que afirmó nuestro entrevistado. Frondizi (1955: 64) señala que una forma de presión que utilizaba la Standard Oil Company para mantener el predominio de venta, era prohibir a los minoristas la compra de nafta a otras empresas comercializadoras.

En forma complementaria, y debido a la escasez de combustible y al aumento de precio mediante, la prensa matutina comenzó a publicar artículos sobre el tema solicitando a las autoridades del Municipio de la Capital mendocina que tomaran acciones para evitar la falta de nafta. Todas las letras tenían un solo destinatario -la empresa Wico- concebida, desde la óptica de la opinión pública, como la principal responsable de la situación de desabastecimiento²⁸. Esta discursividad era refrendada con artículos que aludían a cierto caos en la Ciudad, debido a que los automóviles eran abandonados a los costados de la calle por falta del insumo, o el acaparamiento de los mismos en garajes improvisados que

²⁶ Entrevista realizada por el autor a Carlos Luján Williams, 07/05/2016.

²⁷ Para 1920 circulaban los siguientes diarios en Mendoza: *Los Andes*, *La Palabra*, *El Diario*, *La Tarde*, *El Radical*. A partir de 1924 también apareció en la Revista *El Volante de Cuyo*.

²⁸ Ver por ejemplo *Los Diarios La Palabra y Los Andes* entre el 10 de noviembre de 1920 y el 15 de enero de 1921.

aprovechando la situación, aumentaban el costo de estacionamiento²⁹. También la prensa se hizo eco del adulteramiento del producto, pero aún no es posible determinar si esta práctica fraudulenta fue solo privativa de este período crítico. En los periódicos se lee que varios automóviles sufrían desperfectos en sus carburadores debido a la presencia de agua en las naftas. Tampoco ha sido posible determinar si el Concejo Deliberante, en su calidad de fiscalizador y regulador del sector, intervino de modo alguno para normalizar esa coyuntura. El precio del combustible no era igual en todo el país, como tampoco dentro de todo el territorio provincial, aún en el caso de la misma marca había bombas que vendían con diferencias. Esto se debía a los gastos de transporte y a las diferentes cargas impositivas provinciales y/o municipales. Aún con estos costos, la empresa estatal con el fin de posicionar su producto decidió un proceso de reducción del valor del litro de nafta (Mosconi, 1983). Estas reducciones no fueron acompañadas por las empresas extranjeras.

Sin embargo, en febrero de 1930, YPF determinó que en todo el territorio nacional la nafta tuviera un valor único de 20 centavos moneda nacional por litro, tal cual puede verse en el cuadro N° 2.

Es oportuno mencionar que Alejandro Bunge no compartió el intento de Enrique Mosconi por intervenir y dominar el mercado de combustible imponiendo un valor único para todas las naftas y en toda la Argentina. En este sentido señalaba: *...el Estado debe ser un buen "referee" y nada más; ...el Estado (debe) vigilar que el desarrollo de la producción, del transporte y del comercio, se realice en beneficio exclusivo del país, en armonía con los intereses económicos de la Nación.* (Bunge, 1930: 404)

El valor uniforme significó un beneficio para Mendoza y otras provincias. Esto radicaba en que el valor base de la nafta se fijaba en Buenos Aires porque era el lugar de refinado del petróleo. Entonces el traslado se prorrateó con los habitantes de la provincia de donde provenía el combustible.

Para Phelps (2000: 198-199), estas medidas económicas Mosconi las llevó a cabo, no por un fin de combatir el monopolio de Wico, sino como un movimiento movimiento político para establecer reacciones favorables en el interior.

Ahora bien, ¿cuánto era la ganancia probable del vendedor de nafta? Tomando como ejemplo el año 1928 y en base al valor de la nafta (cuadro 2), de la cantidad de nafta que la Municipalidad de la Ciudad señalaba que se había vendido (cuadro 3) y de la cantidad de bombas instaladas (mapa 1 y anexo), estimativamente cada bomba tenía una ganancia anual bruta promedio de: \$12.400. Una cifra realmente interesante que hacía de este negocio una propuesta lucrativa y que confirmaría el aumento de bombas de nafta.

²⁹ Mendoza, diario *La Palabra* 26 de noviembre de 1920.

Del surgimiento a la consolidación de un nuevo comercio: la venta de combustible en Mendoza durante la década de 1920.

El gobierno de Alejandro Orfila y el impuesto a los combustibles

La tercera etapa lencinista en Mendoza se inició con la asunción del empresario vitivinícola Alejandro Orfila el 6 de febrero de 1926³⁰. Una de sus primeras acciones en el gobierno fue continuar el programa económico iniciado por José N. Lencinas, que había sido interrumpido durante la gobernación de su hijo Carlos W. Lencinas, en el marco de un decidido énfasis por encontrar nuevos recursos económicos para un Estado con un fuerte déficit.

En este contexto se sancionó el Presupuesto general de Gastos y Cálculos de Recursos para 1928, sancionado como ley N° 933. Dentro de esta normativa, en su artículo 12º, se creó un impuesto de 2 centavos por cada litro de nafta vendido en todo el territorio de la provincia. El mismo entró en vigencia el 1º de enero de 1928. Fue reglamentado a través de dos decretos: 633 (29-12-27) y 14 bis (12-01-28).

El impuesto era cobrado a las empresas comercializadoras de combustibles (Texaco, Anglo Mexican y Wico) o en su defecto a sus respectivos representantes (Santoni para YPF y Alsina para Tide Water Oil). Estos debían previamente inscribirse en la Contaduría General de la Provincia y llevar un libro contable entregado por el ente estatal.

Las empresas y/o representantes debían volcar en el libro los movimientos entrantes y salientes de combustibles. Luego mediante declaración jurada y en forma quincenal debían abonar el impuesto al contado efectivo en la repartición citada o en receptorías instaladas en los departamentos de la provincia.

El artículo 6 del decreto reglamentario N° 633 establecía que en caso de poseer stock, las empresas y/o representantes debían solicitar un inspector a fin de constatar y cuantificar el mismo. En este caso el combustible no podía ser librado al consumo hasta tanto no se abonaba el impuesto, por lo que podía darse el caso de guardarlo o devolverlo a las casas centrales.

En un intento por no abonar el impuesto las grandes comercializadoras (Wico y Anglo Mexic) comenzaron a transportar el combustible de Buenos Aires a Mendoza en unidad de peso y no de volumen. Esto fue el motivo del decreto 14 bis, que estableció en su artículo 2º que el cálculo del litraje de nafta se establecía en setecientos cincuenta gramos (750 g).

Resulta previsible que una vez sancionada la ley, tanto la Asociación de Choferes de autos como la compañía de transporte CITA cuestionaran el impuesto, argumentando que afectaría las fuentes de trabajo y derivaría en un incremento del servicio. En efecto, en varias publicaciones aparecidas en la Revista "El Volante de Cuyo" (por ejemplo diciembre de 1927) señalaron que el impuesto impactaría en una merma de trabajo para los profesionales. La empresa de ómnibus señaló que iba a encarecer aún más los viajes de los pasajeros y que el Estado debía encontrar otra solución para gestionar recursos (*Los Andes*, 8 de enero de 1928).

³⁰ Para una comprensión de la política lencinista en Mendoza puede consultarse a Cueto (1997). Con respecto a la política petrolera, Timmermann (2017).

No obstante esos reclamos, el impuesto fue igualmente implementado e incluso se mantuvo hasta 1932 cuando fue aumentado durante la gobernación de Ricardo Videla. Esto demuestra que el consumo de nafta en la provincia, pero también en el país, era muy importante y crecía de manera constante; por lo que era una fuente de recursos para el fisco muy segura. Lógicamente los pronósticos de la Asociación de Choferes y de la CITA no se cumplieron puesto que el consumo siguió incrementándose año tras año.

A su vez si uno analiza el Cuadro N° 2 puede verse que el impuesto fue absorbido (para el caso de YPF) por las empresas comercializadoras o que el ajuste lo sufrió el dueño de la bomba de nafta mermando su rentabilidad.

El impuesto creado fue directamente al fisco para gastos generales y no para una utilidad específica. Esto demuestra que Orfila se separó del gobierno de Alvear que en 1925 intentó crear una Ley de Vialidad Nacional, repartición que iba a estar solventada con un impuesto a los combustibles, tal cual pasó 1932 con el Gobierno de Justo.

La regulación de la provisión de combustible en la ciudad de Mendoza

La venta de combustible a granel (surtidor) en la capital mendocina se realizaba a través de concesiones que la municipalidad autorizaba mediante resoluciones del Concejo Deliberante, o a través de decretos en períodos de intervención federal. Esta concesión tenía una duración de 10 años y podía ser renovada tantas veces fuera solicitada. Una vez instalada la bomba un inspector municipal debía verificarla y certificarla, cobrando un canon que varió de \$20 a \$45 entre 1923 y 1928³¹. Por tanto quedaba exceptuada la venta de combustible envasada (tamborcito o cajón).

Debido al aumento de los lugares de venta de nafta y al tratarse de un elemento peligroso por su carácter explosivo e ígneo, la Municipalidad de la Capital resolvió modificar su anterior ordenanza (N° 132, año 1915) sobre este tema. A su vez incluyó el transporte de la misma que no estaba legislado.

La nueva Ordenanza N° 924 de 1926 reglamentó nuevamente el sistema de concesiones que venía rigiendo de la década anterior, avanzando sobre la construcción de garajes y de surtidores de nafta. Exigía en el primer caso, todo tipo de construcción no ígnea y la instalación de bombas alejadas del estacionamiento de los autos, para que, en caso de incendio de aquella no alcanzara a estos (artículos 2 a 10)³².

En el caso de los depósitos de combustibles, tanto para garajes, estaciones o bombas, estos debían estar en tanques de acero galvanizado, enterrados a más de dos metros de la superficie y con un caño para llenado de no más de 10 cm de diámetro. Este caño no podía sobresalir de la línea de piso (artículos 11 a 13).

³¹ Municipalidad de Capital, Concejo Deliberante. *Ordenanza general de servicios e impuestos, N° 433, art. 73. 24-02-1923 y N° 869, art. 73. 31-12-1927, respectivamente*

³² Otras ciudades llevaron a cabo esta reglamentación en forma posterior. Citamos como ejemplo a Godoy Cruz (1932) y Guaymallén (1935).

Del surgimiento a la consolidación de un nuevo comercio: la venta de combustible en Mendoza durante la década de 1920.

Es interesante destacar que este tipo de especificaciones son prácticamente las mismas que existen en la actualidad, por lo que las condiciones de seguridad que debían cumplir estos establecimientos eran muy notables para la época. Por ejemplo, para contener posibles incendios los garajes debían poseer tres sistemas ignífugos³³.

El permiso de instalación de las bombas en la vía pública debía ser solicitado a la Municipalidad. Era solamente el Concejo Deliberante quien lo aprobaba mediante resolución, con una vigencia de 10 años y podía ser renovado sin restricciones. Una vez finalizada la concesión, todas las instalaciones pasaban a propiedad del municipio (artículos 27 al 29) por estar en la vía pública.

Las compañías distribuidoras de combustibles debían hacer un depósito de \$5.000 m/n para poder operar en el municipio. Este depósito también tenía por objeto el fiel cumplimiento del pago de impuestos por parte de los bombistas, garajes o concesionarios de automóviles (art. 35).

Los surtidores de nafta según el artículo 39 debían estar separados como mínimo a 300 metros unos de otros. Esta restricción no corría para aquellos que vendieran productos de bandera nacional (artículo 40). Su distancia podía estar a 200 metros. Como se puede apreciar el nacionalismo petrolero estaba presente en esta ordenanza, lo cual le daba ventajas comerciales a YPF.

Este artículo también cobra relieve si uno piensa cuándo comenzó a operar la destilería de La Plata. En efecto, la ordenanza entró en vigencia en agosto, pero su tratamiento comenzó en marzo de 1926. Es decir solo dos meses después que los primeros destilados salieran de La Plata. A esto podríamos agregar que la primera propaganda que hemos encontrado ofreciendo nafta por parte de Posca Hnos. fue en agosto de 1926.

Esta Ordenanza no fue apoyada por la Revista “El volante de Cuyo”. En su edición de octubre de 1926, la publicación protestó por la misma, aduciendo que los cambios sancionados iban en desmedro de los choferes de autos y micros y que producirían aumentos en el precio final de la nafta. Según la revista los más perjudicados iban a ser los taxis, ya que ellos iban a tener que absorber el aumento y por tanto sus ganancias iban a ser menores³⁴. Sus reclamos no fueron oídos, puesto que la Ordenanza no fue modificada.

No obstante estos reclamos, igualmente hacia 1927 hubo un aumento considerable de solicitudes para la instalación de bombas de combustible. Esto intensificó las demandas (principalmente de las compañías Anglo y Wico, pero también de particulares) para modificar el artículo 39 de la ordenanza de concesiones. El Concejo Deliberante se transformó en una caja de resonancia de lo que sucedía a nivel nacional entre la lucha de YPF y las empresas

³³ El primero a través de agua a presión abastecida por tanques propios y lanzados por mangueras autorizadas por los bomberos de la capital. A su vez los tanques deberían contener una entrada para la recarga rápida en caso necesario. El segundo debía ser arena fina en tambores de 200 litros con palas a sus costados y debían ser colocados cerca del lugar del estacionamiento de los autos. El tercero eran extintores químicos, uno cada 4 coches estacionados o por estacionar.

³⁴Revista *El volante de Cuyo*, 1 de octubre de 1926, Mendoza.

extranjeras³⁵. Finalmente un año después, el 29 de setiembre de 1928 el Concejo hizo eco de los reclamos y aprobó a través de la Ordenanza N° 1102 la modificación del artículo 39, concediendo permiso de instalación cada 200 metros a cualquier interesado y por tanto eliminando el artículo 40.

El intendente, en poder de sus facultades, vetó la modificación citada³⁶. Sin embargo, el Concejo Deliberante en forma unánime resolvió no aceptar el veto e insistir con la nueva ordenanza y de esta manera, la misma quedó en firme. Esta misma situación se repetirá en la Ciudad de Buenos Aires cuando el intendente José Guerrico les permitió a las empresas extranjeras colocar surtidores a menor distancia que lo que establecía la ley³⁷.

Otro de los temas que tuvo que legislar el Concejo, debido al aumento de solicitudes de concesión, fue la instalación en la calle San Martín de bombas de combustible. Hay que tener presente que era la arteria principal de la ciudad y por ende de mayor tránsito. Los diarios de la época manifestaban los inconvenientes que generaban las paradas de autos para aprovisionarse de combustible³⁸. Ante esto, y mediante ordenanza N° 1275, se prohibió la instalación de nuevas bombas de combustible, como así también de cualquier tipo de venta de combustible en el futuro.

Una vez que la bomba comenzaba a funcionar, el concesionario debía pagar un cuarto de centavo por cada litro de nafta que vendiera³⁹. Luego este importe fue modificado a un tercio de centavo y más tarde a medio centavo⁴⁰. El pago del impuesto debía ser mensual. El pago de este canon no siempre se efectuaba y constantemente se publicaban en la prensa periódica de Mendoza las notificaciones que la Municipalidad le realizaba a los concesionarios.

Este incumplimiento tributario debe haber significado una merma en su recaudación, puesto que en el presupuesto anual se disponía el ingreso de la misma. La cifra entre 1923 y 1928 aumentó de los \$4.500 a los \$15.000. Si tenemos presente que el valor de la nafta tuvo oscilaciones entre 1922 y 1930 (ver cuadro N° 3), el municipio pensaba recaudar año tras año más dinero con el impuesto. Lógicamente por el aumento de las ventas, pero también por un aumento en el mismo impuesto. De todas maneras, no hemos encontrado información sobre la clausura o cierre temporario de alguna bomba de nafta por falta de pago del impuesto municipal.

Más allá de lo señalado era práctica recurrente de los propietarios de las bombas solicitar la eximición de pago de este canon. De la lectura de las resoluciones

³⁵ Recordemos que es en este año cuando el presidente Alvear decide presentar a la Cámara de Diputados un proyecto de nacionalización del petróleo. Aunque tuvo su aprobación en esta cámara, pero que nunca fue tratado en Senadores.

³⁶ Municipalidad de la Capital, Concejo Deliberante. Decreto N° 115 del Poder Ejecutivo, 04-10-1928.

³⁷ Para más detalles consultar a Bernal (2005).

³⁸ Ver por ejemplo Mendoza, diario La palabra, 11 de setiembre de 1928 o Mendoza, diario Los Andes, 20 de agosto de 1928.

³⁹ Diario *La Palabra*, 13 de noviembre de 1920, Mendoza.

⁴⁰ Municipalidad de Capital, Concejo Deliberante. *Ordenanza general de servicios e impuestos, N° 433, art. 63. (24-02-1923) y N°1024, art. 58 (31-12-1926) respectivamente.*

Del surgimiento a la consolidación de un nuevo comercio: la venta de combustible en Mendoza durante la década de 1920.

relevadas nunca fue aceptado este pedido. Es decir, era rechazado por el Concejo argumentando la necesidad de obtener el dinero en beneficio de la población para una mayor cantidad de obras⁴¹.

Si se toman los presupuestos de la Municipalidad de la Capital, se puede construir aproximadamente una estadística de cuánto pretendía recaudar el municipio con el impuesto. A su vez, en la última columna se muestra una orientación de la cantidad de nafta que el municipio suponía se vendía en la capital mendocina.

Cuadro N° 3: Elaboración propia sobre la base de los Presupuestos Municipales (1923-1927)

Presupuesto Año	\$ a recaudar por impuesto	\$ pagado por bombista por litro	Nafta vendida
1923	4.500	0,0033	1.360.000
1924	6.000	0,0033	1.810.000
1925	7.000	0,0033	2.120.000
1927	12.000	0,005	2.400.000

A partir del análisis de la Ordenanza podemos observar que el fin de ella estuvo orientada a dar nuevos parámetros de seguridad y a obtener nuevos recursos económicos. Con respecto al primero, el Estado Municipal buscaba proteger al consumidor y los vecinos contiguos al surtidor ante posibles problemas ígneos. Vemos un gobierno presente que no solo regula el mercado de nafta sino que fija pautas que protegen al ciudadano. Estas acciones como señalamos anteriormente no estaban en la anterior reglamentación.

Distribución territorial en la ciudad de Mendoza

Los puntos de venta de combustible de todas las marcas en la ciudad, entre los años 1920-1930, fueron los que pueden observarse en el mapa de la figura 3. Como puede apreciarse la cantidad de bombas de naftas era muy grande para el espacio céntrico que tenía la Capital de Mendoza. No se han consignado en este cuadro todos los garajes por no poseer datos fiables. Como se señaló anteriormente, entre los años 1926 y 1928 hubo un aumento considerable de bombas de nafta. A su vez es el período de mayor y diversa oferta en cuanto marcas comerciales.

Es interesante remarcar que los principales accesos a la ciudad en el este, norte y sur tenían surtidores que vendían nafta Wico (al principio de concesionarios y luego llevado a cabo por la misma empresa). Con esta estrategia espacial, seguramente lograría un mayor rédito comercial que las demás bombas. También hay que tener presente que fueron los primeros en instalarse como expendedores de combustible.

⁴¹ Ver por ejemplo las resoluciones N° 615 (14-12-1923) o Municipalidad de la Capital, Concejo Deliberante.

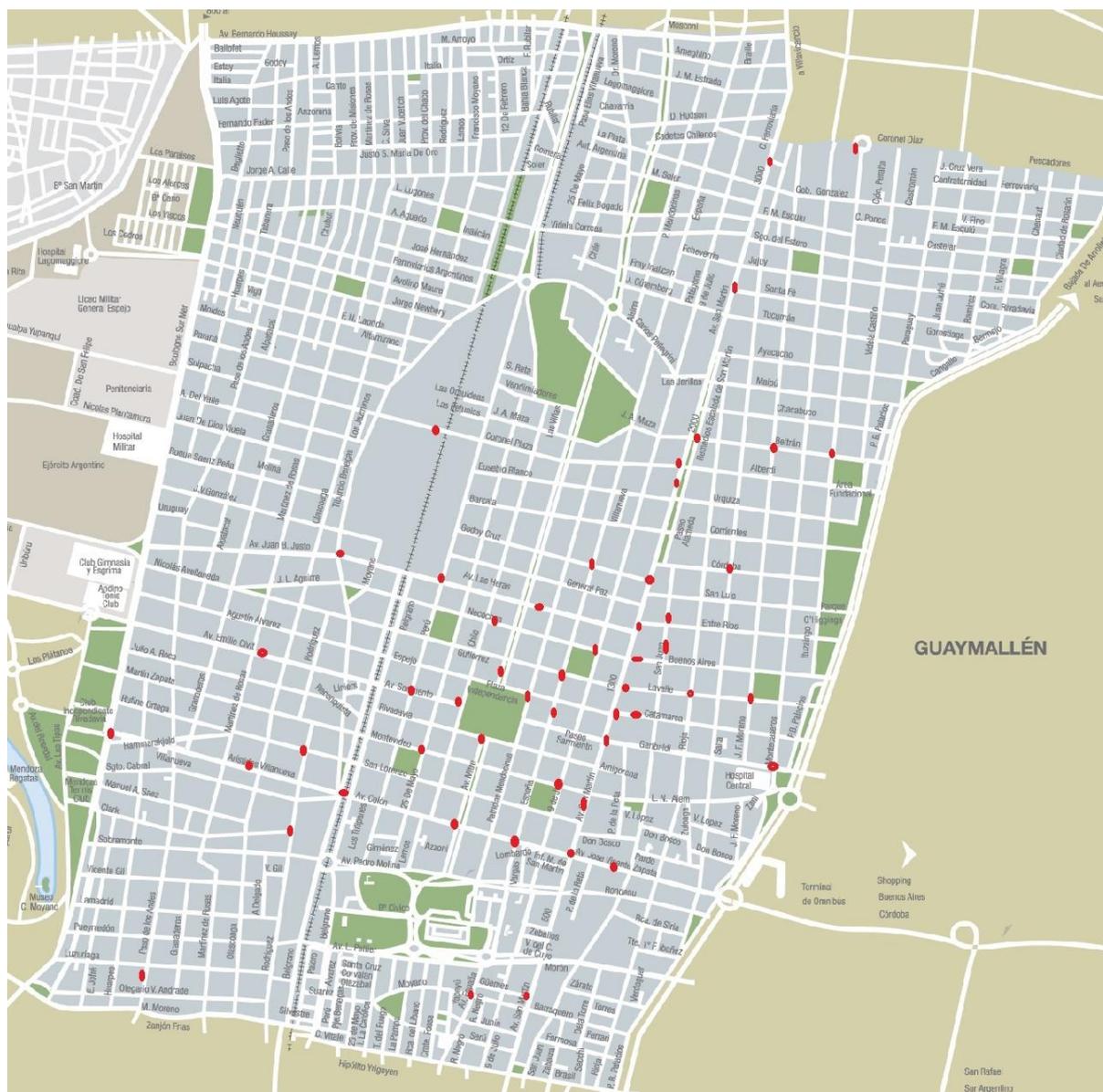


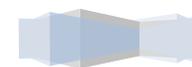
Fig. 3 Puntos de venta de combustible en la Ciudad de Mendoza Fuente: En cuadro de Anexo

Tabla I: Ciudad de Mendoza y alrededores: bombas, garajes, estaciones de servicio y concesionarias de autos instaladas en la década de 1920 en orden cronológico de aparición. Elaboración propia a partir de diario Los Andes, El Volante de Cuyo y Resoluciones del Concejo Deliberante de la Capital (1922-1929).

Concesionario y/o dueño	Domicilio
Escorihuela y Cía	Córdoba esquina Rioja
C. Luján Williams	Necochea 464
C. Luján Williams	Mitre 1228
J. A. Walker	San Martín y Catamarca
Bórmida y Badano	9 de Julio y Necochea
Bórmida y Badano	Lavalle y F. Moreno
Bórmida y Badano	Garibaldi y San Martín

Del surgimiento a la consolidación de un nuevo comercio: la venta de combustible en Mendoza durante la década de 1920.

Posca Hnos y &Cia.	San Juan 1449
Salvador Armitrano	San Martín y Vicente Zapata
F. Suarez	San Martín y Godoy Cruz
Andrés Pattone	9 de julio y Montevideo
Vda. de Alurralde y Serpa	San Martín 1552
Dante Civelli	Sarmiento y Chile
Pedro Petrus	Perú y Sarmiento
Justo Ibañez	Lavalle y Rioja
Heriberto Mendoza	Beltrán y Remedios Escalada
Agustín Brasigliano	San Martín 1854
West India OilCompany	Sarmiento 1182
Ferretería Alsina	Tidol
Pedro Fernandez	Videla Correa y Moreno
Compañía Anglo Mexican Petroleum	Rodriguez y Clark
West India OilCompany	Paso de los Andes 137
West India OilCompany	Boulogne Sur-Mer ¿?
Rafael Santoni	Godoy Cruz y España
Heriberto Mendoza	25 de Mayo y Montevideo
Pedro Fernández	Rivadavia y Mitre
Compañía Anglo Mexican Petroleum	José V. Zapata 428
Tonelli y Solanillo	Garibaldi y Montecaseros
West India OilCompany	Coronel Díaz e Ituzaingo
Carlos Caggiano	Lavalle 36
Cortezzi Hermanos	Colón 1110
Juan Arrieta	San Martín 3118
Pedro Luna	San Juan 1582
Angel Gómez Ruiz	San Martín 2550
Evaristo Gómez Ruiz	Rodriguez y San Lorenzo
Arturo Santoni	San Martín 361
Arturo Santoni	Gutierrez y España
Arturo Santoni	Beltrán y Montecaseros
Manuel Alvarez	Boulogne Sur-Mer y Sarmineto
José Amante	Coronel Plaza y Granaderos
Manuel Fernández de la Fuente	España y Pasaje Quiroga
Aurelio Campos	España 1265
Ernesto Geredú	San Martín 851
West India OilCompany	Necochea 464
José Melendes	Espejo y Patricias Mendocinas
West India OilCompany	Colón 423
José Chales y Hermanos	Coronel Plaza 53
Francisco Ruiz Romera	Las Heras 362
José Morel	Las Heras y Perú
AvedaíDavila	Las Heras y Tiburcio Benegas
Mario Enrique Boulaine	Catamarca 51
Dante Civelli	Colón y Belgrano
Arturo Santoni	Buenos Aires 28
West India OilCompany	Coronel Plaza y San Martín
Shell Mex Argentina Limited	Colón y España



El lugar a ocupar por la bomba o posterior estación de servicio puede haber estado influenciado por los consignatarios o intermediadores. Como bien señala Moyano (2015) estos agentes además de dedicarse a la comercialización deben haber actuado de consejeros para la empresa extranjera o comerciante minorista. Ellos poseían un saber geográfico que les permitía deducir un punto para procurar mayores ingresos que otros sitios de la Ciudad.

Otro dato que se desprende al ver el mapa es que no se cumplía con la Ordenanza N° 497/26 con respecto a la distancia. Esto se debía a que muchos comerciantes solicitaban el permiso como garajes y de esta manera quedaban exceptuados de la normativa, que solo especificaba la distancia entre bombas. Lógicamente estos establecimientos vendían combustible. Esta práctica explica en parte, suponemos, que el mismo Concejo abandonara lo impuesto años antes.

Por último, de los permisos de instalación surge el cambio de dominio entre el concesionario y la marca. Citamos como ejemplo lo sucedido con la Concesionaria de autos “Carlos Luján Williams” que vendía combustible Wico desde el año 1914 y a partir de 1928, es la misma empresa norteamericana quien se hace cargo del surtidor⁴².

En un primer momento la provisión de nafta era monopolizada por los concesionarios de autos. Sin embargo, ante el incremento sostenido de la venta de automóviles y la consecuente demanda de combustible, otros agentes incursionaron en el sector. Se trataba de expendedores exclusivos de gasolina o bien, quienes ofertaban otros servicios para el automóvil (lubricentro, gomería, etc) y detectaron la posibilidad de ampliar su negocio, incluso incorporando también garajes.

A partir de lo apuntado podemos señalar que en un primer momento las compañías extranjeras como la nacional comenzaron la venta de sus productos a través de terceros (mediante bombas, garajes o lugares de venta de autos). Posteriormente, fue la misma empresa quien comenzó a vender sus productos. Esto lo hizo en paralelo con los concesionarios. Por último y ya comenzada la década de 1930, los garajes y las bombas de nafta comenzaron a dar paso a las estaciones de servicio, tal cual la conocemos hoy. Quien comenzó este proceso, por lo menos en la ciudad de Mendoza, fue la Standard Oil con la instalación del negocio en Coronel Plaza casi esquina San Martín en diciembre de 1929⁴³.

Conclusiones

En este trabajo se presentó un panorama de los primeros intentos de refinación del petróleo y elaboración de derivados, tanto a nivel nacional como provincial, para el abastecimiento de una provincia que se modernizaba e incrementaba la demanda de servicios. Como se había adelantado en el caso local, estos fueron muy modestos y no quedaron más que en buenas intenciones de sus mentores.

⁴² Ver Ordenanza N° 1254 05-10-1928 del H. Concejo Deliberante de la Municipalidad de Mendoza.

⁴³ Revista *El Volante de Cuyo*, 1 de enero de 1930, Mendoza.

Del surgimiento a la consolidación de un nuevo comercio: la venta de combustible en Mendoza durante la década de 1920.

Esta disponibilidad de una creciente oferta explica el especial interés de empresas extranjeras por abastecer un mercado en constante crecimiento, y nucleado sobre todo en la Ciudad de Mendoza. Lo que implicó una fuerte disputa entre las empresas proveedoras por posicionarse, aunque con dificultades, en el sector. ¿Cuáles fueron estas estrategias? En primer lugar, los convenios de representación oficial con concesionarias locales de automóviles, luego con comerciantes minoristas especializados o multi-rubros. Por último, con la instalación directa de las mismas empresas refinadoras y de esta manera ofreciendo sus productos sin intermediarios y de esta manera fijar una nueva política comercial.

La gran cantidad de surtidores de combustible, sumando a la presencia de prácticamente todas las marcas de gasolina, muestran una competencia por lograr la preponderancia en un nuevo nicho comercial poco analizado hasta ahora. El aumento de las ventas produjo a su vez un aumento en la instalación de bombas. Si bien se pudo constatar que había apellidos que se reiteraban, como Bórmida y Badano o Santoni, no hubo un monopolio de venta como si de marca al principio del período estudiado. Esto creemos puede haberse dado por dos motivos: o una decisión de la empresa proveedora del combustible de no monopolizar la venta o por la falta de recursos de los empresarios para montar más puestos de venta.

Con respecto a esto último es interesante ver cómo la venta de combustible también mostró la lucha por la preponderancia entre las empresas extranjeras y la nacional en el *downstream*. La bibliografía ya ha señalado abundantemente el tema en la explotación del petróleo. Esto demuestra que toda la cadena de valor estuvo influenciada por el nacionalismo petrolero durante la década de 1920 y mostraría que la búsqueda del dominio de YPF en el sector ventas, comenzó en esta época y que sólo necesitaba a un aliado para lograr la preponderancia, es decir al Automóvil Club Argentino (ACA)

Con el fin de convertirse en el primer vendedor de combustible, YPF utilizó la manipulación del precio de la nafta. Esta fue la razón por la cual fue rebajando la misma hasta llegar a 0,20 centavos por litro. De esta manera el consumidor prefirió a la empresa nacional por encima de Wico y Shell.

La comercialización de la nafta durante el decenio mostró un ritmo de cambio en la forma de venta y en los actores que se involucraron (tanto mayoristas como minoristas). Este cambio también se dio en el concepto de producto comerciable. En un primer momento la nafta fue un artículo más que se vendía y al terminar la década de 1920 pasó a ocupar el lugar preponderante de venta. Paso a ser el producto a vender con la instalación de la estación de servicio.

Además la venta de nafta tuvo tal magnitud, como en otros casos, que otras empresas comercializadoras se instalaron para participar de este lucrativo negocio. Tal es el caso de Shell, Texaco o Tide Water Oil. Distinto fue la situación de YPF, su incursión al mercado de nafta provenía, en una parte de este nuevo nicho comercial, pero también de un concepto nacionalista sostenido por la Dirección de la Empresa Estatal.

El aumento de ventas de nafta significó para el fisco (municipal y provincial) una forma de obtener recursos para su alicaída economía a través de impuestos recaudatorios. De esta manera el tributo a los combustibles no se inició en la década de 1930 sino que comenzó mucho antes.

Por otro lado, la Municipalidad de la ciudad de Mendoza, como en otras ciudades del país, tuvo una actuación de contralor sobre la venta de nafta. Esto marcaría un avance estatal en una función que hasta entonces había sido prioritaria del gobierno provincial, y sobre todo orientada a las industrias alimenticias y de bebidas. La legislación fue avanzando de la mano del aumento de la venta de combustible. Sin embargo, ¿no estuvo ajena a la problemática ideológica del momento? Creemos que sí y que provocó cortocircuitos entre el Poder Ejecutivo y el Legislativo del municipio. Sin embargo, es una tarea todavía a profundizar. Por último vemos que el incremento del consumo fue especializando la provisión del servicio. En un primero momento la nafta fue vendida como un servicio más que se le entregaba al cliente (lo llevaba a cabo la concesionaria de autos). Luego fue necesaria la instalación de los garajes para los autos, que también tenían como servicio, la venta de gasolina. El aumento de la demanda, marcó el inicio de la bomba de nafta especializada en la provisión de ese servicio y esto llevó a la instalación de la estación de servicio tal cual la conocemos prácticamente hoy.

Referencias bibliográficas

Brady, G. (1923). "Argentine petroleum industry and trade". En: *United States Department of Commerce, supplement to commerce reports, published by Bureau of foreign and domestic commerce*, March 26, 1923. Trade Information Bulletin, Nº 81, Washington.

Bernal, F. (2005). *Petróleo, estado y soberanía: hacia la empresa multiestatal latinoamericana de hidrocarburos*. Buenos Aires: Biblos.

Bunge, A. (1930). "El problema económico del petróleo". En: *Revista de Economía Argentina*, Año 12, Nº 144, junio. Bs. As. Pp: 401-436.

Cueto, A., Romano, A. y Sacchero, P. (1997). *Historia de Mendoza*. Mendoza: Los Andes. Fascículo 20

Di Tella, T. (1993). *Torcuato Di Tella. Industria y política*. Buenos Aires: Ed. Norma.

Díaz Araujo, E. (1968). "La explotación del petróleo en Mendoza en el siglo XIX". En: *Revista de la Junta de Estudios Históricos de Mendoza*. Segunda Época, Nº 5. Pp121-154

Dubois, R. (2005). *Introducción a la refinación del petróleo. Su historia, la tecnología y su desarrollo. Los productos y sus mercados. Combustibles alternativos*. Buenos Aires, Eudeba.

Fronzizi, A (1955). *Petróleo y Política*. Buenos Aires, Editorial Raigal

Del surgimiento a la consolidación de un nuevo comercio: la venta de combustible en Mendoza durante la década de 1920.

Gadano, N. (2005) *Historia del petróleo en la Argentina. 1907-1955: desde los inicios hasta la caída de Perón*. Buenos Aires, Edhasa.

García Heras, R. (1982). *Automotores norteamericanos, caminos y modernización urbana en la Argentina 1918-1939*. Buenos Aires, Hispanoamérica.

Guevara Labal, C. (1932). *El petróleo en sus derivados en la estadística*. Buenos Aires, Ferrari.

Guevara Labal, C. (1936). "El petróleo en Mendoza". En: *Boletín de Informaciones Petroleras*, Bs. As., Año XIII, marzo.

Hileman, G. (1921a). "La región petrolífera de Malargüe". En: *Revista de Ingeniería Internacional*, Tomo 5; enero a junio. Mc Graw-Hill Company, Nueva York, pp 348-350.

Hileman, G. (1921b). *Petróleo de esquistos, su industrialización*. Talleres gráficos de la escuela Alberdi, Mendoza.

Lara, P. (2014). "La historia oral como alternativa metodológica para las ciencias sociales". En: *Revista de Teoría y Didáctica de las Ciencias Sociales*, N° 20, Medellín, pp. 45-62.

Lluch, A. (2010). "Redes comerciales en la distribución de maquinarias agrícolas y automóviles en el interior argentino (1900-1930)". En: *Anuario CEED*, N° 2 – Año 2, Facultad de Ciencias Económicas, Universidad de Buenos Aires, pp.96-132.

Lluch, A. (2015). *Las manos visibles del mercado. Intermediarios y consumidores en la Argentina*. Rosario, 2015

Lluch, A. (2017). "Apuntes para una historia del comercio y la comercialización en Argentina. Actores, prácticas y regulaciones (1895-1930)". En Bandieri, S. *La historia argentina en perspectiva local y regional. Tomo 3 Nuevas miradas para viejos problemas*. Buenos Aires: Teseo, pp. 381-412.

Mariezkurrena Iturmendi, D. (2008). "La historia oral como método de la investigación histórica". En: *Gerónimo de Uztariz*, N° 23-24, Navarra, pp. 227-233.

Mayo, C.A; Andino, O.R. y García Molina (1983). *La diplomacia del petróleo*. Buenos Aires: Centro Editor de América Latina.

Ospital, M. S. (2002). *Autos y caminos para la modernización de Argentina. Comerciantes importadores de automotores, 1920 – 1940*. Mendoza, XVIII Jornadas de Historia Económica, CCT Conicet.

Mosconi, E. (1983). *El petróleo argentino 1922-1930*. Buenos Aires, Círculo Militar.

Moyano, D. (2015). "Construyendo el mercado para el azúcar argentino. Un análisis sobre los intermediarios y los canales de comercialización (1885-1905). En Lluch, A. *Las manos visibles del mercado. Intermediarios y consumidores en la Argentina*. Rosario, 2015

Phelps, D. (2000). *Migration of Industry to South America*. Londres, Routledge

Piglia, M. (2012). "El ACA e YPF entre las administraciones conservadoras y el peronismo: La red nacional de estaciones de servicios". En: *Boletín del Instituto de Historia Argentina y Americana Dr. Emilio Ravignani*, (37). Pp. 143-173.

Rochi, F. (1998). "Consumir es un placer: la industria y la expansión de la demanda en Buenos Aires a la vuelta del siglo pasado". En: *Desarrollo Económico*, vol. 37, Nº 148, pp. 533-558.

Rodriguez, Celso (1979). *Lencinas y Cantoni. El populismo cuyano en tiempos de Yrigoyen*. Buenos Aires, Ed. Belgrano.

Shell cumple 100 años en el país. En: <http://www.shell.com.ar/aboutshell/media-centre/news-and-media-releases/noticias-y-publicaciones/pasado-presente-futuro.html> Recuperado el 23/09/15.

Solberg, C. (1986). *Petróleo y Nacionalismo en la Argentina*. Buenos Aires, Hyspamérica.

Strata, E. (2013). *100 años refinando petróleo argentino*. En: *Petrotecnia*, junio. Pp. 92-97.

Timmermann, E. A. (2016). *Buscando oro negro en la cuna de la vid y el vino: iniciativas estatales y privadas durante el gobierno de José N. Lencinas (1918-1922)*. En: COORDENADAS. Revista de Historia local y regional Año III, Número 2, julio-diciembre 2016

Timmermann, E. A. (2017) *Hacia el diseño/conformación de una industria petrolera en Mendoza: discusiones/proyecciones y concreciones de la gestión lencinista (1918-1928)*. I Jornadas de Ciencia, Técnica y Posgrado de la Facultad de Filosofía y Letras, UNCuyo.

Winddhausen, A. (1916). *Los yacimientos petrolíferos de la zona andina*. En: Boletín Nº 15. Buenos Aires, Ministerio de Agricultura de la Nación, Dirección General de Minas, Geología e Hidrología.

Fuentes consultadas

Entrevista realizada por el autor a Carlos Luján Williams el 7 de mayo de 2016. Nieto del fundador de la empresa C. Luján Williams.

Entrevista realizada por el autor a Raul Schweiser el 06 de marzo de 2017. Gerente de Asociación Mendocina de Expenderos de Combustibles y Afines (Amena)

Honorable Concejo Deliberante de la Municipalidad de Mendoza, Resoluciones y Ordenanzas. Años 1923-1928.

Diario *Los Andes*, 1920 -1930. Mendoza.

Diario *La Palabra*, 1918 - 1930. Mendoza

Revista *El Volante de Cuyo*, Años 1924-1930. Mendoza

Recopilación de Leyes. 1926-1937. Provincia de Mendoza, tomo 1

Recibido con pedido de publicación 15/01/2019

Aceptado para publicación 26/03/2019

Versión definitiva 23/04/2019