

Inmigración y empresariado transnacional en Argentina a finales del siglo XIX. Los Weil y los Staudt, entre Alemania y Argentina

SIMON GERARDS IGLESIAS

Universidad de Bremen

La expansión y el aseguramiento del mercado de ventas en Sudamérica sólo es posible para Alemania si los alemanes adquieren una mayor influencia allí y participan ellos mismos con energía en el desarrollo económico de los países de la zona. Cada compatriota que se instala allí temporal o permanentemente y trabaja con diligencia y pericia como agricultor o industrial, funcionario u obrero, para explotar los grandes recursos naturales, es un propagandista más eficaz de los productos alemanes. (Backhaus 1911: 4)

Con estas palabras, el agrónomo y político nacional-liberal alemán Alexander Backhaus describió los fines que debía tener la emigración alemana en la región del Río de la Plata. Antes de la Primera Guerra Mundial, el Imperio Alemán competía política y económicamente con las grandes naciones europeas. La apertura del mercado sudamericano para capitales alemanes fue un aspecto importante para situar el Imperio Alemán como potencia económica mundial junto a sus naciones competidoras (Kroyer 2005: 17; Conrad 2006: 251). Pero incluso después de la Primera Guerra Mundial, Alemania veía a Argentina como un país importante para situar sus intereses económicos en el orden mundial (Rinke 2008: 18). Las figuras clave en esto fueron los emigrantes alemanes que se establecieron en Argentina como empresarios y obtuvieron mediante la exportación de productos agrícolas beneficios que debían regresar a Alemania. Según los censos argentinos y las estadísticas de inmigraciones, la historiadora Saint Sauveur-Henn estima que entre 1880 y 1930 varias decenas de miles de alemanes emigraron a Argentina, aunque las cifras fluctuaron mucho de un año a otro (Saint Sauveur-Henn 2010: 24-25). La mayoría de los alemanes que emigró antes del 1914, lo hizo por motivos económicos, para ganarse la vida, hacer negocios y también por motivos de aventura (*ibid.*: 26). Recientemente, la historiografía ha descubierto el pequeño grupo de inmigrantes alemanes en Argentina como un prometedor campo de investigación y se ocupa de este grupo especialmente desde una perspectiva de la historia cultural¹.

¹ Véanse por ejemplo los trabajos de Bryce (2018) y Penny (2017) sobre culturas de inmigración, identidades de la comunidad alemana y la asimilación. Las obras de Kramer (2016) y Bindernagel (2014) también abordan la temática de identidad cultural, en el caso

Otros estudios se centran en las trayectorias biográficas, un concepto analítico que se ha utilizado en numerosos trabajos recientes². Sin embargo, se sabe poco sobre los inmigrantes que se convirtieron en empresarios en el transcurso de su historia de inmigración³. Los pocos estudios histórico-económicos sobre empresas con capital extranjero en Argentina para el período anterior a 1945 se enfocan principalmente en evaluaciones estadísticas (Sommi 1945; Young 1988) o son estudios de caso sobre las grandes empresas alemanas (Pohl 1987; Pohl 1999; Rennicke 2004; Hertner 2010, entre otros).

Hay pocos estudios que investigan desde una perspectiva transnacional el modo en que empresas e inmigrantes alemanes en Argentina usaban sus identidades migratorias para el fomento de sus negocios. Los estudios existentes sobre emprendimientos de inmigrantes alemanes en Argentina tienden a contar una trayectoria heroica, es decir, un ascenso económico y social de los empresarios, en su mayoría lineal, sin contextualizar suficientemente⁴. A pesar de que a partir de la década de 1880 entre la comunidad migratoria alemana se habían fundado muchas empresas en Argentina, que en poco tiempo se convirtieron en compañías exitosas cuyos dueños formaban parte de familias importantes, conocidas hasta hoy en el país, no se han estudiado sistemáticamente los orígenes y los factores que determinaban su éxito o fracaso⁵.

El presente estudio tiene como objetivo contribuir a cerrar esa brecha de investigación. Se proponen dos estudios de casos para demostrar cómo

de Kramer a través de las estructuras de clubes entre los inmigrantes alemanes y en el caso de Bindernagel por medio de la memoria colectiva de la comunidad durante la Primera Guerra Mundial. Un estudio algo más antiguo, pero no menos importante, es el de Newton (1977), que se ha ocupado de la historia de los alemanes en Argentina durante el período de entreguerras, época que ha recibido poca atención por parte de otras investigaciones.

² Por ejemplo, las biografías de mujeres de origen alemán en Argentina de Hock (2016). Véase también las siete historias de mujeres alemanas-argentinas en *Cuadernos del Archivo* Año iii/1 (2019), N° 4.

³ Hay unos pocos trabajos sobre ese tema, por ejemplo, de Fleming (1979). Este trabajo aborda el rol de los inmigrantes españoles y franceses en la región de Mendoza y sus innovaciones para el sistema vitivinícola de la región con los conocimientos que trajeron de sus países de origen. Lewis (1987) investiga la influencia de empresarios inmigrantes en la política económica del gobierno argentino en la década del 1920. Su argumento se basa en la hipótesis de que muchos empresarios inmigrantes con empresas industriales pretendían una mayor participación del gobierno en la política industrial para apoyar a las nuevas industrias. María Inés Barbero (2009) examina las estrategias de creación y desarrollo de empresas del inmigrante italiano Antonio Devoto. Siguiendo el análisis de redes sociales con base teórica de Mark Granovetter, la autora muestra el papel que han desempeñado las redes co-étnicas en la historia empresarial. En la antología editada por Alcides Beretta Curi (2016) se aborda la cuestión de la influencia de los inmigrantes europeos en el surgimiento y desarrollo de las empresas artesanales en América Latina y las diversas repercusiones de los empresarios inmigrantes en el sistema capitalista y las sociedades latinoamericanas.

⁴ Por ejemplo, el trabajo de Baudino, Azzi y Titto (2008).

⁵ Ejemplos de familias argentinas cuyos orígenes eran inmigrantes alemanes que desarrollaron negocios importantes son los Bemberg, los Bunge, los Bullrich o los Lahusen, aparte de las familias estudiadas en el presente estudio.

emigrantes alemanes se establecieron en la Argentina y se convirtieron en empresarios poniendo de relieve los vínculos y redes transnacionales. En el caso de las dos historias familiares en cuestión, hasta ahora sólo han aparecido publicaciones de autores cercanos a las familias o de instituciones que escribieron una suerte de crónicas sobre la historia de las familias en Alemania y Argentina.⁶ El período estudiado son los años entre 1880 y 1930, que se caracterizaron como una época de inmigración de masas a la Argentina provenientes principalmente de Europa. Al mismo tiempo la economía argentina adoptó el llamado modelo agroexportador como principio fundamental del crecimiento económico.

Así pues, este trabajo está en estrecha conexión con la historiografía sobre la migración, que se ocupa cada vez más de temáticas sobre transnacionalidad y transculturalidad en forma de estudios de casos (Logemann 2015: 86). Por consiguiente, los empresarios analizados no eran héroes históricos excepcionales, sino que sabían perfeccionar las estrategias empresariales de su entorno para aprovechar al máximo los recursos que la situación histórica producía. La comparación de dos casos muestra claramente lo mucho que difieren las estrategias entre sí y cómo han conducido al éxito o al fracaso. El primer estudio de caso trata de la carrera de Hermann Weil, que inmigró a la Argentina en el año 1888 y allí fundó una empresa comercial de exportadores de granos en medio del alto crecimiento de la economía argentina, impulsado por la exportación de productos agrícolas primarios. El segundo caso examina la historia de la familia Staudt, que se hizo próspera exportando productos agrícolas primarios e importando acabados de mayorista.

La familia Weil

Los comienzos y su odisea a la Argentina

Hermann Weil, nacido en 1868, era hijo de una familia judía de Steinsfurt en Baden, Alemania y entró muy temprano en el negocio de granos. En 1883 Hermann comenzó un aprendizaje de mayorista –commodity trader– en Mannheim en la empresa *Isidor Weismann & Co.* para la cual realizó viajes de negocios al extranjero europeo. En pocos años, estableció redes personales con socios comerciales en la región fronteriza entre Alemania y Bélgica. Su primer contacto con Argentina fue a través de un trabajo en la compañía *Mosce Z. Danon*, basada en Amberes. Fue enviado a Buenos Aires para abrir una sucursal para *Danon* que resultó ser la más rentable de la compañía. Sin embargo, poco después *Danon* quebró, por lo que Hermann fue despedido (Appenzeller 2012: 16). Sus primeras posiciones profesionales ponen de manifiesto que el origen judío desempeñó un papel en el desarrollo de las relaciones comerciales. Como ha demostrado Windolf, en las primeras décadas del siglo XX se formó en Alemania una red de élites empresariales judías, resultado principalmente del hecho de que los judíos

⁶ Una notable excepción es la vida de Félix Weil, que se ha estudiado con profundidad en los trabajos de Rapoport (2014) y Erazo Heufelder (2017).

solían estar excluidos de otros círculos de élite (Windolf 2009: 281). Pero en el siglo XIX, cuando la industrialización se desarrollaba a nivel mundial, ya existía una estrecha red de cooperación e intercambio entre los empresarios judíos, como muestra el ejemplo de Weil.

Después de una breve estadía en Estados Unidos, adonde ya habían emigrado años antes dos hermanos mayores de la familia Weil, en 1888 Hermann decidió volver a la Argentina, donde ya tenía contactos de negocios a través de su trabajo para *Danon* (Appenzeller 2012: 16). En esta década de 1880 –la gran década de la emigración de los alemanes– algo menos de quince mil de ellos se dirigieron a Argentina (Saint Sauveur-Henn 1995, 243).

Dos hermanos de Hermann, Samuel y Ferdinand, lo siguieron a Buenos Aires y allí fundaron la compañía de comercio de granos *Weil Hermanos & Cía.* en 1898. La empresa tenía su sede en el centro de Buenos Aires (Sociedad Rural Argentina 1912: 448). Exportaba trigo, linaza y maíz. La ambición y la experiencia comercial de Hermann Weil, que había demostrado en *Danon*, no sólo lo catapultaron a nuevas alturas en muy poco tiempo, sino que también le permitieron subir la escala social en los círculos de los comerciantes mayoristas (Erazo Heufelder 2017: 14). Aunque su empresa se centraba exclusivamente en la exportación de granos y no era necesario hacerlo por razones comerciales, Hermann Weil mantuvo relaciones con la comunidad alemana inmigrante en Buenos Aires, cuyo comienzo sitúan muchos historiadores en el año 1843, cuando se fundó la Iglesia Evangélica Alemana que debía convertirse en un lugar central en la vida social y cívica de la comunidad (St. Sauveur-Henn 2010: 48).

La Iglesia Evangélica Alemana en Argentina representaba el trabajo cultural alemán en el extranjero como casi ninguna otra institución, no sólo para la práctica de la religión, sino también como medio de educación y cultura (Bindernagel 2014: 33/ Bryce 2018: 137). Como resultado, *Weil Hermanos* era, según los datos del informe anual de la Iglesia protestante, una de las tantas firmas alemanas-argentinas que hicieron donaciones regulares a la comunidad protestante (Deutsche Evangelische Gemeinde 1899: 10). Es interesante observar que Hermann Weil hizo donaciones a la comunidad protestante alemana a pesar de sus raíces judías, lo que subraya la alta popularidad de la institución para la identificación alemana. El público alemán en Buenos Aires esperaba que las empresas alemanas aportaran su contribución a la construcción de la comunidad protestante.

El auge de un modelo de negocio

Toda la región del Río de la Plata era conocida en la época como el “granero del mundo” y exportaba no sólo trigo y maíz sino también linaza. Antes de que estallara la Primera Guerra Mundial, las exportaciones de trigo del Río de la Plata representaban entre el 14% y el 21% de las exportaciones mundiales de trigo, mientras que el maíz y el lino representaban más del 50% y el 65%, respectivamente (Boerger 1921: 411/415). Fue durante este período de alto crecimiento económico en la agricultura y especialmente en el cultivo de trigo en Argentina, que Hermann Weil y sus hermanos entraron

en el negocio. A través de las conexiones de negocios en Bélgica y Alemania, la compañía *Weil Hermanos & Cía.* (Gebrüder Weil & Cie., en alemán) pudo beneficiarse de esta dinámica y se expandió. Una de las ventajas de la empresa era el haberse centrado en el mercado alemán como destino de sus productos. Hacia 1914, la compañía creció rápidamente y al integrar el transporte de mercancías en sus propios barcos evitaba la dependencia de compañías navieras. En su punto culminante sesenta barcos navegaban por el Atlántico bajo la bandera de *Weil Hermanos*, exportando granos a Europa y América del Norte (Appenzeller 2012: 32-33). Su rápido crecimiento permitió a Weil Hermanos entrar con una competencia concentrada en un mercado en el que en 1914 cinco grandes empresas controlaban más del 75% de las cuotas (Dehne 2013: 230-231). Entre ellas, Weil Hermanos era la única con sede en la Argentina y formalmente una empresa nacional.

Durante este exitoso periodo la compañía empleaba a más de 3.000 personas. Entre ellos había miembros de la familia, como Josef, Friedrich y Joseph Siegmund Weil. Contaba con sucursales en todas las localidades principales de las regiones cerealeras de Argentina, especialmente en los puertos de Rosario, Bahía Blanca y La Plata. Además, tenía sucursales en Europa, donde los miembros de la familia trabajaban como empleados, como hacía Friedrich Weil, uno de los hermanos, en la sucursal de Amberes en Bélgica (Appenzeller 2012: 33).

Además de la dinámica del comercio internacional de cereales antes de 1914, la estructura económica argentina tenía una característica especial que Hermann Weil aprovechó. Con el fin de explotar el potencial de la producción de granos, Weil Hermanos tenía que transportar las cantidades de grano para su posterior venta lo más rápido posible. Para garantizar esto, las empresas exportadoras dependían de la existencia de líneas de ferrocarril. La expansión de la red ferroviaria creció rápidamente a partir de la década de 1870, hasta cubrir casi 18.000 kilómetros en 1895 y 35.000 kilómetros en 1915 (Schmidt 1920: 78). Las largas distancias desde las provincias de La Pampa y Santa Fe hasta la costa se recorrían en ferrocarriles con grandes vagones, en su mayoría de 30 toneladas de peso de carga (Weil 1921: 159). Weil Hermanos aprovechó la falta de instalaciones de almacenamiento de grano y el hecho de que la venta inmediata de grano en el mercado mundial se hacía en un período del año favorable, como admitió Hermann Weil en 1921: La temporada de trilla en la Argentina tenía lugar a fines de enero, coincidiendo con la suspensión de las exportaciones de trigo de América del Norte debido a los lagos y canales congelados. La temporada de cosecha anticíclica del mercado mundial fue una ventaja competitiva para las empresas en la Argentina (Weil 1921: 151). La red comercial basada en contactos personales de Hermann, especialmente el acceso a uno de los puntos de transbordo de granos más importantes de Europa, el puerto de Mannheim, dio a Weil Hermanos una excelente posición de partida.

El modelo de negocio de Weil Hermanos, como el de todas las demás empresas de exportación en la Argentina, era puramente de intermediación comercial. Como describió el propio Hermann Weil en su publicación sobre el negocio de granos, contrataban a agentes o empleados que compraban

en las zonas de cultivo de granos directamente a los agricultores o a los intermediarios, los llamados acopiadores (*ibid.*: 155). Estos actuaban durante todo el año como prestamistas de los agricultores que necesitaban créditos para la siembra, la producción y la cosecha. Este sistema favorecía a los acopiadores y perjudicaba a los agricultores, que debían aceptar los precios propuestos por aquellos. En la mayoría de los casos los agricultores dependían de los pagos por adelantado porque no tenían suficientes fondos líquidos para pagar los costos de salarios y transporte relacionados con la cosecha. Por lo tanto, se vendía una parte de la cosecha antes de la recolección a un precio fijo o se acordaban contratos especiales, denominados contratos a fijar-precio, en los que el agricultor se comprometía a vender una determinada cantidad a un precio que se fijaba en el momento de la entrega en función de los precios de las bolsas de comercio (*ibid.*: 156). En el caso del pago directo, el exportador recibía un descuento por riesgo del 1 al 2% sobre el precio diario para protegerse contra la posible pérdida de la mercancía debido a las condiciones meteorológicas, el robo o la apropiación indebida (*ibid.*: 157).

Aunque el agricultor cubría sus costos a través del cobro de pagos adelantados, tenía poca influencia en la fijación de precios. Además, los exportadores como Weil Hermanos tenían otro medio de ejercer presión, ya que se hacían deducciones de precios por la mala calidad, que se establecía mediante un muestreo aleatorio. Como el grano se almacenaba en sacos de yute a la vera del camino, prácticamente sin protección, después de la trilla, las condiciones climáticas desfavorables podían reducir la calidad de la mercancía (*ibid.*: 156-157). Esto iba en perjuicio de las condiciones de trabajo de los agricultores y los trabajadores de la cosecha, que a menudo eran inmigrantes de origen italiano. La competitividad de Weil Hermanos y otros se basaba en la presión sobre los precios de compra, ya que los costos de producción eran relativamente altos. Durante la huelga en 1912, los arrendatarios exigieron alquileres más bajos, reducción en las tarifas de carga de las compañías de ferrocarril, menores precios para los sacos y reducciones de impuestos, ya que el alto costo de la vida se había vuelto insostenible para los inquilinos (Deutsch-Argentinischer Centralverband 1912: 23).

Pero no fue solo la práctica comercial lo que condujo al éxito del modelo de negocio de la empresa. El producto comercial en sí también fue una innovación que Weil Hermanos introdujo en Argentina. Weil Hermanos comerciaba con nuevas clases de trigo que había cultivado en experimentos científicos el agrónomo alemán Albert Boerger en su estación experimental en Uruguay. Las nuevas variedades de trigo alcanzaron un rendimiento entre el 30 y el 40 % superior de a las variedades convencionales. Además, la variedad "Barletta" producía mayor rendimiento en las zonas de cultivo en el Río de la Plata que en Alemania, debido a condiciones climáticas y de suelo favorables (Boerger 1921: 105). Para garantizar esta alta calidad del trigo adquirido, Weil Hermanos ofrecía el grano en función de su peso específico, una práctica poco habitual en Argentina hasta entonces. En el caso de la variedad Barletta, por ejemplo, el peso natural se situó entre 78 y 80 kilos por hectolitro, y para garantizar la calidad de la cosecha, Weil Her-

manos realizaba un muestreo aleatorio y lo comparaba con muestras (Weil 1921: 156). Esto diferenciaba a la empresa de otras compañías comerciales que normalmente no realizaban controles de calidad.

La enfermedad de Weil y la guerra mundial

A principios del siglo XX la familia Weil empezó a sufrir algunos golpes desafortunados. Desde 1903 Hermann sufría de sífilis. Para asegurar el tratamiento del renombrado médico profesor Paul Ehrlich, la familia Weil se mudó a Frankfurt del Meno en 1907. Desde entonces, la empresa Weil Hermanos se gestionó desde dos sedes. Samuel Weil, su hermano y cofundador de la compañía, continuaba siendo responsable de la compañía en Buenos Aires y Ferdinand de la sucursal en Rotterdam. Además, Julius Flegenheimer y Sigismundo Edelstein, dos accionistas que anteriormente habían trabajado en la Argentina como firmantes autorizados para Weil Hermanos, se incorporaron a la empresa. Hermann continuó moviendo los hilos desde Frankfurt. La esposa de Hermann, Rosa, que sufría de cáncer desde hacía años, murió en abril de 1912, y en ese mismo año la salud cada vez más precaria de Hermann le impidió temporalmente continuar con el negocio de la empresa (Appenzeller 2012: 20-24).

El estallido de la Primera Guerra Mundial marcó el comienzo de una época difícil para Weil Hermanos. El gobierno británico instó a Argentina, como país neutral, a suspender las relaciones comerciales con el Imperio Alemán. Como resultado, Weil Hermanos no podía exportar grano a destinos alemanes. Sin embargo, al principio, las entregas de cereales siguieron llegando a Alemania por desvíos, por ejemplo, a través de las islas de la costa africana y luego a través de Dinamarca, Suecia y los Países Bajos, todos países neutrales. El comercio en las bolsas de futuro para cereales de Rosario y Buenos Aires seguía siendo controlado en gran medida por unas pocas grandes empresas de las cuales dos eran de origen alemán (Gravil 1985: 119)⁷. A pesar de la guerra, las empresas con capital alemán, Weil Hermanos, Bunge & Born y otras, evitaron la quiebra con la ayuda del servicio de inteligencia exterior alemán, con el que colaboraron y desarrollaron estrategias para evitar que Argentina declarara la guerra al Reich (Bisher 2016: 195-197)⁸. Además, sus redes establecidas, el tamaño y la presencia que habían acumulado a lo largo de los años, aseguraron que el mercado de exportación siguiera funcionando a pesar de la resistencia británica, aunque con restricciones (Rinke 2008: 16). La empresa de Weil estaba bien posicionada gracias a sus estrechas redes transatlánticas. La continuidad de la gestión de la empresa por parte de los miembros de la familia de Weil

⁷ Además de Weil Hermanos, éstas eran Bunge & Born, Louis Dreyfus, Huni & Wormser, General Mercantile Company (Dehne 2013: 230-1).

⁸ Estas estrategias incluían influir en las autoridades políticas y sociales intentando dar una imagen positiva de las empresas alemanas ante la opinión pública. Por eso, en 1916 se fundó la Cámara de Industria y Comercio Argentino-Alemana para apoyar los intereses de las empresas alemanas. Véase más sobre las actividades de inteligencia en Argentina durante la Primera Guerra Mundial: Bisher (2016).

impidió que la enfermedad de Hermann Weil y su incapacidad de gestionar la empresa afectaran el negocio.

A principios de 1916 continuaba el predominio de los alemanes en el mercado de los granos. La introducción de las llamadas listas negras, en las que figuraban todas las empresas denominadas “alemanas” cuyas actividades comerciales debían ser detenidas por las autoridades, implicó una amenaza para la empresa Weil Hermanos y para todas las demás empresas alemanas en Argentina. Tuvieron dificultades, aunque el gobierno argentino no ejecutó sistemáticamente las listas negras en esa fase, por lo que se evitaron las quiebras o incluso las expropiaciones de empresas (Kroyer 2005: 11). Argentina se mantuvo neutral en la guerra, pero en 1917 los aliados Gran Bretaña y Estados Unidos presionaron con más éxito al gobierno argentino para que aplicara las listas negras, por lo que Weil Hermanos se vio muy afectado y el comercio de cereales tuvo que ser suspendido temporalmente. Sin embargo, la empresa logró evitar la bancarrota aprovechando la conexión de los hermanos Weil en Buenos Aires y Fráncfort del Meno. A pesar de la interrupción de los enlaces de comunicación entre Alemania y Argentina, la empresa pudo sobrevivir realizando negocios clandestinos. Por ejemplo, la compró bonos del Estado argentino con dinero alemán y los pasó de contrabando en buques holandeses a Argentina, donde se vendieron con ganancia debido al tipo de cambio favorable (Gravil 1985: 121).

Mientras tanto, Hermann Weil alcanzó un alto reconocimiento en Alemania debido a sus éxitos económicos antes de la guerra. En 1915, cuando puso su villa privada en Fráncfort a disposición de los oficiales alemanes como hospital militar, se le aseguró el reconocimiento del ejército alemán y fue invitado al cuartel general del Káiser en Bad Kreuznach (Appenzeller 2012: 55). Ascendió a los más altos círculos militares y políticos de Alemania y trabajó como asesor del estado mayor del almirante naval en cuestiones económicas de la guerra submarina, lo que le valió el apodo de “U-Boot-Weil” (Erazo Heufelder 2017: 26). En febrero de 1916, Hermann Weil informó al comando del ejército sobre las importaciones de grano de la *Entente* y señaló que la importación estaba muy por debajo de la demanda. De esto concluyó que el hundimiento diario de uno o dos barcos aliados debía haber causado un pánico en Inglaterra y que los aliados iban a morir de hambre después de sólo tres meses. Para detener el suministro de grano argentino a Gran Bretaña, Weil propuso que el gobierno alemán comprara en secreto una gran cantidad de trigo en Argentina, con Weil Hermanos a la cabeza (Stegemann 1970: 54-55). Hermann Weil quería explotar los objetivos de guerra del Imperio Alemán de cortar el suministro de Gran Bretaña para su propio interés comercial. Como empresa alemana, Weil Hermanos no podía comerciar legalmente con trigo, y Hermann Weil trató de beneficiarse de la venta de trigo mediante un contrato secreto.

Nuevo comienzo y declive

Inmediatamente después de la Primera Guerra Mundial, las exportaciones de granos desde Argentina volvieron a crecer fuertemente. Las pérdidas de la guerra y la posguerra en Europa fueron compensadas por la Argentina

y, sobre todo, la interrupción de Rusia como el mayor productor de trigo del mundo a causa de revueltas relacionadas con la Revolución de Octubre dejó un vacío. Weil Hermanos fue capaz de aprovechar esta brecha y reanudar su negocio de granos. En Argentina, las empresas británicas no habían logrado desplazar a las empresas alemanas a largo plazo, lo que se debía a las considerables pérdidas de cosechas en 1913 y 1916, a la prioridad otorgada a las exportaciones de carne y a la falta de entradas de capital, que impedían toda inversión. Sin embargo, Weil Hermanos no podía continuar el exitoso período anterior a la guerra.

Para algunos observadores contemporáneos era evidente que la extraordinaria expansión de la producción y exportación de granos después de la Primera Guerra Mundial estaba en peligro de desaceleración. El agrónomo Albert Boerger observó en 1921 que las oportunidades de exportación de la Argentina no serían más favorables en el futuro, ya que los precios caerían y la Argentina sólo había podido ampliar su posición como productora de trigo durante un corto período de tiempo debido a la guerra, pero estaba atrasada respecto de Canadá y los Estados Unidos en cuanto a volumen (Boerger 1921: 422). Un sistema tributario deficiente, el bajo crecimiento de la productividad y la falta de una mentalidad empresarial innovadora debido a la relación entre propietarios y arrendatarios se consideraban desventajas estructurales en la Argentina. El creciente número de huelgas de agricultores en la Argentina fue un obstáculo adicional para el desarrollo, según la valoración de los cronistas de la época (Krause 1919: 93-94). Además, la caída de los precios del mercado mundial después de la guerra fue el resultado de un excedente de trigo.

Hermann Weil tuvo una visión completamente diferente, que resultaría equivocada. Ya en 1921 estaba convencido del extraordinario poder del mercado de granos argentino, como escribió en una antología económica del Profesor Hellauer (Universidad de Fráncfort del Meno). Describió que las exportaciones de trigo argentino seguían una tendencia lineal al alza si se ampliaba la producción nacional. Debido a la agitación política, seguía considerando que Rusia era incapaz de exportar y consideraba que Norteamérica difícilmente podría satisfacer sus necesidades con su propia producción. Estaba convencido de que la economía argentina sólo podía beneficiarse de ello (Weil 1921: 154).

Mientras tanto, la administración de Weil Hermanos se encontró en aguas difíciles bajo las delicadas condiciones del mercado. A petición de Hermann Weil, su hijo Félix debía seguir dirigiendo la empresa en Argentina después de la guerra. Félix regresó a Argentina en 1920 e iba a suceder a Samuel Weil como Gerente General. Sin embargo, no se sentía cómodo en el papel de hombre de negocios. Félix se había matriculado en economía en la Universidad de Tubinga y mantenía contactos con círculos socio-filosóficos en torno a Max Horkheimer y Friedrich Pollock, con los que más tarde fundó el Instituto de Investigación Social de Fráncfort (*Institut für Sozialforschung*). Carecía de la capacidad empresarial para el cargo de director general (Erazo Heufelder 2017: 35). Desde que Félix renunció a la dirección de la empresa a petición suya y con el consentimiento de su padre, Samuel dirigió la compañía hasta su muerte en 1922. Jorge Valois, que había diri-

gido la sucursal de Rosario durante muchos años, se convirtió entonces en jefe interino (*id.*).

La difícil evolución del mercado planteó amenazas crecientes para Weil Hermanos. Las profecías de Hermann Weil no se hicieron realidad, ya que no vio venir la sobreproducción agrícola. El exceso de oferta mundial de cereales desde mediados de la década de 1920 en adelante provocó una caída de los precios. Al mismo tiempo, los costos de producción en la Argentina habían aumentado considerablemente, aunque esto representaba una tendencia a largo plazo desde principios de siglo. En comparación, los costos de producción en 1921 eran el doble que en 1896 (Pfannenschmidt 1921: 143). A fin de seguir siendo competitivos, los otros grandes exportadores de cereales de la Argentina en esta época, Bunge & Born y Louis Dreyfus, invirtieron en la construcción de grandes silos de cereales en el puerto de Buenos Aires y en almacenes de cereales en las provincias para proporcionar el espacio de almacenamiento que se necesitaba con urgencia. Estas empresas consiguieron que el almacenamiento del excedente de granos argentinos en el mercado mundial se redujera, frenando así la caída del precio de los granos exportados. Weil Hermanos quedó excluido de este desarrollo debido a la incapacidad de Hermann, que siguió viviendo en Alemania, de reconocer los cambios económicos en Argentina. La ausencia de Hermann en Buenos Aires y finalmente su muerte en 1927 provocaron varias crisis de gestión en la empresa, que no se resolvieron de forma sostenible, pues los hermanos de Hermann, Ferdinand y Samuel, cofundadores de la empresa, habían fallecido en 1910 y 1922. A diferencia de Bunge & Born, la gestión de Weil Hermanos no se diversificó.

Mientras Bunge & Born talaba los bosques de quebracho del norte en la región del Chaco y construía fábricas para la producción de alimentos, Weil Hermanos seguía centrándose en el todavía lucrativo negocio de la exportación de trigo. Cuando el jefe interino Jorge Valois se retiró de la dirección en 1926, la silla del jefe en Buenos Aires quedó completamente vacía y Félix Weil sólo supervisó a medias la empresa desde Frankfurt. En 1928 se inició la retirada del negocio de los cereales y se fundó una nueva sociedad mixta, la Sociedad Anónima Financiera y Comercial (SAFICO), con los activos de la empresa, los accionistas de la familia Weil y los antiguos signatarios autorizados Julius Flegenheimer y Sigismundo Edelweiss. En 1930, el comercio de granos fue finalmente abandonado y SAFICO invirtió en las industrias textil y química y en el negocio inmobiliario. El antiguo negocio de exportación de cereales de la empresa se derrumbó al mismo tiempo que la economía argentina entraba en un proceso de transformación, cuando se abandonó el modelo agroexportador y ganó importancia la industrialización por sustitución de importaciones.

La familia Staudt

Los comienzos en Argentina

Nacido en 1852 en el pueblo de Hellenthal, Jakob Wilhelm Staudt creció en la región del Eifel. Comenzó su aprendizaje en una fábrica de tejidos de seda y poco después se hizo cargo de la empresa de textiles de su padre (La Publicité Internationale 1907). La emigración a América del Sur se debió más bien a acontecimientos aleatorios. Después de que la familia y el negocio familiar experimentaran problemas financieros, Wilhelm buscaba un trabajo en el negocio de la exportación y en 1877 encontró un empleo como comisionado de acción en Hardt & Co, una compañía comercial alemana-estadounidense, que lo envió a un puesto vacante en el comercio textil en su sucursal de Buenos Aires (Staudt 2011 6-9⁹; La Publicité Internationale 1907).

Como empleado de Hardt & Co. Wilhelm Staudt fue promocionado después de un corto tiempo. El desarrollo de una clave telegráfica, que normalizaba todos los códigos para la transmisión de mensajes telegráficos, le valió un lucrativo ascenso en 1879. Se convirtió en jefe del negocio de importación de Hardt & Co. en Buenos Aires, que dirigió como signatario autorizado en el trabajo por cuenta propia. Como jefe de compras de Hardt & Co., Staudt importaba telas europeas y las vendía a fábricas de costura argentinas para hacer ropa para el mercado local. En el período siguiente, Staudt amplió aún más esta actividad del comercio textil, utilizando contactos anteriores en Alemania y realizando viajes de negocios. En la ciudad alemana de Monschau conocía a la familia Scheibler, propietaria de una fábrica de tejidos, desde su primer trabajo en Alemania, y en la cercana Verviers, en Bélgica, estableció vínculos con las fábricas textiles de la familia Pelzer (La Publicité Internationale 1907; Staudt 2011: 12). El resultado fue un negocio de importación-exportación a lo largo de la cadena de valor de un solo producto. La lana cruda y el cuero se exportaban desde Argentina y se vendían a las hilanderías y otros negocio alemanes. Por último, los tejidos acabados se importaban a Argentina, donde se transformaban en prendas de vestir o, en el caso del cuero, en zapatos¹⁰. Los productos de lana preclasificados por Staudt en la Argentina encontraron una gran salida entre los fabricantes de textiles en la estrecha red en Alemania. Lo mismo ocurría con los cueros que vendía a una base de clientes en el Eifel (Staudt 2011: 10).

Fundación de la casa comercial y rápida expansión

Los crecientes beneficios de sus actividades comerciales le llevaron, junto con Carl Theodor Freisz y Peter Bauer, en 1887, a fundar la empresa de negocios

⁹ El texto de Guillermo Staudt (1923-2000) publicado por el Municipio de Heringsdorf en el año 2002 (con una segunda edición en el 2011) es un breve relato familiar escrito por el nieto de Wilhelm y Elisabeth Staudt, Guillermo Staudt, que nació en el año 1923 en Buenos Aires.

¹⁰ Aunque desde finales del siglo XIX también había hilanderías en Argentina, la demanda argentina tuvo que satisfacerse en gran medida con la importación de tejidos hasta la década de 1920 (Belini 2008: 33).

de importación y exportación *Staudt & Cía.* en Buenos Aires (Staudt & Co. 1937: 5). Como Staudt, Freisz y Bauer eran ex empleados de Hardt & Co. y estaban arraigados en la comunidad alemana de Buenos Aires¹¹.

Menos de un mes después de la fundación de la empresa en la Argentina, Wilhelm viajó a Berlín y solicitó la inscripción de la empresa en el Registro Mercantil Alemán. En Berlín, Wilhelm Staudt estableció una conexión con el Deutsche Bank que le proporcionó préstamos importantes para el desarrollo de negocios en Argentina (Staudt & Co. 1937: 5). La relación entre Staudt y el banco alemán es un ejemplo típico de la participación económica alemana en Argentina a finales de la década de 1880. En Argentina se había iniciado un boom de creación de empresas y los valores de las empresas argentinas se negociaban cada vez más en Alemania. Además, el Ministerio de Asuntos Exteriores instó al *Deutsche Bank* a implicarse más en los negocios sudamericanos para reforzar la posición económica del imperio a nivel internacional (Pohl 1987: 22).

La actividad principal de Staudt & Cía. era el comercio exterior, exportando productos de materia prima a Alemania e importando a Argentina productos terminados producidos en Alemania. El comercio de mercancías entre Argentina y Alemania era gestionado por las sucursales de Buenos Aires y Berlín. A partir del año 1889, la importación se amplió a alimentos y bebidas y a otros bienes más pequeños, cuando Staudt & Cía. se hizo cargo del negocio de importación de la empresa argentina Mallmann & Cía (Staudt 2011: 13). Al mismo tiempo, a partir de 1890, las materias primas para la elaboración de textiles y cueros, especialmente la lana de oveja y el cuero vacuno, se exportaron de la Argentina a Alemania (Staudt & Co. 1937: 7; Cutolo 1985: 210). La empresa también exportaba madera de quebracho, que extraía ella misma en la llanura del Chaco (La Publicité Internationale 1907).

Staudt & Cía. pudo resistir el desarrollo económico general en la década de 1890, cuando el llamado Pánico de 1890 desencadenó una crisis bancaria y económica. En la misma década, la compañía abrió sucursales en Rosario y Montevideo (Staudt & Co. 1937: 7). Como gerente de la sucursal, Wilhelm Staudt confiaba en sus antiguos confidentes y empleados con raíces alemanas, el señor Ifflinger en Rosario y Peter Bauer en Montevideo (La Publicité Internationale 1907). Con la apertura de una sucursal en Concordia, situada a orillas del río Uruguay, la compañía aseguró su presencia en el punto de transbordo de las provincias de Entre Ríos y Corrientes, donde se producía la mayor producción de lana del país.

Staudt & Cía. operaba con una estrecha red de agentes, que servía para comprar materias primas a los productores de las provincias del interior de la Argentina y para comprar mercancías importadas y vender materias primas en las sucursales internacionales. En 1912 Staudt & Cía. fue incluida en una revista de la Sociedad Rural Argentina en varios sectores: como *trader* de alimentos y bebidas, como transportista/almacén, como importante

¹¹ Peter Bauer era donante privado en la Iglesia y Escuela Protestante de Buenos Aires; Freisz & Co. figura en las contribuciones como una donación corporativa (*Deutsche Evangelische Gemeinde* 1899: 27-29).

empresa de exportación e importación, y como importador de vinos, entre otros de la zona del Mosela y Rheinhessen (Sociedad Rural Argentina 1912: 353; 360; 562; 625; 845).

Wilhelm Staudt no alcanzó a presenciar la última expansión en el nuevo siglo. Murió de apendicitis el 1 de abril de 1906 en Berlín (Staudt 2011: 25). El hecho de que el día de la inauguración de la sucursal de Hamburgo coincidiera con el aniversario de su muerte dio a la muerte de Wilhelm Staudt un patetismo adicional, que estableció un mito sobre el ascenso casi ilimitado del comerciante. La heroica epopeya de una historia clásica, desde “inmigrante sin dinero” a “capitalista respetado”, era una parte importante del mito fundacional no sólo de una casa comercial, sino también de la familia Staudt.

La sucesión de empresas en tiempos de la Primera Guerra Mundial

La temprana y repentina muerte de Wilhelm Staudt, en 1906 no tuvo efectos negativos en la compañía Staudt. El negocio continuó con éxito a corto y largo plazo. Esto se debió al hecho de que si bien Wilhelm era el principal accionista y tomaba las decisiones estratégicas para la doble empresa en Berlín y Buenos Aires, la gestión en Buenos Aires estaba sujeta a otras personas. Carl August Weeber había estado a cargo de la gestión desde 1899, después de haber sido apoderado durante muchos años. Las acciones de Wilhelm fueron legadas a los cuatro hijos de Staudt y Ricardo fue su sucesor designado como jefe de la compañía (La Publicité Internationale 1907). A pesar de la presencia de hasta cuatro socios, la familia Staudt siguió siendo la propietaria mayoritaria de la empresa. Los cofundadores, Peter Bauer y Carl Freisz, se habían retirado de la empresa como propietarios en 1899 y los demás accionistas sólo participaron en ella durante períodos de tiempo limitados.

Dado que hubo una renovación relativamente rápida de los restantes accionistas de la empresa, Staudt & Cía. siguió una política basada en un alto grado de contactos personales. Desde su fundación, Wilhelm Staudt incorporó a la empresa a antiguos empleados de Hardt & Co. y promovió a algunos empleados veteranos a directores de sucursal y accionistas. La familia Staudt siempre fue la propietaria mayoritaria y a ella pertenecen, representando sus intereses, los primeros directores gerentes. A partir del 1910, Ricardo asumió cargos directivos en Staudt & Cía., lo que fue acompañado de un continuo aumento de las acciones de su empresa (Blousson 1946: 5).

La Primera Guerra Mundial marcó un importante punto de inflexión para Staudt. Igual que en el caso de Weil, las sucursales en Europa y América del Norte no podían continuar. La sucursal de Hamburgo tuvo que renunciar a su servicio ya en 1914, debido al bloqueo marítimo de los aliados. Para poder mantener la red comercial mundial de Staudt, a principios de 1915 se fundó en Estocolmo la A/B Laplatakompaniet, que entre tanto asumía las funciones de la sucursal de Hamburgo y permitió el comercio con los Estados neutrales del norte de Europa (Staudt & Co. 1937: 8).

En la Argentina, el negocio podía continuar todavía en gran medida al comienzo de la guerra, a pesar de que el transporte hacia y desde Europa estaba significativamente restringido. En 1916 se abrió una sucursal en Chile y para Staudt el comercio interamericano se hizo cada vez más importante (Staudt & Co. 1937: 9; 34). Con la introducción de las listas negras del gobierno inglés a partir de 1916 y de los Estados Unidos, que se publicó en diciembre de 1917, Staudt & Cía. también estuvo en medio de la guerra económica. Con la publicación de las listas negras se hizo imposible para Staudt emprender negocios de importación y exportación por medios legales. Cuando los EE.UU. entraron en la guerra, el comercio interamericano también se vio obstaculizado por la clasificación de Staudt como una empresa puramente alemana. En 1916, Staudt fue cofundador de asociaciones como el Comité para la Libertad de Comercio, la Liga de Equidad y Justicia y se unió a la Cámara de Comercio Argentino-Alemana (Bisher 2016: 67). Estas organizaciones tenían el objetivo de hacer campaña con el Gobierno argentino contra la entrada en la guerra y evitar la aplicación de sanciones de los aliados, como el boicot a las empresas que figuraban en las listas negras. Como una de las mayores empresas de exportación de la Argentina, Staudt era un importante empleador, por lo que su base comercial afectaba los intereses de muchos trabajadores argentinos.

Incluso antes de que EE.UU. entrara en la guerra, los servicios de inteligencia estadounidenses trataron de detener las operaciones encubiertas de las empresas alemanas en Latinoamérica, incluyendo las de Staudt. Gracias a una compleja red bancaria que ya existía antes de la guerra, las empresas alemanas en el extranjero podían continuar sus transacciones comerciales en gran medida a través de países neutrales, principalmente Escandinavia (*ibid.*: 147). Staudt era una empresa que dependía mucho de bienes como la confianza y la intuición. A través de estrechas redes personales basadas en muchos años de cooperación, Staudt logró dirigir el negocio durante la guerra, aunque con limitaciones.

La compañía se dividió y se expandió después de la guerra

Después de la guerra, Staudt trató de reconstruir rápidamente las conexiones comerciales interrumpidas. Como reemplazo de la sucursal de Amberes, cerrada durante la guerra, Staudt adquirió en 1919 la compañía holandesa Overbeek & Co., junto con firmas alemanas de la industria del hierro (Staudt & Co. 1937: 8). Poco después, la compañía se dividió en dos empresas legalmente separadas en los dos países. La fundación de Staudt & Cía. S.A.C. en 1922 la convirtió en una empresa totalmente independiente en Argentina (Blousson 1946: 5). Ricardo Staudt retenía la mayoría de las acciones y fue adquiriendo gradualmente las acciones de la empresa argentina heredadas por sus hermanas, de modo que se convirtió cada vez más en la rama argentina de la familia Staudt, mientras que su madre y sus hermanas se retiraron del país. En 1923, Elisabeth Staudt ya había cedido todas sus participaciones directas en Argentina a su hijo y en 1932 Ricardo tenía ya el resto de las acciones de sus hermanas (Blousson 1946: 80-81). La empresa alemana Staudt & Co. era propiedad mayoritaria de las herma-

nas de Ricardo en Berlín y de terceros accionistas. Después de la separación, Ricardo ya no tenía ninguna conexión legal con la compañía alemana.

La división de la empresa fue acompañada por las diferentes identidades culturales de los miembros de la familia. Aunque los padres desarrollaron un cierto grado de identidad local, fue principalmente Ricardo quien se vio a sí mismo como un ciudadano argentino: creció en ambos países, pero vivió la mayor parte de su vida en Argentina y adoptó la versión argentina de su nombre (su nombre de nacimiento era Richard). En 1927 renunció a su ciudadanía alemana y vio su centro de vida en Argentina, aunque tampoco ocultó su origen alemán. Como Ricardo había sido llevado por su padre a la responsabilidad empresarial a una edad muy temprana, desarrolló una estrecha relación con la empresa, cuyo negocio principal estaba en Argentina. La estrecha red con otras empresas alemanas, como el Deutsche Bank, ayudó a crear una exitosa iniciativa empresarial en ese país.

La empresa celebró acuerdos de cooperación con multinacionales alemanas. A principios de los años 1920, Staudt & Cía. fundó junto a Siemens & Halske una empresa de importación de armas con el discreto nombre de Compañía Argentina de Comercio (Coarico), que vendió armas y equipo militar alemán en Argentina. En Berlín, Coarico era representado por Siemens y en Buenos Aires por Staudt. Ricardo Staudt tenía una amplia red de socios comerciales en Argentina, de modo que las empresas alemanas realizaban sus negocios a través de Coarico, como en 1924, cuando se entregaron varios aviones “Junkers” civiles y militares al Gobierno argentino (Schuler 2015: 404). Siemens aprovechó los estrechos contactos de Ricardo Staudt con empresarios y también con políticos de Argentina y lo nombró miembro del consejo de supervisión y administración de la filial de Siemens en Argentina (Rennicke 2004: 163).

Las conexiones con y participaciones de Ricardo Staudt en empresas alemanas continuaron incluso durante la época nacionalsocialista en Alemania (Musacchio 2000: 262). Las relaciones comerciales entre Argentina y el Tercer Reich fueron estrechas hasta el comienzo de la guerra y los tratados bilaterales facilitaron las inversiones alemanas en Argentina, lo que favoreció las relaciones ya existentes de Staudt con Alemania (Kroyer 2005: 19). Sin embargo, fue precisamente esta relación comercial la que se convirtió en la desventaja de Staudt cuando en 1946 la persona y la compañía Staudt fueron acusadas por un tribunal argentino, que iba a dictaminar sobre la expropiación de la compañía debido a la declaración de guerra de Argentina al Tercer Reich en marzo de 1945 y el acuerdo de la Junta Interamericana de Defensa que reclamaba la liquidación de propiedades alemanas en el extranjero (Newton 1992: 369). La audiencia del tribunal se ocupó principalmente de la cuestión de si Staudt debía considerarse una empresa alemana o argentina y en qué medida Staudt tenía intereses en las industrias alemanas afectadas por la guerra. Además, hubo un debate sobre una posible ideología nacionalsocialista de Ricardo Staudt, pues se cuestionaba si era considerado un “camarada nacional alemán” o no. Sus actividades profesionales como Cónsul General de Austria en 1938 y su participación en la mayor reunión masiva de los nacionalsocialistas en el extranjero, en el Luna Park de Buenos Aires en el mismo año, fueron

argumentos centrales de la acusación (Blousson 1946). Además, Ricardo Staudt apoyó a la organización de bienestar nacionalsocialista “*Winterhilfswerk*” con grandes donaciones, pero se distanció del nacionalsocialismo al empezar de la guerra y nunca fue miembro del partido nacionalsocialista (Newton 1992: 369). Al final, la empresa no fue expropiada porque la red corporativa ramificada con filiales de Staudt & Cía. no la hacía claramente identificable como empresa alemana y Ricardo Staudt había hecho grandes esfuerzos durante la guerra para ser borrado de las listas negras de los aliados (Musacchio 2000: 265). El nombre de “Staudt” fue rehabilitado y considerado argentino. Como financista de la campaña electoral de Juan Domingo Perón, también tuvo una estrecha relación con el futuro presidente y posiblemente desempeñó un papel importante en la financiación y organización de las rutas de escape de los exnazis (conocidos como “ratlines”) aunque esto aún no está ampliamente investigado.¹²

Conclusión

En este artículo se han examinado dos casos de emprendimientos de inmigrantes alemanes en Argentina. Hermann Weil y Wilhelm Staudt emigraron a la Argentina en un período de alto crecimiento económico generado por un exhaustivo comercio de exportación e importación con el mercado mundial. Los dos jóvenes inmigrantes se encontraban en esa situación excepcional y vieron allí sus oportunidades de negocios. Con un agudo sentido de los negocios y con experiencia previa en Alemania lograron establecer compañías que en poco tiempo produjeron altos beneficios. En la primera fase del negocio usaron sus redes personales y contactos comerciales en Alemania para encontrar ventajas competitivas y mantuvieron esas redes en Alemania durante la Primera Guerra Mundial y después. El componente étnico era importante en ambas firmas. Los trabajadores co-étnicos aportaban a un personal culturalmente homogéneo lo que facilitó el fomento de un espacio laboral de alta confianza y de afinidad. Las empresas Weil Hermanos y Staudt & Cía. operaban dentro de una estrecha red de representantes y empleaban en la gestión a confidentes de muchos años, en su mayoría alemanes-argentinos. En ambos casos, se hizo evidente que los alemanes inmigrantes buscaban estrechos vínculos con su patria y los usaban para consolidar sus negocios.

En este artículo se ha tratado de examinar las trayectorias de dos familias empresarias inmigrantes de origen alemán en Argentina durante la *belle époque* del país. Se ha demostrado que estas familias desarrollaron una doble identidad germano-argentina, tanto en lo personal como en sus ne-

¹² El trabajo de Julio B. Mutti (2015) es una de las pocas obras sobre los vínculos y redes de los germano-argentinos y el Tercer Reich. Ricardo Staudt fue una de las figuras clave para los nazis en Argentina. Hasta ahora, la investigación ha descuidado el papel de los germano-argentinos durante el nacionalsocialismo y, especialmente, sería importante explorar más el papel de Ricardo Staudt. Sobre la implicación de las élites empresariales germano-argentinas en el nacionalsocialismo, donde también se menciona a Ricardo Staudt, véase también la disertación de McGaha (2009).

gocios. Se pudo comprobar que la primera generación de inmigrantes seguía identificándose culturalmente de forma exclusiva con Alemania, mientras que, en el caso de la segunda generación, más bien hay que hablar de una identidad transnacional o transcultural entre Alemania y Argentina. En futuras investigaciones convendría profundizar en el significado de este cambio generacional para la doble identidad. Además, quedaría por aclarar qué cambios se produjeron en la doble identidad germano-argentina de las familias y sus empresas tras el ascenso del nacionalsocialismo en Alemania.

Bibliografía

Fuentes

- Blousson, Silvestre H. *El Caso Staudt. Escrito presentado por el Dr. Silvestre H. Blousson ante la Junta de Vigilancia y Disposición Final de la Propiedad Enemiga en defensa del Sr. D. Ricardo W. Staudt y las compañías del llamado Grupo Staudt.* sin lugar: sin ed., 1946.
- Deutsch-Argentinischer Centralverband (ed.). „Neues und Wichtiges aus der Argentinischen Gesetzgebung. Wirtschaftsgeschichte und Geschäftslage in Argentinien während des ersten Halbjahres 1912 und Allgemeines“. *Mitteilungen des Deutsch-Argentinischen Centralverbandes* 1 (1912): 22-30.
- Deutsche Evangelische Gemeinde zu Buenos Aires (ed.). *Jahres-Bericht der Deutschen Evangelischen Gemeinde zu Buenos Aires. 1898*, Buenos Aires: Herpig & Stoeveken, 1899.
- La Publicité Internationale (ed.). *Wilhelm Staudt.* Berlin: La Publicité Internationale, 1907.
- Sociedad Rural Argentina (ed.). *La Rural. Guía General de Estancieros de la República Confeccionada para los Miembros de las Sociedades Rurales Argentinas*, Buenos Aires: sin ed., 1912.
- Staudt & Co. (ed.). *Staudt & Co. 1887-1937. Aus Anlass des 50-jährigen Bestehens der Firma Staudt & Co. Ihren Mitarbeitern und Freunden gewidmet.* Berlin: sin ed., 1937.

Bibliografía de consulta

- Appenzeller, Hans. *Dr. h. c. Hermann Weil. Leben und Wirken, 1868-1927.* Steinsfurt: sin ed., 2012.
- Backhaus, Alexander. *Welche Aussichten bieten sich den Deutschen in Südamerika?* Berlin: Süsserott, 1911.
- Barbero, María Inés. “Estrategias de empresarios italianos en Argentina: el Grupo Devoto”. En: *Anuario - Centro de Estudios Económicos de la Empresa y el Desarrollo* 1/1 (2009): 45-73.
- Baudino, Verónica, Azzi, M. S. y Titto, R. “Pioneros de la industria argentina”. En: *Estudios Económicos* 25/50 (2008): 125-132.

- Belini, Claudio. "Una época de cambios: la industria textil argentina entre dos crisis, 1914-1933". En: *Estudios Ibero-Americanos* XXXIV/2 (2008): 31-48.
- Beretta Curi, Alcides (ed.). *Inmigración europea, artesanado y orígenes de la industria en América Latina*. Montevideo: Facultad de Humanidades y Ciencias de la Educación, Universidad de la República, 2016.
- Bindernagel, Franka. *Deutschsprachige Migranten in Buenos Aires. Geteilte Erinnerungen und umkämpfte Geschichtsbilder 1910-1932*. Paderborn: Ferdinand Schöningh, 2014.
- Bisher, Jamie. *The Intelligence War in Latin America, 1914-1922*. Jefferson: McFarland, 2016.
- Boerger, Albert. *Sieben La Plata-Jahre. Arbeitsbericht und wirtschaftspolitischer Ausblick auf die Weltkornkammer am Rio de La Plata*. Berlin: Paul Parey, 1921.
- Bryce, Benjamin. *To Belong in Buenos Aires. Germans, Argentines, and the Rise of a Pluralist Society*. Stanford: Stanford University Press, 2018.
- Conrad, Sebastian. *Globalisierung und Nation im Deutschen Kaiserreich*. München: C.H. Beck, 2006.
- Cutolo, Vicente O. "Staudt, Guillermo Jacobo". En: *Nuevo Diccionario Biográfico Argentino (1750-1930)*. Buenos Aires: Elche. Vol. 7 (1985): 210.
- Dehne, Phillip. "The Resilience of Globalisation during the First World War. The Case of Bunge & Born in Argentina". En: Dejung, Christof y Petersson, Niels P. (ed.). *The Foundations of Worldwide Economic Integration. Power, Institutions, and Global Markets, 1850-1930*. Cambridge: Cambridge University Press, 2013: 228-248.
- Erazo Heufelder, Jeanette. *Der argentinische Krösus. Kleine Wirtschaftsgeschichte der Frankfurter Schule*. Berlin: Berenberg, 2017.
- Fleming, William J. "The Cultural Determinants of Entrepreneurship and Economic Development. A Case Study of Mendoza Province, Argentina, 1861-1914". *The Journal of Economic History* 39/1 (1979): 211-224.
- Gravil, Roger. *The Anglo-Argentine Connection, 1900-1939*. Boulder/London: Westview, 1985.
- Hertner, Peter. „Globale Elektrifizierung zu Beginn des 20. Jahrhunderts. Das Beispiel der Deutsch-Ueberseeischen Electricitäts-Gesellschaft in Buenos Aires, 1898-1920“. En: Berghoff, Hartmut/ Kocka, Jürgen y Ziegler, Dieter (ed.). *Wirtschaft im Zeitalter der Extreme. Beiträge zur Unternehmensgeschichte Deutschlands und Österreichs*. München: C.H. Beck, 2010: 47-80.
- Hock, Beate. *In zwei Welten. Frauenbiografien zwischen Europa und Argentinien. Deutschsprachige Emigration und Exil im 20. Jahrhundert*, Berlin: Walter Frey, 2016.

- Kramer, Valentin. *Zwischen den Heimaten. Deutsch-argentinische Einwanderervereine in Rosario und Esperanza 1856-1933*. Bielefeld: Transcript, 2016.
- Krause, Otto A. *Argentiniens Wirtschaft während des Weltkrieges. Ihre Bedeutung für die deutsche Volkswirtschaft und Auswanderung*. Berlin: Reimer, 1919.
- Kroyer, Silvia. *Deutsche Vermögen in Argentinien 1945-1965. Ein Beitrag über deutsche Direktinvestitionen im Ausland*. Frankfurt am Main: Vervuert, 2005.
- Lewis, Colin M. "Immigrant entrepreneurs, manufacturing and industrial policy in the Argentine, 1922-28". *The Journal of Imperial and Commonwealth History* 16/1 (1987): 77-108.
- Logemann, Jan. "Transnationale Karrieren und transnationale Leben. Zum Verhältnis von Migrantenbiographien und transnationaler Geschichte". *BIOS: Zeitschrift für Biographieforschung, oral history und Lebensverlaufsanalysen* 28/1-2 (2015): 80-101.
- McGaha, Richard. *The Politics of Espionage. Nazi Diplomats and Spies in Argentina, 1933-1945*. PhD. Thesis. Athens: Ohio University, 2009.
- Musacchio, Andrés. "Los capitales alemanes en la Argentina en la década del 30". *Jahrbuch für Geschichte Lateinamerikas* 37 (2000): 245-270.
- Mutti, Julio B. *Nazis en las sombras*. Madrid: Nowtilus, 2015.
- Newton, Ronald C. *German Buenos Aires, 1900-1933*. Austin/ London: University of Texas Press, 1977.
- Newton, Ronald C. *The "Nazi Menace" in Argentina, 1931-1947*. Stanford: Stanford University Press, 1992.
- Penny, H. Glenn. "Material Connections. German Schools, Things, and Soft Power in Argentina and Chile from the 1880s through the Interwar Period". *Comparative Studies in Society and History* 59/3 (2017): 519-549.
- Pfannenschmidt, Ernst. „Die Landwirtschaft Argentiniens“. En: Hellauer, Josef (ed.). *Argentinien. Wirtschaft und Wirtschaftsgrundlagen*. Berlin/ Leipzig: De Gruyter, 1921: 134-149.
- Pohl, Manfred. *Deutsche Bank Buenos Aires. 1887-1987*. Mainz: Hase & Koehler, 1987.
- Pohl, Manfred. *Philipp Holzmann. Geschichte eines Bauunternehmens, 1849-1999*. München: C.H. Beck, 1999.
- Rapoport, Mario. *Bolchevique de salón. Vida de Félix J. Weil, el fundador argentino de la Escuela de Frankfurt*. Buenos Aires: Debate, 2014.
- Rennicke, Stefan. *Siemens in Argentinien. Die Unternehmensentwicklung vom Markteintritt bis zur Enteignung 1945*. Berlin: Wissenschaftlicher Verlag, 2004.
- Rinke, Stefan. „Deutschland und Argentinien zwischen Erstem Weltkrieg und Weltwirtschaftskrise“. En: Meding, Holger M./ Georg Ismar, (eds.). *Argentinien und das Dritte Reich. Mediale und reale Präsenz*,

- Ideologietransfer, Folgewirkungen*. Berlin: Wissenschaftlicher Verlag, 2008: 13-24.
- Saint Sauveur-Henn, Anne. *Un siècle d'émigration allemande vers l'Argentine. 1853-1945*. Köln: Böhlau, 1995.
- Saint Sauveur-Henn, Anne. „Die deutsche Migration nach Argentinien (1870-1945)“. En: Birle, Peter (ed.). *Die Beziehungen zwischen Deutschland und Argentinien*. Frankfurt am Main/ Madrid/ Orlando: Vervuert, 2010: 21-52.
- Schmidt, Ernst Wilhelm. *Die agrarische Exportwirtschaft Argentinens. Ihre Entwicklung und Bedeutung*. Jena: Fischer, 1920.
- Schuler, Friedrich E. *Secret Wars and Secret Policies in the Americas, 1842-1929*. Albuquerque: University of New Mexico Press, 2015.
- Sommi, Luis V. *Los capitales alemanes en la Argentina. Historia de su expansión*. Buenos Aires: Ed. Claridad, 1945.
- Staudt, Guillermo. *Zum Tee mit dem Kaiser in Heringsdorf. Die Geschichte der Familie Staudt zwischen 1859 und 1918*. Neubrandenburg: Neuendorf, 2011.
- Staudt, Wilhelm. *Die Handelsverträge, deren Bedeutung und Wirkung für Deutschland*. Berlin: Reimer, 1901.
- Stegemann, Bernd. *Die Deutsche Marinepolitik 1916-1918*, Berlin: Duncker u. Humblot, 1970.
- Weil, Hermann. „Der Getreidehandel“. En: Hellauer, Josef (ed.). *Argentinien. Wirtschaft und Wirtschaftsgrundlagen*. Berlin/ Leipzig: De Gruyter. 1921: 150-160.
- Windolf, Paul. „Das Netzwerk der jüdischen Wirtschaftselite – Deutschland 1914-1938“. En: Windolf, Paul, Stichweh, Rudolf (ed.). *Inklusion und Exklusion: Analysen zur Sozialstruktur und sozialen Ungleichheit*. Wiesbaden: VS Verlag, 2009: 275–302.
- Young, George F.W. “German Capital Investment in Latin America in World War I”. *Jahrbuch für Geschichte, Staat und Gesellschaft Lateinamerikas* 25 (1988): 215-238.