



e-l@tina

Revista electrónica de estudios latinoamericanos

[e-l@tina](#) es una publicación del
Grupo de Estudios de Sociología Histórica de América Latina ([GESHAL](#))
con sede en el
Instituto de Estudios de América Latina y el Caribe ([IEALC](#))
Facultad de Ciencias Sociales
Universidad de Buenos Aires

El impacto de la comercialización de maquinaria estadounidense sobre la industria argentina del calzado (1903-1920)

Marina Kabat

Investigadora adjunta del IdHICS-UNLP-CONICET, editora de la *Revista Razón y Revolución* (CEICS). Este trabajo se desarrolló en el marco de sucesivos proyectos UBACyT dirigidos por Eduardo Sartelli.

Correo electrónico: marinakabat@yahoo.com.ar

Recibido con pedido de publicación: 18 de septiembre de 2014.

Aceptado para publicación: 2 de diciembre de 2014.

Resumen

El impacto de la comercialización de maquinaria estadounidense sobre la industria argentina del calzado (1903-1920)

En este paper indagamos las consecuencias de la radicación en 1903 en la Argentina de una firma norteamericana dedicada a la comercialización de maquinaria para la industria del calzado. Encontramos que su arribo al traer los últimos adelantos técnicos para la industria del calzado, impulsa la productividad de las fábricas argentinas y les permite desplazar del mercado interno a gran parte de la competencia extranjera, incluida la norteamericana. A nuestro juicio, esto muestra la necesidad de reflexionar sobre los vínculos económicos entre la Argentina y Estados Unidos en términos más complejos que los tradicionalmente sostenidos por la teoría dependentista.

Palabras clave: Industria; manufacturera; productividad; labour; transferencia de tecnología.

Summary

The impact of the commercialization of u.s. machinery on argentina footwear industry (1903-1920)

In this paper we study the consequences of the establishment in 1903 in Argentina of an American firm engaged in the commercialization of machinery for the footwear industry. We found that this company, by making available the latest technical developments, boosts the productivity of Argentinean factories and allows them to succeed in the domestic competition and to expel many foreign firms - including the United States ones- out of the local market. We consider that this shows the need for a more complex understanding of the economical link between Argentina and the United States than the traditionally advocated by dependentism.

Keywords: Manufacturing; industry; productivity; labour; technology transfer.

Introducción

Antes de 1890, el trabajo de los zapateros mantenía en muchos casos rasgos artesanales, ya que sus tareas apenas comenzaban a fragmentarse. Recién después de la crisis de 1890 se consolida un sistema manufacturero donde el trabajo manual se divide en un gran número de operaciones parciales. Aparece el sistema de rueda: los obreros, sentados en círculos realizaban una tarea y luego le pasaban el botín al compañero sentado a su lado para que ejecutase la siguiente maniobra. Ésta era la forma de trabajo imperante en el país cuando en 1903 se instaló una filial de la United States Machinery CO (USMCO). Con el arribo de la empresa norteamericana dedicada a la comercialización de maquinaria, la industria del calzado comienza a adquirir un carácter fabril. De este modo, la Argentina recorre en pocas décadas el camino que EEUU había realizado en más de un siglo.¹

A partir de la instalación de la USMCO, crece la productividad de la industria local hasta aproximarse a los niveles norteamericanos. Se llega a este resultado tras una larga serie de transformaciones técnicas y organizativas que, a su vez, influyen sobre las formas de agremiación y lucha de los trabajadores (Kabat, 2005). Aquí nos dedicaremos a comparar la organización del trabajo en Argentina y Estados Unidos a partir de estudios del Ministerio de Trabajo norteamericano y del Departamento Nacional de Trabajo de la Argentina, para entender cómo los fabricantes locales logran competir con el calzado importado.

En los últimos años, en términos historiográficos se ha discutido sobre el proceso de “americanización” de la industria argentina. Bajo este concepto se estudia la transferencia a otros países de métodos de producción, modelos de consumo y prácticas socioculturales desarrollados o adoptados originalmente en los Estados Unidos (Barbero y Regalsky, 2003: 7). De hecho gran parte de los estudios encuadrados en esta perspectiva se han remitido a aspectos tales como la difusión de ideas (Regalsky y Jaegui, 2003; Lobato, 2003) o pautas de consumo (Rocchi, 2003). La misma compilación incluye un capítulo más centrado en cambios productivos, pero de un período posterior (Novick, M, Catalano, A., Yoguel, G. y Alborno, 2003). Para la etapa que nosotros abordamos, la transferencia de métodos tayloristas ha sido analizada en obras previas de Lobato (1988; 2001). Se trata de obras pioneras en el campo que se concentraron en el empleo de ciertas prácticas gerenciales (empleo del cronómetro, ciertas pautas salariales), pero que sin embargo no realizan una evaluación cualitativa de conjunto del proceso productivo y el desarrollo técnico de la industria argentina comparado con su par norteamericana.

Nosotros partimos del análisis del conjunto de la producción en una rama, donde observamos no solo los aspectos novedosos incorporados a partir de emplear pautas organizativas y medios técnicos de origen norteamericano. Estudiamos también las fases de la producción que han quedado relegadas y donde la industria local toma un curso divergente de la norteamericana, con la consiguiente pérdida de productividad, a la vez que intentamos explicar las causas de tales disparidades. De esta manera, nos interesa evaluar el grado de avance de una rama industrial argentina en comparación con su par norteamericana y el rol que los mismos capitales norteamericanos jugaron en el mismo. A su vez, esto no permite realizar un aporte cualitativo al debate sobre la industria temprana en la Argentina. Si bien el debate acerca de la industria antes de la crisis del treinta, en gran medida ha sido saldado a favor de reconocer su existencia e importancia, posición defendida entre otros, por (Diaz Alejandro, 1970; Villanueva, 1972;) en desmedro de la visión que asumía la inexistencia o extrema debilidad de la industria en el período liberal (Dorfman, 1986; Ferrer, 1966; Di Tella–Zimelman, 1967); aún subsiste la cuestión del tipo de industria

¹ Sobre la evolución de la industria norteamericana ver Hazard (1921).

predominante en la Argentina durante ese período y en qué medida el vínculo de la Argentina con otros países fomentaba u obstaculizaba su desarrollo.²

A diferencia de la imagen instalada por el dependentismo, las naciones no actúan necesariamente como tales en la lucha económica, sino a partir de capitales individuales. De tal forma, es posible que lo que era rentable para una empresa norteamericana (USMCO) no lo fuera para otras firmas del mismo país dedicadas a la fabricación de calzado. A partir de lo ocurrido en una rama industrial, en este artículo buscamos cuestionar las visiones más simplistas de la relación económica entre países. Analizamos cómo una firma norteamericana promueve el desarrollo de la industria local. El beneficio empresario se impone a cualquier otra lógica. Ningún abstracto interés nacional le impide hacer negocios y difundir en países como la Argentina la misma maquinaria que comercializa en Estados Unidos. Lejos de convenirle mantener a la Argentina en un estado de retraso tecnológico, como veremos en este artículo, esta firma obtenía mayores ganancias cuanto mayor fuera el ritmo de renovación técnica. Por ende, la ausencia de maquinaria o métodos de trabajo adecuados ha de descartarse como una de las trabas para el desarrollo de la industria argentina del calzado. Por el contrario, estas limitaciones parecen estar más vinculadas con el carácter chico y tardío del capitalismo argentino.

El capitalismo argentino es relativamente pequeño y el mercado local es, por ende, limitado (Sartelli, 2005). En lo que refiere a la industria del calzado, el mercado argentino tenía proporciones mayores a los de otros países latinoamericanos. A diferencia de México, donde la mitad de la población no compraba calzado de ningún tipo,³ en la Argentina incluso los sectores más humildes parecen haber pagado por sus zapatos. Si bien muchos recurrían a productos sencillos y baratos como las alpargatas o las uruguayas (zapatillas de suela de goma), también consumían los zapatos más ordinarios producidos en los grandes talleres. Así cuando en la novela *Quilito*, escrita en 1891, su autor describe a una sirvienta, la indiecita Pampa, detalla que usaba unos “pesados zapatos claveteados” (Ocantos, 1985).⁴ De todas formas, por más que superara a otros países latinoamericanos, el mercado nacional era mucho menor al de otros como Estados Unidos. Este problema se manifiesta hacia finales de la segunda década del siglo veinte, cuando la industria experimenta una de sus primeras crisis. Una vez desplazado el calzado importado y con una población que crecía más lentamente sin el aporte de la inmigración, el mercado tiende a estancarse. La segunda peculiaridad del capitalismo argentino, su carácter tardío va a agudizar la necesidad propia del nuevo régimen de trabajo: la producción masiva basada en la fábrica, requiere una ampliación del mercado que muchas veces sólo puede canalizarse por el comercio internacional. Cuando la Argentina se desarrolla, otros capitalismos ya habían ocupado los diferentes mercados y habían alcanzado escalas de producción y niveles de acumulación muy alejadas de las posibilidades nacionales. En el caso del calzado, se agrega un elemento coyuntural: esta industria madura, le resulta posible y necesario exportar justo cuando la mayoría de los países cerraba sus fronteras comerciales, mediante fuertes barreras aduaneras. Así, incluso la exportación a países limítrofes que antes se había practicado, se torna dificultosa por la vigencia de elevadas tarifas.

² Para un análisis más exhaustivo del debate en torno a la industria temprana ver Sartelli, (2007), con cuyos juicios coincidimos.

³ Hacia 1928 la población rural mexicana empleaba sandalias de origen indígena y confección casera. Esto entorpecía el desarrollo de una industria local que tenía dificultades para sustituir las importaciones (Soto, 1928).

⁴ Efectivamente, los primeros talleres que comenzaron a mecanizarse, como La Fábrica Nacional de Calzado, confeccionaban zapatos claveteados, destinados a los sectores humildes sobre todo de la campaña.

Su desarrollo tardío como capitalismo le permite aprovechar los frutos de años de acumulación en otros países. De este modo, resulta posible el empleo de maquinaria, antes de que se hubiera consolidado una industria metalúrgica. A partir de la evolución diferencial de las economías nacionales, se estructuran relaciones que las articulan. Se produce, al decir de Lenin, un desarrollo desigual y combinado.⁵ Desde este marco pueden comprenderse tanto las potencialidades como las limitaciones de la industria argentina: aquello que funciona inicialmente como una ventaja para su crecimiento, aparece al mismo tiempo como un impedimento difícil de sortear. Ese mismo carácter tardío, restringe sus posibilidades de inserción en el mercado mundial. Cuando, merced al proceso de mecanización, la industria necesita pegar un salto más allá de sus fronteras, encuentra que todas las plazas se hallan ocupadas por competidores más antiguos y más consolidados, debido a su mayor nivel de mecanización. La condición de capitalismo chico y tardío se traduce, además, en una serie de problemas concretos que aquí detallaremos.

La USMCO y el desarrollo desigual y combinado

El momento fundante que estructurará por varias décadas la relación de la industria del calzado argentina con la norteamericana es el establecimiento en Buenos Aires en 1903 de una filial de la empresa United States Machinery CO. La USMCO es una corporación norteamericana organizada en 1917, sucesora de una empresa del mismo nombre que funcionaba desde 1899.⁶ Llega a monopolizar la fabricación de maquinaria para la industria norteamericana y enfrenta tres juicios antitrust. El primero, de 1911, lo gana la empresa. El segundo de 1915, se resuelve a favor del gobierno estadounidense quien le impone a la firma una reforma del sistema de leasing. El último litigio es de 1947. Nuevamente la empresa es encontrada culpable y se ve forzada a realizar una serie de reestructuraciones mayores (Kaysen, 1956).

La USMCO encabezó la lista de empresas norteamericanas que abrieron filiales en Sud América. Dos años después de su llegada a la Argentina se instala también en Brasil (1905). Singer siguió sus pasos estableciéndose en Chile en 1904 y en 1906 en Brasil y Argentina (Phelps, 1936: 11). Ambas realizaban algún trabajo de ensamblaje y brindaban diferentes servicios a sus clientes, pero su actividad principal era la comercialización. Las primeras filiales destinadas a la fabricación local de productos fueron los frigoríficos que recién abrieron sus puertas en 1907. Esta práctica se generalizó durante la década del veinte. A mediados de los años treinta ya había 32 firmas norteamericanas radicadas en la Argentina. A este grupo pertenecen Firestone, Goodyear, Palmolive, Ford, General Motors y Estándar Oil, firmas productoras de radios, discos, ascensores y cemento.

Es posible dividir estas firmas según las actividades que realizaban. Por un lado, aparecen filiales que realizan localmente la totalidad de la producción. Es el caso del cemento en manos de la International Cement Co. que actúa tanto en Argentina, Brasil como en Uruguay. También pertenecen a este grupo la levadura y los derivados del trigo, así como los frigoríficos, ya mencionados. En segundo lugar, encontramos filiales que producen algunas partes, importan otras y ensamblan el conjunto. Es el caso en la Argentina de la firma Otis elevators. El mecanismo del elevador se importa, pero las cabinas, las puertas y los sistemas de señales se hacen en la Argentina. Le siguen las empresas de servicios públicos que, en general, se ocupan de una parte menor de la producción y del ensamblado, además de realizar el service, que en estos casos resulta importante. Luego hay filiales dedicadas al ensamblado de partes importadas. Pocas firmas se limitan al

⁵ Para una exposición de esta ley, ver Novack (1974). En relación a su uso para los cambios de los regímenes de trabajo puede consultarse: Luxemburgo (1979).

⁶ Sobre las firmas predecesoras de la USMCO ver Hazard (1921).

ensamblaje y prácticamente todas producen algo. Las que más se acercan a un ensamblado puro son las automotrices: Ford y General Motors en Argentina. Pero inclusive en ellas algo de trabajo se hace localmente en el cuero, el metal y los vidrios. En el caso de los automóviles el ensamblaje representa el 20 o el 25% del costo total de producción. Luego viene el grupo al que pertenece la USMCO, el de las firmas dedicadas centralmente a la comercialización, pero que realizan tareas menores de ensamblaje y de servicio. Además de Singer y USMCO encontramos, entre otras, a la National Cash Register Co. y a la International Harvester Co. Esta última, para el caso de tractores tiene un trabajo similar al de las automotrices. Por su parte, la USMCO se considera a sí misma una filial comercial, pero tiene un local para el service y reconstrucción de su maquinaria con 32 empleados. De todas formas, en las empresas de este grupo, la filial local no carga con más de 10% del costo total de producción. Un último grupo lo componen las filiales que envasan productos importados en bulto, como ocurre en la industria farmacéutica. En algunos casos se realizan mezclas y se envasan. Algunos se producen por completo localmente. Por ejemplo, Palmolive hizo un contrato para que sus productos se fabriquen en Argentina, se produce jabón Palmolive con un equipo moderno.

Al establecerse en la Argentina, la USMCO traía como novedad un equipo completo de máquinas para confeccionar calzado plantillado⁷ en forma mecánica, denominado Goodyear welt. Se realizó un acuerdo con la firma Bordas, una fábrica local, donde se instalaron maquinarias. Durante los dos primeros años no se le cobró el arrendamiento; en contrapartida, la fábrica funcionó como modelo publicitario para la compañía norteamericana.

Poco tiempo después, en el mes de junio del mismo año se improvisaba una completa fábrica en el local de la Avenida de Mayo 656, al que la compañía norteamericana había trasladado sus escritorios, y en fecha señalada, con la presencia de numerosos fabricantes y periodistas, el señor Bordas hacía funcionar simultáneamente las 45 máquinas que componían el juego, las cuales, ante el asombro general, lograban elaborar en sólo 17 minutos un magnífico par de zapatos. Tan interesante demostración fue el punto de partida de la evolución más formidable que sufriera esta industria, pues hasta ese entonces el maquinismo sólo había intervenido como un modo auxiliar y no primordial del trabajo. (Ugharteche, 1937: 318)

Como surge de la cita anterior el arribo de la USMCO brinda un fuerte impacto a la mecanización del sector. Por un lado, permite mecanizar la producción de un tipo de calzado que hasta entonces se realizaba manualmente. Hasta la instalación de la USMCO, salvo alguna excepción aislada, la única producción que se había mecanizado era la de calzado económico claveteado o atornillado (ya hemos hablado del uso de tal calzado entre sectores humildes, al referirnos al mercado). En otro tipo de rubros podía emplearse alguna maquinaria para cierta tarea, pero el conjunto del proceso permanecía manual, aunque con una fuerte subdivisión del trabajo bajo la forma denominada “rueda” (Kabat, 2008).

La producción mecanizada para de calzado fino para hombres resultaba tan novedosa que incluso generó una campaña en su contra por parte del resto de los fabricantes tradicionales. Por obra de la misma, las zapaterías se negaron en un primer momento a vender este nuevo producto. La

⁷ El calzado plantillado no emplea tornillos ni estaquillas y la costura no queda expuesta al contacto con el pie, por lo que resulta mucho más cómodo.

firma Bordas al ser la primera en fabricar bajo el sistema mecánico calzado plantillado sufrió críticas de su competencia. Este calzado tenía al principio algunos defectos, pero la competencia los exageraba. Los detallistas no querían acarrear con su clientela disgustos y no le tomaron el trabajo. Esto obligó a la firma Bordas a abrir sus propios locales comerciales, siendo la primera fábrica de calzado en desarrollar esta política. Producto de ella, hacia 1926 contaba con 14 sucursales propias. La fábrica “exposición” de Avenida de Mayo tenía también el mismo propósito de desmentir los embustes que las empresas competidoras que producían manualmente estaban haciendo circular.”(Cámara de la Industria del calzado, 1926: 31).

Todas las fuentes indican el arribo de la USMCO como un punto de inflexión en el sistema de trabajo de la industria. Su establecimiento en el país dio lugar a una veloz ampliación de la maquinaria empleada.⁸ Si bien la sede comercial se estableció en Capital Federal, la firma abasteció a las fábricas del interior también, situadas principalmente en Córdoba y Rosario. El sistema de arrendamiento favoreció una rápida difusión de las máquinas, en tanto permitía adquirirlas sin invertir capital en su compra.⁹ El sistema de leasing fue uno de los aspectos más cuestionados en los juicios que la empresa enfrentó en Norteamérica. Sin embargo, aquí parece haber tenido efectos positivos al acelerar la difusión de la maquinaria y atenuar los inconvenientes propios de la escasez de capital. Sólo coyunturalmente los industriales argentinos lo cuestionaron.¹⁰ En cambio, como veremos más adelante, la mayor oposición a este sistema en nuestro país provino de otros sectores. En forma complementaria al sistema de leasing la USMCO vendía algunas de sus máquinas.¹¹ Aunque podemos suponer que, al igual que en Estados Unidos, las máquinas ofrecidas a la venta eran las menos importantes.¹²

Distintos testimonios refieren a los servicios prestados por esta empresa a la industria argentina del calzado. Los comentaristas aseveran que la firma ofreció, en todo momento, los últimos diseños existentes, a la vez que mantuvo un stock completo de repuestos. No menos decisivos fueron el asesoramiento y el servicio técnico a sus clientes. Inicialmente compitió con firmas europeas, sobre todo con las francesas, que anteriormente habían realizado negocios en este mercado. Pronto se comprobó la superioridad de las máquinas norteamericanas que tenían una productividad mayor y que podían prescindir de las actividades manuales complementarias exigidas por los equipos

⁸ La compañía también proveía maquinaria para las curtiembres locales (Kabat, 2010)

⁹ Debemos notar que quien emprendiese estas reformas debía afrontar inversiones importantes vinculadas con la ampliación de los edificios y la infraestructura. El aumento de la escala de producción demandaba también más capital en concepto de materias primas, medios de trabajo, etc. Por lo tanto, si bien para adquirir la maquinaria no era preciso comprarla, esto no significaba que cualquiera pudiera acceder a ella.

¹⁰ Hacia 1919, cuando comienza a vislumbrarse una crisis en la industria, se manifiesta cierto disgusto hacia el sistema de arriendo de máquinas de la USMCO que había permitido que muchos pequeños zapateros instalaran talleres más importantes y compitieran “con los fabricantes más grandes”(Brock, 1919: 62-63). Con la prolongación de la crisis que terminará por afectar a muchos industriales que en 1920 se creían a salvo de ella, se intentará, incluso, imponer cláusulas restrictivas a la USMCO, para evitar la instalación de nuevas fábricas o la ampliación de las existentes (Cámara de la Industria del Calzado, 1935: 11-13). El memorial presentado por la Cámara de la Industria del Calzado también contemplaba otros puntos como la reducción del gasto de renovación de equipos, el costo del arriendo (que estaba fijado en dólares) o el precio de repuestos.

¹¹ Por ejemplo, hacia 1927, vende 22 máquinas y arrienda 31 de las que se emplean para la fabricación de calzado masculino (Ugarteche, 1927: 370).

¹² Las pocas máquinas que la USMCO vendía en EE. UU. eran o bien, auxiliares y simples, o modelos obsoletos (Kaysen, 1956: 28). Por eso, en el último juicio se la intimó a ofrecer todas las máquinas tanto a la venta como en arrendamiento (Kaysen, 1956: 188).

Europeos. Por otra parte, ninguna firma europea podía garantizar una provisión de repuestos como la que contaba la USMCO, por lo que éstos debían encargarse a Europa y su arribo demoraba por lo menos cinco semanas (Putman, 1910: 62). Diez años más tarde el predominio de la maquinaria norteamericana se había consolidado, cubriendo casi la totalidad del mercado argentino, pero la USMCO mantenía su política de proveerlo con las últimas novedades en materia de maquinaria, a la vez que continuaba brindando asesoramiento y comercializando los repuestos que los fabricantes pudieran llegar a necesitar.

Es evidente para toda persona que está familiarizada con los procesos de fabricación del calzado en Estados Unidos que la industria argentina ha sido fuertemente influenciada por las ideas americanas y que muchos métodos y soluciones típicamente americanos han sido adoptados en la industria argentina. Esto es especialmente cierto en las fábricas cuya producción se asemeja más en su apariencia al calzado americano. No hay duda de que éste es un resultado natural del sistema de instalación y capacitación implementado por la United Shoe Machinery Co, puesto que los fabricantes locales sin excepción han aprendido de los gerentes y mecánicos de la compañía norteamericana la mayor parte de lo que saben sobre la fabricación de calzado por medio del uso de maquinaria a fuerza motriz. Cada mejora en una máquina en particular y cada nuevo modelo que está disponible para los fabricantes norteamericanos puede ser adquirido en las fábricas de Buenos Aires unas pocas semanas después de su primera aparición en los Estados Unidos. (Brock, 1919: 52).

La provisión de un stock de repuestos constituye un servicio cuya importancia no debe subestimarse; de hecho, la maquinaria europea es desplazada definitivamente por la norteamericana cuando durante la Primera Guerra Mundial se torna imposible conseguir las piezas para la maquinaria del viejo continente (Brock, 1919: 12-13). El informe preparado en 1914 por el inspector del Departamento Nacional de Trabajo, Miguel Vidal, confirma el predominio de las máquinas norteamericanas, a la vez que da algunos detalles sobre la forma de implementación del sistema de leasing vigente.

Las máquinas que actualmente tienen las fábricas, la mayoría son norteamericanas de las marcas Huntect- Shoe Machinery Cía of South América, Goodyear welt y otras: todas estas máquinas las alquilan por 10 años por ser esa la condición que imponen los fabricantes; cada una de ellas tiene un Reloj Registro, que marca el número de calzado elaborado en las horas de que funciona, en un talonario estableciendo diariamente la producción. La Cía que alquila estas máquinas tiene sus agentes en la Capital y este alquiler lo cobran por par de calzado que hacen las máquinas en la siguiente forma: por par de calzado fino 10 centavos, por otros demás inferiores o centavos y por los chicos 5 centavos. (Vidal, 1916: s.p.).

En función de este sistema, los ingresos de la USMCO dependían directamente de la producción local. Su aumento era provechoso para la firma extranjera. Por el mismo motivo, las

tarifas aduaneras que perjudicaban a los fabricantes norteamericanos que querían hacer colocar sus productos en la Argentina, resultaban beneficiosas para la USMCO.

Entre las fábricas que describe Brock, 7 tienen maquinaria exclusivamente norteamericana (Pagola, Bordas, Uboldi, Rossi, Angel Baba, Castilo and CO, Taubenschlag), 2 principalmente de ese origen, pero con alguna maquinaria auxiliar de origen europeo Grimoldi; Rodriguez Argadanaz); 1 donde la maquinaria estadounidense y francesa poseen igual importancia (Calisti); 2 donde predomina el equipo francés con una menor proporción norteamericano Bermolen y Grisetti y solo un caso con maquinaria exclusivamente francesa (Brock, 1919: 54-58). Esto implica que entre las principales fábricas del país, de acuerdo a la reseña de Brock, el 58% posee maquinaria de origen exclusivamente norteamericano, porcentaje que se eleva al 75% si se contabiliza las fábricas donde la maquinaria norteamericana sin ser exclusiva es mayoritaria. Cabe aclarar que debido a la participación del mercado que tenía la USMCO incluso en Estado Unidos, de la procedencia norteamericana de las máquinas puede prácticamente deducirse que son máquinas fabricadas y comercializadas por la USMCO.

Esto coincide con juicios de Vidal, ya citado, que plantea que la mayoría de las fábricas por él inspeccionadas empleaban máquinas de la USMCO. La importancia de estos equipos en el comercio internacional es suficientemente grande como para dar lugar a la firma de un convenio específico (Dorfman y Sintés Olives, 1944: 47-48).

La velocidad con que se difundió el empleo de máquinas desde el momento en que la USMCO llega a la Argentina, se constata también al comparar los censos de 1904 y 1908, los que muestran un extraordinario crecimiento del uso de fuerza motriz en esta industria: en el primero de ellos la energía utilizada era de 19.458 HP, mientras que en 1908, cuatro años después ésta se había quintuplicado y alcanzaba 105.575 HP. Esta progresión concuerda con los datos sobre las actividades de la USMCO: en 1904, a tan solo un año de su arribo, había instalado 78 máquinas en 28 establecimientos. Cinco años después, en 1909, sus operaciones ascendían a 242.864,29 pesos oro sellado argentino y las máquinas instaladas sumaban 1.330, distribuidas entre 139 fábricas y talleres (Ugarteche, 1927: 228). Hacia 1924 había superado las 7000 máquinas instaladas. Desde 1916, cuando la USMCO comienza a llevar una estadística hasta 1924, se produjeron en el país con sus maquinarias 49.557 pares de calzados (Ugarteche, 1927: 367).

Trabajo norteamericano y trabajo argentino

Debido a que la USMCO difundía aquí los mismos métodos y maquinarias empleados en Estados Unidos, el proceso de trabajo en las fábricas argentinas resultaba francamente similar al imperante en sus pares norteamericanas. Por lo tanto, la productividad de las firmas locales tiende a acercarse a la de las norteamericanas. Sin esta equiparación de la productividad las firmas locales no habrían podido competir contra el calzado importado. “Las industrias fabriles no pueden iniciarse sin el necesario soporte financiero para permitir una economía de la producción, ya que es sobre esa base que deben competir con los productos importados” (Brock, 1919: 45).

Cuatro fuentes nos permiten comparar la organización del trabajo en la Argentina y en Estados Unidos. Por una parte, dos informes, uno de 1910 y otro de 1919, del Departamento de Comercio Exterior norteamericano, cuyo objetivo es evaluar las el mercado argentino para la comercialización de calzado o de maquinaria e insumos para su fabricación. Contamos también con descripciones del trabajo realizadas por el Departamento Nacional de Trabajo de la Argentina y por el Ministerio de Trabajo norteamericano, en los cuales se examina el proceso de trabajo y las condiciones laborales de esta industria.

Las etapas de fabricación y las máquinas empleadas en ambos países son iguales. Los equipos descriptos por Miguel Vidal, inspector del Departamento de Trabajo, figuran también en el informe del Ministerio de Trabajo Norteamericano y son exactamente los mismos que la USMCO comercializaba en la Argentina (United States Department of Labor. Bureau of Labor Statistics, 1918: 133-164). Sin embargo, la similitud general de las formas de trabajo, no impide que subsistan algunas diferencias. Así se señala que:

Algunas fábricas de Buenos Aires están equipadas con maquinarias absolutamente iguales a la de las correspondientes fábricas en Estados Unidos. Como regla, sin embargo, la instalación en la Argentina no es tan completa como en las de Estados Unidos. Por ejemplo, sólo dos o tres fábricas tienen dos equipos de máquinas de terminación, un cepillo blanco en el mismo eje es suficiente para el trabajo de color. (Brock, 1919: 51).

El corte y el aparado eran las secciones que más divergencias presentaban. Tanto en la Argentina como en Estados Unidos, ambas tareas combinaban el trabajo manual y el mecánico, pero en Estados Unidos había una mayor proporción de este último. El aparado en Estados Unidos se realizaba en mayor medida dentro de las fábricas, mientras que en la Argentina prevalecía el trabajo a domicilio. En cuanto al corte de los cueros, en la Argentina el menor volumen de producción volvía más costoso el trabajo mecánico, que implicaba inversiones importantes en la compra de matrices. La mayor mecanización del trabajo había permitido en Norteamérica el empleo de una proporción mayor de mujeres. En cambio, en Buenos Aires, el trabajo femenino no era tan común y se encontraba limitado a algunas pocas tareas como el aparado. La fábrica “La Argentina” era una excepción en este sentido (Kabat, 2007).

La adopción de los métodos de trabajo y los atajos típicos del sistema americano se debió no sólo a la influencia de la USMCO, sino también a las frecuentes visitas que los fabricantes argentinos realizaban a Estados Unidos. Allí estudiaban los métodos norteamericanos tal como se aplicaban en las grandes fábricas.

“Los resultados de estas visitas resultaron evidentes poco tiempo después de que estos industriales retornaran a sus fábricas en Buenos Aires. Se corporizaron en la forma de valiosos atajos en el proceso de producción, en la introducción de más métodos más sistemáticos de llevar los costos de producción, mejora en la apariencia y el terminado de los zapatos fabricados (...), economías en la distribución del producto terminado, y en una adaptación de las ideas publicitarias americanas a las condiciones locales”(Brock, 1919:53).

Un rasgo que los industriales argentinos no imitaron de sus colegas norteamericanos fue la especialización. Sólo dos fábricas locales estaban fuertemente especializadas, una en calzado masculino de tipo goodyear (Bordas) y otra en calzado infantil (Perreta). Por el contrario, la mayoría de los fabricantes elaboraban todo tipo de calzado. Por ejemplo, la firma cordobesa Larrachea y Méndez en un mes realizaba más de mil tipos diferentes de calzado y mantenían un stock permanente de setecientas variedades (Brock, 1919: 46). A la exagerada diversidad de modelos se añadía un oferta excesiva de talles. Cada fábrica elaboraba todas las medidas. Incluso, una de las firmas más importantes, era conocida como “la marca del medio punto”. Grimoldi, como parte de una estrategia de diferenciación, ofrecía números intermedios y, por lo tanto, requería el doble de hormas, matrices, etc. En síntesis, observamos una completa falta de especialización que demandaba

un mayor gasto en capital fijo en relación con la producción total. Esto no podía más que agravar la relativa carencia de capital.

Cabe distinguir entre las firmas que podemos llamar fabriles, entre las que se encuentran las ya citadas Bordas, Grimoldi, Larrachea y Perreta y el resto de los talleres. Si bien los últimos también accedieron a la maquinaria gracias al sistema de arriendo de la USMCO, no se transformaron en fábricas en el sentido estricto de la palabra. El sistema de leasing les permitía sortear en cuanto a la maquinaria el problema de la ausencia de capital, pero éste persistía en relación a los edificios, insumos y salarios que debían comprometerse en una producción de mayor escala. Por ello, al margen de la existencia de grandes fábricas, el sistema que predominaba hasta 1920 puede caracterizarse como de manufactura moderna. Es decir, la mayor parte de la producción estaba en manos de talleres donde el trabajo manual ya fragmentado se complementa con el trabajo mecánico.¹³ Las máquinas constituyen aquí elementos aislados de la producción, sin conformar todavía un sistema articulado. Concordantemente, en este período la USMCO ofrece sus máquinas provistas de un motor acoplado, da tal forma de que pudieran funcionar prescindiendo de una fuente de energía común.¹⁴

El mercado interno

La demanda de calzado económico era cubierta casi enteramente por los productores locales. La competencia entre el calzado nacional y el importado se limitaba a los modelos de mayor calidad, cuyo valor, más elevado, soportaba mejor los costos de transporte y las tarifas aduaneras. En 1919, un informe norteamericano señalaba que la principal competencia al calzado estadounidense en la plaza argentina provenía de los fabricantes locales. Tanto la guerra como el incremento de tarifas habían incentivado la producción, pero se consideraba que, aún sin esos factores, el calzado argentino hubiera representado una seria competencia (Brock, 1919: 30). Ella se basaba, a juzgar por ese estudio, en la calidad alcanzada y la similitud de las principales fábricas argentinas con las norteamericanas. Dicha competencia se consideraba una novedad, ya que no existía cinco años antes. La calidad alcanzada se juzgaba excelente y los precios locales eran considerados un veinticinco por ciento menores que los del producto importado.¹⁵ El aumento de las tarifas aduaneras debió haber beneficiado a los productores locales. Sin embargo, su efecto es difícil de mensurar dado que en forma simultánea se elevaron los impuestos a la importación de los insumos utilizados en la fabricación del calzado.

Una ventaja adicional para los fabricantes locales era su capacidad de cubrir las pequeñas órdenes del comercio local y ajustarse a los cambios de la moda. Ninguna fábrica argentina trabajaba por completo a partir de órdenes preestablecidas. En cambio, las ventas se hacían sobre un stock ya existente, que se producía anticipando la demanda. Según el informe norteamericano de 1919, los libros de las fábricas argentinas mostraban muchas órdenes chicas de 8 a 10 docenas de pares de un determinado tipo. A veces, el pedido se reducía a tan solo una docena o docena y media de pares. Los empresarios locales estaban acostumbrados a cumplir este tipo de órdenes, en cambio quienes introducían calzado importado no podían hacerlo (Brock, 1919: 46).

¹³ Para el año 1919, la producción de las grandes fábricas sobre el total de la industria era inferior al 20 por ciento. Por eso, todavía la gran industria no era todavía el régimen de trabajo dominante (Kabat, 2005: cap. 4).

¹⁴ Ver publicidades de la firma en la revista *La Industria Argentina del Calzado*.

¹⁵ Este 25% lo calculamos a partir de que los zapatos se vendía a razón de 2\$ menos que el norteamericano y se indican precios entre 7 y 8\$ (Brock, 1919: 30).

La necesidad de fabricar una amplia variedad de calzado en ambos, calzado masculino y femenino constituye un problema para los fabricantes locales, desde que en la mayoría de los casos, el número total de estilos se encuentra fuera de proporción con el número total de producción de la fábrica. Pero, como ya fue mencionado, su habilidad para cumplir órdenes pequeñas es también una de sus principales ventajas frente a los competidores extranjeros (Brock, 1919: 47).

Esto se conjugaba con cambios excepcionalmente frecuentes de las preferencias de estilos por parte del público argentino. Estos giros de la moda eran más fuertes en el calzado femenino. Naturalmente, los productores extranjeros tenían mayores dificultades para seguir estas variaciones que, por este motivo, beneficiaban a los fabricantes locales. Ellos, a su vez, estimulaban los cambios para magnificar su ventaja (Brock, 1919: 48).

Las órdenes chicas pueden explicarse por el bajo nivel de concentración de capital de los mismos comerciantes argentinos, que preferirían hacer encargos pequeños cada dos o tres semanas a realizar un único pedido por temporada. Una compra al exterior significaba para ellos desembolsar de una sola vez el dinero que sólo recuperarían en el transcurso de seis meses. La mayoría no tenía capital suficiente para realizar esas operaciones. A esto se añade que los fabricantes locales les ofrecían mayores facilidades de pago. A juicio norteamericano éstas eran demasiado liberales, se aceptaba un plazo de hasta seis meses. Los fabricantes estadounidenses que debían afrontar los costos del transporte a larga distancia no podían brindar las mismas condiciones.

El eslabonamiento vertical y sus límites

Hacia 1910 observadores norteamericanos dudaban de que la industria argentina del calzado pudiera exportar más que a los países sudamericanos dado que dependía de la importación de la mayoría de los insumos. Por ese entonces, la única excepción eran las suelas que eran curtidas en el país, aunque su calidad no era óptima. El cuero empleado debía ser importado. Estos insumos pagaban altas tarifas a la importación además de soportar el costo elevado de los fletes (Putman, 1910: 17). En cambio, hacia 1919 ya había mejorado la calidad de la suela producida localmente (nueve de cada diez fábricas usaban suelas nacionales) y se habían empezado a curtir otros tipos de cuero en el país. Por ejemplo, la curtiembre local de cabritilla era considerada responsable de la caída de las importaciones. De todas formas, el problema de la calidad subsistía y para los zapatos de mejor calidad se preferían cueros importados (Brock, 1919: 64). De hecho, éste es un problema que, por décadas, ha enfrentado la industria.¹⁶ Las hormas presentaban también algunas dificultades: la madera empleada no era tan dura como la norteamericana y tendía a deformarse. Las fábricas de hormas de la Argentina, estaban, al menos parcialmente mecanizadas. El máximo desarrollo de los eslabonamientos verticales a los que dio origen la industria de calzado en la Argentina fue la fabricación de maquinaria encarada por la firma Enrique Schuster. La misma condensa también las principales limitaciones de este proceso. La casa Schuster fundada en 1915 se dedicaba originalmente a la fabricación de pomadas, barnices y otros artículos para el calzado, así como a la importación de

¹⁶ Si bien la calidad de los cueros curtidos localmente mejoró muchísimo con las décadas, se mantuvo una diferencia de calidad a favor de otros países. En última instancia, la debilidad de la industria química local explica muchos de los déficits de las curtiembres nacionales. Por otra parte, se han producido fuertes enfrentamientos entre los frigoríficos, las curtiembres y los fabricantes de calzado, por el precio del producto (Kabat, 2013).

maquinaria para esta industria. Antes de lanzarse a su fabricación en 1917, había iniciado la producción de repuestos. El caso de la empresa de Enrique Schuster forma parte de una corriente general durante el período en la cual, para cubrir las necesidades que el conflicto bélico generaba, se desarrollan en el país una serie de industrias auxiliares como la fabricación de hormas, tintes, pomadas, colas, etc.

Inicialmente la empresa posee pequeñas dimensiones, pero muy pronto comienza un gradual aunque continuo crecimiento que se manifiesta en traslados y ampliaciones. La compañía además de proveer al mercado local, llega a exportar a los países limítrofes, e incluso a Italia y España (Ugarteche, 1927: 399). Aquí relatamos su evolución hasta el año 1920, según la crónica que la firma realiza en un libro destinado a conmemorar el 35^{avo} aniversario de su fundación:

Tan importante entidad inició sus actividades el 14 de abril de 1915 en el local de la calle Belgrano 1776, que amplió de inmediato con el contiguo 1786, donde instaló la fábrica de máquinas, si así puede llamarse, bajo cuyos techos construía poco después la máquina combinada de desformar “La Paulina”, hermoso exponente de la técnica y de la industria, y se fabrican repuestos para toda clase de maquinarias. Al mismo tiempo, en el amplio local de la calle Giradot 1999, esquina Acha, instalábase la fábrica de cemento y corchos para relleno y otros productos químicos para la industria del calzado y afines. En 1920 los talleres eran trasladados al local de vastas proporciones, en la calle Liniers 2301 al 2343, quedando los dos de la calle Belgrano para depósitos y escritorios... (Casa Enrique Schuster S. A. I.C., 1950: 35-36).

Esta empresa debe competir con la poderosa USMCO, por eso en todos sus esfuerzos propagandísticos intenta diferenciarse de ella. El eje de su campaña se dirige contra el sistema de leasing o arrendamiento de máquinas que aquella practicaba. Si bien este sistema había facilitado la adquisición de maquinarias a quienes no contaban con el capital suficiente para comprarlas, representaba un alto costo que no redundaba en la capitalización del industrial. La firma de Schuster (South American Shoe Supply Co. Schuster, Erlich y Cía) en cambio, vendía todas sus máquinas (tanto las importadas, como las fabricadas por ella) hecho que se encarga de recalcar en cada aviso publicitario. Leemos, así en la *Revista del Centro de Fabricantes del Calzado*:

—No pertenecemos a ningún TRUST, todas nuestras máquinas son vendidas y no alquiladas. Vale. ¿Por qué arrendar lo que puede ser propio? ¿Por qué pagar sumas mensuales cuando puede dejarlas en su bolsillo? ¿Por qué pagar indebidamente? El buen comerciante progresa con lo que economiza. (Casa Enrique Schuster, 1919).

A pesar de la importancia de este desarrollo cabe señalar sus límites. Las máquinas de diseño propio patentadas por Enrique Schuster son relativamente sencillas comparadas con otras de la industria. Por ejemplo, “la Paulina” tiene un eje que al girar acciona en forma simultánea distintos mecanismos para la terminación del calzado. Era común su presencia en los talleres pequeños. Esta firma jamás habría podido desarrollar la máquina de centrar, una de las más complejas, que había demandado años de estudios, y una inversión de un millón de dólares por parte de la USMCO.

Schuster, para competir con la USMCO, importa de los países nórdicos estas maquinarias más complejas. Seguramente, Schuster enfrentaba las mismas dificultades que otras empresas que buscaron fabricar maquinaria en la Argentina. El rezago de la industria metalúrgica no apoyaba estos emprendimientos.¹⁷ Hacia 1916, un informe norteamericano planteaba que:

El desarrollo actual de las máquinas y herramientas en la Argentina depende, como en todas partes, de las industrias metalúrgicas establecidas (...) La fabricación de maquinaria en ese país es muy insignificante (...) La mayoría de los propietarios de comercios de máquinas se dedican a trabajos de reparaciones generales, y sólo unos pocos se comprometen en la manufactura de artículos especiales. Algunos tienen herramientas modernas y pueden llevar adelante cualquier orden que reciban, siempre que el costo, el tiempo y la precisión del ajuste no tengan importancia (Masel, 1916:24).

La crisis

La mecanización impulsada por la USMCO llevó hacia 1920 a una crisis. Los métodos instalados requerían una expansión del mercado. Por una parte el mercado local ya no crecía al ritmo vertiginoso de los tiempos de la inmigración masiva. Por otra parte, los mercados extranjeros estaban cerrándose. En los países limítrofes las barreras arancelarias eran superiores a la establecida en Argentina. A nivel mundial, pareciera que incluso los fabricantes más eficientes tenían dificultades para operar en el comercio internacional. Así el fabricante checoslovaco Bata, considerado el más competitivo y apodado “el Ford de los zapatos”, cuando decide conquistar otros mercados lo hace a través de inversión directa, estableciendo filiales productivas en otros países.

En este contexto, *La Prensa* acusa a la USMCO de fomentar la sobreproducción dado que cobraba un canon de arriendo de las máquinas por par producido. Señalaba también que el aumento de tarifa aduanera, pagado con los salarios de los consumidores iba a parar a las arcas de este trust. El periódico también insinúa que, como forma de incentivar el consumo, se estaba bajando intencionalmente la calidad de los productos (s. a., “La Cámara de Diputados ...”, *La Prensa*, 10/5/23).¹⁸

Es cierto en algún punto que así como la USMCO es responsable del gran desarrollo de la industria del calzado argentina, es también un factor desencadenante de su crisis. Pero no en el sentido casi conspirativo que el *La Prensa* le adjudica; sino que está ligado porque, bajo el capitalismo, el mismo desarrollo genera la crisis. Por ende, todo factor de desarrollo es un agente de la crisis. La mayoría de los observadores ven sólo un costado del proceso. *La Prensa* se concentra en lo negativo y le adjudica a la USMCO una lógica maquiavélica, sin comprender que la crisis de la industria terminaría por afectarla a ella también. Por el contrario, un historiador norteamericano, resaltaba sólo el aspecto positivo. Así Wythe reproduce en forma parcial un párrafo del informe norteamericano de 1919 que refiere al gran crecimiento industrial que la USMCO había promovido en la industria

¹⁷ Por ejemplo, para el caso de la industria gráfica y la fabricación de una máquina offset llamada “la cabrenta”, pareciera que el uso de los tornos locales impedía mayor precisión en la hechura de la misma (Bil, 2007).

¹⁸ El periódico también argumenta que los obreros soportaban malas condiciones laborales. Ante esto, el Centro de Fabricantes responde en una carta dirigida al director de *La Prensa*, donde afirma que los salarios de la industria son los más altos del mercado. Allí también se niega que hubiera un “crecimiento vicioso de la producción trustificada” (Ardanaz y Anda, 1923).

argentina del calzado, pero deja afuera el fragmento que indica que ese mismo desarrollo había dado lugar a una crisis de sobreproducción. Whyte omite los puntos suspensivos que hubieran indicado al lector que el párrafo estaba inconcluso (Whyte, 1947:107). Veamos la parte amputada por el autor:

El resultado natural de esto fue una corrida para entrar a la industria de la fabricación del calzado. La producción se ha acrecentado mucho más rápido que el consumo. En el presente hay muchas fábricas que al final del año no muestran ninguna ganancia apreciable. (Brock, 1919: 47-48).

Conclusiones

El arribo de la USMCO en 1903 marca el inicio de una nueva etapa en la organización del trabajo en la industria argentina del calzado. Permitió una importación regular de máquinas y repuestos. A su vez, esto fue determinante para que el método de trabajo manufacturero denominado la rueda fuera desplazado por métodos de trabajo mecánicos. Todas las fuentes consultadas, en especial informes Departamento Nacional de Trabajo, de la Cámara de la Industria del Calzado, o de la Oficina de comercio exterior norteamericano, señalan la importancia de la USMCO y el consiguiente peso de la maquinaria norteamericana en el mercado argentino. Esta misma influencia se constata a través de las cifras de máquinas instaladas por la USMCO y por la drástica elevación de la fuerza motriz instalada en la industria después de la misma comenzara a operar en el país.

El sistema de leasing facilitaba la adquisición de máquinas incluso por los talleres chicos. No obstante, la disponibilidad de las máquinas no alcanzaba para el pasaje al sistema fabril, hacían falta edificios donde albergarlas, capitales para invertir en insumos, salarios, etc. De tal modo, que la conformación de grandes fábricas no fue la situación predominante. En cambio, fue más común la adquisición aislada de algunas máquinas que se complementaban con el trabajo manual. Por ello el período que va de 1903 a 1920 puede caracterizarse como manufactura moderna. En estos primeros años la USMCO proporcionaba máquinas que podían funcionar con motor propio o a fuerza motriz central. El hecho de que se comercializaran máquinas con motores individuales muestra que éstas aparecían, en muchos casos, como elementos aislados de la producción, sin constituir aún un sistema de máquinas organizado en torno a una fuente central de energía.

La comparación con el sistema de trabajo norteamericano revela fuertes semejanzas, también allí el trabajo manual todavía subsistía en algunas secciones. Las grandes fábricas locales pueden compararse con las norteamericanas. No sólo las máquinas, sino también los estilos manageriales y recursos de la organización del trabajo (como atajos productivos), son imitados. Los empresarios argentinos viajan regularmente a Estados Unidos, donde parece realizar aprendizajes de utilidad. Todo esto nos muestra que si la industria no avanzó más no fue por problemas técnicos. En la Argentina se empleaban las mismas máquinas y procedimientos que en Estados Unidos. Los nuevos modelos introducidos en aquel mercado no demoraban más de un mes en estar disponibles en la Argentina. En este sentido las empresas norteamericanas no trabaron ese desarrollo técnico, sino que lo promovieron. Es por esto que podemos caracterizar a la USMCO como un canal del desarrollo desigual y combinado. En el país no podrían haberse diseñado las máquinas desarrolladas por esa firma, porque esto hubiera requerido recursos más allá de los que un capitalismo chico y tardío como la Argentina podía poner en juego. Algo que se manifiesta si uno compara las posibilidades de la empresa Schuster frente a la USMCO.

Los problemas tampoco brotan de una cuestión de mentalidad empresaria, hay una búsqueda de incorporar tecnología y métodos organizativos avanzados.¹⁹ La respuesta a los problemas de esta industria puede encontrarse mejor viendo las diferencias que existían entre ambos países.

El porcentaje de trabajo manual era mayor en las firmas argentinas. Esto era especialmente cierto para el corte y el aparado. Las firmas estaban también menos especializadas y recurrían en mayor medida al trabajo a domicilio. Todo esto está relacionado con la falta de capitales necesarios. Un mercado chico, cuyo sistema de comercialización, también se encuentra poco concentrado, desincentiva la especialización. El escaso desarrollo de las industrias auxiliares generaba una dependencia de insumos importados u obligaba a trabajar con productos de menor calidad.

Todos los factores enumerados se encuentran ligados al carácter chico y tardío del capitalismo argentino y han conspirado contra el triunfo a escala internacional de esta industria. Finalmente, el carácter tardío en especial dificulta ese éxito dentro del comercio internacional, porque cuando la Argentina se encuentra en condiciones de exportar los mercados están ocupados por competidores más sólidos que ella. Para peor, esto se agrava por la coyuntura del inicio del proteccionismo económico que genera dificultades para exportar, incluso entre los productores más eficientes a nivel mundial.

Las dificultades que enfrenta la fabricación nacional de calzado no responden a ninguna de las falencias que se le han atribuido a la industria argentina. No se trata de dificultades técnicas, ni de la falta de un espíritu innovador. Tampoco la relación con Estados Unidos u otros países aparece como un obstáculo para su desarrollo. Estos diagnósticos se basaban en presunciones a priori, no comprobadas a partir del estudio de los problemas concretos que las distintas ramas industriales enfrentaban. El estudio de este caso puntual señala hacia otra dirección: remite a problemas de mercado, la escasa dimensión del mercado interno y los escollos para insertarse en el mercado mundial, ambos producto del carácter chico y tardío del capitalismo argentino.

Bibliografía

- Ardanaz, P. y Anda, L. (1923): *“La Prensa” y el Centro de Fabricantes de Calzado*, Buenos Aires: Imprenta R. Canals.
- Barbero, M. y Regalsky, A. (eds) (2003): *Americanización, Estados Unidos y América Latina en el siglo XX ; transferencias económicas, tecnológicas y culturales*. Buenos Aires: Universidad Nacional de Tres de Febrero.
- Bil, D. (2007): *Descalificados. Procesos de Trabajo y clase obrera en la rama gráfica (1890- 1940)*. Buenos Aires: Ediciones RyR.
- Brock, H. (1919): “Boots, Shoes, Leather and Supplies in Argentina, Uruguay and Paraguay”, EE.UU., Departamento de Comercio Exterior: *Special Agents Series*, n° 177, Washington: Government Printing Office.
- Cámara de la Industria del Calzado (1926): *La Industria Argentina del Calzado*, junio.
- Cámara de la Industria del Calzado (1935): *La Industria Argentina del Calzado*, n° 219, mayo.
- Casa Enrique Schuster S. A. I.C (1919): *Aviso publicitario, La Industria Argentina del Calzado*, n° 26, abril.
- Casa Enrique Schuster S. A. I.C. (1950): *Un esfuerzo industrial argentino*, Buenos Aires: Talleres Gráficos Alvarez Hnos. y Cía.
- Díaz Alejandro, C. (1970): *Ensayos sobre la historia económica argentina*. Amorrortu.

¹⁹ Tampoco se trata de un problema de falta de innovación. Se puede citar, por ejemplo, la adaptación por una fábrica argentina de los secadores y la cinta de montaje para el trabajo en serie, hasta entonces empleados sólo en el sistema de lotes (Kabat, 2005: 156 y 157).

El impacto de la comercialización de maquinaria estadounidense sobre la industria... Marina Kabat

- Dorfman, A. (1995): "Taylorismo y fordismo en la industria argentina de los '30 y los '40" en *Realidad Económica*, n°132.
- Dorfman, A. (1986): *Historia de la industria argentina*, Bs. As.: Hyspamérica.
- Dorfman, A; Síntes Olives, F. (1944): Consejo Permanente de Asociaciones Americanas de Comercio y Producción. *Encuesta continental sobre fomento y coordinación de industrias*. Montevideo: s.e.
- Ferrer, A. (1963). *La economía argentina*. México: FCE.
- Kabat, M. (2005): *Del taller a la fábrica. Proceso de trabajo, industria y clase obrera en la rama del calzado 1880-1940*. Buenos Aires, Ediciones RyR.
- Kabat, M. (2013): "Proceso de trabajo, eslabonamientos industriales y competitividad en la industria del cuero en la Argentina 1880-1972". *Revista Espacios*, vol. 34 (3).
- Kaysen, K. (1956). *United States versus United Shoe Machinery Corporation. An economical analysis of an Anti-trust case*. Cambridge Massachusets: Harvard University Press.
- Lobato, M. (1988) *El 'taylorismo' en la gran industria exportadora argentina. (1907-1945)*, Buenos Aires: CEAL.
- Lobato, M. (2001) *La vida en las fábricas. Trabajo, protesta y política en una comunidad obrera, Berisso (1904-1970)*, Buenos Aires: Entrepasados/Prometeo, 2001.
- Lobato, M. (2003) "Racionalidad y eficiencia en la organización del trabajo en la Argentina: el sueño de la americanización y su difusión en la literatura y la prensa" en Barbero y Regalsky, *op. cit.*, pp. 101-130.
- Luxemburgo, R. (1979). *El desarrollo industrial de Polonia y otros escritos sobre el problema nacional*. Buenos Aires: Pasado y Presente.
- Massel, J. (1916). "Mercado para maquinaria y herramientas en Argentina", en *Special Agents Series*, n° 116, Washington: Washington Government Printing Office.
- Novack, G. (1974). *La ley de desarrollo desigual y combinado de la sociedad*. Buenos Aires: Pluma.
- Novick, M, Catalano, A., Yoguel, G. y Albornoz, F (2003): "Adopción de modelos productivos en países emergentes" en Barbero y Regalsky, *op. cit.*, pp. 243-274.
- Ocantos, C. M. (1985). *Quilto*, Buenos Aires: Hyspamérica.
- Phelps, D. (1936): *Migration of industry to South America*, New York -London: McGRAW- Hill Book Company.
- Putman, A. (1910): "Shoe and leather trade in Argentina, Chile, Perú and Uruguay" en *Special Agents Series*, n° 37, Washington: Government Printing Office.
- S. a. (1923): "La Cámara de Diputados y el proteccionismo aduanero", *La Prensa*, 10 de mayo.
- Regalsky, A. y Jauregui, A. (2003): "Americanización, proyecto económico y las ideas de Alejandro Bunge en los años '20" en Barbero y Regalsky, *op. cit.* pp. 71-100.
- Rocchi, F. (2003): "La americanización del consumo: las batallas por el mercado argentino, 1920-1945" en Barbero y Regalsky, *op. cit.* pp. 131-190.
- Sartelli, E. (2007): "¿Cómo se estudia la historia de la industria?". *Anuario CEICS*, Centro de Estudios e Investigaciones en Cs. Sociales, 1.
- Sartelli, E. (2005): *La plaza es nuestra. El argentino a la luz de la lucha de la clase obrera en la Argentina del siglo XX*. Buenos Aires: Ediciones RyR.
- Soto, J. (1928): *La industria nacional del calzado*, México: Dirección de Exposición Estadística.
- Ugarteche, F. (1927): *Las industrias del cuero en la Argentina*. Buenos Aires: Talleres Gráficos Roberto Canals.
- United States Department of Labor. Bureau of Labor Statistics (1918): "Wages and hours of labor in the boot and shoe industry: 1907 to 1916", en Wages and hours of labor series, n°27, *Bulletin of the United States Bureau of Labor Statistics*, n°232, Washington: Washington Government Printing Office.
- Vidal, M.: "Informe estadístico de las 102 fábricas de calzado de la Capital Federal correspondiente al año 1914", en Vidal, M. (1916): *Algunos de mis trabajos relacionados con las industrias nacionales*. Buenos Aires: Sociedad Gráfica Argentina.
- Villanueva, J. (1972): El origen de la industrialización argentina. *Desarrollo económico*, vol. 12., n°47, pp. 451-476.

El impacto de la comercialización de maquinaria estadounidense sobre la industria...
Marina Kabat

Wythe, G. (1947): *La industria Latinoamericana*, México: Fondo de Cultura Económica.

Zymelman, M., & Di Tella, G. (1967): *Las etapas del desarrollo económico argentino*. Buenos aires: Eudeba.