

<http://dx.doi.org/10.18232/alhe.1322>

Reseña

Matés-Barco, J. M. y Caruana de las Cagigas, L. (coords.)
(2021). *Entrepreneurship in Spain. A History*. New York:
Routledge.

Eduardo Martín Cuesta¹  0000-0002-2017-2278
Mauro Nahuel Cuk¹, *  0000-0002-5868-3655

¹ Universidad de Buenos Aires, Buenos Aires, Argentina.

* Correspondencia: maurocuk@hotmail.com

Desde hace algunos años, la Historia de Empresas se ha consolidado como campo en la historiografía económica, ya que se ha enriquecido al aportar nuevas preguntas, datos, estudios, perspectivas e interdisciplinariedad, entre otras características. Así, un corpus teórico propio le ha brindado la posibilidad de interpretar desde el caso hasta la globalización, pasando por enfoques sectoriales, nacionales y regionales.

Entre los muchos tópicos que movilizan este campo, algunos son nudos problemáticos de gran importancia en la agenda actual, en donde el enfoque histórico tiene un rol central. Por ejemplo, acerca del empresario como protagonista, sus vinculaciones, biografía, etc. Ni qué decir de la “empresa”, cuyo peso específico propio, así como su relación con el contexto, es fundamental. De allí que se puedan encontrar preguntas-problema, por ejemplo ¿cuál es la relación entre las empresas y el desarrollo? ¿Cómo se consolida una empresa? ¿Cuáles son las estrategias que permiten su crecimiento?, o ¿cómo influyen los factores culturales e institucionales en el mundo empresario?

En este contexto, la publicación de *Entrepreneurship in Spain. A History*, editado por Juan Manuel Matés-Barco y Leonardo Caruana de las Cagigas, nos invita a realizar un recorrido en diferentes tópicos de la historia de las empresas dentro del territorio español, desde el siglo XVI hasta la actualidad. La elección del título no es inocente, así como la delimitación espacial y temporal. Los diferentes capítulos proponen un tiempo, una perspectiva y un abordaje para cada tema que utilizan el amplio abanico de herramientas de la disciplina.



Esta obra está protegida bajo una Licencia Creative Commons Atribución-NoComercial 4.0 Internacional

De esta manera el lector se encuentra con estudios de caso (de empresarios y de empresas), aplicación de modelos, análisis sectoriales y regionales, de estrategias, de relación con la política y el estado, solo por mencionar algunos. En consecuencia, cada uno de los autores en cada capítulo recurre a diversas fuentes y recursos, así como archivos privados, documentos públicos, fuentes notariales y entrevistas.

Esta obra colectiva consta de 188 páginas, se estructura con una introducción (a cargo de los compiladores), un primer capítulo teórico y 11 capítulos (en orden cronológico), donde distintos especialistas presentan trabajos que abordan temas específicos, desde las estrategias de algunas compañías mercantiles en Castilla durante el siglo XVI, hasta un análisis de la industria de autopartes local en la segunda mitad del siglo XX. Los diferentes capítulos se adentran en sectores y/o actividades centrales en la agenda de la historia económica y de empresas, con diversas profundidad y complejidad. Por ello, brinda una muestra del amplio abanico de fuentes, herramientas, metodologías, etc., del campo disciplinar.

Entrepreneurship in Spain. A History, tanto por el recorrido temático como por su volumen, propone en simultaneo la lectura en clave de investigaciones “de frontera del conocimiento”, así como herramienta de enseñanza y obra de divulgación. Su lectura, de fácil acceso y destinada a un público general, no deja de lado el rigor académico.

En el capítulo introductorio, Matés-Barco y Caruana de las Cagigas ponen en relieve la importancia de estudiar el estrecho vínculo existente entre la creación y el funcionamiento de las empresas, el crecimiento económico y el desarrollo de la sociedad. Asimismo, realizan una reflexión sobre la Historia de Empresas y su lugar en la historiografía especializada. Si bien se resalta su incorporación en planes de estudio y el crecimiento al interior del campo de la historia, se relatan las dificultades que afectan a esta nueva rama debido a dos hechos. Por una parte, un rechazo y ciertos prejuicios por parte de algunos historiadores, en particular los vinculados con el materialismo histórico; por otra parte, la existencia de cierta visión negativa sobre los empresarios en la sociedad. Según los compiladores, esta mala consideración sería tributaria de un sistema económico que durante mucho tiempo estuvo marcado por un fuerte dirigismo (desde las políticas económicas y el Estado) que habría tenido como consecuencia una degradación de la función social de las empresas y los emprendedores ante los ojos de la sociedad.

En este sentido, Matés y Caruana realizan un interesante recorrido sobre el debate en torno a las hipótesis sobre de la supuesta ausencia de una “cultura industrial” o “espíritu empresarial” en España. Desde las ideas de Miguel de Unamuno y Pío Baroja, quienes consideraban este problema como una de las causas de su atraso relativo, pasando por las visiones que lo asociaban con el supuesto rol retardatario del catolicismo, o aquellos que lo vinculaban con los límites del mercantilismo y las políticas proteccionistas o a la escasa actitud emprendedora de la aristocracia de carácter rentista.

A partir de la década de 1990 dos nuevas causas se incorporarían al debate. Por una parte, el atraso educativo que experimentó el país y sus consecuencias en términos del desarrollo del capital humano. Por otro lado, las supuestas trabas institucionales que frenaron el pleno desarrollo de las empresas y su normal funcionamiento. A pesar de que esta visión pesimista en torno a la actitud y calidad de las empresas y empresarios españoles ha calado hondo en la sociedad, estudios recientes, y muchas de las contribuciones de este libro, resaltan que el comportamiento y el desempeño tanto de las compañías como de hombres y mujeres de negocios españoles en los siglos XIX y XX no habrían sido muy distintos que los de sus vecinos europeos.

De la lectura se desprende no sólo la actualidad del debate-problema, sino también el implícito comparativo (además de retrospectivo), en particular a partir de la incorporación de España a la Unión Europea.

En el capítulo 1, “Entrepreneurship and the History of the Company”, Mariano Castro Valdivia aporta un marco general en torno a algunos tópicos que entiende de relevancia en el campo, así como ciertas pautas metodológicas. En particular, las dificultades al rededor del objeto de estudio. Esto lo lleva a realizar un recorrido histórico sobre cómo se abordó la figura del empresario. Para ello hace una prospección de algunos trabajos de economistas, desde Richard Cantillon (uno de los que asocian empresario y riesgo) hasta Joseph Schumpeter y su visión del emprendedor como motor del desarrollo. Es una selección interesante que sin duda el lector interesado puede ampliar a partir de este capítulo.

El capítulo 2, titulado “Entrepreneurship, Strategy and Networks. The Development of Commercial and Financial Companies in Early Modern Castile”, es un análisis realizado por David Carbajal, quien presenta las estrategias de diversificación, el rol de las redes y las prácticas financieras de los mercaderes castellanos en el siglo XVI. Resulta de interés que, al igual que en otras regiones de Europa del periodo, en particular las ciudades italianas, la estrategia más difundida entre los hombres de negocios castellanos para disminuir los riesgos y bajar los costos de transacción fue la conformación de compañías. Estas podían ser creadas *ad hoc*, para determinados negocios particulares y acotados en el tiempo, en general contratos con entidades políticas para la recaudación de impuestos o aprovisionamiento urbano, o por un plazo más extendido para los negocios más complejos como el comercio interregional. La evidencia le permite ampliar su acercamiento y discutir las visiones que asociaban a los mercaderes castellanos con actitudes conservadoras y poco predisuestas al riesgo. Así, el autor propone una caracterización mucho más compleja y dinámica de los hombres de negocios castellanos durante el periodo “dorado” de España.

En el capítulo siguiente, “Windmills, Not Giants. Competition and Monopoly on the Reinosa Route”, Rafael Barquín presenta una visión renovada de una interesante discusión de larga data: las semejanzas y diferencias en el desarrollo del capitalismo español en relación con sus vecinos europeos. Para ello analiza el mercado del trigo en España durante el siglo XIX. La propuesta rechaza las teorías que suponían un mercado cerrado y dominado por prácticas colusivas. En cambio, propone la existencia de un mercado abierto, sin posiciones dominantes y con condiciones similares a las existentes en otros países europeos de la época. Según Barquín, la libre competencia del mercado de trigo y harina estaría en consonancia con las reformas liberales sucedidas durante gran parte del siglo XIX. En términos institucionales, no observa la existencia de barreras de entrada y salida. En términos económicos, afirma que ningún agente poseía una parte significativa del mercado. Sin lugar a dudas es un trabajo que abre al debate y a nuevas investigaciones en otros sectores.

El capítulo 4, “Lacave & Echeopar. Strategies and Businesses in the Second Half of the Nineteenth Century”, es un estudio de caso donde María Vázquez Fariñas realiza un profundo análisis sobre el devenir de una empresa vitivinícola gaditana durante la segunda mitad del siglo XIX. Dos son los abordajes propuestos: por un lado, la historia familiar del grupo económico, por el otro, la dinámica de negocios, y en particular su perfil exportador. Este último no es un tema menor, ya que es de agenda presente. La autora profundiza en las estrategias de diversificación e integración vertical como punto de partida para la posibilidad de consolidación de la firma en el mercado local y su salida al mercado externo.

Mercedes Fernández-Paradas y José Francisco García-Ariza están a cargo del capítulo 5, “The Sociedad Azucarera Antequerana, a Successful Company in Late Nineteenth-Century Spain”. Se trata de un estudio de caso sobre el trayecto de una empresa azucarera surgida como consecuencia de la crisis regional del sector textil a fines del siglo XIX. Uno de los tópicos en debate es, nuevamente, la dinámica y la capacidad de adaptarse a los cambios socioeconómicos de los empresarios españoles. En particular, mostraría una gran capacidad de redireccionar sus negocios en función de determinadas coyunturas adversas. Claro que se trata del análisis de un caso exitoso. Cabe preguntarse en qué medida es extensible a un conjunto más amplio y quizá más representativo.

En el capítulo 6, Juan Manuel Matés-Barco presenta un trabajo sobre un servicio público central: la provisión de agua. el capítulo se titula “Small, Medium, and Large Companies in the Supply of Water in Spain (1840-1940)”, en este el autor hace foco en las empresas privadas así como en el rol de la inversión extranjera. Dado el tamaño y características de la economía española, se propone que el rol de la inversión extranjera no solo estuvo asociado a la concurrencia de capitales, sino que también produjo un alto impacto en términos de conocimiento, *know how* y tecnología. Abordando la compleja relación entre desarrollo urbano, empresas privadas, servicios públicos, inversión extranjera e iniciativa local, este trabajo presenta datos desagregados por regiones y tamaños de empresa, entre mediados del siglo XIX y XX.

Habiendo presentado en los capítulos anteriores estudios de caso, mercados, redes, estrategias y servicios públicos, el capítulo 7 propone un tema fundamental: finanzas, crédito y bancos. Bajo el título de “Credit Companies, Merchant-Bankers and Large National Banks. The Case of Andalusia (1800-1936)”, María José Vargas Machuca analiza las vicisitudes de las entidades financieras andaluzas y los cambios sucedidos a partir de las crisis económicas y las diversas regulaciones estatales. En cuanto al efecto de las primeras, se destaca el impacto de la crisis de 1866 y su rol en la reestructuración del sistema financiero español. Por otra parte, en cuanto a las regulaciones estatales se resaltan: la sanción del código comercial de 1829; la legislación de 1856, que establecía las diferencias entre los bancos de emisión y las compañías de crédito; la legislación de 1874, conocida popularmente como el Decreto de Echegaray, la cual convertía al Banco de España como la única entidad encargada de la emisión monetaria, y la Ley de Organización Bancaria de 1921, sancionada durante la Restauración Borbónica y que regulaba las actividades del Banco de España así como las acciones de la banca privada.

Otro aspecto central en la historia económica y de las empresas del siglo XIX es el papel de los ferrocarriles y su influencia en términos de baja de costos, integración de mercados, movilidad y eslabonamientos en la demanda, entre otros beneficios. “The Private Period of Spanish Railways 1848-1941. A Liberal Project to Modernise Spain” escrito por Miguel Muños Rubio y Pedro Pablo Ortúñez Goicolea analiza el impacto positivo de los ferrocarriles, su lugar en la inversión extranjera y los cambios en las políticas públicas referidas al transporte.

Un tema de agenda actual para la economía española, y que aún tiene muchas vacancias por completar, es el aporte del turismo y los servicios. El capítulo 9, a cargo de Carlos Larrinaga, “The Spanish Travel Agency Business in the Early Years of the Franco Regime” presenta un interesante y agudo análisis del sector del turismo. Si bien, como señala el autor, el accionar de las agencias de viajes en España se remonta al siglo XIX, el estudio se centra en el desenvolvimiento del sector durante los primeros años de Francisco Franco en el poder, marcados por un fuerte aislacionismo internacional. Larrinaga propone que, a pesar de lo anterior, y desde la lenta apertura iniciada en la década de 1950, las agencias de viajes españolas (entre las que se destaca Viajes Meliá S. A.)

presentaron un gran crecimiento y dinamismo, no sólo para el turista local, sino también para extranjeros. En conjunto, el capítulo ofrece una mirada renovada para el periodo a partir del estudio de un sector que está comenzando a ser analizado por los investigadores.

Un estudio de caso del sector servicios es el que presenta el capítulo 10, con el título “The International Expansion of the Spanish Insurance Company MAPFRE”, escrito por Leonardo Caruana de las Cagigas. Aquí, el autor analiza las estrategias de expansión de la firma aseguradora MAPFRE, fundada en 1933 y que a partir de la década de 1980 comenzó una política de negocios a nivel internacional. Primero en países de América Latina (Brasil, México, Argentina y Colombia) y luego en otros países como Italia, Alemania, Estados Unidos, Canadá y China. En este capítulo dos elementos son importantes: el análisis de la actividad de los seguros y la estrategia exitosa de internacionalización. Para Cagigas, la internacionalización de MAPFRE le permitió consolidarse a escala global como una de las empresas de seguros más relevantes, con más de 28 millones de clientes. Esta estrategia se implementaba mediante la adquisición total (o parcial) de aseguradoras locales o con el desembarco directo de la firma.

Los últimos dos capítulos se colocan más cercanos en el eje temporal. El capítulo 11 titulado “Spanish Entrepreneurs and the Two Transitions (1975-1986)”, de Jorge Lafuente del Cano, presenta un aporte interesante. Combina el estudio de la conformación de entidades empresarias con la historia política durante el periodo de la “transición” española. La hipótesis del autor se asienta en la existencia de una “doble transición”. La primera resultante del proceso democrático, signado por un amplio consenso de las fuerzas políticas, que comenzaría con la presidencia de Adolfo Suárez en 1976 y concluiría con el traspaso de mando a Felipe González, en 1982. La segunda transición sería en el frente externo, con la incorporación de España a las instituciones internacionales (Mercado Común Europeo y la OTAN). Frente a este doble proceso de cambios y transformaciones en la política y economía de España, la respuesta de los empresarios fue la creación de la Confederación Española de Organizaciones Empresariales (CEOE), en 1977, la cuál tomaría un rol protagónico en los debates políticos en defensa de los intereses empresariales y en favor del libre mercado. A través de un detallado análisis del contexto político y económico el autor nos presenta los siempre complejos vínculos entre Estado y empresarios.

En el capítulo 12, “From the Sector to the Automobile Cluster of Castilla y León Its Study through the History of Lingotes Especiales”, Pablo Alonso-Villa y Pedro Pablo Ortúñez-Goicolea presentan un estudio de caso sobre la industria autopartista de Castilla y León, plaza de residencia de las plantas de Iveco, Renault y Nissan. Para ello aplican un marco teórico de análisis de zonas industriales, ya conocido para otros casos. Así, se observan las ventajas en términos de eficiencia que conllevan a la concentración regional de industrias y la conformación de Conglomerados Industriales. Por ejemplo, las ventajas de los distritos industriales en términos de la “circulación de conocimientos”, el surgimiento de industrias subsidiarias y la especialización del mercado laboral local. Con ello, Alonso-Villa y Ortúñez-Goicolea pueden hacer foco en el impacto positivo de estas externalidades en una de las principales firmas proveedoras del rubro autopartista, la compañía Lingotes Especiales de Valladolid.

Para finalizar, cabe recordar las dificultades de llevar adelante una obra colectiva de esta envergadura, tanto por la diversidad temática como por el arco temporal implicado. Lo cuál también es aplicable a la intención de reseñar el conjunto del trabajo. Sin embargo, es posible resaltar algunos ejes temáticos abiertos al debate. Uno es la riqueza analítica de la historia comparativa. La selec-

ción del objeto (comportamientos, instituciones u otros) y con qué o quién se compara en función del contexto es clave. Otro eje es la relación, según el momento histórico, entre el Estado/políticas públicas y el mercado/empresas.

Considerando las dificultades señaladas, y justamente por ellas, *Entrepreneurship in Spain. A History* es un libro de gran interés y lectura más que recomendada tanto para los especialistas como para el público en general. Realiza un importante aporte a la Historia de Empresas en España, así como también a la historia económica y política. La diversidad y complejidad de los tópicos analizados posibilita al lector interesado, además de encontrar algunas respuestas, a realizarse nuevas preguntas.