

Reseña

Juan Manuel Matés-Barco y Leonardo Caruana de las Cagigas (eds.). *Entrepreneurship in Spain: A history*. New York, London, Routledge, 2021, 197 pp. ISBN: 978-0367649227.

Dentro de la OCDE, la actividad emprendedora ha destacado más en unos países que en otros, pero no ha faltado en ninguno, tampoco en España. Mostrar que esto ha sido así es el objeto de este libro, según señalan sus editores en la introducción. Para ello han incluido estudios de empresas de regiones supuestamente no muy emprendedoras como Andalucía o Castilla, pero también de varios sectores de ámbito nacional. En total, el libro contiene doce capítulos, elaborados por especialistas en cada uno de los temas tratados.

En el primero, tras una síntesis de las ideas clásicas sobre el empresario y su función, Mariano Castro-Valdivia defiende la utilidad de los estudios de caso, tanto para comprender la evolución económica general como para aprender de esas experiencias. Su utilidad puede ser mayor en nuestros días, cuando la formación empieza con el estudio y no con la práctica, como era habitual antiguamente.

En el segundo capítulo, David Carvajal presenta un panorama del desarrollo de las empresas comerciales y financieras de Castilla en los siglos xv y xvi. Frente al tópico del atraso, la realidad fue que en ese periodo surgieron muchas empresas que crecieron e innovaron a través de la diversificación funcional y geográfica, el capital humano, la creación de redes comerciales y la mejora en la gestión. El trabajo aporta numerosas evidencias de un notable y temprano dinamismo emprendedor en una época muy alejada de la nuestra. Todos los demás capítulos se centran en la edad contemporánea.

Sin salir de Castilla, Rafael Barquín se pregunta en el capítulo 3 si es cierta la visión tradicional de que el mercado interior del trigo en el siglo xix se caracterizó por la colusión. Su análisis muestra que, por el contrario, estaba más cercano a un mercado libre en el que los precios no eran determinados por unos pocos grandes agentes, sino por muchos productores y compradores no dominantes. Su hipótesis para explicar «por qué se ven gigantes donde sólo hay molinos» es que la historiografía de la Transición tendió a ver toda la historia pasada como vio la del franquismo. Pero según Barquín, antes de ese periodo la economía española fue fundamentalmente liberal. Cierta relación con esto guarda el capítulo 11, en el que Jorge Lafuente del Cano hace un análisis del papel de los empresarios en el diseño del nuevo marco institucional del país durante la Transición (1975-1986). En el aspecto interno, la CEOE fue muy activa en la defensa del libre mercado, mientras que en el externo presionó para que la entrada en la CEE no se hiciera a cualquier precio.

Pero en el libro predominan los estudios de caso: cuatro sobre empresas concretas y cuatro sectoriales. El primer caso empresarial, a cargo de María Vázquez Fariñas, es el de la empresa viníco-

la Lacave y Echecopar. Su iniciador fue Pedro Lacave Miramont, inmigrante francés que estableció en Cádiz su primer negocio en 1810. En asociación con su compatriota Echecopar, él y sus herederos expandieron la empresa a lo largo del siglo xix, diversificándose e integrándose verticalmente. La crisis de fin de siglo terminó con la sociedad, pero la rama Lacave continuó por su cuenta y alcanzó gran éxito en el sector del vino de Jerez en el siglo xx. El segundo caso también es andaluz: el de la Sociedad Azucarera Antequerana, elaborado por Mercedes Fernández-Paradas y Francisco José García Ariza. Antequera tuvo una potente industria textil lanera en el siglo xix, pero en la segunda mitad declinó por la competencia algodonera. La búsqueda de alternativas llevó al desarrollo pionero de la industria del azúcar de remolacha. La empresa de la que habla este capítulo fue creada en 1890 por diez prohombres antequeranos, entre los que había políticos de influjo nacional como Francisco Romero Robledo. La iniciativa, apoyada en tecnología francesa, tuvo éxito y se convirtió en una de las principales azucareras del país. En tercer lugar, Leonardo Caruana analiza en el capítulo 10 la expansión internacional de la compañía de seguros MAPFRE. Dicha expansión se inició en la década de 1980, primero en Iberoamérica y posteriormente en Estados Unidos, Europa y Asia. La entrada en esos mercados se hizo a través de la compra de empresas locales y fue un gran éxito: MAPFRE es hoy una compañía global con veintiocho millones de clientes en todo el mundo. El cuarto caso es el de la empresa Lingotes Especiales, relatado por Pablo Alonso-Villa y Pedro Pablo Ortúñez en el capítulo 12. Tras describir los orígenes y desarrollo del sector del automóvil en Castilla y León, los autores analizan la historia de Lingotes Especiales, dando especial relevancia a las claves de su éxito nacional e internacional.

En cuanto a los estudios de ámbito sectorial, el primero trata sobre las empresas de suministro de agua en España entre 1840 y 1940. El autor, Juan Manuel Matés-Barco, explica que en la segunda mitad del siglo xix y principios del xx el sector estaba dominado por empresas privadas. Unas eran grandes o medianas y otras pequeñas, pero estas últimas tendieron a ser absorbidas o municipalizadas. Siguiendo la tendencia internacional, desde la década de 1940 casi todas pasaron a manos públicas. En segundo lugar, María José Vargas-Machuca describe el desarrollo del sector bancario en Andalucía entre 1800 y 1936. Al amparo de las leyes de 1856 se crearon varios bancos por acciones, pero todos desaparecieron antes de 1870, siendo los comerciantes-banqueros los que mantuvieron la actividad crediticia en la región. En el primer tercio del siglo xx el sector resurgió, tanto por la creación de algunos bancos locales como por el establecimiento en Andalucía de bancos de otras regiones. Sin embargo, los pocos bancos andaluces que subsistían en 1936 acabaron siendo absorbidos por las grandes entidades nacionales a lo largo del siglo xx. En el capítulo 8, Miguel Muñoz Rubio y Pedro Pablo Ortúñez abordan la etapa privada del sector ferroviario español (1848-1941), analizando la creación y evolu-

ción de las principales empresas, sus avances y problemas, el papel del Estado, así como el efecto del ferrocarril en la modernización del país. El desenlace, su nacionalización, se ve como inevitable debido a la insostenible situación financiera de las empresas. Finalmente, Carlos Larrinaga analiza en el capítulo 9 el sector de las agencias de viajes durante el primer franquismo. Aunque el sector ya había arrancado en el primer tercio del siglo xx, no se desarrollaría propiamente hasta después de la Guerra Civil. Su impulso ya es claro en los años cuarenta, pero fue en los cincuenta cuando el sector despegó con la creación empresas emblemáticas como Meliá o Viajes Iberia, entre muchas otras.

Cubrir en un volumen sobre emprendimiento en España todas las épocas, regiones y sectores es imposible. En esta obra se ha optado por incluir casos y regiones menos estudiadas, lo que es uno de sus principales valores añadidos. En cualquier caso, a través de sus doce estudios el libro proporciona una amplia visión de la actividad emprendedora en España, con sus virtudes y defectos, desde el siglo xv hasta la actualidad.

José María Ortiz-Villajos
Universidad Complutense de Madrid

<https://doi.org/10.33231/j.ihe.2021.09.014>