

Juan Manuel Matés-Barco, Leonardo Caruana de las Cagigas, *Entrepreneurship in Spain: A History*, Nueva York, Routledge, 2021, 198 págs.

DOI: <https://doi.org/10.24197/ihemc.41.2021.1406-1410>

En los últimos años se han sucedido las publicaciones sobre el emprendimiento, atendiendo los perfiles personales, la función de las empresas y los procesos de creación de estas; y cómo el empresario es uno de los factores que explican el desarrollo económico y el crecimiento de los países, en una relación circular. Este libro, coordinado por Juan Manuel Mates-Barco y Leonardo Caruana, sigue esa línea de investigación, con doce capítulos que presentan el recorrido vital de empresas y empresarios en un amplio arco cronológico –desde la Edad Moderna a la actualidad–, además de un variado marco territorial y sectorial.

En el primer capítulo, Mariano Castro Valdivia aborda cómo el análisis histórico del comportamiento de empresas y emprendedores ha dado lugar a una disciplina académica propia, la Historia de la Empresa. Y reflexiona sobre el modelo de emprendedor que debería difundirse, según los diferentes perfiles que pueden inferirse a través de diversos estudios de caso a lo largo de la historia. Para determinar qué modelo de negocio debe impulsarse, es necesario comprender cómo evolucionó el concepto de emprendedor, por lo que el autor repasa el pensamiento económico desde el XVII, siguiendo a autores como Stuart Mill o las teorías keynesianas y de los economistas neoclásicos. Los estudios de caso son de utilidad, pueden servir de estímulo el emprendimiento, permitiendo extraer lecciones de estos. De este modo, podrían establecer similitudes y proporcionar pautas de comportamiento ante problemas similares, para que las empresas tuvieran un largo recorrido, influyendo también en la construcción una cultura empresarial que promueva el emprendimiento.

A continuación, David Carvajal dedica su trabajo al emprendimiento, las estrategias y las redes en el desarrollo comercial y financiero de las compañías castellanas de la temprana Edad Moderna. Dichas empresas se consolidaron a mediados del siglo XVI, como una de las redes empresariales más prósperas de Europa, en las que tuvo un peso determinante el concepto de familia. El crecimiento dentro de la península favoreció la integración en redes comerciales internacionales –a imitación de los comerciantes

italianos—, estando presentes en las principales ciudades y ferias del continente. Carvajal analiza el proceso de constitución de estas sociedades comerciales y financieras, y las estrategias que siguieron para consolidarse y ampliar su acción comercial más allá de nuestras fronteras. Desmontando la idea tradicional que caracterizaba de conservador y reacio al riesgo a los comerciantes castellanos.

Rafael Barquín aborda la producción cerealista castellana y de harinas en la ruta de Reinosa —clave en la prosperidad de Santander— y la venta de este producto manufacturado a Cataluña, Europa o Cuba. Su análisis no contempla este negocio como un oligopolio, en contra de las creencias tradicionales al respecto, a cuyo origen también se aproxima, además comparar de la actividad castellana con el resto de Europa. Lo que permite al autor señalar su caracterización como mercados de libre competencia condicionados por las prohibiciones en las importaciones y exportaciones del producto.

La investigación de María Vázquez Fariñas se centra en el negocio del vino en Cádiz, a través del estudio de caso de la empresa Lacave&Echecopar, un referente en el negocio jienense vitivinícola de mediados del siglo XIX. Examina el desarrollo de la compañía, una empresa que supo dinamizar durante un siglo sus actividades —entrando en el negocio del aceite o la cerámica— para asegurar su capital y obtener mayores ingresos. Superando diversas situaciones adversas, a finales del siglo XIX, la familia Lacave supo sostener el crecimiento empresarial, integrándose en el mercado internacional. En el quinto capítulo, Mercedes Fernández Paradas y Francisco José García Ariza dedican su atención al negocio azucarero en Antequera a finales del siglo XIX. El texto repasa la biografía de los socios de esta industria, muchos de ellos con vínculos familiares entre sí e involucrados en la actividad política del país. Además de seguir la estructura funcional de la empresa, sin descuidar el examen financiero de su exitosa actividad a través de los datos sobre la producción de azúcar, los ingresos y las ganancias de la década de 1890.

La investigación de María Vázquez Fariñas se centra en el negocio del vino en Cádiz, a través del estudio de caso de la empresa Lacave&Echecopar, un referente en el negocio jienense vitivinícola de mediados del siglo XIX. Examina el desarrollo de la compañía, una empresa que supo dinamizar durante un siglo sus actividades —entrando en el negocio del aceite o la cerámica— para asegurar su capital y obtener mayores ingresos. Superando diversas situaciones adversas, a finales del siglo XIX, la familia Lacave supo sostener el crecimiento empresarial, integrándose en el

mercado internacional. En el quinto capítulo, Mercedes Fernández Paradas y Francisco José García Ariza dedican su atención al negocio azucarero en Antequera a finales del siglo XIX. El texto repasa la biografía de los socios de esta industria, muchos de ellos con vínculos familiares entre sí e involucrados en la actividad política del país. Además de seguir la estructura funcional de la empresa, sin descuidar el examen financiero de su exitosa actividad a través de los datos sobre la producción de azúcar, los ingresos y las ganancias de la década de 1890.

Juan Manuel Matés-Barco aborda las empresas privadas abastecedoras de agua en España a lo largo de un siglo. La diversidad de compañías venía determinada por el tamaño de las localidades donde ofrecían sus servicios, coincidiendo con el mapa urbano e industrial existente en esos años en España. La mayor parte de las compañías se concentraron en Cataluña, Andalucía, Valencia y Murcia. En los orígenes de este sector actuaron muchas pequeñas empresas que con el tiempo desaparecieron, llegando a un predominio de las grandes empresas. La constitución de muchas empresas fueron el resultado de la inversión de empresas extranjeras en España, pero también fue importante el desempeñado por un buen número de emprendedores, comunitarios.

María José Vargas-Machuca estudia la banca privada andaluza desde el siglo XIX hasta las tres primeras décadas del siglo XX, a través de los bancos emisores y las sociedades de crédito que operaron en la región. Ante la desaparición de estos, en el periodo 1866-1874, las necesidades financieras de la población fueron cubiertas por banqueros privados. Muchos de ellos eran más bien comerciantes-banqueros que actuaron sin registrar su actividad. Sin embargo, con el tiempo y la entrada en vigor de nuevas normativas debieron regularizar su situación. Para las primeras décadas del siglo XX varias fueron las firmas locales que operaba en la región, aunque años después, bien entrado el siglo XX, las casas bancarias locales terminaron desapareciendo del panorama regional por su disolución o su absorción por los grandes bancos nacionales.

Miguel Muñoz Rubio y Pedro Pablo Ortúñez Goicolea analizan el sector ferroviario en España desde sus orígenes, cuando este sector se explotaba principalmente por el capital privado, con una intervención moderada del Estado. El ferrocarril contribuyó a la modernización del país en el marco del proyecto liberal, incidiendo en proceso de crecimiento económico nacional. Favoreciendo una mejor distribución de los recursos productivos, el descenso en el precio del transporte además de la integración del mercado interno y la movilidad de personas, bienes y capitales.

Especialmente útil es el recorrido que realizan los autores desde una perspectiva a largo plazo que recorre una centuria de la historia ferroviaria.

Carlos Llarrinaga aborda en su trabajo las agencias de viaje en los primeros años de la dictadura franquista, especialmente en las décadas de 1940 y 1950, que fueron cruciales en la reorganización de un sector que se había visto perjudicado por la guerra civil y la Segunda Guerra Mundial. Si bien España no era un líder del turismo antes de la guerra, existían empresas dedicadas a este negocio, y el régimen franquista mostró interés en un sector que podría ser una importante fuente de riqueza, atrayendo la codiciada moneda extranjera. Por ello, el turismo pasó a ser competencia del Estado y las agencias de viaje, conocedoras del mercado, quedaron supeditadas a su control desde 1942. Sin embargo, la situación derivada de la Segunda Guerra Mundial limitó el despegue del turismo hasta los años cincuenta, sentando esta década las bases de la expansión propia de los sesenta.

Leonardo Caruana dedica su capítulo a la expansión internacional de la compañía de seguros Mapfre. Esta empresa había iniciado su andadura en 1933, como una mutua que aseguraba a los agricultores en caso de accidente. En los años sesenta tuvo una primera etapa de expansión exterior, pero hubo de esperar a la década de 1980 para lograr este objetivo. Acercándose primero al mercado latinoamericano –menos competitivo, aunque más riesgoso–, facilitando esta conexión los lazos culturales. La expansión continuó en Estados Unidos, Canadá, China o Australia. El éxito de su internacionalización ha radicado en la reputación de la empresa y en ofrecer todo tipo de seguros, desde los de automóviles hasta los de vida. La internacionalización también ha permitido a MAPFRE convertirse en un actor global.

Jorge Lafuente del Cano aborda la acción de los empresarios en un momento crucial para la construcción de la democracia en España, el periodo 1975-1986. Cuando los empresarios se convirtieron en interlocutores necesarios en el nuevo escenario político. Lafuente repasa su intervención en la política económica enunciada por los nuevos gobiernos, participando en debates públicos y en los medios de comunicación para incidir en las sucesivas políticas gubernativas. Los empresarios también adoptaron una postura particular respecto a la integración en los organismos internacionales, mostrando cautela ante la pertenencia al Mercado Común, ya que España debía afrontar reformas para adecuarse al marco europeo y se temía su impacto en determinados sectores.

Finalmente, Pablo Alonso Villa y Pedro Pablo Ortúñez Goicolea reflexionan sobre el sector automotriz en la región de Castilla y León, a

través del estudio la compañía Lingotes Especiales. Un ejemplo de la influencia del medio en el desarrollo económico y viceversa. En la zona castellana, las condiciones favorables para el nacimiento y crecimiento del grupo automovilístico estuvieron presentes desde mediados del siglo XX, y algunas incluso datan de finales del XIX. Creándose una red relacional que se extiende entre las empresas automotrices y otros sectores, centros tecnológicos e instituciones, impulsando la competitividad de la empresa y actuando como ancla territorial para la inversión.

En definitiva, este trabajo completa y profundiza en las investigaciones previas que han puesto el foco sobre la importancia que destacadas figuras empresariales y modelos de negocio han tenido en el país, continuando las líneas investigadoras recogidas en el libro *Empresas y empresarios en España*, coordinado también por Juan Manuel Matés- Barco.

SOFÍA RODRÍGUEZ SERRADOR

<https://orcid.org/0000-0002-4827-6247>

Instituto Universitario de Historia Simancas

sofia.rodriguez.serrador@uva.es