

Mario CERUTTI (ed.)

Empresas y grupos empresariales en América Latina, España y Portugal

Monterrey, Universidad Autónoma de Nuevo León-Universidad de Alicante, 2006, 372 pp.

El libro contiene un total de 9 trabajos, la mayoría de autoría latinoamericana, si bien España y Portugal aparecen también representados con sendos trabajos de Javier Vidal Olivares y José Amado Mendes. Cerutti, el coordinador, repasa en la introducción la evolución de la historia empresarial en América Latina. Sitúa sus comienzos en México y Colombia entre mediados de los años setenta del siglo XX y finales de los ochenta; una etapa en la que los estudios sobre empresas y empresarios estaban muy ideologizados, con una gran influencia de la CEPAL y Gunder Frank. Pero, el enfoque de estos temas ha ido cambiando y Cerutti considera que, desde la década de los años noventa, en la historia empresarial latinoamericana se puede observar la influencia de la historia empresarial realizada en España.

Carlos Dávila y Zoilo Pallares, en un trabajo sobre el asociacionismo empresarial, presentan la evolución de una asociación de pequeños y medianos empresarios colombianos desde su creación en 1952 hasta 1980. Utilizan fuentes primarias, entrevistas a dirigentes de la Asociación Colombiana de la Pequeña y Mediana Industria (ACOPI) y hacen uso de una amplia bibliografía, sobre la base de la cual repasan la historiografía sobre el tema. Basan su análisis en el marco establecido por los politólogos americanos R.F. Doner y B. Scheider, en sus dos trabajos sobre el papel de las asociaciones empresariales en el sudeste asiático y latinoamericano. Estudian las estrategias de influencia de la ACOPI en la política pública a través de las conexiones “desde el gremio” y “desde el Estado”, y descartan que la asociación se comportase exclusivamente como una *rent seeking*. Nos dan cuenta de la capacidad institucional de la ACOPI, sus logros y dificultades, mediante sus actividades de “apoyo al mercado” y “complemento al mercado”. En su estudio muestran la importancia del sistema político en el desarrollo de las funciones de las asociaciones empresariales. Señalan asimismo que una de las debilidades de la asociación es su carácter presidencialista.

Dos trabajos analizan la evolución de empresas después de la Segunda Guerra Mundial. Por una parte, Javier Vidal Olivares describe las diversas estrategias seguidas por la compañía española de transporte aéreo Iberia entre 1966 y 2000 en su empeño por conseguir un producto internacional competitivo, y señala las causas de su fracaso. Utiliza fuentes directas, del INI y de Iberia, a partir de las cuales nos ofrece algunos datos sobre tráfico aéreo. Según Vidal Olivares, para la expansión de Iberia eran clave el mercado latinoamericano y el del norte y centro de Europa. Su estrategia empresarial respondió a los retos del cambio tecnológico y de la regulación del espacio aéreo. No se pueden menospreciar tampoco los aspectos políticos. Así, para

el gobierno español, principal accionista, el peso de Iberia en el mercado latinoamericano era la baza en la negociación con la CEE, y en la participación de España en la construcción del Airbus. Mientras el mercado aéreo estuvo basado en el bilateralismo, Iberia buscó derechos de tráfico con las compañías de bandera latinoamericana, en unos casos a cambio de cooperación financiera y técnica y en otros casos participando en la constitución de compañías aéreas. A partir de la liberalización, su estrategia fue la multinacionalización, entrando como accionista de compañías latinoamericanas privatizadas en los años noventa del siglo XX.

Por otra parte, Inés Barbero explica la transformación de una empresa de propiedad familiar de caramelos (nacida en 1950 en un pueblo de Córdoba de 3.000 habitantes) en un grupo empresarial alimentario con proyección internacional: Arcor. Utiliza como fuentes: memorias, balances, entrevistas y la publicación periódica de la empresa; en su metodología sigue a A. Chandler y O. Williamson. Barbero nos explica que inicialmente el ciclo de vida del grupo está vinculado al mercado interior; posteriormente combina la exportación con inversión en países limítrofes, donde expande su producción. Arcor integra la producción de inputs y de maquinaria (una propia y otra adaptada de la importada), consigue obtener economías de escala y gama (chicle, chocolate,...), reduce costes de distribución y adopta una estructura multidivisional. Arcor tiene un comportamiento excepcional en el panorama empresarial argentino: competitiva en un marco protegido y en condiciones de incertidumbre.

Con un horizonte temporal que trata de cubrir la mayor parte del siglo XX el libro contiene tres trabajos sobre Portugal, Monterrey-México y Brasil respectivamente. Portugal aparece representado con un trabajo de José Amado Mendes, en el que sintetiza la historia bancaria portuguesa de los siglos XIX y XX, presentando una revisión bibliográfica de autores/as que desde la década de 1920 han estudiado el tema y un estado de la cuestión. Sugiere algunos temas sobre los que se requiere seguir investigando, tales como: orígenes del capital bancario, expansión de la red de sucursales, implantación de tecnología en la gestión, administración y servicios bancarios; y propone utilizar para abordarlos la exploración de fuentes notariales, prensa local e información de organismos gubernamentales tutelares de la banca.

La estrategia de financiación de un grupo industrial productor de cerveza en Monterrey es objeto de estudio por parte de Isabel Ortega Ridaura. Esta autora, utilizando actas del consejo de administración y de la junta de accionistas, presenta información sintética cuantitativa y cualitativa sobre Cervecería Cuauhtémoc. Este grupo industrial cervecero experimentó un crecimiento sostenido (compra, fusión o construcción de plantas cerveceras) y siguió una estrategia de expansión vertical (vidrio, tapón corona, cartón,...). Su financiación varió con el entorno económico: ampliación de capital, reinversión, bonos y crédito bancario nacional y norteamericano. Isabel Ortega nos presenta, así, un estudio de caso con mirada de largo alcance.

Pedro Ramos y Tomás Szmrecsányi abordan los cambios que se produjeron en la estructura empresarial y en el modo de organización de los grupos empresariales de la industria cañera del norte de Brasil. Según nos explican, el sector cañero estuvo liderado hasta 1930 por una empresa extranjera. Los cambios en la estructura empresarial estuvieron ligados a la intervención del Gobierno a través del Instituto del Azúcar y del Alcohol (IAA). El IAA buscaba controlar la expansión e impulsar la racionalización y la modernización del sector. Con la primera crisis del petróleo fomentó la producción de alcohol como combustible. La desaparición del IAA, en 1990, supuso la desregulación y el fin del monopolio del gobierno federal sobre las exportaciones. Desde entonces, el sector experimentó un proceso de concentración y pasó por cambios en la organización y en la orientación de la producción (diversificación con inversión en ganado y electricidad; diferenciación de producto y marca). Con perspectivas de futuro, los autores señalan que, para mejorar la productividad del sector, las empresas deben separar la actividad agraria de la industrial, diferenciándose completamente de las empresas anteriores a 1990.

Con un horizonte temporal (1877-1930) y regional distinto al ofrecido sobre Brasil, Daniel Campi nos presenta otro trabajo sobre la industria cañera. Campi coordina y dirige el estudio sobre Avellaneda y Terán, empresa argentina de carácter familiar de la región de Tucumán. Utilizando sobre todo fuentes contables, compara la empresa con otras del sector y muestra su evolución financiera y patrimonial. El texto intenta demostrar que la empresa no fue "parasitaria", a pesar de sus conexiones políticas. Dos parecen haber sido las claves del éxito en las coyunturas desfavorables: la financiación y sus inversiones (industria de la caña combinada con la inmobiliaria). El origen de esta industria está ligado a dos circunstancias: en primer lugar, la adquisición de una estancia en cobro de una hipoteca por parte de sus socios anteriormente dedicados a negocios mercantiles, lo que les impulsó a inclinarse por una actividad industrial; en segundo lugar, la conexión ferroviaria de la región, que le permitió el acceso al mercado interior y a la importación de maquinaria.

La estrategia empresarial desarrollada en el exterior de Uruguay por el grupo Supervielle, familia uruguaya de origen francés, es estudiada por Raúl Jacob. La familia Supervielle constituye inicialmente el Banco Francés Supervielle (1887-1940) en Montevideo, con filial en Buenos Aires. Si bien el Banco se liquidó en 1940, desde sus inicios el grupo apostó por una diversificación de sus inversiones en el sector servicios: servicios bancarios, administración de fincas, representaciones marítimas. Posteriormente, realizó inversiones en la industria, en el comercio exterior y se introdujo en el sector turístico. Creó una empresa de viajes en Buenos Aires y Montevideo: Exprinter, de la cual establecieron sucursales por América del Sur, París, Madrid y Nueva York. La filial argentina se independizó en 1936 y, después de la desaparición del banco, fue comprada por una rama de los Supervielle, que reconstruyó la actividad financiera; en 1991 se transformó en Banco. En Uruguay, con la sección de

cambios de Exprinter se creó una casa bancaria en 1958. Las relaciones del grupo con el técnico de comunicaciones canario Juan Ganzo Fernández le facilitaron también las inversiones en Brasil, siendo el propio Ganzo Fernández impulsor de algunos de los proyectos.

Por último, Sandra Ficker y Paolo Riguzzi estudian la gran empresa nacional ferroviaria de México entre 1908 y 1937. Utilizando una gran diversidad de fuentes (archivos, anuarios, periódicos,...), estos autores explican el proceso que conduce a Ferrocarriles Nacionales de México a convertirse en una empresa moderna (en el sentido Chandleriano). Analizan su involución y sus causas: predominio de propietarios sobre la gerencia, deterioro de la estructura jerárquica y fallos en el sistema de información y comunicación internos.

En definitiva, una obra variada, de interés y que nos ofrece nuevos casos de estudio para seguir enriqueciendo la historia empresarial.

María Jesús Facal Rodríguez

Universidade de Vigo