

Xoán Carmona Badía considers the highly successful Zara brand. This company has received a lot of attention, although as the author notes, much of it has focused on the recent growth of the firm, which has focused especially on its retail strategy. Carmona-Badía looks especially at the early history of the firm, noting the importance of its complex and flexible manufacturing network, as well as the growth of an organizational learning culture which he argues provided the basis for the future growth of the firm.

The case studies end with an essay by Mariusz Jastrzab on the somewhat stunted growth of branding in Communist Poland after World War 2. This fascinating essay explores how some Western brands became known to consumers by being brought into the country by tourists or sold in flea markets. There is a particularly insightful discussion of how the Communist government shaped the brand position of Fiat automobiles which were made under license in Poland after 1966. The government first positioned Fiat as a luxury brand, and then as a mass brand and symbol of the success of the Communist regime catching up with the West.

Guillermo Pérez Sarrión. La península comercial. Mercado, redes sociales y Estado en España en el siglo XVIII. Madrid, Marcial Pons Historia, 2012, 530 págs.

Tras un prólogo de Carlos Martínez Shaw que resume y valora a la perfección el contenido y los méritos del libro, que son muchos, lo cual es de agradecer pues la obra de Pérez Sarrión tiene más de 500 páginas, el lector que se adentra en *La península comercial* encuentra ante sí un texto a mitad de camino entre la obra de síntesis y la monografía de investigación, en el que se aborda, básicamente, el tema de la formación del mercado interior español entre fines del siglo XVII y comienzos del siglo XIX. A este respecto, las tesis principales del autor son 2: primera, que el proceso fue impulsado por grupos organizados en redes mercantiles y por la acción del Estado, y segunda, que la formación del mercado interior tuvo efectos diferenciados en el espacio analizado en el libro: el triángulo comprendido entre el País Vasco, Cataluña y Madrid.

A diferencia de otros trabajos aparecidos en los últimos años, desde los artículos de E. Llopis y colaboradores al libro de R. Grafe reseñado recientemente en esta misma revista, el procedimiento seguido por Pérez Sarrión a la hora de analizar el proceso de formación del mercado interior español abandona –que no ignora– la cuantificación, llámese esta análisis de los precios del trigo, de la cebada o del bacalao, para centrarse en los aspectos más cualitativos del mismo. Y lo hace de una forma atractiva y convincente a pesar de que, en ocasiones, el gusto por el detalle dificulta el seguimiento del argumento principal.

Si la construcción del mercado interior español fue protagonizada por redes de individuos orientados a la actividad mercantil, parece lógico que una de las tareas más importantes consista en identificar dichas redes y analizar cómo funcionaban. Con este objeto, Pérez Sarrión analiza las de ingleses, franceses, navarros y catalanes. La inclusión de las 2 primeras le lleva a extenderse en el tema de las relaciones económicas entre Inglaterra, Francia y España en la segunda mitad del siglo XVII y a lo largo del siglo XVIII. Sus conclusiones son impecables: tanto el comercio inglés como el francés lograron alcanzar posiciones importantes en el mercado español desde mediados del siglo XVII, posiciones que mantuvieron en el transcurso del Setecientos. En este punto, tan solo me atrevería a añadir 2 cosas: primera, que dichas posiciones son anteriores a la firma de los tratados comerciales de 1659 (con Francia) y, más

Colectivamente this volume assembles rich empirical evidence on the history of branding. They show the organizational and cultural foundations of brands, and are valuable in demonstrating how brands are living entities which evolve over time, and are shaped in contingent ways. Most of the studies are more descriptive than analytical, and it is not entirely evident that the whole is greater than the sum of the parts. Both the opening essay by Luciano Segreto and the closing essay by Hubert Bonin frame the volume rather defensively as showing that Europeans were as good as Americans at building brands. This is surely rather a non-debate, and the editors and authors might have done better to address more directly the societal value of branding, especially whether it adds value by providing consumers with information, or alternatively forms part of a wasteful misallocation of resources devoted primarily to misleading consumers.

Geoffrey Jones
Harvard Business School, Boston, MA, United States

<http://dx.doi.org/10.1016/j.ihe.2013.06.007>

aún, de 1667 (con Inglaterra), y segunda, que nos gustaría disponer de información más precisa a fin de que se pudiera afirmar algo más consistente que «mi impresión es que simplemente pasó de ser abrumador a sólo muy grande» (p. 191), cuando se habla, por ejemplo, del «margen de actuación del comercio francés» en España a partir del momento en que Felipe V dejó de recibir el apoyo político declarado de Luis XIV en 1709. El autor reconoce que la falta de investigaciones al respecto le impide ir más lejos, pero ahí está el hecho.

Los ingleses «en general, no pasaban de las costas» (p. 145), por lo que hubieron de servirse de otros a la hora de distribuir sus productos en el mercado interior español. Los franceses, por el contrario, gracias a su vecindad geográfica –tan solo tenían que cruzar los Pirineos– y a la existencia de una numerosa emigración hacia nuestro país, estaban en los puertos y en el interior, por lo que contaron con redes propias a la hora de distribuir sus productos. Frente a sus rivales ingleses, disfrutaron, además, de las ventajas que suponía su condición de católicos, y desde la Guerra de Sucesión, del hecho de que los Borbones gobernaran tanto en Francia como en España. De nuevo aquí, en lo que constituye esa parte de trabajo de síntesis que tiene la obra de Pérez Sarrión, es de lamentar que a día de hoy no dispongamos de una mejor cuantificación del comercio de Gran Bretaña y Francia con España en el siglo XVIII y, sobre todo, de un análisis más elaborado de lo que representa una de las cuestiones más difíciles de dilucidar de estos intercambios: qué parte de las mercancías que se remitían a España se quedaba en la Península y qué parte se reexportaba a América.

Acostumbrados a trabajar en términos de Estado-Nación, Pérez Sarrión recuerda que los extranjeros no gozaban del mismo estatuto jurídico en todos los territorios peninsulares de la Monarquía debido a los privilegios forales, en el caso de las provincias de Vizcaya y Guipúzcoa y del reino de Navarra, o las decisiones adoptadas por las Cortes de Aragón en 1677-78 y 1684, que son los ejemplos concretos que se ofrecen en el libro. Desde su punto de vista, si no le interpreto mal, fue precisamente esa falta de uniformidad lo que dio lugar a que la situación de los ingleses y franceses instalados o que comerciaban con dichos territorios no fuera tan favorable como la que gozaban sus compatriotas en otras zonas de la Península. De ser correcto este planteamiento, los frenos impuestos a los monarcas españoles (a quienes desde Londres y París se presionaba de manera constante para que ingleses y franceses pudieran operar en los territorios forales o en

Aragón en términos iguales a los que regían en Castilla) por la existencia de diferentes jurisdicciones no habrían obstaculizado el crecimiento del País Vasco, Navarra o Aragón, sino todo lo contrario. El contraste con la tesis principal del libro de Epstein *Libertad y crecimiento. El desarrollo de los estados y de los mercados en Europa, 1300-1750* (Valencia, 2009; traducción castellana del original inglés del año 2000), para quien «la principal fuente de ineeficiencia económica en las sociedades de soberanía compartida era la extensión limitada de los poderes del Estado [...] sobre los derechos jurisdiccionales con los que se enfrentaban» (p. 36), no puede ser más evidente y polémico.

A la actuación del Estado en la primera mitad del siglo XVIII –desde la reorganización administrativa a la reforma tributaria, pasando por las reformas aduaneras, la política sectorial y la monetaria– dedica Pérez Sarrión el capítulo V. Las páginas más interesantes, desde mi punto de vista, son las que se refieren a la cuestión aduanera y a la forma en que las reformas condicionaron los flujos mercantiles en el noreste peninsular y la articulación económica de dicho territorio. En efecto, la desaparición de las aduanas interiores entre Aragón y Cataluña significó, a diferencia de lo que había ocurrido entre Aragón, por una parte, y Navarra-País Vasco por otra, donde los puertos secos fueron suprimidos en 1714 pero restablecidos en 1722, que los productos y mercaderes catalanes (o procedentes de Cataluña, pero fabricados en el extranjero) pudieran entrar con toda facilidad en territorio aragonés y, en definitiva, en Castilla. Según Pérez Sarrión, esta nueva situación conllevo que la economía de Aragón se convirtiera cada vez más en «periferia» de la de Cataluña.

El estudio de las redes de comerciantes franceses, navarros y catalanes ocupa la última parte del libro. Las 2 primeras se tratan de forma conjunta, pues Navarra no fue solo la principal vía de penetración de los franceses del centro y del sur que se dirigían hacia España, sino también lugar de asentamiento permanente de numerosos mercaderes y buhoneros franceses que podían acomodarse sin dificultad en Pamplona o en cualquiera de los pueblos de la ruta hacia Aragón y Valencia, o hacia Castilla. Por lo que se refiere a las redes de catalanes, su estudio permite a Pérez Sarrión analizar la cuestión de las relaciones entre producción y redes mercantiles. Porque, en efecto, la conquista del mercado interior español por los mercaderes catalanes en el siglo XVIII no se entiende en absoluto si se ignora que detrás de esta conquista había una economía en transformación en la que, a los cambios agrarios, siguieron la especialización de numerosas compañías en el arrendamiento de rentas diezmales y señoriales y, más tarde, en la manufactura de tejidos de lana.

El libro de Pérez Sarrión, en definitiva, vuelve a poner sobre la mesa el tema de la formación del mercado interior español. Un tema que obliga a reflexionar sobre el papel del Estado en dicho proceso –de un Estado que, en este caso, se encontraba organizado y funcionaba de forma diferente a otros estados europeos–, pero también sobre la forma en que los agentes económicos aprovechan las oportunidades económicas.

José Ignacio Martínez Ruiz
Universidad de Sevilla, Sevilla, España

<http://dx.doi.org/10.1016/j.ihe.2013.06.008>

David Parrott. *The Business of War. Military Enterprise and Military Revolution in Early Modern Europe*. Cambridge, Cambridge University Press, 2012, 429 págs.

Este libro se ocupa del desarrollo histórico de la «empresa bélica» en los 2 primeros siglos de la Edad Moderna (1500-1700). El interés del autor se ciñe, sin embargo, a la parte de dicha empresa administrada por operadores privados, y no toca únicamente a la contratación mercenaria, sino también a la intendencia aneja, esto es, al suministro de víveres, armas, municiones, etcétera. El objetivo último del autor reside, por lo demás, en iluminar los contornos de la aparente contradicción que se revela entre el proceso de construcción del Estado y el recurso por parte de este a sujetos ajenos a él, a quienes encarga, paradójicamente, una de sus tareas más singulares. A tal fin es preciso dedicar algunas líneas a definir qué era un mercenario, deriva que necesariamente conduce a volver a tocar el tema de la «fidelidad» de los propios súbditos hacia los nacientes estados. La pesquisa se extiende, asimismo, hacia el significado de la piratería, el corsarismo y la guerra irregular en general. Por supuesto que la «empresa bélica» no incluye solo a la que opera en tierra, por lo que resulta obligado hacer referencia a empresas de alquiler, ya públicas, ya semipúblicas, ya privadas, como los caballeros de la Orden de San Juan, las comunidades hugonotes de los puertos atlánticos en Francia, los uscoques, o la dinastía Doria. Jan Glete desveló en su día el intento de Felipe II de hacerse con los servicios de la marina real sueca.

Presentados los actores y el escenario, el autor acomete luego un desarrollo cronológico del asunto articulado en 3 períodos: 1450-1560 (de las guerras de Italia a la paz de Cateau-Cambrésis), 1560-1620 (de aquí al inicio de la Guerra de los Treinta Años), y un tercero específicamente dedicado a esta. Hay que destacar el segundo tramo (1560-1620), por cuanto la densidad informativa permite establecer ahora comparaciones entre el tamaño de

los ejércitos (y las armadas) y la eficiencia de los respectivos sistemas fiscales. Los factores estrictamente políticos (competencia entre los estados) aparecen como los determinantes principales del aludido crecimiento, aunque no fueron los únicos, habida cuenta de que la artillería cobró entonces un papel cada vez mayor, en paralelo al incremento de la guerra estática (de sitios) que caracterizó frentes como el de Flandes. Se hace corto el espacio que el autor dedica al despliegue naval. Es sintomático que se ofrezcan una tabla del tamaño de los ejércitos de España, Francia e Inglaterra (1494-1574) (p. 74) y otra más de hasta 10 estados europeos entre 1660 y 1760 (p. 294), mientras que para encontrar algo homologable en relación con las respectivas armadas hay que esperar a la página 293 para encontrar el pertinente apoyo bibliográfico en los datos de Jan Glete. El asunto no es ni mucho menos banal. A estos efectos es tópica la discusión, por ejemplo, entre la «productividad» de las inversiones entre fuerzas terrestres y navales cuando se analizan imperios en pugna (República Holandesa vs. Monarquía Hispana), o la discusión en torno a si la defensa de los mismos estuvo mejor garantizada por armadas (Gran Bretaña, la misma República Holandesa) o por defensas en tierra (Ormuz, Cartagena de Indias, La Habana, etc.). En realidad es difícil que el autor pueda plantearse estos particulares optando como lo hace por construir un discurso de escenarios cerrados (las guerras de religión en Francia, la revuelta de los Países Bajos, la «larga guerra turca»). Un análisis más profundo del segundo caso o una perspectiva más «imperial» del mismo (tipo Jonathan Israel) le hubiera hecho hecho apreciar cómo buena parte del fracaso militar hispano en la aludida contienda tuvo que ver con la casi nula atención prestada por la autoridad militar al frente marítimo de los Países Bajos. El esfuerzo fue tardío y corto, aunque no faltaron voces que lo denunciaron desde un principio. Una flotilla de corsarios como la de Dunquerque hacía más daño a la República que media docena de batallones de infantería. Sin embargo, cuando tales actores entran en el relato de David Parrott (en 1635)