

Carmen ERRO, dir.

*Historia empresarial. Pasado, presente y retos de futuro*

Barcelona, Ariel Empresa, 2003, 403 pp.

El libro objeto de esta recensión es muy singular. Raramente surgen en la historia económica española iniciativas que impliquen a investigadores de una muestra tan amplia de países. Tampoco resulta frecuente el estudio comparado de las cuestiones metodológicas. Pues bien, C. Erro, profesora de la Universidad de Navarra, ha sido capaz de llevar adelante un proyecto muy ambicioso con esas características y, además, en un terreno tan resbaladizo como el de la historia empresarial.

Abriendo la primera parte ("Las bases teóricas de la disciplina"), J. M. Valdaliso (Universidad del País Vasco) y S. López (Universidad de Salamanca) se preguntan: "¿Sirve para algo la historia empresarial?" Está claro que perciben en su entorno cierto desinterés por una materia que tiene todas las ventajas y todos los inconvenientes de lo híbrido (en este caso, entre la Economía, la Historia y la Dirección de Empresas). Valdaliso y López se muestran optimistas y opinan que, precisamente por su carácter multidisciplinar, la historia de la empresa puede recabar la atención de públicos muy diversos, y dan ejemplos que demuestran satisfactoriamente lo útil que puede llegar a ser en el mundo empresarial. Hay que decir que, conociendo la trayectoria intelectual de los autores, sorprende su defensa de que los hechos son "el origen mismo de una buena parte de la teoría" (p. 46) y las reiteradas citas de A. D. Chandler.

A continuación, un experto en contabilidad, A. Roberts (Universidad de Canterbury, Nueva Zelanda), insiste en considerar el papel de la teoría en la historia empresarial, en un trabajo que es el único no inédito que se incluye en el volumen. El autor parece despreciar las historias de encargo, como hizo D. C. Coleman en su famoso artículo de *Business History* (1987, número 2), y las tentaciones posmodernistas excesivamente concentradas en aspectos formales. El estilo de Roberts es algo confuso, cosa que no ocurre con el de M. A. Martínez-Echevarría y Ortega (Universidad de Navarra) quien, buscando teorías con sentido para la historia empresarial, cuestiona las bases del neoinstitucionalismo según fueron formuladas por R. Coase y O. E. Williamson: "¿No es revelador que los países que tienen mejores y más eficientes mercados son los que tienen instituciones más sólidas y más extensas?" (p. 90). Para nuestro autor, las empresas son "cauces naturales de la acción humana" y "creadoras de sociedad" y, por ello, se impone la necesidad de nuevos enfoques con una clara orientación humanista.

Aterrizando —el título de su capítulo reza "De la teoría a la práctica.."—, M. Kipping (Universidad Pompeu Fabra de Barcelona) y N. Puig (Universidad Complutense de Madrid) ofrecen en su aportación al libro una cuidada aproximación al papel de las consultoras en la difusión del pensamiento empresarial. Este pensamiento ha ido cambiando y, por ello, es distinto lo que se ha difundido en las tres oleadas que los autores contemplan: 1) la organización científica del trabajo, desde finales del siglo XIX hasta

el decenio de 1930 —extrañamente se olvidan de la “escuela de las relaciones humanas”, que compitió con el taylorismo y tuvo una gran aceptación en España—; 2) la estructura multidivisional, hasta la crisis de los años 70, con la consultora McKinsey como paradigma; y 3) las nuevas ideas con las que Occidente se ha enfrentado a la pujanza de Japón y los países asiáticos que se han industrializado recientemente. Ciertamente, lo más interesante del trabajo de Kipping y Puig se refiere a España. Hasta el decenio de 1950 no es posible encontrar verdaderas consultoras, lo que se explica por el atraso de la sociedad española. Sin embargo, hoy día la situación se halla totalmente normalizada, a pesar de que los autores muestran su preocupación porque “al contrario que las consultoras norteamericanas o las de otros países europeos, las españolas no han desarrollado ideas o métodos nuevos, sino que los han importado” (p. 125).

La segunda parte del libro (“La escritura y la divulgación de la historia empresarial”) se inicia con un ensayo panorámico de T. Tortella (Archivo Histórico del Banco de España) sobre los archivos empresariales, que se habrían iniciado en la Alemania de principios del siglo XX y cuyo ejemplo fue imitado por el mundo anglosajón en el periodo de entreguerras. Tras la II Guerra Mundial, se extendió la conservación de archivos empresariales, albergados en instituciones públicas o privadas, llegando su eco a España en los años 80. Si todo el mundo está de acuerdo en que sin archivos no es posible escribir verdadera historia empresarial, no ocurre lo mismo con los museos. El británico C. Divall (director del *Institute of Railway Studies & Transport History*), se queja en el divertido capítulo 6 del libro sobre el olvido de esa fuente. En su opinión, la historia empresarial ganaría adeptos si prestara más atención a los aspectos concretos que ofrecen los museos. Además, “pocos, si alguno, de nosotros podría tolerar a diario un pasado confuso ocasionado por las dudas, incertidumbres y contradicciones de la historiografía académica; el mito provee un agradable, quizás necesario, grado de estabilidad existencial” (pp. 157-158). Finaliza la parte del libro que nos ocupa con una reflexión de C. Erro y su colega F. J. Caspistegui sobre el crucial acercamiento entre empresarios e historiadores de la empresa. Para los autores, no hay otro camino que el de insistir en la importancia de la “cultura empresarial” a la hora de abordar los problemas del presente. Esa cultura no sería sino la “peculiar forma de hacer las cosas” que se va construyendo a lo largo del tiempo y que toca a los historiadores poner de manifiesto. Lamentablemente, el mundo empresarial español ha sufrido enormes convulsiones desde los años 70 y, en muchas ocasiones, se ha perdido el hilo conductor de esa cultura empresarial que Erro y Caspistegui reclaman.

La tercera (y última) parte de la obra está dedicada a “Los resultados. Un balance historiográfico”. Hay que felicitar a C. Erro por haber conseguido que reputados expertos de siete países desarrollados y otro de América Latina hayan escrito contribuciones originales y actualizadas sobre las principales publicaciones de historia empresarial disponibles. D. B. Sicilia (Universidad de Maryland) abre el fuego con un resumen de lo ocurrido en la meca de la historia empresarial: Estados Unidos. Un

hito decisivo fue la creación de la primera cátedra en la *Harvard Business School* en 1927, pero fueron T. C. Cochran y A. D. Chandler quienes, a partir de su interés por la sociología impartida en el *Center for Entrepreneurial Studies*, fundado en 1948 también en Harvard, sentarían las bases de la disciplina. En 1954 se creó la *Business History Conference*, cuya permanente vitalidad da testimonio de la enorme repercusión de la historia empresarial norteamericana. Al énfasis de Chandler por los directivos de la gran empresa, se ha sumado el de W. Lazonick por los trabajadores y el de M. Blackford y J. Bean por las pequeñas y medianas empresas. También ha habido lugar para quienes cuestionan seriamente el paradigma chandleriano, como P. Scranton, y para quienes dan gran importancia a nuevas categorías de análisis como el género o la raza. Aquí la relación con la teoría económica no ha sido tan problemática como en otros países.

Después del caso norteamericano, A. Godley (Universidad de Reading) presenta el desarrollo de la historia empresarial en Gran Bretaña, centrandó su atención en el “decepcionante desarrollo económico” experimentado a partir de 1870, pues numerosos autores no han dudado en acusar a la clase empresarial de haber contribuido de una manera importante a esos malos resultados. Para los seguidores de Chandler está claro que Gran Bretaña no supo evolucionar hacia la “empresa moderna”: grande, multidivisional y dirigida por directivos profesionales. Sin embargo, recientes investigaciones, entre las que destacan las de R. Church, han aportado datos que ponen en tela de juicio esta interpretación. Menos debate parece existir en la historia empresarial alemana, que en nuestro libro aborda T. Pierenkemper (Universidad de Colonia). Se trata de una historia que siempre ha encontrado fácil patrocinio —los empresarios se adelantaron a los investigadores en su interés por la materia—, pero que ha eludido aplicar teoría económica o empresarial. Pierenkemper lo disculpa porque “no existe una teoría de la empresa pormenorizada y precisa que sea capaz de responder a las demandas de un buen análisis histórico de las compañías capitalistas privadas” (p. 252), pero no descarta que puedan incorporarse algunos elementos del neoinstitucionalismo o la teoría de los costes de transacción.

Muy breve se me antoja el trabajo de T. Kikkawa (Universidad de Tokyo) sobre Japón, país que tanto ha contribuido a pensar que existen alternativas al *management* norteamericano. En un clásico *late comer* no resulta extraño que la historia de la empresa retrasara su aparición hasta el decenio de 1960. Pero las empresas japonesas han apoyado con fervor este campo y, según nos dice Kikkawa, cada año se publican un centenar de libros patrocinados. Son obras que adolecen de falta de pretensiones teóricas, pero que ofrecen valiosa información de archivo y, en el peor de los casos, “permiten al lector comprender cómo las organizaciones perciben su propia historia o quieren que ésta sea percibida” (p. 272). Algo similar viene a decir L. Cailluet (Universidad de Toulouse) con respecto a la historia empresarial francesa, donde se impone la necesidad de “analizar las organizaciones empresariales más allá de la mera monografía” (p. 290). Y con respecto a Italia, L. Segreto (Universidad de Florencia) mueve a la

envidia cuando nos confirma que la historiografía empresarial italiana se sitúa “entre las más ricas y prolíficas a nivel internacional” (p. 303) y, además, aportando novedosos argumentos teóricos (como hace G. Becattini) y fácticos (es el caso de la obra de A. Colli) en favor del buen funcionamiento de la empresa familiar y los “distritos industriales” formados por pequeñas y medianas instituciones.

Se cierra el libro con sendos resúmenes de la historiografía empresarial española y latinoamericana. El primero corre a cargo de A. Carreras, X. Tafunell (ambos de la Universidad Pompeu Fabra de Barcelona) y E. Torres (Universidad Complutense de Madrid) que, a mi juicio, ofrecen una visión panorámica bien calibrada. Los autores explican el auge reciente de la historia de la empresa española por los estudios que han apuntado a la insuficiencia de la oferta como causa del atraso y por la mayor aceptación social del papel del empresario. La producción es diversa y todavía escasa, nos dicen, pero empieza a contarse con estudios sobre empresarios, organizaciones empresariales, monografías de empresas, estudios de carácter sectorial y otros estudios sobre demografía empresarial, empresa familiar, relaciones laborales, contabilidad, cambio tecnológico, etc. De este modo, ha podido debatirse con mayor propiedad la tesis de la escasez de empresarios que lanzara G. Tortella o la responsabilidad del Nuevo Estado franquista en el retraso de la modernización empresarial española.

Quizás el mayor reto del libro sea el que enfrenta C. Dávila Ladrón de Guevara (Universidad de los Andes, Bogotá) al pretender enjuiciar el conjunto de la historia empresarial latinoamericana. En el decenio de 1960 se lanzaron las primeras hipótesis de trabajo que, en línea con el influyente sociólogo norteamericano S. Lipset, tendieron a presentar al empresario de la región como un hombre en lucha con los valores antiempresariales de la tradición hispánica. En los años 70 y primeros 80, empezaron a publicarse trabajos que no rebasaron el ámbito local y que tuvieron que enfrentarse a la mala prensa que tenía la figura del empresario, sobre todo en un mundo académico dominado por la teoría de la dependencia y el marxismo. Luego, a pesar de las dificultades en la región durante las dos últimas décadas del siglo XX, la historia empresarial latinoamericana consiguió conectar con los círculos internacionales y empezar a gozar de cierto prestigio, sobre todo en el caso de los países grandes: Brasil, México y Argentina. Lo que falta ahora es “más síntesis y más análisis”, pues con la simple acumulación de estudios de caso no es suficiente, concluye Dávila.

En definitiva, estamos ante una obra imprescindible para todo aquel que quiera iniciarse en la historia de la empresa mundial y de España. No sólo son útiles las reflexiones metodológicas que hemos comentado, sino también la nutrida y bien seleccionada bibliografía que acompaña a cada capítulo. Resulta esperanzador que un libro de estas características aparezca en una colección destinada a ser leída, principalmente, por empresarios y directivos.

**José Luis García Ruiz**  
*Universidad Complutense de Madrid*