

Doreen ARNOLDUS, *Family, Family Firm, and Strategy. Six Dutch Family Firms in the Food Industry 1880-1970*. Free Industry, Amsterdam, 2002, 448 pp.

La empresa familiar ha sido y es la forma predominante de organización de los negocios privados en numerosos países, y uno de los temas más antiguos de investigación de la Historia económica. Desde la década de 1940 a la de 1990 varios trabajos de destacados economistas e historiadores como D. S. Landes, A. Gerschenkron, A. D. Chandler, y R. Church (entre otros) alimentaron una controversia en torno a la contribución de las empresas familiares al desarrollo económico. El argumento polémico era la supuesta incapacidad de este tipo de empresas para adaptarse a los sectores más innovadores de la Segunda Revolución Tecnológica y a la mundialización de los mercados. Para D. S. Landes y A. D. Chandler Jr. la organización familiar de los negocios en dichos sectores habría sido un lastre que habría perjudicado la competitividad y el liderazgo económico de aquellas naciones que antes se industrializaron –en particular, Gran Bretaña–. En cambio para otros, como Roy Church o varios discípulos de Peter Mathias, la evidencia empírica procedente de firmas pertenecientes a los sectores más característicos de la gran empresa corporativa demostraba que tales efectos perniciosos no eran generalizables al diverso tejido empresarial europeo.

Desde hace unas tres décadas la polémica parece haberse diluido, por lo menos en el ámbito académico europeo. Teóricos próximos al neoinstitucionalismo, como Mark Casson, e historiadores de la empresa influenciados por el neoinstitucionalismo, el evolucionismo y las ideas del sociólogo Mark Granovetter, han estudiado la adaptabilidad a los diversos entornos económicos de la organización empresarial familiar en Gran Bretaña, Holanda, Francia, e Italia. Por otro lado, diversos libros y artículos de Phil Scranton sobre la industrialización en Estados Unidos, de Mary B. Rose sobre la industria textil británica, de Keetie J. Sluyterman sobre empresas holandesas, y, más cercanos a nosotros de Jesús Ma. Valdaliso y Josep Ma. Benaul para el País Vasco y Cataluña confirman que hoy en día los estudios sobre empresas familiares ya no necesitan tener que empezar discutiendo o demostrando la eficiencia de este tipo de organización en las economías industriales. Estos historiadores de empresa citados, sensibles a los avances teóricos de las últimas dos décadas, están preocupándose más bien por estudiar «cómo» pueden sobrevivir y expansionarse estas empresas en sectores que registran rápidos e intensos cambios tecnológicos y de mercado. Esta es la preocupación teórica que guía el libro de la historiadora holandesa Doreen Arnoldus, una versión casi idéntica a la tesis doctoral que leyó en la Universidad Libre de Amsterdam en enero de 2002.

El objetivo del libro es reconstruir y analizar las estrategias empresariales de seis firmas familiares holandesas de la industria de derivados de las grasas vegetales y animales en el periodo comprendido entre 1880 y 1970. Son las empresas de las familias Wessanen y Laan, Duyvis, Honig, Van der Bergh, Van Zwanenberg y Hartog.

Las empresas no han sido seleccionadas al azar, sino según criterios teóricos que permiten a Arnoldus contrastar conceptos y teorías del evolucionismo, el neoinstitucionalismo y las ideas de M. Granovetter sobre formación de grupos empresariales en sociedades dominadas por lazos personales. Primero, las seis han sido empresas familiares grandes desde etapas recientes de su creación y si han desaparecido en general fue para transformarse en firmas más grandes por fusión creando multinacionales dominantes en su sector de actividad como es el caso de la empresa de la familia Van den Bergh que se fusionó con UNILEVER en 1929 –y mantuvo en ésta puestos directivos hasta 1965–. En segundo lugar, a lo largo de su dilatada historia las seis empresas consideradas han integrado vertical y horizontalmente otras empresas, por medios formales o informales, logrando posiciones de liderazgo nacional e internacional en la producción y comercialización de productos de consumo doméstico e industrial. En tercer lugar, tres de ellas han estado profundamente arraigadas al entorno industrial tradicional de la región del Zaanstreek en Holanda, y tres de ellas han tenido un menor arraigo en el norte de Bravante pero han estado integradas en una tupida red internacional de vínculos con empresarios y empresas de la comunidad judía.

Estos criterios de selección han permitido a Arnoldus ofrecer una interpretación sobre los principales factores que explican que en un sector como la industria agroalimentaria, y en un país relativamente pequeño, las empresas familiares hayan podido alcanzar una dimensión y una escala de actividad equiparables a las de la gran empresa corporativa chandleriana.

El libro se organiza en nueve capítulos, que se estructuran en torno a tres bloques temáticos. El primero, que incluiría los dos primeros capítulos, sintetiza aspectos teóricos y metodológicos sobre el «Family Firm Debate», y también presenta brevemente características relevantes de las seis empresas escogidas dedicadas a la producción y comercialización de productos derivados de grasas vegetales y animales. Un segundo gran apartado que abarcaría los capítulos 3 y 4 se dedica a analizar las «estrategias internas» de organización y gestión, centradas en el estudio de las estrategias de sucesión entre generaciones de las seis familias escogidas. El tercer bloque, el más largo y posiblemente el mejor logrado, considera a lo largo de los capítulos 5 a 8 las «estrategias externas» de las empresas en relación al mercado de capital y sus fuentes de financiación, el mercado laboral, el aprovisionamiento de materias primas y marketing, y la construcción de redes sociales. Para paliar el posible efecto de confusión creado al lector por la abundancia de datos ofrecidos sobre empresas tan distintas entre sí la autora aporta útiles síntesis al final de cada capítulo y del libro (capítulo 9), y un bloque de apéndices con árboles genealógicos, y escuetos datos financieros y laborales. El título del libro promete tratar un periodo amplio entre 1880 y 1970, aunque en realidad la información del texto y los apéndices cubre desde mediados del siglo XIX a mediados del siglo XX. Poco se dice para la segunda mitad del siglo XX comparable en cantidad y calidad a lo que se presenta sobre las seis empresas para los años entre mediados del siglo XIX y mediados del XX.

Posicionándose abiertamente en el «Family Firm Debate» Arnoldus resalta con su libro que estudiar empresas familiares debe tener muy presente –como ha insistido M. B. Rose o A. Colli– el análisis de la sucesión generacional. También, y en línea con ideas neoinstitucionalistas y evolucionistas, que los aspectos relativos a costumbres y legislación mercantil y civil tienen un impacto enorme en la evolución de las empresas familia-

res y en su predominio actual en Holanda. Las estrategias externas de las familias arraigadas en la región del Zaan mostrarían la importancia que la solidaridad basada en la pertenencia a una región tienen en el despegue o inicio de un sector económico en el siglo XIX, y las estrategias externas de las familias judías permiten entender cómo tener sólidos contactos internacionales basados en elementos de parentesco y religión pueden ser fundamentales para reducir costes de transacción, adaptarse, y triunfar en cambiantes mercados internacionales. Tanto el caso de las empresas del Zaanj como el de las familias judías confirmarían las ideas de Granovetter sobre la relevancia de los ejes de solidaridad que él identifica (región, religión, parentesco, ideología política) como fundamentales en la formación de grupos empresariales en sociedades dominadas por las relaciones personales. El capítulo sobre materias primas y marketing demuestra que no todas las teorías pueden aplicarse apriorísticamente a la investigación histórica, ya que por ejemplo Arnoldus no descubre en forma pura la tipología de Michael Porter sobre estrategias competitivas y más bien sus datos revelan que a menudo las empresas familiares en Holanda lograron el éxito en la industria agroalimentaria a través de estrategias de diferenciación de marca, evitando así realizar las inversiones que les habría supuesto triunfar con estrategias de liderazgo en el coste en mercados internacionales muy competitivos.

Contrastando sus datos relativos a estrategias en el mercado de capital con investigaciones de Kocka para Alemania y Bos para Gran Bretaña y Holanda la autora afirma la importancia de las redes sociales de confianza en la creación de «capital social» que eficazmente sustituyó o complementó el capital procedente de los bancos en épocas con escasa articulación de la red financiera.

Las contribuciones del libro son importantes para el conocimiento del funcionamiento de grandes empresas del sector de las grasas, para la historia empresarial holandesa, y para la literatura cada vez más extensa sobre empresas familiares en Europa. Dicho esto, cabe también indicar que los aspectos productivos reciben escaso tratamiento y que no se acaba de obtener una visión articulada del conjunto del sector, ni de las empresas activas en el mismo. La introducción podía y debía haber mostrado una síntesis de los conocimientos existentes sobre la industria tratada, para Europa y para Holanda, porque sólo así podía el lector tener un contexto sobre el cual encajar los datos de las empresas estudiadas. Y una comparación con lo que ya se sabe sobre la industria agroalimentaria en la Europa del norte (Dinamarca, en especial) y del sur (Italia, España) habría permitido –posiblemente– entender mejor los factores que explican que en unas zonas y no en otras las empresas familiares logren que en su sector de actividad el país alcance competitividad internacional.

Estos comentarios no desmerecen en absoluto a un libro muy bien escrito y organizado por una joven historiadora, que muestra un gran conocimiento no sólo de los casos estudiados sino también de las teorías que permiten interpretarlos, yendo más allá de una perspectiva de historia local. La originalidad de su tesis reside en ello y también en las hipótesis de investigación que plantea sobre la relación entre requerimientos de mercado, imbricación regional, religión, parentesco, y estrategias empresariales en la comprensión del éxito y el fracaso de las empresas familiares. Así, por ejemplo, se muestra claramente cómo en el mercado de la industria alimentaria holandesa el incremento del nivel de competitividad y de la «racionalidad» en la legislación del sector a partir de 1945 con-

dujo a niveles decrecientes de solidaridad entre empresas familiares del mismo distrito industrial. Y, a su vez, el mantenimiento de las redes tradicionales de solidaridad a escala local facilitó tanto el fracaso y el aislamiento internacional en los negocios como el mantenimiento de jerarquías de poder útiles para la promoción social y política de los individuos en su región.

PALOMA FERNÁNDEZ PÉREZ