

Julio TASCÓN (dir.), *Redes de empresas en España. Una perspectiva teórica, histórica y global*, LID, Madrid, 2005, 215 pp.

Redes de empresas en España es el sugerente título bajo el que un amplio grupo de expertos españoles y extranjeros, dirigidos por Julio Tascón –Profesor Titular del Área de Historia Económica de la Universidad de Oviedo–, han agrupado esfuerzos para contribuir a un mejor conocimiento del pasado empresarial del país. La perspectiva adoptada en este caso es relativamente novedosa, al menos en España, ya que la unidad de análisis escogida no es, como suele ser habitual, la empresa, el sector o el empresario, sino las redes: flujos de interrelación entre personas o entre entidades que, dado su carácter virtual (aunque no por ello irreal), son difíciles de analizar. Esta dificultad añadida constituye un reto importante para el investigador, aunque los resultados obtenidos, como es evidente en varios capítulos de la obra que se presenta, justifiquen con creces el esfuerzo realizado.

El concepto de red, procedente sobre todo de la Sociología económica, lleva ya unos años instalado con relativo acierto entre los especialistas en organización de empresas y, por derivación, ha comenzado a hacerlo entre los historiadores de la empresa. Uno de los activos más interesantes del libro dirigido por Julio Tascón radica, precisamente, en su afán por retomar el concepto de red desde una doble perspectiva –teórica e histórica– adaptada al caso español y, además, en hacerlo con un carácter interdisciplinar. De hecho, la obra da voz a especialistas procedentes de la Economía teórica, la Historia empresarial, la Historia contemporánea e, incluso, en un breve epílogo, de la práctica directiva. Por esta misma razón, el libro aporta reflexiones, conceptos y datos de interés para personas procedentes de cualquiera de estas áreas del saber, así como para empresarios y directivos con cierta sensibilidad histórica –una *rara avis* que está empezando a dejar de serlo– o simplemente preocupados por la evolución del entorno en el que actúan.

Redes de empresas en España es el resultado de un curso que sobre este tema se celebró en Oviedo en julio de 2003. Las muestras de que este campo de investigación goza de buena salud en nuestros días son los encuentros y congresos que con esta misma temática se han celebrado en España en los dos últimos años, así como el interés que ha suscitado entre varios especialistas, que han comenzado a interpretar sus trabajos empíricos previos a la luz de este instrumento metodológico. Por otro lado, la obra muestra un “parentesco” cercano a otros trabajos de investigación recientemente incorporados a la bibliografía especializada. En concreto, me refiero a *Los empresarios de Franco. Política y economía en España, 1936-1957* (editada por Glicerio Sánchez Recio y el propio Julio Tascón; Crítica, Barcelona, 2003) y a *Historia empresarial. Juegos, contratos y grupos* (número monográfico de *Información Comercial Española* dirigido por Santiago López; nº 812, 2004).

Tras un prólogo rubricado por Albert Carreras y una introducción del director de la obra, el libro se desarrolla en nueve capítulos agrupados, a su vez, en dos partes: una teórica y otra más empírica. *Redes de empresas en España* se cierra con un breve epílogo firmado por Manuel Menéndez, presidente de *Cajastur*, dedicado a analizar la gestión de la red de cajas de ahorros en España.

La primera parte de la obra se inicia con un interesante trabajo de Terry Gourvish que versa sobre la función empresarial y su relación con el rendimiento económico, en concreto con el declive experimentado por Gran Bretaña durante las décadas finales del siglo XIX y primeras del XX. En este caso, la calidad indiscutible del texto y la solvencia intelectual de su autor justifican sobradamente su presencia en el libro y compensan el hecho de que su temática sólo se relacione colateralmente con el hilo conductor de la obra. A continuación, Montserrat Entrialgo aborda desde el punto de vista teórico la importancia de las redes personales del emprendedor en la creación y el desarrollo posterior de las empresas. En concreto, se centra en el análisis de tres elementos de las redes –su contenido, su gobierno y su estructura– que resultan fundamentales para comprender el tipo de lazos que unen a los distintos actores económicos entre sí.

En el siguiente capítulo, Glicerio Sánchez, a medio camino entre lo teórico y lo empírico, estudia la estrecha relación que, en el régimen del general Franco, se dio entre los ámbitos político y económico. Como resumen interpretativo de la época, Sánchez propone el concepto de “red de intereses”, terminología que lleva implícita la obtención de un beneficio y la forma reticular de organización de los empresarios y sus coetáneos políticos. Concretamente, como afirma el autor, los organismos y las instituciones del régimen –sobre todo las provinciales y locales– fueron el marco idóneo en el que empresarios y políticos colaboraron en proyectos comunes y tejieron esa red de intereses mutuos. En el texto que sigue, Nuria López, José Manuel Montes y Camilo Vázquez contraponen, en un sugerente juego de palabras, la mano virtual de las organizaciones en red a la mano invisible del mercado de Adam Smith y a la mano visible de la empresa, acuñada por Chandler. Tras un análisis del contexto histórico y empresarial en el que se desarrollan las redes, los autores llegan a la importante conclusión de que éstas son un fenómeno coyuntural y hasta cierto punto localizado sectorialmente. Las organizaciones reticulares resultan especialmente competitivas, por su capacidad de innovación y adaptación, cuando existe una elevada incertidumbre tecnológica y de mercado. Este tipo de afirmaciones, bastante más adaptadas a la forma en que se ha desenvuelto la realidad, contradicen, ni siquiera un lustro después, los augurios de algunos profetas de la nueva economía que vaticinaban el final de las empresas tradicionales, de la propiedad –sustituida cada vez más por el acceso– y del mercado –progresivamente reemplazado por las redes–. El desarrollo de los acontecimientos demuestra, sin embargo, que tanto en la “nueva” como en la “vieja” economía hay sitio para todos.

Por último, esta primera parte de la obra se cierra con la aportación de Esteban García-Canal y Marta M^a. Vidal sobre la presencia de *Dupont* en Asturias. Concretamente, los autores describen el novedoso funcionamiento de la planta de *Nomex* que la citada multinacional tiene en el Principado desde 1992. Este estudio de caso –quizás más cercano a la segunda mitad del libro que a la primera– ilustra una acepción del concepto de red diferente a la descrita hasta el momento; en particular, el texto alude a

las redes de gestión interna –seguridad, calidad, producción y desarrollo/comunicación– en las que la empresa está organizada.

La segunda parte de *Redes de empresa en España* cuenta con cuatro contribuciones empíricas que complementan los planteamientos teóricos descritos en la primera mitad de la obra, y que Julio Tascón agrupa bajo el sugerente título de “Heurística”, un útil término caído tristemente en desuso. En primer lugar, Núria Puig analiza la evolución de las empresas químicas y farmacéuticas en España con el objetivo de comprender mejor la dinámica del crecimiento económico en los países periféricos. En este tipo de entornos, y en ello España no ha constituido una excepción, el surgimiento de importantes oportunidades de negocio suele facilitar la formación de redes en las que inversores y empresarios extranjeros y locales conviven con el fin de obtener el máximo beneficio sin tener demasiado en cuenta el largo plazo. La autora contrapone estas “redes de oportunidad” a las “redes de innovación”, protagonistas del desarrollo de marcos empresariales más creativos en países incorporados antes que España a la Segunda Revolución Industrial. A continuación, Francisco Comín y Lina Gálvez estudian el proceso de nacionalización y españolización de empresas extranjeras durante el franquismo en contraste con las realidades vividas en otros países de su entorno. Los autores parten del mismo concepto de “redes de oportunidad” utilizado por Núria Puig y concluyen, de igual modo que ella, que las empresas extranjeras no dejaron de estar presentes en el país debido a las redes que supieron tejer. Por otro lado, el sector público español creció en los años cuarenta y cincuenta tanto por la creación de nuevas empresas como por la nacionalización de otras ya existentes, algo similar a lo que estaba sucediendo en el resto de Europa. Las principales diferencias entre uno y otro contexto radicaban, sin embargo, en las motivaciones ideológicas que justificaron esos procesos de nacionalización.

El tercer capítulo de esta segunda parte de la obra, firmado por Julio Tascón, analiza la evolución de la red empresarial estadounidense en España desde los años treinta hasta finales de los sesenta del siglo pasado. Una red que, en consonancia con las conclusiones apuntadas en los dos textos previos, sobrevivió a la Guerra Civil y, ya en la posguerra, se amoldó a la situación autárquica y fue capaz de sortear las limitaciones oficiales. La necesidad de divisas del régimen y su incursión dentro de la “red de intereses” político-económicos de la época de Franco justifican, entre otras razones, esta camaleónica supervivencia. Por último, Judith Clifton, Francisco Comín y Daniel Díez cierran el libro con un texto dedicado a estudiar las transformaciones experimentadas por las empresas públicas en red –como las de agua, electricidad y gas, transportes y comunicaciones– dentro del proceso de privatización vivido en buena parte de Europa en los últimos años. Los autores concluyen, entre otras cosas, que la privatización de empresas públicas en la Unión Europea ha llevado implícito un proceso de reorganización empresarial, condicionado tanto por las tendencias de los mercados financieros como por razones de política económica comunitaria y nacional.

A pesar de su aparente heterogeneidad, si algo ponen de manifiesto los trabajos incluidos en *Redes de empresas en España*, sobre todo, en su segunda parte, es la importancia de las relaciones personales, más que institucionales, en la configuración del capitalismo español durante el siglo pasado. Es evidente que, en España, nunca han predominado las grandes corporaciones desintegradas en un complicado entramado de empresas satélites, una realidad mucho más acorde a países como Estados Unidos o Japón. En

España, las redes de sociabilidad de los propios empresarios, entendidas en un sentido amplio, son las que han permitido poner en marcha buena parte de las empresas y las que, en un momento dado, han justificado su supervivencia. En este sentido, resultan también especialmente esclarecedores los trabajos que, desde el campo de la Historia contemporánea, vienen llevándose a cabo desde hace más de una década y que, por medio de métodos prosopográficos, tratan de relacionar ámbitos como la economía, el ejercicio de la política, la relevancia social y la capacidad de tomar decisiones importantes para el futuro de una determinada comunidad. Aunque en Historia la utilización concreta del término “redes” no ha sido frecuente, su contenido sí ha encontrado cierto equivalente en esta rica producción bibliográfica. En ocasiones, la cercanía entre los intereses de investigación de distintas disciplinas es bastante más frecuente de lo que a simple vista parece. Solamente hay que sentarse a dialogar y a discutir.

Por esta razón, *Redes de empresas en España* es, en su planteamiento, un libro bastante novedoso, especialmente por su aplicación a la Historia empresarial. El texto resulta, además, útil desde distintos puntos de vista, ya que la interdisciplinariedad es quizás su activo más valioso. La variedad de pareceres de historiadores, historiadores de la empresa y economistas contribuye sin duda a enriquecer las conclusiones del libro. Por último, la probada credibilidad intelectual de los autores que lo firman es, sin duda, una garantía de la calidad del producto final.

CARMEN ERRO