
Empresarios y redes empresariales en la Andalucía contemporánea

- JOSEAN GARRUÉS IRURZUN
- JUAN ANTONIO RUBIO MONDÉJAR
- SALVADOR HERNÁNDEZ ARMENTEROS

Universidad de Granada

Introducción

Las escuelas económicas ortodoxas apenas han prestado atención a la figura del empresario. Tras la Segunda Guerra Mundial, keynesianos y neoclásicos le mantuvieron apartado de sus formulaciones. La economía radical le acusó de obtener su beneficio de la ganancia que corresponde a los trabajadores por su trabajo. En las primeras décadas del siglo pasado, economistas de la talla de Schumpeter (1911) y Knight (1921) vieron en el empresario y en sus capacidades la causa final del crecimiento económico. Sin embargo, hasta los años ochenta la obra de estos autores no tuvo verdadera repercusión. Junto a ellos, partiendo de una concepción diferente, la escuela austriaca, con Kirzner a la cabeza, ha reconocido la importancia de la función empresarial. En las últimas décadas, autores como Casson o Shane han revitalizado la teoría económica del empresario, combinando elementos schumpeterianos y kirznerianos.¹ En el caso de Shane, sus esfuerzos se han dirigido a encontrar los determinantes de la empresarialidad, solicitando el concurso de la historia empresarial.² Y parece que, desde este campo, se está recogiendo el testigo.³

1. Kirzner (1973), Casson (1982), Shane (2003). Para comprender el papel que el empresario ha desempeñado en la teoría económica, puede verse Santos Redondo (1997) o el primer capítulo de Valdaliso y López (2007).

2. Shane y Venkatarman (2000) la han señalado como herramienta necesaria para comprender el marco económico en el que se mueve el emprendedor. Otras voces desde el campo de la organización de empresas, como Whittington (2008), exigen a la historia datos rigurosos y capacidad de teorizar.

3. Amatori (2009) ha apuntado al estudio del espíritu empresarial como una de las líneas de investigación más prometedoras de cara a los próximos años. Una revisión reciente de este campo en García Ruiz y Toninelli (2011). Para el caso español, Valdaliso (2005).

Fecha de recepción: enero 2012
Versión definitiva: octubre 2012

Revista de Historia Industrial
N.º 51. Año XXII. 2013.1

Emplear una óptica regional para intentar comprender el papel que ha desempeñado el empresario en el desarrollo económico es un ejercicio no exento de limitaciones, derivadas del propio concepto de región que se maneje y del hecho de que, en un estado centralizado, como era el español entre finales del siglo XIX y finales del siglo XX, muchas de las variables institucionales pudieron ser comunes a todo el país. Sin embargo, dado que se generaron diferencias económicas entre los distintos territorios, el enfoque regional aún puede aportar elementos explicativos. En el caso andaluz, estudiar al empresario sigue siendo una tarea necesaria, debido a que, a pesar de los esfuerzos realizados por la investigación en los últimos años, no se ha acabado de desterrar el tópico que lo sitúa como principal responsable del «atraso relativo» que ha padecido la región en la época contemporánea.

Aunque existen precedentes en la historia de España, fue a principios del siglo XX cuando intelectuales ligados a la generación del 98 y al regeneracionismo político crearon una corriente de opinión que cuestionaba las aptitudes de los españoles para desarrollar el «espíritu del capitalismo». La ausencia de mentalidad empresarial se convirtió en un tópico para explicar el lento despegue de la industrialización en el país y, dado que la región andaluza se situó en el furgón de cola de las regiones españolas, se consideró que el déficit de empresarios capacitados era aún mayor que en el resto de España.⁴ Esta imagen continúa presente en el imaginario colectivo andaluz y español a principios del siglo XXI. Pero ¿qué han dicho los historiadores económicos sobre el empresario en Andalucía?

Jordi Nadal ha sido uno de los principales revitalizadores de la historiografía económica de la región, con sus estudios sobre los inicios de la industrialización y la que él denominó «desindustrialización» del sureste español. En el primero de estos trabajos planteaba la «ausencia de verdadera mentalidad capitalista» entre los trabajadores de la industria textil, similar a la que encontraba en las explotaciones mineras de la Penibética. Al mismo tiempo, resaltaba los esfuerzos de industriales malagueños, como Heredia y Larios, y señalaba que la figura del empresario estuvo «escasamente representada».⁵ Unos años después, Nadal reconocía que no había habido un intento fallido de industrialización en Andalucía, en la primera mitad del siglo XIX, sino dos: uno previo, a finales del siglo XVIII, en la Baja Andalucía, se había saldado con igual fracaso. A pesar de la suerte adversa, estos intentos denotaban «mentalidad innovadora».⁶

4. La ausencia de espíritu empresarial ha sido defendida por Tortella (1994, 1996), y criticada por autores como Sudrià (1995). Valdaliso (2005) ha rechazado esta hipótesis «pesimista» para concluir que lo que ha condicionado la evolución de la economía en España no ha sido la falta de espíritu emprendedor, sino problemas relacionados con el entorno institucional.

5. Nadal (1972), p. 80.

6. Nadal (1984), p. 55.

Justo después del primer artículo de Nadal sobre el sureste aparecieron numerosos trabajos que pretendían explicar las causas de la débil industrialización andaluza y se generó un rico debate historiográfico en el que, entre otros factores, se examinó la aportación del empresario.

Algunas de estas investigaciones se centraron en los hombres que habían protagonizado las experiencias industriales más populares, como Larios, Heredia o Loring,⁷ y otras estudiaron a personajes menos conocidos, como N. Wetherell o Carbonell.⁸ En cualquier caso, se trataba de casos excepcionales en el entorno andaluz.

Otro tipo de trabajos analizó grupos o sectores concretos entre el colectivo empresarial. Estudios sobre las élites del comercio colonial mostraron que se había producido una importante acumulación de capital en el área gaditano-sevillana.⁹ La ausencia de industrialización podría ser consecuencia del carácter conservador de los comerciantes.¹⁰ En el caso malagueño también habría habido acumulación de capital y la desindustrialización se explicaba porque, al encontrarse ante la disyuntiva de modernizar la industria o invertir en sectores más lucrativos como el ferrocarril, los empresarios apostaron, de manera racional, por la segunda opción.¹¹

Desde la teoría de la dependencia se argumentaba que la burguesía autóctona había renunciado conscientemente a la industrialización, tanto para invertir en el sector agrario, en inmuebles y préstamos, como para mantener las relaciones de producción predominantes en el campo.¹² También se defendía que los grandes propietarios agrarios y la burguesía comercial e industrial andaluza se habían convertido en parte de la oligarquía política residente en Madrid, sancionando un modelo de crecimiento económico que subordinaba económicamente a la región.¹³

Un primer estado de la cuestión sobre el tema concluía que había una fuerte presencia de empresarios foráneos, aunque reconocía la escasez de estudios de caso y enfatizaba la necesidad de que aumentaran para obtener una imagen más adaptada a la realidad.¹⁴

A mediados de la década de 1980 surgieron nuevas interpretaciones de la trayectoria económica andaluza y del papel desempeñado por los empresa-

7. Jiménez Quintero (1977); García Montoro (1978).

8. Álvarez Pantoja (1977); Castejón (1977).

9. Bernal y García Baquero (1973); García Baquero (1976).

10. Álvarez Santaló y García Baquero (1980).

11. Morilla (1978a).

12. Delgado Cabeza (1981).

13. Morilla, sin embargo, rechazaba que se hablara de carácter no emprendedor de la burguesía andaluza, considerando que se trataba de un planteamiento simplista, que no tenía en cuenta las características del entorno (1978b), p. 94.

14. Castejón et al. (1980). La misma demanda de estudios sistemáticos sobre empresarios se repetiría en otro estado de la cuestión, una década después (Palacios, 1996).

rios.¹⁵ Se planteó que, más que una carencia de capital humano empresarial, este se encontraría situado en la agricultura, «por razones de rentabilidad»; en los otros sectores, sí sería escaso, por el déficit de formación y la desigual distribución de la renta.¹⁶ La consideración de la agricultura andaluza como impermeable a los cambios y del latifundio como retardador del crecimiento económico estaba siendo cuestionada: tuvo lugar una modernización lenta y condicionada por la búsqueda de beneficio de los propietarios —empresarios— agrarios,¹⁷ junto con algunos intentos «revolucionarios» en sectores concretos, como el azúcar.¹⁸

Ya no se trataba de constatar si había habido «buenos» o «malos» empresarios, sino de explicar su comportamiento de acuerdo con otros factores. Así, la «rentabilidad inmediata» que proporcionaban las exportaciones a América y Europa, y no la falta de mentalidad empresarial, era la causa de que el capital comercial autóctono no impulsara la industrialización.¹⁹ La crisis del textil malagueño no se había debido a la obsolescencia tecnológica, ya que los empresarios modernizaron las instalaciones, sino a las condiciones del mercado.²⁰ El fracaso de una serie de importantes proyectos industriales había hecho que la burguesía mercantil y minera surgida en Almería a mediados del siglo XIX desplazara su capital hacia la propiedad agraria.²¹

Los estudios sobre empresarios, empresas y sectores de la economía andaluza han proliferado desde la década de los noventa. La historia de la región ha continuado revisándose: la responsabilidad del atraso relativo andaluz, más que en los empresarios, recae ahora en la dotación de recursos, inadecuados con respecto a los requisitos de las primeras fases de la industrialización; capital humano y factores institucionales también jugaron en contra.²² Recientemente, dos trabajos se han dedicado a combatir el tópico de la ausencia de mentalidad empresarial. En el primero, Parejo ha afirmado que la escasez de empresarios no es causa del atraso andaluz, sino su primera consecuencia.²³ En el segundo, Bernal, Florencio y Martínez han analizado el sistema empresarial andaluz, con una visión de largo plazo que arranca en el siglo XV, para

15. Gómez Oliver y González de Molina (1999) califican a las anteriores de «neorregeneracionistas».

16. Tedde (1985), p. 317.

17. Bernal (1984); Jiménez Blanco (1985); Zapata (1985); Zambrana (1987).

18. Véase Martín (1982).

19. Parejo (1987), p. 129.

20. Parejo (1990), pp. 38-39.

21. Sánchez Picón (1992). Un argumento similar ha sido defendido recientemente para explicar los motivos por los que los Larios, tras sufrir una serie de reveses en los años sesenta y setenta del siglo XIX, concentraron sus intereses en el sector agroalimentario (Jiménez Blanco, 2012).

22. Parejo y Sánchez Picón (1999); González de Molina (2000); Bernal y Parejo (2001); Parejo (2009 y 2011a); Sánchez Picón (2011).

23. Parejo (2006a).

concluir que la interpretación tradicional, que parte de la asimilación burguesa/empresariado, debe abandonarse.²⁴

Compartiendo en lo esencial estos planteamientos, hay que reconocer que aún falta mucho por saber sobre los empresarios andaluces. El objetivo de este artículo es mostrar que hubo un impulso empresarial endógeno en la región, que respondió en la medida de sus posibilidades a las oportunidades existentes. Con tal finalidad, se han identificado las redes empresariales que operaron en Andalucía entre 1886 y 1959, partiendo de la premisa de que entre sus miembros se encontraban los empresarios más dinámicos. Y, posteriormente se han analizado a nivel agregado algunos de los rasgos más significativos de estos empresarios, para conocer quiénes fueron.²⁵

La estructura del artículo es la siguiente: en el segundo apartado, después de señalar brevemente la conexión entre redes y empresarialidad, de presentar la metodología y la fuente utilizada, se exponen los resultados del análisis de redes de creación de sociedades en Andalucía. El tercer apartado está dedicado al estudio de las características personales de los miembros de aquellas, contemplando variables como su procedencia geográfica, condición socioprofesional, nivel de estudios, género y edad. El último apartado del texto contiene unas breves conclusiones sobre las cuestiones planteadas.

Redes y grupos empresariales en Andalucía

Empresarialidad y redes

Como se ha señalado, existen diferentes concepciones de empresario. De acuerdo con Knight, Schumpeter o Kirzner,²⁶ el empresario es un individuo que cuenta con unas características o capacidades que lo hacen especial —por lo tanto, lo convierten en un factor escaso— y que es capaz de encontrar y explotar las oportunidades de negocio. Pero hay que proceder con cautela: el propio Schumpeter defendió la inexistencia de un tipo «puro de empresario», remarcando la dificultad de distinguir los límites de sus distintas funciones.²⁷

Sin negar la importancia puntual de individuos aislados, otros autores, como Granovetter, han defendido que la actividad económica está enraizada en

24. Bernal, Florencio y Martínez (2010).

25. Mientras se escribía este artículo vio la luz un diccionario biográfico de cien importantes empresarios andaluces (Parejo, 2011b).

26. Schumpeter (1911); Knight (1921); Kirzner (1997).

27. Díaz Morlán (2009), p. 11. En el caso andaluz, y sirva como avance, van a ser muy escasos los empresarios que se adapten al modelo schumpeteriano más clásico, exceptuando los primeros Heredia o Larios.

las relaciones personales y que son las redes de cooperación las que la guían.²⁸ La nueva economía institucional presenta a las redes como una de las posibles soluciones a los problemas de costes de transacción planteados por Coase y Williamson:²⁹ la información que requiere toda actividad económica puede obtenerse con menor coste que en el mercado o en el interior de la empresa recurriendo a redes empresariales.³⁰ En las teorías de capital social también ocupan un lugar destacado las redes personales, basadas en la confianza entre sus miembros y la reputación que transmiten hacia el exterior.³¹ No solo garantizan la transferencia de información a un coste menor, sino que lo hacen con mayor calidad.³² Se ha aceptado que un tipo de redes, los grupos empresariales (*business groups*), constituidos sobre la base de relaciones de parentesco u origen étnico, pueden sortear las imperfecciones del mercado, especialmente en países en vías de desarrollo y en entornos institucionales poco evolucionados.³³ A medida que las «normas del juego» permiten superar las ventajas de las interconexiones personales³⁴ y los mercados se hacen más complejos la importancia de las redes disminuye, pero incluso en economías avanzadas los grupos empresariales siguen estando presentes.³⁵

En lo que respecta a la empresarialidad, las redes se han convertido en un tema relevante para la investigación en historia empresarial, organización de empresas y economía.³⁶ Uno de los autores que mejor ha comprendido la relación entre empresarialidad y redes sociales ha sido Mark Casson.³⁷ En un trabajo con Della Giusta, en el que consideran las redes como canales de información empleados por los emprendedores para identificar las oportunidades, han destacado la necesidad de comprender la configuración de las redes sociales y su diversidad estructural, concluyendo que cada fase de la actividad

28. Granovetter (1992).

29. Coase (1937 y 1960); Williamson (1981).

30. Granovetter (1995); Casson (1993). Un ejemplo empírico de cómo las redes facilitan el desarrollo de la actividad empresarial en Alvaro (2007): ITT recurrió a un entramado de relaciones financieras y políticas autóctonas para conseguir y mantener el monopolio de la telefonía en España.

31. Putnam (1993), p. 167, define capital social así: «características de la organización social, tales como la confianza, las normas y las redes, que pueden mejorar la eficiencia de la sociedad facilitando las acciones coordinadas». Woolcock y Narayan (2000), p. 225, insisten en el papel de las redes en la acción colectiva. Sobre la teoría de capital social y su relación con la economía, Felis Rota (2011).

32. Casson (1998), p. 17.

33. Leff (1978). Una revisión reciente sobre grupos empresariales en Colpan, Hikino y Lincoln (2010).

34. North (2005).

35. Granovetter (1992), p. 8. Aún queda mucho por conocer de los grupos empresariales y sus ventajas como alternativa a la gran empresa multidivisional definida por Chandler (1971).

36. Sobre redes/empresarialidad en la historia, Jones y Wadhvani (2006), pp. 8-16. Más abundante aún es la literatura desde la organización de empresas; un ejemplo, reconociendo la importancia de los grupos o equipos de emprendedores, Davidsson y Wiklund (2001).

37. Una recopilación de algunos de sus trabajos en Casson (2010).

empresadora —búsqueda de oportunidades, adquisición de recursos, etc.— requiere un tipo distinto de redes.³⁸

El análisis de redes sociales (*social network analysis*), desarrollado desde los años setenta del siglo pasado, estudia las relaciones que se establecen entre los actores que forman una población, y permite identificar redes y grupos. En el ámbito de la historia económica se ha aplicado a los consejos de administración de empresas, revitalizando la técnica de los consejeros comunes, también conocida como *interlocking directorates*.³⁹ En esta línea, deben destacarse los trabajos sobre Italia y la comparación Alemania-Estados Unidos.⁴⁰ En España, los historiadores económicos apenas han recurrido a este tipo de análisis, salvo unas pocas excepciones.⁴¹

En esta investigación se ha aplicado el análisis de redes sociales al momento concreto en que se formaliza la constitución de la sociedad mercantil. Esto supone prescindir, deliberadamente, de las fases de la empresarialidad previas a la creación de la empresa, pero hay que asumir que los estudios históricos están condicionados por la información que proporcionan las fuentes. Por otra parte, la fuente empleada —los libros de sociedades del Registro Mercantil— es lo bastante solvente para permitir un análisis agregado de redes empresariales en Andalucía entre 1886 y 1959.

El Registro Mercantil

El Código de Comercio de 1885 ordenó la creación de un Registro Mercantil Central, con sede en Madrid, y de un Registro Mercantil Provincial en la capital de cada una de las provincias españolas, en los que tendrían obligación de inscribirse los actos jurídicos relacionados con la vida de todas las sociedades mercantiles. En las escrituras de constitución, que suponen el reconocimiento de la existencia jurídica de las empresas, debían constar, entre otros datos, el nombre, profesión y lugar de residencia de sus socios.

38. Casson y Della Giusta (2007). Aportan además una nueva definición de capital social como «valor de las mejoras en el rendimiento económico que pueden ser atribuidas a las redes sociales de alta confianza».

39. Mizruchi (1996) repasa las posibilidades y limitaciones del análisis de consejeros comunes.

40. Para Italia, Vasta y Baccini (1997); Rinaldi y Vasta (2005 y 2008); Alemania-Estados Unidos, Windolf (2009). Mientras que los trabajos de carácter histórico sobre *interlocking directorates* son abundantes —el mismo Mizruchi (1982) para Estados Unidos—, los que combinan esta técnica con el análisis de redes aún son escasos. Junto a los citados, puede verse Ottosson (1997), para Suecia; Hopner y Krempel (2003) para Alemania; Mussachio y Read (2007) para Brasil y México; o David et al. (2009) para Suiza.

41. Badía et al. (2010) y Garrués y Rubio (2011) se diferencian de los trabajos «clásicos» porque su perspectiva es regional. Más ortodoxo es el estudio de Rubio y Garrués (2012), que realiza un análisis de la élite empresarial española a partir de los consejos de administración.

Los registros mercantiles han tenido una larga existencia, que continúa en la actualidad, y en todo este tiempo han generado una documentación que se ha mostrado de gran utilidad para la historiografía económica española.⁴² Sus libros de sociedades se han empleado como indicador de las fases del ciclo empresarial, en función del número de empresas creadas, y de la formación de capital, a partir de la inversión societaria.⁴³ Algunos autores, sin embargo, consideraron las posibilidades que ofrecía la fuente para identificar y caracterizar a la clase empresarial⁴⁴ y, especialmente, para determinar su procedencia geográfica y social.⁴⁵

En los años noventa del siglo xx, el grupo dirigido por Manuel Martín, Josean Garrués y Salvador Hernández procedió a vaciar los libros de sociedades de los ocho registros mercantiles andaluces y crear una base de datos de socios y empresas que abarca el periodo 1886-1959, que ha permitido estudiar la evolución cíclica de la formación bruta de capital fijo.⁴⁶ Esta documentación, sometida a una continua depuración, se ha utilizado para conocer cuáles fueron los principales grupos empresariales de la región y analizar sus características así como su comportamiento en el largo plazo.

Redes empresariales en Andalucía

El análisis de redes sociales se ha aplicado a los individuos que, entre 1886 y 1959, participaron en la constitución de dos o más sociedades mercantiles en Andalucía. Hay que insistir en que no se trata de una selección de las mayores empresas con domicilio en la región, o de una muestra aleatoria de estas, sino de todas las que se constituyeron como sociedades.

La conexión que posibilita el análisis es la coincidencia de dos socios en una misma empresa, y así se ha conseguido detectar casi un centenar de redes de distinto tamaño, densidad y duración en el tiempo, que actuaron de forma aislada o en relación con otras redes dando lugar a una red mayor,⁴⁷ que contaron con la participación de socios foráneos o no y que constituyeron una parte fundamental del sistema empresarial andaluz.

Con este enfoque, el grado de empresariedad se desplaza desde los individuos a las redes, en las que se acumulan las capacidades necesarias para descu-

42. Un repaso de las características del registro mercantil y su relación con la historia económica en Martín, Garrués y Hernández (2003).

43. Una revisión de estas variables en Rubio (2010).

44. Germán (1981 y 2003); Hernández Armenteros (1999); Lindoso (1999, 2003 y 2006).

45. Valdaliso (1988 y 1993) y Erro (1995 y 2003), para Vizcaya y Navarra, respectivamente. Estos son los precedentes más directos del presente texto. Recientemente, De la Torre (2005) y García-Zúñiga (2009) han estudiado el origen de los capitales invertidos durante el franquismo en Navarra y Álava.

46. Martín, Garrués y Hernández (1999).

47. Véase Casson (2006). El carácter sistémico de las redes hace que siempre estén inmersas en otras redes, formando una red mayor. Habría que hablar, por lo tanto, de subredes, pero esto complicaría la expresión del texto.

CUADRO 1 • *Grupos de promotores de empresas en Andalucía*

Etapas	1886-1913	1914-1935	1936-1959	1886-1959
Socios Redes	778	600	752	1.759
N.º de grupos	87	91	51	68
Socios Red A	350	231	474	1.413
Socios Red B	74	57	23	24
Parejas	39	42	16	23
Empresas creadas por las Redes	658	490	685	1.833

A: Mayor grupo de la red; B: segundo mayor grupo. Parejas: grupos formados por dos socios.

Fuente: Elaboración propia, a partir de la base de datos de Socios y Empresas del Registro Mercantil de Andalucía (SERMA).

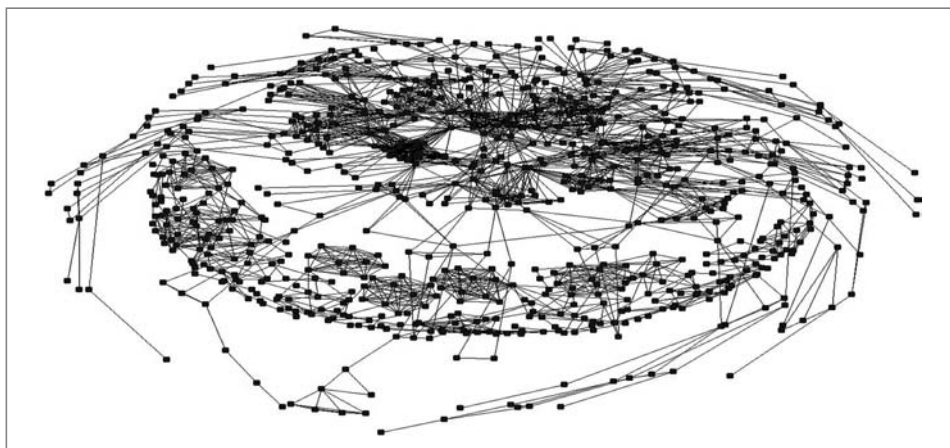
brir las oportunidades de negocio, financiarlas y explotarlas. Además, la pertenencia a las redes implica un papel activo en la creación de empresas por parte de sus componentes. Y a medida que un sujeto participa en la constitución de un mayor número de empresas, su aportación a la red, en cuanto a empresariedad, va en aumento.

En el cuadro 1 se ofrecen los primeros resultados del análisis: de los más de dos mil socios que crearon dos o más empresas, 1759 —el 7% del total de los socios de la región— formaron parte de las redes. Su importancia fue notoria, ya que entre los individuos que crearon más de dos empresas, tan solo un 3% del capital invertido correspondió a los que no pertenecían a las redes; además de los 289 socios que protagonizaron más de cuatro iniciativas, solo uno no tenía relación con las redes.

De cara a una mayor comprensión de la red, se ha segmentado el periodo en tres cortes temporales. El primero comienza en 1886, el año en que se puso en funcionamiento el Registro Mercantil, y finaliza en 1913, antes de que se iniciara la Primera Guerra Mundial; comprende, por tanto, parte de la crisis finisecular y los esfuerzos por superarla. El segundo corte empieza en 1914 y termina en 1935, un periodo convulso en el que se incluyen tanto el auge de la actividad económica derivado de la neutralidad española en el conflicto bélico como los efectos de la depresión de los años treinta; es esta una etapa controvertida para la historiografía andaluza, pues se desarrollaron numerosas iniciativas empresariales que aún no han sido suficientemente valoradas. El tercer corte se inicia en 1936 y acaba en 1959, por lo que abarca la Guerra Civil y la posguerra hasta el año en que se aprueba el Plan de Estabilización, que pone fin a la fase autárquica del régimen franquista.

En las tres etapas se aprecia la presencia de una red numerosa —que se ha llamado Red A— de individuos que estuvieron, directa o indirectamente, vinculados en la creación de sociedades; junto a esta red principal, convivieron

GRÁFICO 1 • *Red de promoción empresarial andaluza, 1936-1959*



Fuente: Elaboración propia, véase cuadro 1. Cada punto representa a un socio.

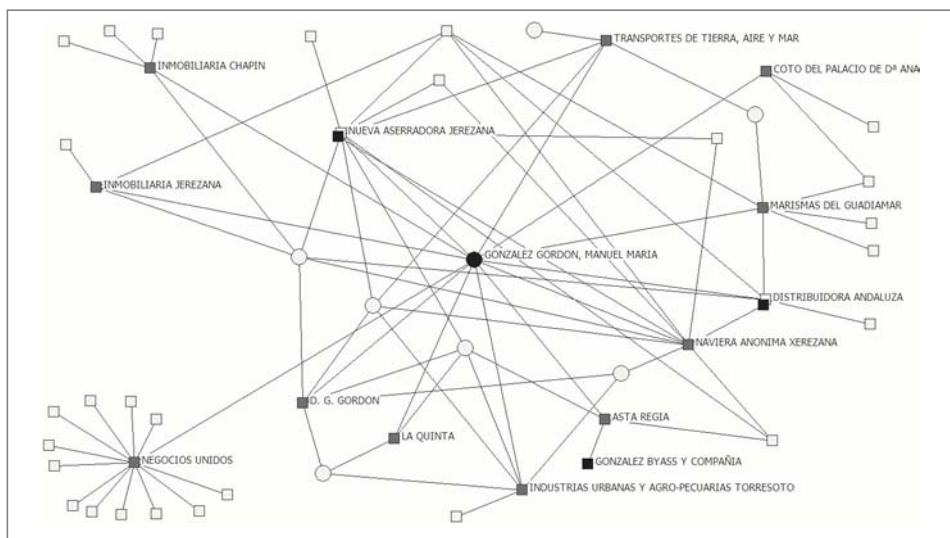
redes menores. El cuadro muestra también la Red B, la segunda en tamaño en cada etapa, y el número de redes mínimas, formadas únicamente por parejas (dos socios comunes).

Ahora bien, debe distinguirse entre las redes y los grupos empresariales. Las primeras —que en lenguaje de redes se conocen como componentes— no se corresponden necesariamente con los grupos, y suelen estar formadas por la unión de dos o más grupos empresariales. El gráfico 1 contiene la representación de las redes de creación de sociedades entre 1936 y 1959.

De forma visual se manifiestan las dificultades explicativas de un análisis estructural con un número tan elevado de actores. Para comprender las características de las redes es necesario profundizar en ellas, disminuyendo el número de relaciones comunes para reconstruir redes más reducidas. La red del gráfico 1 estuvo compuesta por 51 subredes o componentes. El componente mayor, formado por 474 socios, se subdividía, a su vez, en distintas agrupaciones que, ahora sí, pueden identificarse como grupos de creación de empresas. Entre 1886 y 1959 se han encontrado más de un centenar de estos grupos, que se han clasificado en una amplia tipología. Aunque escapa al objetivo de este artículo explicar los diferentes tipos, se van a comentar dos ejemplos que ilustren al lector.

El gráfico 2 muestra uno de estos grupos, articulado en torno al empresario jerezano Manuel González Gordon.

La elección de este grupo no es azarosa: M. González Gordon fue el socio fundador más prolífico entre 1886 y 1959, participando en la constitución de trece empresas. El origen del grupo estuvo vinculado a una de las sociedades que figuraba, a su vez, como socio de otras firmas: González Byass y Cía., que había sido reconstituida en 1890 como sucesora de anteriores compañías de-

GRÁFICO 2 • Grupo empresarial de González Gordon, 1936-1959

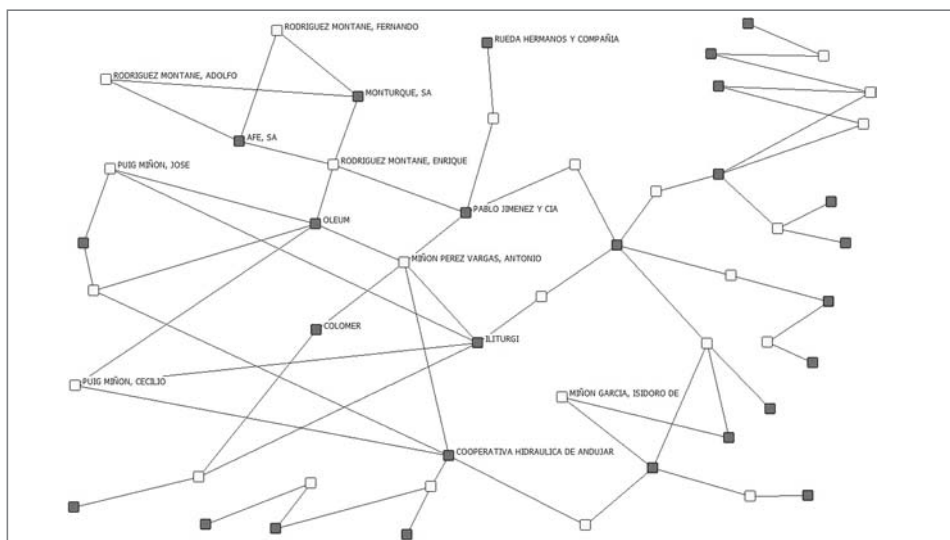
Fuente: Elaboración propia, véase cuadro 1.

dicadas al poderoso sector exportador vinícola gaditano y que, además, realizaba actividades de giro y banca.⁴⁸ El carácter familiar quedaba reforzado por la presencia de hasta siete familiares directos del empresario más dinámico (representados con círculos), entre los que destacaban los apellidos González Gordon y González Soto.

Las empresas del grupo se dedicaron a diversas actividades: predominaban las explotaciones agrarias, sobre todo vitícolas; junto a ellas, sociedades comerciales exportadoras, una naviera y una aserradora que tenía por objeto construir cajas y envases. La configuración del grupo, la fecha de creación de las empresas y sus actividades económicas parecen reflejar una estrategia de integración vertical más que evidente: producir y comercializar vinos y aguardientes. Las inmobiliarias, creadas en 1946 y 1957, sugieren diversificación hacia un sector que comenzaba su auge en esas fechas. Otra característica destacable de la red fue su capacidad para conectar con otras redes importantes: así, mediante Marismas del Guadamar, enlazó con el grupo del empresario sevillano Rafael Beca; y a través de Inmobiliaria Chapín lo hizo con la red del jerezano José Ignacio Domecq. Desde el punto de vista estructural, esta configuración, en la que la conexión entre redes se produce por la relación directa

48. En 1917 González Byass se encontraba entre las 200 mayores compañías españolas, ocupando el puesto 36 entre las empresas industriales (Carreras y Tafunell, 1993). La historia de los orígenes de la empresa, en Montañés (2000).

GRÁFICO 3 - Red Miñón, 1903-1956



Fuente: Elaboración propia, véase cuadro 1.

entre sus elementos principales, se conoce como *branch*, y permite descargar el flujo de información, evitando intermediarios secundarios.⁴⁹

El segundo ejemplo, representado en el gráfico 3, es una red de dimensiones más modestas que la anterior. El socio más importante, por su posición estructural y por el número de empresas en las que tomó parte, fue Antonio Miñón y su apellido se ha utilizado para identificarla. Mientras que el grupo de González Gordon se situaba en una zona de larga tradición de comercio internacional, como era Jerez-Cádiz, la red Miñón tenía su base de operaciones en Andújar, en la provincia de Jaén. Al igual que en aquella, las relaciones familiares eran importantes, y cuatro de sus miembros se apellidaban Miñón.

También tenía carácter familiar una sociedad de la red que participó como socio en otras compañías: se trataba de Miñón Hermanos, entidad financiera que se remontaba al siglo XIX, inscrita en el registro oficial de bancos y banqueros en 1926 y que, según Titos, era una de las casas de banca con mayores recursos propios de Andalucía a finales de los años veinte.⁵⁰ Una de sus compañías fabricaba saneamientos cerámicos. Y la red tuvo un fuerte componente agroindustrial, con empresas dedicadas a la producción de aceites y derivados. Precisamente a través de una de estas sociedades aceiteras, Oleum, el grupo conectaba con la red de Rodríguez Montané, vinculada a su vez a otras aceiteras.

49. Casson (2006), p. 11.

50. Titos (2003), pp. 126 y 173, cuadro 2.26.

CUADRO 2 • Medidas de centralidad de los sectores representados en la red (%)

Etapas	1886-1913			1914-1935			1936-1959		
	Sectores	Empresas	G. C.	G. I.	Empresas	G. C.	G. I.	Empresas	G. C.
Agropecuario	2,7	2,5	0,0	3,5	3,9	4,7	10,5	13,3	11,9
Electricidad	8,5	13,4	18,6	7,6	7,8	10,3	1,6	1,4	1,8
Industria (Total)	41,4	46,6	35,4	41,6	47,7	38,7	43,4	40,1	42,1
Alimentación	17,5	19,9	18,6	16,5	15,5	14,3	21,9	18,6	11,9
Química	3,8	4,2	0,8	4,5	6,9	2,7	5,4	5,1	11,9
Minerales y metálicas	11,7	12,6	8,1	11,4	15,2	10,4	4,1	3,8	4,2
Maquinaria	2,7	5,4	4,2	3,1	4,1	3,4	3,4	4,6	8,7
Otras industrias	5,6	4,5	3,7	6,1	6,0	7,9	8,6	8,0	5,4
Servicios (Total)	44,8	31,6	37,8	44,3	36,6	38,1	35,2	34,0	32,1
Servicios comerciales	28,2	15,8	13,2	24,7	17,1	17,3	13,7	10,3	7,6
Banca y seguros	1,4	1,1	0,4	1,43	1,6	1,8	2,2	2,8	5,0
Otros servicios	15,2	14,7	24,2	18,2	17,9	19,0	19,3	20,9	19,5
Construcción	2,6	5,8	8,1	3,1	3,3	8,4	9,3	11,3	11,9
Total	100	100	100	100	100	100	100	100	100

G. C.: Grado de centralidad; G. I.: Grado de intermediación.

Fuente: Elaboración propia, véase cuadro 1.

Debido a la información que manejaba y a su capacidad de movilizar recursos financieros, la red Miñón participó en otro tipo de negocios, como en la empresa de aguas y alcantarillado de Andújar, que le servirían de conexión con otros grupos de empresarios de la provincia que actuaban en distintas poblaciones, en particular en la cuenca minera de Linares-La Carolina.

Volviendo al análisis agregado, la importancia de los sectores económicos en los que tomaron parte las redes de creación de empresas se descubre empleando dos medidas estadísticas (cuadro 2). El grado de centralidad (*degree*) ofrece información sobre el número de relaciones que mantuvo un sector con los demás; y el grado de intermediación (*betweenness*) se refiere a la capacidad de un sector de hacer de nexo entre otros dos.⁵¹

En el cuadro se aprecia cómo la centralidad de un sector no es necesariamente proporcional a su participación en la red: en los dos primeros cortes, la centralidad del sector eléctrico fue muy superior a su representación; lo mismo ocurrió con la intermediación de la industria química, muy destacada en el último periodo.

51. El grado de centralidad se traduce también como centralidad de grado. Las medidas de centralidad, en Freeman (1978).

Precisamente en esta etapa, que comprende la fase autárquica del régimen franquista, se incrementó el peso del sector agropecuario y la industria agroalimentaria. También en este momento comenzaría el protagonismo del sector inmobiliario, que desde el principio habría mostrado unos elevados indicadores de centralidad.

Por último, se manifiesta la debilidad del sector financiero: actividades tan propicias a la participación en redes, como la banca y los seguros, apenas tuvieron importancia.⁵²

Resumiendo, actuaron en la región numerosas redes empresariales, la mayor parte de ellas interrelacionadas a lo largo de los tres cortes temporales considerados y participando en la práctica totalidad de los sectores económicos. Ahora bien, cabe plantear dos cuestiones: primera, ¿pueden identificarse las redes con un impulso empresarial endógeno o estuvieron dirigidas por foráneos? Segunda, ¿fueron los miembros de las redes cualitativamente diferentes de los empresarios que actuaron al margen de ellas?

Perfil del empresario andaluz

Para tratar de responder a las dos preguntas que cierran el apartado anterior se han estudiado algunas características de los miembros de las redes y de los promotores de empresas que no se vincularon a ellas, características como origen geográfico y socioprofesional, nivel de formación, género, edad y vinculaciones familiares y políticas.

Origen geográfico

Más arriba se ha comentado que uno de los argumentos empleado para afirmar la ausencia de espíritu empresarial ha sido la presencia de empresarios extranjeros. Hay consenso en que la minería, un sector muy destacado de la economía andaluza, estuvo «colonizada» por empresas extranjeras. También se ha debatido sobre los empresarios foráneos afincados en la región y su integración en la sociedad andaluza.

Para discernir el origen de los socios, las inscripciones registrales presentan una limitación, ya que no contemplan ni la nacionalidad ni la provincia de nacimiento, sino el domicilio en el momento de constituir la compañía.

El análisis del lugar de residencia de todos los socios que participaron en la constitución de sociedades según consta en los registros mercantiles anda-

52. La falta de instituciones de banca propias, desde la crisis de 1866 y, sobre todo, desde la creación del Banco de España en 1874, ha sido esgrimida como uno de los factores de atraso regional. Ante esta ausencia, los banqueros privados ejercieron las funciones que correspondían a los bancos. La evolución del sistema financiero andaluz, desde mediados del siglo XVIII, en Titos (2003).

luces hasta 1959 —más de 27.000 personas— sitúa el porcentaje de no residentes en la región en torno al 10% (2% residentes en el extranjero y 8% en otras regiones españolas).⁵³ De ellos, el 2% eran residentes en el extranjero, que aportaban el 11,4% del capital social inicial; el 8% de los socios residían en otras regiones españolas, y su aportación de capital equivalía al 13% del total. Esto supone que la inversión por socio foráneo, sobre todo en el caso de los extranjeros, era considerablemente mayor que la de los empresarios domiciliados en Andalucía.

En cuanto a los miembros de las redes, se han clasificado en función del número de empresas en cuya constitución tomaron parte (véase cuadro 3). Casi el 95% de los emprendedores que actuaron en las provincias andaluzas residían habitualmente en ellas, y el porcentaje se incrementaba a medida que aumentaba el número de iniciativas. El 5% restante estuvo compuesto mayoritariamente por residentes en otras provincias españolas, con un peso destacado de Madrid, seguida a mucha distancia por Vizcaya y Barcelona. La participación de residentes en el extranjero, todos en ciudades europeas, fue muy limitada.

Atendiendo al capital invertido por los miembros de las redes, en lugar de su número, el peso de los empresarios con domicilio fuera de Andalucía fue mayor, y superó el 8%. De nuevo Madrid estuvo a la cabeza de las provincias españolas y entre los domiciliados fuera de España destacaron los socios que vivían en Bélgica, Francia y Gran Bretaña. La reducida participación foránea, en comparación con las cifras obtenidas cuando se evaluaba el total de socios, parece indicar que los empresarios extranjeros que invirtieron en Andalucía no recurrieron normalmente al concurso de las redes autóctonas, salvo en casos excepcionales.

El cuadro muestra la importancia que tuvieron en las redes los socios afincados en la región, reflejando un impulso empresarial endógeno. Es cierto que en las redes no se encuentran algunas de las principales sociedades mineras o algunas compañías ferroviarias, inmersas en redes empresariales de alcance internacional o nacional. No se pretende negar el papel de actores extranjeros, sobre todo en sectores como los mencionados. Pero, dado que los miembros de las redes andaluzas movilizaron más de un tercio del capital de constitución de las sociedades,⁵⁴ y que el peso en ellas de socios y capital foráneos fue reducido, cabe preguntarse si sigue siendo válida la visión de un empresario extranjero que domina todas las facetas de la economía regional con la complicidad pasiva de los empresarios locales.

53. Existen pocos estudios que, basados en fuentes similares, permitan comparaciones con otras regiones españolas. Valdaliso (1993), p. 63, calculó que, en Vizcaya, entre 1879 y 1913, el 80% de los socios eran residentes en la provincia. Erro (1995), p. 58, obtuvo un porcentaje similar para Navarra, el 82%.

54. Las empresas creadas con participación de miembros de la red representan el 65% del capital de constitución total de la región.

CUADRO 3 - Distribución espacial de los miembros de las redes empresariales, atendiendo a su residencia (número de socios y capital estimado)

Provincia	2		3		4		≥ 5		Total	
	Socios	Capital	Socios	Capital	Socios	Capital	Socios	Capital	Socios	Capital
Andalucía	94,5	90,5	94,6	89,5	96,8	94,5	97,0	94,9	94,9	91,7
Sevilla	30,9	37,2	28,7	25,7	31,2	40,0	34,4	41,5	30,7	35,8
Cádiz	18,7	17,0	17,4	16,4	21,0	22,9	16,8	20,2	18,5	18,3
Granada	17,8	13,4	22,5	18,0	12,7	12,0	23,7	18,7	18,8	15,2
Málaga	7,9	9,2	8,9	16,4	11,5	5,7	6,9	4,4	8,4	9,5
Huelva	7,8	6,5	7,5	4,4	8,3	5,7	9,9	6,6	8,0	5,9
Córdoba	5,1	3,8	2,4	4,1	5,7	5,2	1,5	1,0	4,3	3,5
Jaén	3,8	1,4	3,8	2,0	3,2	2,3	3,1	2,0	3,7	1,8
Almería	2,5	1,9	3,5	2,6	3,2	0,8	0,8	0,4	2,6	1,6
España (sin Andalucía)	4,8	8,6	4,3	5,5	3,2	5,5	2,3	5,1	4,4	6,8
Madrid	2,5	5,1	2,1	3,5	1,9	4,8	2,3	5,1	2,3	4,7
Vizcaya	0,3	0,5	0,0	0,0	1,3	0,8	0,0	0,0	0,3	0,3
Barcelona	0,2	0,0	0,5	0,4	0,0	0,0	0,0	0,0	0,2	0,1
Otras provincias	1,9	3,0	1,6	1,7	0,0	0,0	0,0	0,0	1,5	1,7
Extranjero	0,7	1,0	1,1	5,0	0,0	0,0	0,8	0,1	0,7	1,6
Total	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100

«Número de empresas»: creadas por cada socio.

«Socios»: porcentaje de socios residentes sobre el total de la red. Capital: porcentaje del capital invertido sobre el capital total de la red.

Fuente: Elaboración propia, véase cuadro 1.

Distribución espacial

El origen de los socios y del capital de las redes permite realizar un mapa de empresariedad de Andalucía, con carácter comarcal.⁵⁵ En términos absolutos, sin considerar la población de las localidades, las primeras posiciones, tanto en socios como en aportación de capital, correspondieron a Sevilla, Granada y Málaga. Destacó la importancia del extremo occidental de Andalucía, el *hinterland* sevillano y el distrito Cádiz-Jerez. En Andalucía oriental, el vigor del área metropolitana de Granada, sobre todo a principios de siglo, dejó en un segundo lugar a la capital malagueña, cuyos grupos empresariales actuaron menos conectados con el resto de grupos de la región.

Para ponderar la participación de los municipios en las redes se han construido dos índices de intensidad reticular, resultantes de dividir el porcentaje de socios y capital sobre el total de la red entre el porcentaje de su población con respecto al total de la población de Andalucía. Los índices se han calculado para los tres cortes temporales utilizados con anterioridad: 1886-1913, 1914-1935 y 1936-1959. Tanto el relativo al número de socios como el de capital revelan que entre las veinte primeras posiciones solo se mantuvieron, en todo el periodo analizado, unas pocas localidades, entre las que se encontraron tres capitales provinciales, Sevilla, Huelva y Granada, las únicas que repitieron en los tres cortes si se considera el capital invertido. Los gráficos 4 al 6 muestran los índices de densidad reticular, en función del número de socios. Los dos primeros cortes ofrecen imágenes muy similares, y en ellos se aprecia la concentración de las redes en zonas muy concretas, como la vega de Granada, el área gaditana y el norte de Jaén.

Después de la Guerra Civil aumentó la intensidad de la red en el área más próxima a la capital sevillana, consolidándose definitivamente, al igual que en Huelva. El gráfico 6 revela también cómo se produjo un desplazamiento de las redes hacia Andalucía occidental, de acuerdo con lo que se ha llamado «sevillanización» de la economía andaluza.

¿Invirtieron los socios de las redes en lugares distintos de su domicilio habitual? Es decir, ¿existió movilidad del factor empresarial?⁵⁶ El análisis de redes, considerando la relación entre localidad de residencia de los socios y el lugar de actividad de las empresas que constituyeron, apunta a que se dio una importante movilidad del factor empresarial y a que el espacio empresarial andaluz era una realidad antes de 1913, antes de que su mercado interior es-

55. Hernández, Garrués y Martín (2003) emplearon la información registral para localizar la actividad empresarial en Andalucía, por municipios. Una reivindicación del marco comarcal, de los sistemas productivos locales y los distritos industriales para el estudio de la industrialización, en Parejo (2006b).

56. La formación del espacio empresarial andaluz ha sido analizada en otros trabajos (Garrués y Rubio, 2011 y 2012).

GRÁFICO 4 - Índice de intensidad reticular (socios), 1886-1913

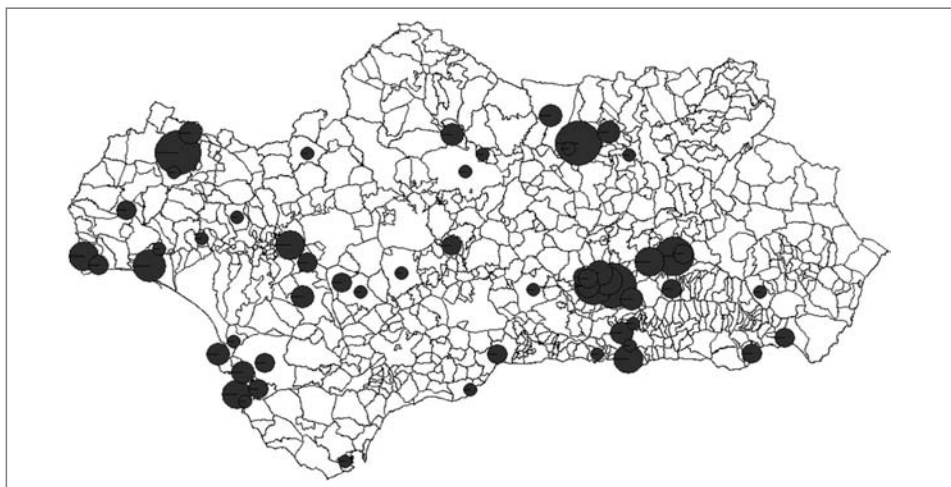
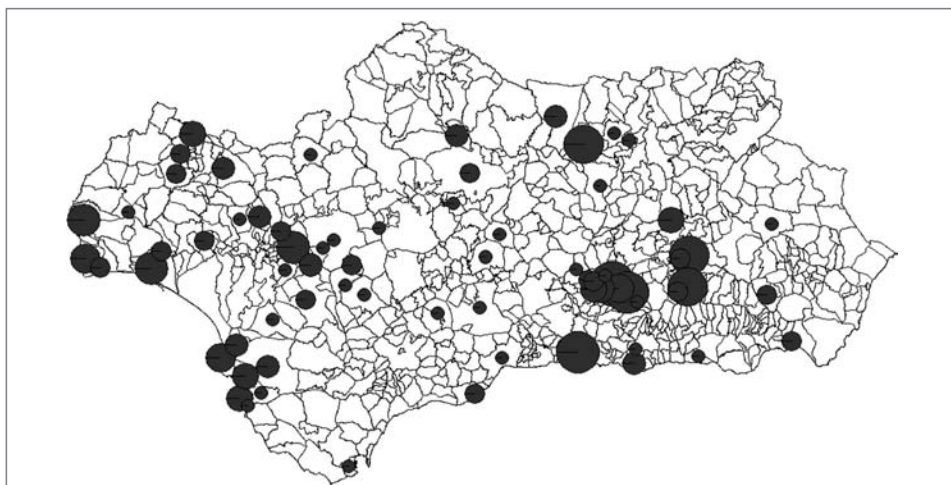


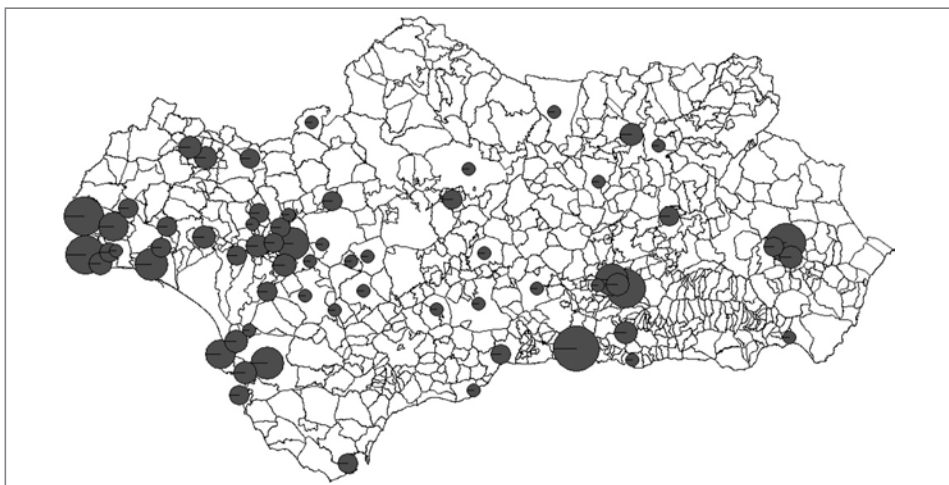
GRÁFICO 5 - Índice de intensidad reticular (socios), 1914-1935



tuviera integrado según los indicadores usuales (precios, salarios, movilidad del factor trabajo).⁵⁷ El gráfico 7 muestra una imagen agregada de todo el periodo.

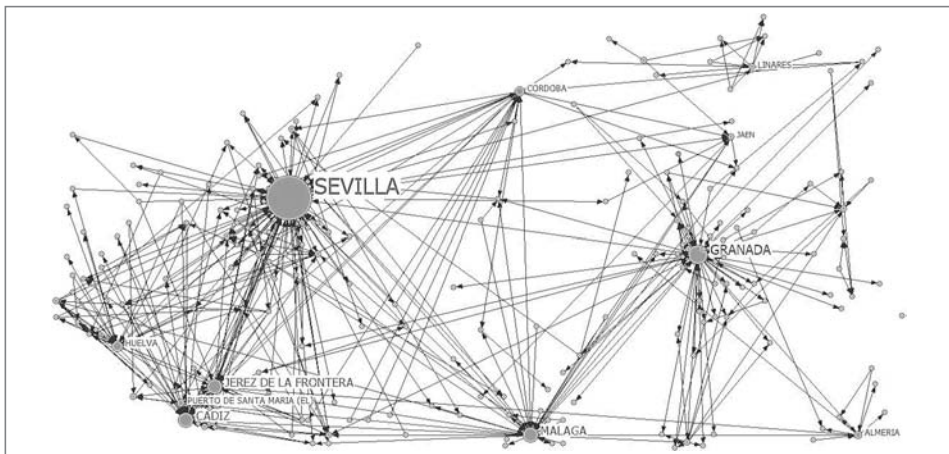
57. Véase Lizárraga Mollinedo (2003).

GRÁFICO 6 - Índice de intensidad reticular (socios), 1936-1959



Fuente: Elaboración propia, véase cuadro 1.

GRÁFICO 7 - Relaciones residencial/inversión de los miembros de las redes, 1886-1959



Fuente: Elaboración propia, véase cuadro 1.

Origen socioprofesional y formación

A la hora de registrar legalmente una nueva empresa los socios debían hacer constar su profesión. Con esta información se ha abordado el estudio de la condición socioprofesional y del grado de instrucción de los individuos que se dedicaron a la actividad empresarial.

CUADRO 4 • Estructura socioprofesional de los promotores (%)

Región	Vizcaya	Navarra	Andalucía	Andalucía (redes)
Profesión	1879-1913	1890-1913	1886-1913	1886-1913
Propietario	16,8	21	12,3	23,2
Del comercio	31,3	24	25	32,5
Abogado	5,5	4	3,1	6,8
Ingeniero	8,1	2	1,2	4,2
Industrial	5,9	5	6,3	6,8
Empleado	5,1	4	4	2,9
Médicos y farmacéuticos	2,4		1,4	2,4
Resto	24,9	40	46,7	21,5

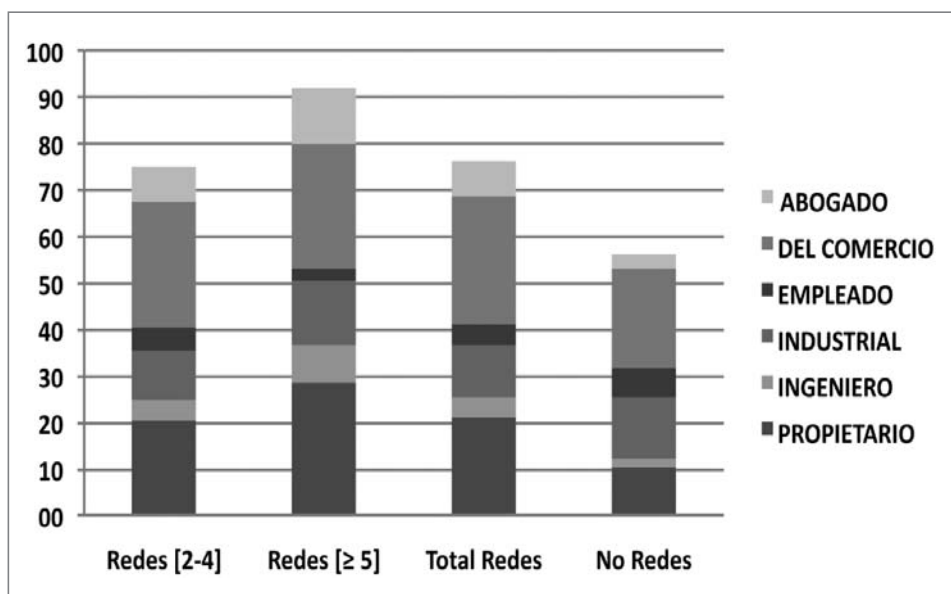
Los datos de Vizcaya y Navarra proceden de Valdaliso (1993) y Erro (1997).

Fuente: Elaboración propia, véase cuadro 1.

En el cuadro 4 se compara la condición socioprofesional de los individuos que constituyeron compañías en Andalucía, Vizcaya y Navarra, así como las de los miembros de las redes andaluzas en el periodo anterior a la Primera Guerra Mundial. Sorprende el menor porcentaje de propietarios en Andalucía, sobre todo en relación con Navarra, región con la que el resto de los valores son similares. La diferencia con respecto a Vizcaya viene marcada por el mayor peso en esta provincia de dos profesiones muy importantes en el ámbito empresarial de la época, ingenieros y abogados. La representación de estas profesiones en las redes andaluzas fue notablemente mayor que cuando se considera el total de los socios, lo que denota la mayor cualificación de los miembros de las redes, pero aun así el porcentaje de ingenieros fue casi la mitad que en el caso vizcaíno, y esto puede entenderse como un indicador de las diferencias económicas entre ambos territorios.⁵⁸

Los gráficos 8 y 9 contienen la distribución por profesiones de los socios y el capital de las empresas andaluzas. Las dos primeras columnas hacen referencia a los miembros de las redes que participaron entre dos y cuatro empresas, y a los que lo hicieron en la constitución de cinco o más, respectivamente. Las dos últimas columnas permiten comparar a los socios que formaron parte de las redes con aquellos que no lo hicieron. El gráfico 8 muestra cómo, entre los miembros de las redes, la condición socioprofesional más usual entre los empresarios fue la de comerciante o propietario; entre los fundadores de más de cinco compañías los propietarios superaron ligeramente a quienes ejer-

58. Un ejemplo conocido de los ingenieros como emprendedores es el de los fundadores de Mengemor (Bernal, 1993).

GRÁFICO 8 - Profesiones de los socios de empresas andaluzas (1886-1959)

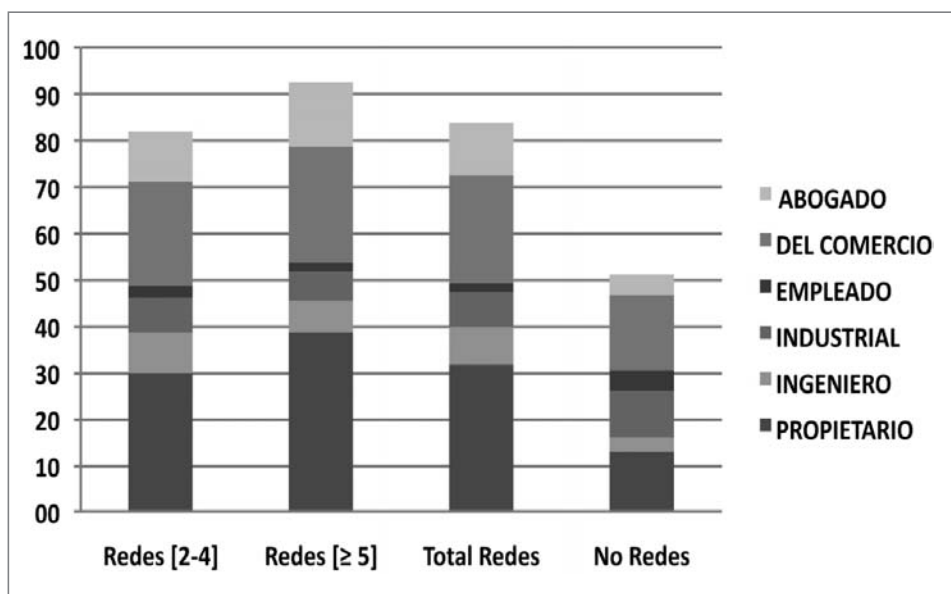
Fuente: Elaboración propia, véase cuadro 1. En el eje horizontal figuran los socios de las redes que constituyeron entre 2 y 4 empresas; los que crearon más de 5; todos los de las redes; y todos los socios de empresas que no formaron parte de las redes.

cían el comercio; entre los socios de más de cinco empresas la proporción de abogados e ingenieros también fue mayor. Al comparar a los miembros de las redes con todos los promotores que no participaron en ellas —más de 25.000 individuos— se observa que entre los primeros hubo una mayor representación de propietarios, abogados e ingenieros, mientras que entre los segundos hubo más empleados e industriales.⁵⁹

El gráfico 9 muestra la distribución del capital por profesiones. Entre los miembros de las redes que tomaron parte en más de cinco empresas, los propietarios aportaron el 40% del capital, muy por encima de los comerciantes. En las redes también fue más importante la inversión de propietarios que entre los socios ajenos a las redes. Lo mismo ocurrió con comerciantes, abogados e ingenieros.

Para estudiar el nivel de formación de los promotores de empresas la fuente utilizada pierde operatividad, ya que solo permite conocer los estudios cuando fueron declarados expresamente o cuando el ejercicio de la profesión del

59. Aunque en un periodo anterior el término industrial definía al pequeño comerciante, en el momento estudiado hace referencia a propietarios de fábricas o talleres, con independencia de su tamaño.

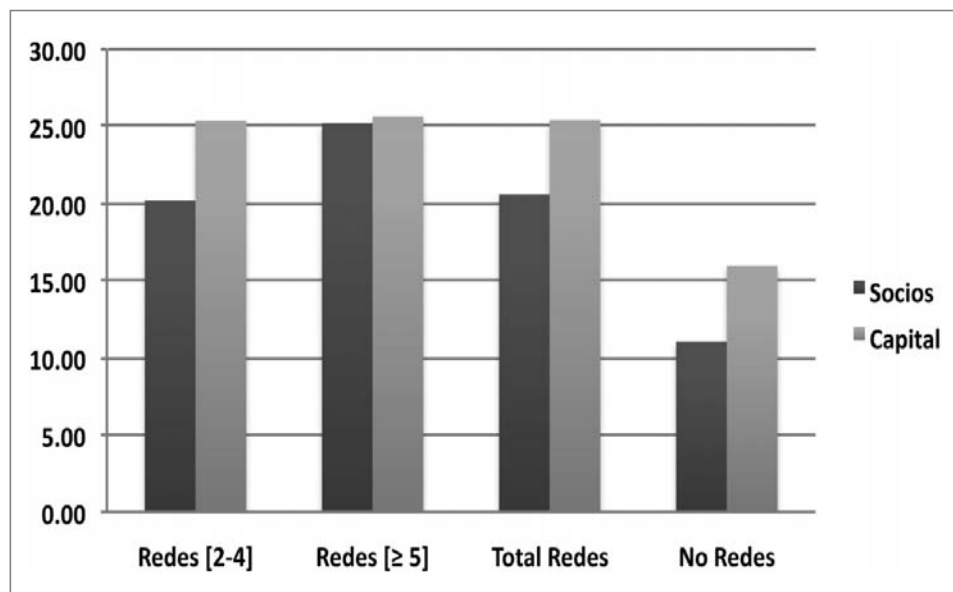
GRÁFICO 9 - *Capital aportado por profesiones a las empresas andaluzas (1886-1959)*

Fuente: Elaboración propia, véase cuadro 1. En el eje horizontal figuran los socios de las redes que constituyeron entre 2 y 4 empresas; los que crearon más de 5; todos los de las redes; y todos los socios de empresas que no formaron parte de las redes.

sujeto requería una cualificación específica. Esto supone no disponer de información de estudios medios, probablemente los más determinantes a la hora de incidir sobre el desarrollo económico.⁶⁰ En todo caso, parece que fue habitual que si el empresario estaba en posesión de un título superior lo reconociera. El gráfico 10 muestra el porcentaje de socios con formación superior —titulados universitarios y militares de carrera— siguiendo la estructura de los gráficos anteriores, para poder comparar los distintos niveles entre los miembros de las redes y con el resto del empresariado que no se encuadró en ellas.

Entre los miembros de las redes que crearon menos de cinco sociedades, aquellos que contaban con formación superior invirtieron por encima de su representación en número; cuando se observa el siguiente estrato, el de socios en más de cinco empresas, la aportación en capital de los individuos mejor formados era prácticamente la misma que les correspondía por número. Al menos el 20% de los miembros de las redes tuvieron formación superior y por encima del 25% del capital de constitución de sociedades provenía de indivi-

60. Sobre la importancia de la educación en el desarrollo económico español, Núñez (1992). La relación empresarialidad-educación, en Tortella, García-Ruiz, Ortiz Villajos y Quiroga (2008).

GRÁFICO 10 • Formación superior (socios y capital) en la creación de sociedades andaluzas

Fuente: Elaboración propia, véase cuadro 1. En el eje horizontal figuran los socios de las redes que constituyeron entre 2 y 4 empresas; los que crearon más de 5; todos los de las redes; y todos los socios de empresas que no formaron parte de las redes.

duos con este nivel de estudios. En cuanto a los socios que no estuvieron ligados a las redes, menos del 10% de ellos tenían instrucción superior, aunque su aportación en capital superaba el 15%. En todo caso, los porcentajes fueron notablemente inferiores a los de las redes —más de diez puntos—, lo cual puede interpretarse como que en ellas eran más valoradas las capacidades otorgadas por un mayor grado de formación.

La carrera universitaria más habitual entre los empresarios fue la de derecho; en segundo lugar, los estudios en medicina o farmacia; en tercer lugar, las ingenierías. Más reducida fue la participación de militares de carrera, arquitectos, químicos y otros titulados. Pero, con la excepción de médicos y farmacéuticos, muy activos en la creación de sociedades, cada una de las restantes titulaciones universitarias prácticamente dobló su porcentaje entre los miembros de las redes con respecto a los empresarios que no formaron parte de aquellas. Una muestra más del mayor nivel de formación relativo de los socios de las redes.

Género y edad

La documentación sobre constitución de sociedades ofrece más información acerca de los empresarios. A partir del nombre del socio se deduce su gé-

nero y, en ocasiones, figura la edad que tenía en el momento de llevar a cabo la inscripción de la empresa en el registro.

En lo referente al género, dado el contexto jurídico y social de la época, que relegaba a la mujer a un plano secundario, es evidente que la mayor parte de los socios tenían que ser hombres. Entre los miembros de las redes, menos del 4% fueron mujeres, y de ellas tan solo en diez casos participaron en la creación de tres empresas, el resto lo hicieron en dos. Además, la mayoría de las ocasiones acompañaron a otros familiares que protagonizaron un mayor número de iniciativas, lo que hace pensar en que desempeñaron el papel de inversoras más que de empresarias, o que su participación fue debida a cuestiones legales. En ningún caso se menciona su nivel de estudios, y casi el 65% se declararon sin profesión o amas de casa. Un tercio de ellas eran propietarias y el resto, comerciantes.

Frente al 4% de féminas en las redes empresariales, entre los socios que no participaron de las redes el 9,6% fueron mujeres. De ellas, el 80% se declararon amas de casa o no señalaron su profesión; entre las restantes, la mayoría eran propietarias, aunque también hubo una representación mínima de industriales y comerciantes. Menos del 1% contaban con titulación universitaria, generalmente relacionada con distintos niveles de enseñanza.

¿Con qué edad se creaba la primera empresa? Ya se ha señalado que son contadas las ocasiones en las que figura la edad de los empresarios. Sin embargo, se ha obtenido una muestra que puede ser representativa. Para un 20% del total de los socios que constan en los registros mercantiles y el mismo porcentaje con respecto a los miembros de las redes se ha hallado el año de nacimiento y se ha calculado la edad que tenían en la primera de sus inscripciones registrales. En ambos casos, la media se situó en torno a los treinta y seis años, ligeramente inferior para los socios de las redes.⁶¹

Otras características. Relaciones familiares y poder político

Las relaciones familiares han sido muy importantes en la articulación de los grupos empresariales.⁶² Entre los socios que formaron las redes andaluzas se ha detectado que casi un 40% estaban unidos entre sí por vínculos de parentesco directo (padres, hijos, hermanos y primos hermanos), porcentaje que aumenta hasta el 60% entre los promotores de más de cinco empresas.

Otra cuestión interesante al hablar de los empresarios, muy ligada a la naturaleza de las redes, es la de su proximidad al poder político. Desde la so-

61. Se trata de una aproximación: hubo socios, sobre todo en los primeros años de funcionamiento del registro mercantil, que ya tenían a sus espaldas una dilatada carrera empresarial. Otro tanto ocurre con los promotores que llegaron desde otras regiones o países. Esto hace que la edad media obtenida sea superior a la real.

62. La importancia de la empresa familiar en la historia económica en Fernández Pérez (2003) y Colli y Fernández (2013).

CUADRO 5 - Socios y políticos

N.º de empresas creadas	2 y 3	4	≥ 5
Diputados	30	16	14
Socios de redes	1.473	156	130
% diputados	2,0	10,3	10,8

Fuente: Elaboración propia, véase cuadro 1.

ciología se ha prestado especial atención a las relaciones entre economía y política, para identificar a la élite dirigente⁶³ y son numerosos los trabajos que, con este propósito, han estudiado las coincidencias entre directivos de empresas y cargos políticos.⁶⁴ En el caso andaluz, aunque aún es pronto para emitir un juicio, se ha realizado un primer acercamiento, observando qué proporción de miembros de las redes fueron al mismo tiempo parlamentarios⁶⁵ (cuadro 5).

Aunque apenas supusieron un 4% de la red, a partir de la participación en cuatro empresas su presencia fue mayor, lo que puede ser un indicio de la identificación entre élite económica y política.⁶⁶

Conclusiones

Explicar el atraso de una región como Andalucía recurriendo al tópico de la falta de mentalidad empresarial de sus gentes carece de sentido. El desempeño económico depende de numerosos factores y el empresario, aunque debe ser tenido en cuenta, no es más que uno de ellos. Variables institucionales, formales e informales, inciden tanto en la evolución macroeconómica como en la oferta y en la calidad de los empresarios. La sociedad andaluza se caracterizaba por la desigual distribución de la renta y de la riqueza, así como por los bajos niveles de alfabetización de la mayor parte de su población. Con estos condicionamientos era complicado que el empresariado autóctono pudiera explotar las oportunidades que la dotación de recursos naturales de la región ofrecía de cara a la Segunda Revolución Industrial. Sin embargo, el análisis de redes sociales ha mostrado que entre 1886 y 1959 existieron grupos y redes

63. Useem (1984).

64. Ghita, Cuyvers y Deloof (2009). Para España, Baena (2002).

65. Hay que tener presente que, entre 1886 y 1959, el funcionamiento del Congreso de los Diputados dista mucho del propio de un sistema parlamentario, si se exceptúa el breve periodo republicano (1931-1936).

66. En la élite empresarial española, el porcentaje de parlamentarios sobre los consejeros comunes de las mayores sociedades osciló entre 35 y 24% para los años 1917-1948 (Rubio y Garrués, 2012, p. 26).

de promoción empresarial que actuaron en casi todos los sectores económicos, constituyendo un impulso endógeno al desarrollo regional.

Los grupos y redes se dedicaron principalmente a la actividad comercial y la agroindustria. Junto a estos sectores, también tuvieron un papel destacado en la industria minera y de transformación de productos metálicos, al menos hasta 1935. A partir de esa fecha los grupos empresariales se centraron en el sector agrario y la industria agroalimentaria y la construcción. Desde el punto de vista espacial, se localizaron en un número limitado de poblaciones y sus áreas de influencia, destacando Sevilla, Huelva y Granada, así como la zona de la bahía gaditana y Jerez. Tras la Guerra Civil, las redes se fueron desplazando hacia Andalucía occidental y disminuyó notablemente su peso en la parte oriental.

Si la empresarialidad radica en los grupos y en la cooperación más que en los individuos aislados, como plantea una corriente de la teoría económica actual, los miembros de las redes deben presentar unos rasgos distintivos frente a los demás empresarios. El análisis de la información contenida en las escrituras registrales ha mostrado que en las redes la participación de la clase propietaria fue más importante que entre los empresarios que no se vincularon a ellas. El papel tan destacado de los propietarios en las redes, que —como se ha dicho— controlaron las principales actividades económicas al margen de la gran minería internacional, contrasta con el tópico del inmovilismo de los poseedores de tierras, solo preocupados por sus rentas agrarias. Junto a ellos, hubo entre los empresarios numerosos hombres del comercio, más representados en número que en capital invertido, tanto en las redes como fuera de estas.

La principal diferencia entre los miembros de las redes y los promotores ajenos a ellas fue que aquellos presentaron unas más altas tasas de formación superior. Especialmente significativa fue la desproporción a favor de las redes en el caso de titulaciones como derecho o ingeniería, pero también en arquitectura, química o las relacionadas con la actividad mercantil.

Si el marco legal y el sistema de valores concedieron pocas oportunidades a las mujeres, su participación en las redes fue aún más reducida, lo que indica que en la élite empresarial desempeñaron el papel de simples inversoras, seguramente dentro de estrategias familiares.

Dado que se trata de una investigación en curso, otras características de los miembros de las redes apenas se han apuntado. Las redes forman parte de otras redes, y en estas páginas se han explorado las conexiones de unas redes empresariales con otras. Pero para entender el funcionamiento del sistema empresarial hay que relacionar las redes de promotores con su entorno, y esto implica no solo a las sociedades ya existentes, ni a otros tipos de explotaciones económicas, sino a otras redes sociales, familiares y políticas, que trascendieron el territorio andaluz. Aunque en este sentido apenas se ha avanzado, se ha constatado el elevado componente familiar en los grupos detectados y la proximidad al poder político de sus miembros más destacados.

BIBLIOGRAFÍA

- ÁLVAREZ PANTOJA, María J. (1977), «Nathan Wetherell, un industrial inglés en la Sevilla del Antiguo Régimen», *Moneda y Crédito*, 143, pp. 133-191.
- ÁLVARO, Adoración (2007), «Redes empresariales, inversión directa extranjera y monopolio: el caso de Telefónica, 1924-1965», *Revista de Historia Industrial*, 34, pp. 56-96.
- AMATORI, Franco (2009), «Business History: State of the Art and Controversies», *Revista de Historia Industrial*, 39, 1, pp. 17-36.
- BADIA MIRÓ, Marc, BLASCO, Yolanda, LOZANO, Sergi, y SOLER, Raimon (2010), «Centrality and investment strategies at the beginning of industrialisation in mid-nineteenth-century, Catalonia», *Business History*, 52, pp. 493-515.
- BAENA DEL ALCÁZAR, Mariano (2002), «On the Nature of Power: An Examination of the Governing Elite and Institutional Power in Spain, 1939-1992», *Public Administration*, 80, pp. 323-338.
- BERNAL, Antonio M. (1984), «Desarrollo económico y desequilibrio regional en Andalucía: la incidencia del sector agrícola», *Revista de Estudios Regionales*, 2, pp. 15-30.
- (1993), «Ingenieros-empresarios en el desarrollo del sector eléctrico español: Mengemor, 1904-1951», *Revista de Historia Industrial*, 3, pp. 93-126.
- BERNAL, Antonio M., FLORENCIO PUNTAS, Antonio, y MARTÍNEZ RUIZ, José I. (2010), *El Empresariado Andaluz, en Perspectiva Histórica*, Sevilla, Escuela Andaluza de Economía.
- BERNAL, Antonio M., y PAREJO, Antonio (2001), «La economía andaluza: atraso y frágil vertebración», en L. GERMÁN, E. LLOPIS, J. MALUQUER DE MOTES y S. ZAPATA (eds.), *Historia Económica Regional de España. Siglos XIX y XX*, Barcelona, Crítica, pp. 299-330.
- CARRERAS, Albert, y TAFUNELL, Xavier (1993), «La gran empresa en España (1917-1974). Una primera aproximación», *Revista de Historia Industrial*, 3, pp. 127-175.
- CASSON, Mark (1982), *The Entrepreneur: An Economic Theory*, Oxford, Martin Robertson.
- (1993), «Entrepreneurship and Business Culture», en J. BROWN y M. B. ROSE (eds.), *Entrepreneurship, Networks and Modern Business*, Manchester, Manchester University Press, pp. 30-54.
- (1998), «Entrepreneurial networks: a theoretical perspective», en Clara E. NÚÑEZ (ed.), *Entrepreneurial Networks and business culture*, Sevilla, Universidad de Sevilla, pp. 13-28.
- (2006), «Networks: A New Paradigm in International Business?», documento presentado en el XIVth International Economic History Congress, Helsinki.
- (2010), *Entrepreneurship. Theory, Networks, History*, Cheltenham, Edward Elgar Publishing.
- CASSON, Mark, y DELLA GIUSTA, Marina (2007), «Entrepreneurship and Social Capital. Analysing the Impact of Social Networks on Entrepreneurial Activity from a Rational Perspective», *International Small Business Journal*, 25, pp. 220-244.
- CASTEJÓN MONTIJANO, Rafael (1977), *Génesis y desarrollo de una sociedad mercantil e industrial en Andalucía: la Casa Carbonell de Córdoba (1866-1918)*, Córdoba, Monte de Piedad y Caja de Ahorros de Córdoba.

- CHANDLER, Alfred (1977), *The Visible Hand. The Managerial Revolution in American Business*, Cambridge, Harvard University Press.
- COASE, Ronald H. (1937), «The Nature of the Firm», *Economía*, 4, pp. 386-405.
- (1960), «The Problem of Social Cost», *The Journal of Law & Economics*, 3, pp. 1-44.
- COLLI, Andrea, y FERNÁNDEZ PÉREZ, Paloma (2013), «History of Family Firms», en L. MELIN, M. NORDQVIST y P. SHARMA (eds.), *The Sage Handbook of Family Business*, Londres, Sage.
- COLPAN, Asli, HIKINO, Takashi, y LINCOLN, James (2010), *The Oxford Handbook of Business Groups*, Oxford, Oxford University Press.
- DAVID, Thomas, GINALSKI, Stéphanie, MACH, André, y REBMANN, Frédéric (2009), «Networks of coordination: Swiss business associations as an intermediary between business, politics and administration during the 20th century», *Business and Politics*, 11, pp. 1-38.
- DAVIDSSON, Per, y WIKLUND, Johan (2001), «Levels of analysis in entrepreneurial research: Current research practice and suggestions for the future», *Entrepreneurship Theory and Practice*, 25, pp. 81-100.
- DE LA TORRE, Joseba (2005), «Instituciones, empresarios y mercado: la industrialización de Navarra bajo el franquismo», *Revista de Historia Industrial*, 27, pp. 121-161.
- DELGADO CABEZA, Manuel (1981), *Dependencia y marginación de la economía andaluza*, Córdoba, Caja de Ahorros de Córdoba.
- DÍAZ MORLÁN, Pablo (2009), *Capitalistas y empresarios. El mercado de la función empresarial*, Alicante, Universidad de Alicante.
- ERRO GASCA, Carmen (1995), *Creación de sociedades mercantiles y formación de capital en Navarra, 1830-1910*, Fundación Universidad Empresa, Documento de Trabajo 9506.
- (1997), *Promoción empresarial y cambio económico en Navarra, 1830-1913*, Pamplona, Cámara Navarra de Comercio e Industria.
- (2003), «Actividad empresarial y asociación mercantil. Algunas reflexiones sobre Navarra», en M. MARTÍN RODRÍGUEZ, J. GARRUÉS IRURZUN y S. HERNÁNDEZ ARMENTEROS (dirs.), *El Registro Mercantil: una fuente para la historia económica*, Granada, Universidad de Granada, pp. 193-212.
- FELIS-ROTA, Marta (2011), «Un paseo por la literatura sobre capital social desde una perspectiva económica», *Revista de Historia Económica*, 29, 3, pp. 461-475.
- FERNÁNDEZ PÉREZ, Paloma (2003), «Reinstalando a la empresa familiar en la Economía y la Historia Económica. Una aproximación», *Cuadernos de Economía y Dirección de la Empresa*, 17, pp. 45-66.
- FREEMAN, Linton (1978), «Centrality in Social Networks. Conceptual clarification», *Social Networks*, 1, pp. 215-239.
- GARCÍA MONTORO, Cristóbal (1978), *Málaga en los comienzos de la industrialización: Manuel Agustín Heredia (1786-1846)*, Córdoba, Universidad de Córdoba.
- GARCÍA-RUIZ, José L., y TONINELLI, Pier A. (eds.) (2011), *The Determinants of Entrepreneurship: Leadership, Culture and Institutions*, Londres, Pickering and Chatto.

- GARCÍA-ZÚÑIGA, Mario (2009), «El desarrollo antes del desarrollismo. La industrialización de Álava», *Revista de Historia Industrial*, 41, pp. 91-124.
- GARRUÉS IRURZUN, Josean, y RUBIO MONDÉJAR, Juan A. (2011), «Redes empresariales e integración económica regional en perspectiva histórica: el caso de Andalucía», Documentos de trabajo de la Facultad de Ciencias Económicas de la Universidad de Granada, FEG-WP 4/11.
- (2012), «La formación del espacio empresarial andaluz: 1857-1959», *Scripta Nova. Revista electrónica de geografía y ciencias sociales*, xvi, 404.
- GERMÁN ZUBERO, Luis (1981), «Evolución de la formación de capital en Aragón (1886-1977)», *Cuadernos Aragoneses de Economía*, 5, pp. 197-210.
- (2003), «Grupos empresariales regionales en el proceso de industrialización español durante la primera mitad del siglo XX. El caso de Aragón», en M. MARTÍN RODRÍGUEZ, J. GARRUÉS IRURZUN y S. HERNÁNDEZ ARMENTEROS (dirs.), *El Registro Mercantil: una fuente para la historia económica*, Granada, Universidad de Granada, pp. 213-238.
- GHITA, Mihaela L., CUYVERS, Ludo, y DELOOF, Marc (2009), *Business Elites, Political Connections, and Economic Entrenchment Evidence from Belgium 1858-1909*, Working Paper, Universiteit Antwerpen.
- GÓMEZ OLIVER, Miguel, y GONZÁLEZ DE MOLINA, Manuel (1999), «Por una nueva interpretación de la historia de Andalucía», *Ayer*, 36, pp. 131-144.
- GONZÁLEZ DE MOLINA, Manuel (ed.) (2000), *La historia de Andalucía a debate*, Barcelona, Anthropos.
- GRANOVETTER, Mark (1992), «Economic Institutions as Social Constructions: A Framework for Analysis», *Acta Sociologica*, 35, pp. 3-11.
- (1995), «Coase Revisited: Business Groups in The Modern Economy», *Industrial and Corporate Change*, 4, pp. 93-130.
- HERNÁNDEZ ARMENTEROS, Salvador (1999), *El crecimiento económico en una región atrásada: Jaén, 1850-1930*, Jaén, Instituto de Estudios Giennenses.
- HERNÁNDEZ, Salvador, GARRUÉS, Josean, y MARTÍN, Manuel (2003), «Una aproximación a la localización de la actividad económica en Andalucía en el largo plazo, 1886-1959», en M. MARTÍN RODRÍGUEZ, J. GARRUÉS IRURZUN y S. HERNÁNDEZ ARMENTEROS (dirs.), *El Registro Mercantil: una fuente para la historia económica*, Granada, Universidad de Granada, pp. 141-173.
- HOPNER, Martin, y KREMPEL, Lothar (2003), *The politics of the German company network*, Max Planck Institute Working Paper 2003-9.
- JIMÉNEZ BLANCO, José I. (1986), *La producción agraria de Andalucía Oriental, 1874-1914*, Madrid, Universidad Complutense.
- (2012), *Las raíces agrarias del crecimiento económico andaluz y el grupo Larios (1800-1936)*, DT-Asociación Española de Historia Económica, n.º 1203.
- JIMÉNEZ QUINTERO, José A. (1977), «El triángulo financiero Larios-Heredia-Loring», *Jábega*, 19, pp. 35-46.
- JONES, Geoffrey y Wadhvani, Daniel (2006), *Entrepreneurship and Business History: Renewing the Research Agenda*, Harvard Business School Working Papers Collection, 07-007.

- KIRZNER, Israel (1973), *Competition and Entrepreneurship*, Chicago, University of Chicago Press.
- (1997), «Entrepreneurial Discovery and the Competitive Market Process: An Austrian Approach», *Journal of Economic Literature*, 35, pp. 60-85.
- KNIGHT, Frank (1921), *Risk, Uncertainty and Profits*, Boston, Houghton Mifflin Co.
- LEFF, Nathaniel H. (1978), «Industrial Organization and Entrepreneurship in Developing Countries: The Economic Groups», *Economic Development and Cultural Change*, 26, pp. 661-675.
- LINDOSO TATO, Elvira (1999), *Empresas y empresarios en La Coruña, 1830-1914*, Fundación Empresa Pública, Documento de Trabajo 9905.
- (2003), «El Registro Mercantil de la Coruña: una fuente para la historia empresarial decimonónica», en M. MARTÍN RODRÍGUEZ, J. GARRUÉS IRURZUN y S. HERNÁNDEZ ARMENTEROS (dirs.), *El Registro Mercantil: una fuente para la historia económica*, Granada, Universidad de Granada, pp. 31-52.
- (2006), *Los pioneros gallegos: base del desarrollo empresarial (1820-1913)*, Madrid, Lid.
- LIZARRAGA MOLLINEDO, Carmen (2003), *La formación del espacio económico andaluz*, Granada, Universidad de Granada.
- MARTÍN RODRÍGUEZ, Manuel (1982), *Azúcar y descolonización. Origen y desenlace de una crisis agraria en la Vega de Granada. El Ingenio de San Juan, 1882-1904*, Granada, Instituto de Desarrollo Regional.
- MARTÍN RODRÍGUEZ, Manuel, GARRUÉS IRURZUN, Josean, y HERNÁNDEZ ARMENTEROS, Salvador (1999), «Formación de capital en Andalucía, 1886-1959», *Boletín Económico de Andalucía*, 25, pp. 339-357.
- (2003), *El Registro Mercantil: una fuente para la historia económica*, Granada, Universidad de Granada.
- MIZRUCHI, Mark (1982), *The American Corporate Network: 1904-1974*, Beverly Hills, Sage.
- (1996), «What do interlocks do? An analysis, critique, and assessment of research on Interlocking Directorates», *Annual Review of Sociology*, 22, pp. 271-298.
- MONTAÑÉS PRIMICIA, Enrique (2000), *La empresa exportadora del Jerez. Historia Económica de González Byass, 1835-1885*, Jerez de la Frontera, Universidad de Cádiz.
- MORILLA CRITZ, José (1978a), *Gran capital y crecimiento económico en Andalucía. Banca y ferrocarriles en Málaga en el siglo XIX*, Córdoba, Universidad de Córdoba.
- (1978b), «La teoría de la dependencia económica en el estudio del siglo XIX andaluz», *Gibralfaro*, 29, pp. 79-97.
- MUSSACCHIO, Aldo, y READ, Ian (2007), «Bankers, industrialist and their cliques: elite networks in Mexico and Brazil during early industrialization», *Enterprise and Society*, 8, pp. 842-880.
- NADAL, Jordi (1972), «Industrialización y desindustrialización del Sureste español, 1817-1913», *Moneda y Crédito*, 12, pp. 3-80.

- (1984), «Los dos abortos de la revolución industrial en Andalucía», en A. DOMÍNGUEZ ORTIZ (dir.), *Historia de Andalucía. Tomo VI: La Andalucía liberal (1778-1868)*, Barcelona, Cupsa-Planeta.
- NORTH, Douglass (2005), *Understanding the Process of Economic Change*, Princeton, Princeton University Press.
- NÚÑEZ, Clara E. (1992), *La fuente de la riqueza. Educación y desarrollo económico en la España Contemporánea*, Madrid, Alianza.
- OTTOSON, Jan (1997), «Interlocking Directorates in Swedish Big Business in the Early 20th Century», *Acta Sociologica*, 40, pp. 51-73.
- PALACIOS BAÑUELOS, Luis (1996), «El empresariado andaluz: aproximación a su estudio, estado de la cuestión y líneas metodológicas», en *Actas del II Congreso de Historia de Andalucía, Córdoba 1991*, Córdoba, Consejería de Cultura de la Junta de Andalucía, pp. 7-19.
- PAREJO BARRANCO, Antonio (1987), *Industria dispersa e industrialización en Andalucía: el textil antequerano, 1750-1900*, Málaga, Universidad de Málaga.
- (1990), *Málaga y los Larios. Capitalismo Industrial y Atraso Económico (1875-1914)*, Málaga, Editorial Arguval.
- (2006a), «Empresa y empresarios en Andalucía. Una perspectiva histórica (finales del siglo XVIII-comienzos del siglo XXI)», en J. L. GARCÍA RUIZ y C. MANERA ERBINA, *Historia Empresarial de España. Un enfoque en profundidad*, Madrid, Lid.
- (2006b), «De la región a la ciudad. Hacia un nuevo enfoque de la historia industrial española contemporánea», *Revista de Historia Industrial*, 30, año xv, pp. 53-102.
- (2009), *Historia Económica de Andalucía Contemporánea*, Madrid, Síntesis.
- (2011a), «La modernización económica de la Andalucía del Guadalquivir: una visión a largo plazo (1778-2007)», *Historia Contemporánea*, 42, pp. 149-185.
- (coord.) (2011b), *Cien empresarios andaluces*, Madrid, Lid.
- PUTNAM, Robert (1993), *Making Democracy Work: Civic Traditions in Italy*, Princeton, Princeton University Press.
- RINALDI, Alberto, y VASTA, Michelangelo (2005), «The structure of Italian capitalism, 1952-1972: new evidence using the interlocking directorates technique», *Financial History Review*, 12, 2, pp. 173-198.
- (2008), «The Italian Corporate Network, 1952-1983: New Evidence Using the Interlocking Directorates Technique», Working paper, Center for Economic Research.
- RUBIO MONDÉJAR, Juan A. (2010), *Formación de capital y ciclos económicos: constitución de sociedades en España*, Proyecto de Máster (inédito), Barcelona, Universidad de Barcelona.
- RUBIO MONDÉJAR, J. A., y GARRUÉS IRURZUN, J. (2012), «Estructura corporativa e *interlocking directorates* en las mayores empresas españolas, 1917-1970», Documentos de trabajo de la Facultad de Ciencias Económicas de la Universidad de Granada, FEG-WP 1/12.
- SANTOS REDONDO, Manuel (1997), *Los economistas y la empresa. Empresa y empresario en la historia del pensamiento económico*, Madrid, Alianza.

- SHANE, Scott (2003), *A General Theory of Entrepreneurship. The Individual- Opportunity Nexus*, Cheltenham, Edward Elgar.
- SHANE, Scott, y VENKATARAMAN, Sankaran (2000), «The Promise of Entrepreneurship as a Field of Research», *Academy of Management Review*, 25, pp. 217-226.
- SCHUMPETER, Joseph A. [1911] (1959), *The Theory of Economic Development. An Inquiry into Profits, Capital, Credit, Interest, and the Business Cycles*, Cambridge, Harvard University Press.
- SUDRIA, Carles (1995), «El desarrollo de la España contemporánea. Historia económica de los siglos XIX y XX», *Revista de Economía Aplicada*, 9, pp. 171-176.
- TEDDE DE LORCA, Pedro (1985), «Sobre los orígenes históricos del subdesarrollo andaluz: algunas hipótesis», en Nicolás SÁNCHEZ-ALBORNOZ (coord.), *La modernización económica de España, 1830-1930*, Madrid, Alianza, Madrid, pp. 299-318.
- TITOS MARTÍNEZ, Manuel (2003), *El sistema financiero en Andalucía. Tres siglos de historia (1740-2000)*, Sevilla, Instituto de Estadística de Andalucía.
- TORTELLA, Gabriel (1994), *El desarrollo económico de la España contemporánea. Historia Económica de los siglos XIX y XX*, Madrid, Alianza.
- (1996), «La iniciativa empresarial, factor escaso en la España contemporánea», en F. COMÍN y P. MARTÍN ACEÑA (eds.), *La empresa en la Historia de España*, Madrid, Civitas, pp. 49-60.
- TORTELLA, Gabriel, GARCÍA RUIZ, José L., ORTIZ VILLAJOS, José M., y QUIROGA, Gloria (2008), *Educación, instituciones y empresa. Los determinantes del espíritu empresarial*, Madrid, Academia Europea de Ciencias y Artes.
- USEEM, Michael (1984), *The Inner Circle*, Nueva York, Oxford University Press.
- VALDALISO GAGO, Jesús M. (1988), «Grupos empresariales e inversión de capital en Vizcaya, 1886-1913», *Revista de Historia Económica*, 1, pp. 11-40.
- (1993), «Los orígenes del capital invertido en la industrialización de Vizcaya, 1879-1913», *Revista de Historia Industrial*, 4, pp. 159-172.
- (2005), «El espíritu emprendedor en España: un análisis histórico», en Miguel A. SASTRE CASTILLO (coord.), *La empresa y el espíritu emprendedor de los jóvenes*, Madrid, Ministerio de Educación y Ciencia, pp. 115-145.
- VALDALISO, Jesús M., y LÓPEZ, Santiago (2007), *Historia económica de la empresa*, Barcelona, Crítica.
- VASTA, Michelangelo, y BACCINI, Alberto (1997), «Banks and industry in Italy, 1911-36: new evidence using the interlocking directorates technique», *Financial History Review*, 4, pp. 139-159.
- WHITTINGTON, Richard (2008), «Alfred Chandler, Founder of Strategy: Lost Tradition and Renewed Inspiration», *Business History Review*, 82, 2, pp. 267-277.
- WILLIAMSON, Oliver E. (1981), «The Economics of Organization: The Transaction Cost Approach», *American Journal of Sociology*, 87, pp. 548-577.
- WINDOLF, Paul (2009), «Coordination and control in corporate networks: United States and Germany in comparison, 1896-1938», *European Sociological Review*, 25, pp. 443-457.

WOOLCOCK, Michael, y NARAYAN, Deepa (2000), «Social Capital: Implications for Development Theory, Research, and Policy», *World Bank Research Observer*, 15, pp. 225-249.

ZAPATA BLANCO, Santiago (1986), *La producción agraria de Extremadura y Andalucía occidental, 1875-1935*, Madrid, Universidad Complutense.

ZAMBRANA PINEDA, Juan F. (1987), *Crisis y modernización del olivar español*, Madrid, Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación.



Entrepreneurs and business networks in contemporary Andalusia

ABSTRACT

In recent years there has been renewed interest toward the entrepreneur and its role in economic development. In the case of Spain, but especially in the less developed regions such as Andalusia, the entrepreneur has been identified as responsible for economic backwardness. This paper is an approach to the long-term study of Andalusian entrepreneurship. We have applied the methodology of social network analysis to the documentation of incorporation contained in official records between the years 1886 and 1959. This has verified the presence of major business creation networks acting in all productive sectors of the region, constituting an endogenous entrepreneurial drive regardless of the actions of entrepreneurs and foreign companies. The study of the personal characteristics of network members and their comparison with those of employers who did not participate in them suggests that the networks included the most dynamic entrepreneurs. Among network members was an important presence of owners and college graduation, specially law graduates and engineers. It has also identified the importance of family ties in the configuration of business networks.

KEYWORDS: Entrepreneurship and Social Networking, Business History, Regional Studies, Andalusia

JEL CODES: M13, Z13, N94



Empresarios y redes empresariales en la Andalucía contemporánea

RESUMEN

En los últimos años la contribución del empresario al crecimiento económico se ha convertido en un tema de actualidad para la historia empresarial. En España en general, pero sobre todo en las regiones menos desarrolladas, como es el caso de Andalucía, se ha señalado al empresario como responsable de la situación de atraso relativo. En este trabajo se ha aplicado la metodología del análisis de redes sociales a la información contenida en las escrituras de constitución de sociedades de los registros mercantiles andaluces entre 1886 y 1959. Así se ha verificado la presencia de significativas redes de creación de empresas que actuaron en la mayoría de los sectores productivos de la región, constituyendo un impulso empresarial endógeno al margen de la actuación de empresarios y compañías extranjeras. El estudio de las características personales de los miembros de las redes y su comparación con las de los promotores que no participaron en ellas apunta a que las redes agruparon a los empresarios andaluces más dinámicos, con una activa presencia de la clase propietaria, así como de titulados universitarios, entre los que destacaron titulados en derecho e ingenieros. Además, se ha detectado la importancia de los lazos familiares en la configuración de las redes empresariales.

PALABRAS CLAVE: empresariedad y redes sociales, Historia Empresarial, Estudios Regionales, Andalucía

CÓDIGOS JEL: M13, Z13, N94