

Josep San Ruperto Albert, *Emprenedors transnacionals. Les trajectòries econòmiques i d'ascens social dels Cernezzì i Odescalchi a la Mediterrània Occidental (ca. 1590-1689)*, Barcelona, Fundació Noguera, 2019. 424 pp. ISBN: 978-84-1303-089-0

ALFREDO CHAMORRO ESTEBAN*

Universitat de Barcelona

El libro *Emprenedors transnacionals* de Josep San Ruperto es una buena contribución al conocimiento de la intrincada estrategia tejida por las familias italianas que se desplazaron por los diferentes territorios y reinos de la Europa de los siglos XVI y XVII, y se caracterizaron por una importante diversidad de actividades económicas, lo que favoreció su éxito y, a menudo, un ascenso social destacado. A pesar de que buena parte de ellas era de origen genovés, los estudios revelan, cada vez más, la existencia de un número elevado de familias de otras regiones italianas, como son la Toscana o Lombardía. Es precisamente de esta última región, en concreto de Como, de donde provienen las dos familias analizadas por Josep San Ruperto en su libro: los Cernezzì y los Odescalchi. Unidas por lazos de parentesco, ambas crearon una compañía de negocios que alcanzó unos destacados niveles de desarrollo financiero y mercantil. La ciudad de Valencia sirve al autor como espejo desde el que caracterizar los rasgos principales de la compañía, así como de las personas que la componían. Y desde esta ciudad se hilvana el relato sobre el devenir de la compañía a lo largo de los siglos XVI y XVII, que se centra tanto en las dinámicas que permitieron su propia supervivencia —en un contexto en que otras familias no lograron mantenerse y desaparecieron— como en el amplio ámbito geográfico y social por el

* © Alfredo Chamorro Esteban | CC BY-SA 4.0 | achamorro@ub.es | <https://orcid.org/0000-0002-9986-8074>.

que se movieron sus agentes y negocios. En este sentido, la compañía Cernezzi-Odescalchi es paradigmática del éxito económico y social que lograron algunas de las familias de Como en los siglos XVI y XVII.

Como indica su título, esta obra trata de superar la idea de familia de negocios vinculada a un territorio, por la concepción de personas, miembros de estas familias, con un carácter marcadamente emprendedor, y que son las responsables directas del éxito o fracaso de los negocios familiares. Así, el libro identifica bien las características propias que hacen de un hombre de negocios cualquiera un buen emprendedor, lo que lo sitúa en una posición privilegiada de liderazgo entre los miembros de la compañía familiar. De este modo, a juicio del autor, el emprendedor debe dominar y controlar el volumen de información idónea para conocer bien el estado de los mercados; gestionar y aprovechar bien la red de contactos, clientes, socios y trabajadores para identificar a aquellos más válidos; asegurar y controlar el grado de confianza de la propia compañía y de sus sedes hacia el mercado financiero y mercantil; y, por último, disponer de la capacidad de aprovechamiento de las oportunidades y, en especial, de la toma de decisiones. Todo esto queda estrechamente vinculado al propio carácter del emprendedor. Es por este motivo que el autor hace un análisis pormenorizado de las personalidades de los miembros y emprendedores de la compañía Cernezzi-Odescalchi, gracias a la documentación de carácter familiar y, sobre todo, a la correspondencia. En este sentido, dos personajes focalizan su interés, ya que desempeñaron con creces este papel de emprendedor y liderazgo de la compañía: Constantino Cernezzi y Benedetto Odescalchi.

Por otro lado, el adjetivo «transnacionales» que acompaña a estos emprendedores traslada al lector a un espacio geográfico amplio, y, cuando menos, ambicioso. Y es que, como evidencia el autor a lo largo del texto, los negocios y las actividades de los Cernezzi-Odescalchi superaron fronteras, no solo físicas y políticas, sino también religiosas. Es decir, el libro analiza de un modo magistral el volumen de negocio de esta compañía en un buen número de ciudades, plazas y ferias de toda Europa, pero también otros lugares, como América, destacando su papel, el de sus sucursales y el de las empresas clientes en los nodos finan-

cieros y mercantiles más importantes de Europa. Es por eso que las diversas ramas de los Cernezzi y Odescalchi fueron más allá de las fronteras políticas, y también físicas, de la Monarquía Hispánica, estableciéndose en ciudades alemanas como Núremberg y en la ciudad polaca de Cracovia, por no hablar de Venecia, uno de sus principales centros de operaciones. Sin embargo, siempre tuvieron como referente Como, su centro neurálgico. Pero también traspasaron las fronteras religiosas, pues mantuvieron relaciones comerciales con regiones y ciudades luteranas o calvinistas. En este sentido, el libro de Josep San Ruperto retrata bien a la compañía de los Cernezzi-Odescalchi como un claro ejemplo de entramado empresarial transnacional que supo diversificar bien su presencia en los mercados comerciales y financieros europeos. Sin duda, esto le permitió sobreponerse y sobrevivir a las crisis económicas y bancarrotas que padeció la Monarquía Hispánica y que se llevaron por delante a no pocas familias de negocios italianas.

El autor ha conseguido identificar y ubicar bien el lugar ocupado por la compañía de los Cernezzi-Odescalchi en el entramado de compañías comerciales y financieras que operaban en la Europa del siglo XVII. Así, deja bien claro que la compañía objeto de su estudio no forma parte de la élite de asentistas de los Habsburgo españoles, donde encontramos apellidos como Spínola, Doria, Serra o Fiesco, sino que formaría parte de un conjunto de compañías de nivel intermedio, aunque, en este caso, con vínculos muy importantes con algunas grandes familias asentistas. Es por ello que este estudio es una óptima contribución al conocimiento de aquellas familias de posición intermedia que jugaron un papel esencial como apoyo estructural a las grandes casas comerciales, tanto desde el punto de vista financiero y mercantil como desde el organizativo y distributivo. Así, la compañía Cernezzi-Odescalchi puso al servicio de aquellas su red empresarial para facilitar y ejecutar sus negocios e intercambios comerciales. Del mismo modo, el libro reconstruye de manera clara toda la red de compañías comerciales de menor envergadura, ya sea de la misma familia o de miembros foráneos, sobre las que descansarían los propios negocios de la compañía matriz.

Cada vez mejor conocidas las grandes familias de asentistas de la monarquía y las trayectorias de sus miembros, sirva de ejemplo la rese-

ña incluida en este mismo número de la revista *Pedralbes* sobre el libro de Yasmina Ben Yessef sobre la familia genovesa Serra, o los trabajos anteriores de historiadores como Manuel Herrero para el caso de los Espínola, Carmen Sanz Ayán para el de Octavio Centurión y Edoardo Grendi para el caso de los Balbi. La importancia del libro *Emprenedors transnacionals* radica en que pone en valor la compañía de los Cernezzi-Odescalchi como ejemplo de súbditos de la monarquía que supieron llevar sus negocios más allá de su espacio geográfico. El autor adjudica a los Cernezzi y Odescalchi el modelo transnacional en la línea de los trabajos de Bartolomé Yun. Una extensa y completa monografía de una compañía de posición intermedia y carácter transnacional, que, gracias a sus negocios, logró desempeñar un destacado papel en los mercados, así como alcanzar unas importantes cotas de ascenso social.

Una de las aportaciones más importantes de la obra es el análisis de la gran diversidad de las actividades económicas de los Cernezzi-Odescalchi y, en especial, de la repercusión que estas tuvieron sobre los lugares en los que actuaban. La lectura del libro ofrece una amplia panoplia de actividades comerciales y financieras en las que estuvieron presentes —de mayor o menor manera— los Cernezzi-Odesclachi. El autor presenta con minuciosidad todas aquellas parcelas o sectores económicos en los que la compañía actuó, concretando, además, aquellos procesos en los que tuvo una incidencia directa o participó a través de sus agentes o clientes. En este sentido, es muy sugestivo el análisis que se realiza del comercio de las semillas de seda, motivo principal por el que la compañía se instaló en Valencia, un importante centro de producción de seda en crudo, estudiado especialmente por Ricardo Franch y Daniel Muñoz. De hecho, es interesante ver cómo el libro presenta al lector las consecuencias que tuvieron las actividades comerciales de la compañía en las regiones o poblaciones en las que actuó. Así, el autor refiere cómo la compra de semilla de seda ofreció a los campesinos valencianos la posibilidad de obtener mayores beneficios que con la venta de la seda en crudo, ya que la comercialización de semillas les permitía esquivar el pago de las cargas impositivas a las que estaba sometido el comercio de la seda en crudo. Por otro lado, el autor también analiza la repercusión que tuvo este comercio en aquellos lugares a los que llegó la semilla de

seda, sobre todo el Piamonte y Lombardía, favoreciendo el desarrollo de la industria de la seda en estas regiones.

Otros productos en cuyo comercio participaron de un modo activo los Cernezzi-Odescalchi fueron el de la cochinilla o la grana de México y la lana castellana. En el primer caso, lograron controlar el mercado de la cochinilla desde el lugar originario de producción, Oaxaca, mediante la compañía italiana de los hermanos de Como, Lucio y Marco Loppio Lambertenghi, instalada en aquella ciudad. La cochinilla llegaba a Sevilla, donde otro agente de la compañía Cernezzi-Odescalchi, Giovanni Battista Bucherelli, se encargaba de enviarla a Génova, desde donde la materia prima se distribuía a otras ciudades italianas. En el caso de la lana castellana, la compañía se especializó en la adquisición de la lana directamente de los productores. El autor desgana de manera clara los procesos de producción, distribución y difusión de estos productos desde los lugares de origen de la materia hasta aquellos donde se introdujo su industria y comercio. Y es que, como se explica bien a lo largo del libro, el modelo económico de la compañía fue el control de la producción y el comercio de estos productos desde la base, es decir, desde el mismo origen de la materia prima.

Por otro lado, el papel desempeñado por los Cernezzi-Odescalchi en el comercio y la provisión de trigo conduce a un mejor conocimiento de los mercados mediterráneos de este producto, así como de los mecanismos y las vías de aprovisionamiento. Además, el análisis de un comercio más tradicional, pero a la vez imprescindible, como es el de la provisión de grano para las ciudades del Mediterráneo, induce al papel jugado por los Cernezzi-Odescalchi como proveedores de aquellos lugares en los que estuvo presente su compañía. Un caso paradigmático es el de Constantino Cernezzi que, mediante la provisión de grano y el apoyo financiero a las instituciones del reino y ciudad de Valencia, consiguió sentar las bases y, posteriormente, consolidar y ampliar la red clientelar de los Cernezzi en Valencia, así como su presencia entre las élites económicas del reino.

El carácter financiero de la compañía queda bien retratado en las páginas de este libro. Como destaca el autor, los Cernezzi-Odescalchi operaron en las ferias internacionales por cuenta propia o para terceros,

además de coordinar los cambios entre ferias. Apoyaron financieramente a las ciudades y regiones donde estaban asentados, como es el caso de Valencia, pero también ofrecieron sus servicios económicos a los grandes asentistas de la Corona española. Como las citadas grandes familias de asentistas, también hicieron negocio con la compra-venta de crédito, y sus agentes estuvieron presentes en las principales plazas y mercados financieros de Europa. El autor destaca en su estudio el papel que jugó la compañía como financiera de la Corona en las zonas periféricas, incluso más allá de sus fronteras. Además, los Cernezzi y Odescalchi encontraron un importante nicho de negocio en el cambio de moneda de vellón por plata y en el envío de la plata de los grandes asentistas a Génova y otras plazas italianas. Su red de agentes, repartidos por las principales ciudades y puertos de la Europa mediterránea, entre otros, les permitió disponer de dinero y crédito para viajeros y todo tipo de operaciones financieras y mercantiles. Todo ello basado, como bien expone el libro, en el propio crédito, en el sentido de fiabilidad de la compañía en los mercados financieros internacionales, junto con la confianza de la que gozaba; en una importante red de familias, socios y clientes que abarcaba un amplio espacio geográfico y, por último, en el propio carácter y prestigio de emprendedores de algunos de los miembros más representativos de la compañía, sobre todo Constantino Cernezzi y Benedetto Odescalchi.

Ambas figuras son extensamente estudiadas en el libro como ejemplo de emprendedores y, por lo tanto, actores principales de la compañía y el emporio económico creado. Pero el autor aborda su análisis siguiendo las corrientes historiográficas más actuales que focalizan el estudio de estas familias no solo en los aspectos económicos, sino también en la dimensión sociocultural de sus individuos. Gracias a la ingente documentación familiar, el autor ha podido evidenciar cómo el capital social y cultural de ambos personajes fue esencial en la consecución no solo de logros personales, sino también de beneficios familiares y de la compañía. Solo así, gracias a los intercambios culturales, al ascenso social de los miembros del linaje y al establecimiento y mantenimiento de una importante red de contactos de muy diversa índole, Constantino Cernezzi alcanzaría a ser primer conde de Parcent, título

nobiliario del Reino de Valencia, mientras que Benedetto Odescalchi llegaría a ser cardenal de Roma, en primer lugar, y luego papa, con el nombre de Inocencio XI (1676-1689). Esta es una de las grandes aportaciones del libro a la historiografía del papado, en general, y sobre Inocencio XI, en particular. Josep San Ruperto demuestra, con una ingente documentación, cómo Benedetto Odescalchi tuvo una formación financiero-mercantil en sus años de juventud y cómo su propio carácter emprendedor lo llevó a alcanzar un papel muy destacado en la compañía familiar, llegando incluso a ser prestamista de la ciudad de Nápoles, negocios que no abandonó tras obtener el cardenalato ni la tiara pontificia. Así, el autor analiza los negocios de los Odescalchi, con Benedetto al frente, con la banca italiana, especialmente con los Paravicini. Tras la obtención de estos importantes cargos, ambos personajes siguieron manteniendo sus vínculos con la compañía mercantil familiar y con la red de contactos que, gracias a ella, lograron establecer. El autor deja bien claro que los Cernezzi-Odescalchi no se diferenciaron del resto de familias italianas que lograron ennoblecerse gracias a sus negocios.

En definitiva, el libro de Josep San Ruperto dispone de los tres elementos esenciales de todo buen producto historiográfico: la existencia de un volumen documental extenso y variado, que permite abordar la investigación desde diversos puntos de vista; el uso de una bibliografía amplia y actualizada que ha permitido al autor comparar su caso de estudio con los casos de otras familias y hombres de negocios, así como encontrar puntos de conexión entre ellos; un planteamiento equilibrado y coherente, y una estructuración de la información adecuada. A lo largo de los nueve capítulos que componen el libro, el autor va desgranando aquellas ideas que son referencia en su análisis. El primer y noveno capítulos están dedicados a los dos personajes que, según San Ruperto, encarnan el ideario de emprendedor: Constantino Cernezzi, el primero, y Benedetto Odescalchi, el noveno. En los capítulos segundo, tercero y cuarto, el autor caracteriza aquellos conceptos que son esenciales para el éxito de toda compañía de negocios, como son el carácter emprendedor, la confianza, la toma de decisiones o la importancia de la trayectoria y carácter individual. Finalmente, en los cuatro

capítulos restantes, aborda las actividades mercantiles y financieras de la compañía. Todo ello sin dejar de lado, en ningún momento, la importancia de las redes comerciales y sociales tejidas por los componentes de la compañía.

Por tanto, *Emprenedors transnacionals* contribuye de manera notable al mejor conocimiento de las familias de origen italiano que sobrevivieron y progresaron en los siglos modernos gracias a sus actividades mercantiles y financieras, y supieron alejarse de sus ciudades y lugares de origen para instalarse en territorios con estructuras socioculturales muy diversas donde poder llevar a cabo su actividad económica.