

Palacios, Marco, coordinador. *Negocios, empresarios y entornos políticos en México 1827-1958*. México: El Colegio de México, 2015, 291 pp.

Julio César Zuluaga
Pontificia Universidad Javeriana, Cali, Colombia

DOI: [dx.doi.org/10.7440/histcrit63.2017.10](https://doi.org/10.7440/histcrit63.2017.10)

En una interesante reflexión a inicios de la década de 1990, Louis Galambos —profesor del Departamento de Historia de Johns Hopkins University— preguntaba a los asistentes de una conferencia de historia empresarial “qué puede hacernos pensar que podemos colocar otra vez los negocios dentro de la historia americana”¹. Con dicha pregunta, lanzada al debate en el contexto de finalización de la Guerra Fría y de predominio de tendencias historiográficas que privilegiaban la especialización y fragmentación, Galambos pretendía hacer un llamado para reintroducir la historia empresarial en el centro de los estudios históricos norteamericanos. Casi tres décadas después, especial relevancia y actualidad conserva el llamado del profesor Galambos para el contexto de la historiografía empresarial latinoamericana, joven área de investigación a la cual están ingresando cada vez más historiadores interesados en estudiar la dinámica empresarial en perspectiva histórica. Después de casi tres décadas de predominio de perspectivas de disciplinas como la administración, la psicología y la economía en los estudios sobre el empresariado latinoamericano², recientemente los historiadores han comenzado a estudiarlo con su propia caja de herramientas, sus propios problemas, enfoques y teorías.

Un ejemplo de ello es la nueva mirada sobre los negocios latinoamericanos editada y coordinada por Marco Palacios, profesor del Colegio de México y miembro del grupo *Historia y Empresariado* de la Universidad de los Andes (Colombia). *Negocios, empresarios y entornos políticos en México 1827-1958* es el resultado de un trabajo final de estudiantes de Historia en un seminario doctoral realizado en el Colegio de México por María Ángeles Cortés, Grissel Ortega, Marcela Mijares, Paulina Martínez, Gabriel Martínez, Óscar Barrera y Arturo Valencia. A lo largo de siete capítulos, precedidos de un prólogo escrito por Palacios, estos autores analizan las actividades empresariales desarrolladas en México por cinco empresarios, un gerente y una empresaria de diversas nacionalidades —un británico, un estadounidense, un suizo y cuatro mexicanos—, en diversos sectores —minería, comercio, hotelería, entretenimiento, construcción— y en diferentes momentos durante el período que va de 1827 a 1958.

En esta reseña se recomienda su lectura por los originales aportes a la literatura de historia de empresarios y su uso como material docente en cursos de historia empresarial. Tiene la virtud de que a lo largo de los siete capítulos se caracterizan rasgos que son transversales al empresariado

1 Louis Galambos, “What Makes Us Think We Can Put Business Back into American History?”. *Business and Economic History* (1992): 1-11.

2 Carlos Dávila, *Empresariado en Colombia: perspectiva histórica y regional* (Bogotá: Universidad de los Andes, 2012).

latinoamericano, al tiempo que se avanza de manera novedosa en dimensiones poco estudiadas. En primer lugar, la importancia de enmarcar el análisis de la actividad empresarial en la familia, “fuente primaria de socialización y adiestramiento” (p. 12), mecanismo de transmisión de conocimientos y de perdurabilidad del negocio, así como estructura de coordinación de la actividad económica en sí misma. Así, los estudios no se limitan al análisis de empresarios individuales — una de las limitaciones de la historiografía de empresarios en Latinoamérica que es común en los enfoques biográficos—, sino que son enmarcados en el proceso de formación o no de “dinastías empresariales”. De manera específica, los capítulos sobre Banamex, los Guggenheim y los Peralta aportan a la literatura sobre familias empresariales, poco estudiadas pero fundamentales en el tipo de capitalismo latinoamericano que ha sido llamado “familiar”³.

Pero también se destaca la adopción de un enfoque centrado en el entorno en el que los empresarios desarrollan sus actividades, entendido como “cultura local y nacional, entramado económico, legal y político”. De manera especial, los estudios —menos el de la empresaria Esperanza Iris— muestran la importancia de analizar las características y los cambios del entorno político como determinantes del desempeño y origen-supervivencia de los empresarios. Así, los autores ayudan a comprender el hecho de que las oportunidades de negocios latinoamericanas no surgen principalmente de desarrollos tecnológicos, sino de comportamientos rentistas-clientelistas y de estrategias de negocios centradas en múltiples formas de intervención en la política como manera de asegurar el éxito. Por ejemplo, es claro en la experiencia del político-empresario Almazán, ya que su éxito no residía en “asesores ni en la calidad y costo de su trabajo, sino en el apoyo oficial” (p. 230).

Igual de importante es el análisis de los altos niveles (“excesivos”, en el caso de Mackintosh) de diversificación como estrategia de asunción del riesgo-incertidumbre, por un lado, y como limitaciones de un entorno de negocios que ofrece pocas posibilidades de acumulación en una sola actividad, por el otro (ausencia de economías de escala y alcance). Al tiempo que ofrece contraejemplos, el caso de Esperanza Iris (“Carcho” Peralta en menor medida), que logra mantenerse y ser exitosa en los negocios sin recurrir a la diversificación o a la política. Asimismo, el análisis de las actividades de empresarios extranjeros —como los Guggenheim— en economías en proceso de transición al capitalismo, que transfiriendo capital, tecnología, experiencia y conocimiento ayudaron a definir y dinamizar el mundo de los negocios en el “largo siglo XIX” latinoamericano.

La obra aporta, además, al analizar nuevas dimensiones de la vida de los empresarios, que van más allá de las centradas en la conducta económica, haciendo uso de fuentes notariales, diarios, prensa, correspondencia, documentos de gobierno, actas de junta, balances contables y libros de época. Por ejemplo, en el prólogo se discuten “los conceptos adecuados” para hacer historia de empresarios en Latinoamérica al proponer un enfoque relacional-multidisciplinar, centrado en el análisis del “nicho empresarial” propuesto por Fredrik Barth, que enfatiza el análisis de la posición y las estrategias del empresario en relación con los recursos, los competidores y los clientes. Aquí se defiende una historiografía empresarial centrada en los procesos de agencia y formación de capacidades empresariales, en contraposición a los enfoques estructuralistas, centrados en el análisis de la configuración de los mercados, los sistemas institucionales y fiscales y su incidencia

3 Excepción es el estudio reciente que desarrolla un enfoque sociológico, editado por Paloma Pérez Fernández y Andrea Luch, *Familias empresarias y grandes empresas familiares en América Latina y España: Una visión de largo plazo* (Bilbao: Fundación BBVA, 2015).

en la actividad empresarial. Y es así también como se critica la tendencia a “emplear indiscriminadamente” conceptos del enfoque chandleriano y schumpeteriano al estudio del empresariado latinoamericano. Para los autores, sin duda, resulta más fructífera la perspectiva de Cantillon, que permite analizar cómo un empresario orienta y controla su conducta en pos del lucro y el reconocimiento social, “cómo enfrenta el ambiente de incertidumbre que suele reinar en los planos económico, social, discursivo y político” (p. 15).

Otros aportes merecen ser resaltados, como los intentos de incorporar explicaciones de naturaleza sociológica sobre las actividades hoteleras del empresario “Carcho” Peralta y de entretenimiento teatral de la empresaria Esperanza Iris, quienes supieron identificar y explotar las oportunidades de negocios en su época al ofrecer un espacio de “distinción” social a la naciente burguesía mexicana. Pero el aporte más importante que subyace en el libro consiste en que sugiere una agenda de investigación centrada en la relación entre el entorno político, las estrategias que desarrollan los empresarios para reducir el riesgo e incertidumbre derivados de los procesos de cambio político, y el impacto que estas tienen en la supervivencia y el desempeño de sus empresas. Aunque el contexto y su relación con los negocios tienen una larga tradición en los estudios de historia empresarial latinoamericana, a través de las biografías de los empresarios dicha relación puede ser explorada en detalle, estudiando cómo los empresarios desarrollan o no la capacidad de leer la complejidad de su entorno político, adaptan y despliegan estrategias de reducción de la incertidumbre que determinan su desempeño.

Así, pues, los autores muestran en diferentes grados de detalle cómo el entorno de negocio durante el período estuvo atravesado por procesos rápidos y bruscos de cambio político, y cómo esto afectó —de manera positiva y negativa— el desempeño de los empresarios, dependiendo de su capacidad de leer el entorno político y desarrollar estrategias de adaptación a dichos cambios. Por ejemplo, la caída del gobierno del porfiriato a causa de la revolución fue una fuente de inestabilidad importante para los negocios de estos empresarios, que se dedicaban a diferentes actividades que iban desde el comercio hasta la construcción de caminos, la minería, la hotelería y el entretenimiento teatral. Esta inestabilidad dio lugar al surgimiento de dos tipos de empresarios: por un lado, los que pudieron leer los cambios en el entorno político o se vieron favorecidos por ellos, logrando mantener sus negocios a flote, y por el otro, los negociantes que no tuvieron la capacidad de seguir influyendo en los mercados politizados o que se vieron afectados por el cambio en la correlación de fuerzas políticas del convulsionado inicio de siglo XX mexicano.

Como toda obra, los siete estudios tienen limitaciones y aspectos susceptibles de ser abordados en otras investigaciones. Visto en conjunto, la mayor debilidad del libro reside en que es difícil para el lector inferir el modelo conceptual que sostiene los estudios, así como las implicaciones teóricas para la comprensión del empresariado latinoamericano de los hallazgos presentados a partir de las siete biografías. Asimismo, ninguno de los estudios desarrolla todas las implicaciones de sus hipótesis en términos de política pública o formación del espíritu emprendedor. Por lo que hubiera sido deseable que los estudios aquí comentados hubieran dejado lo suficientemente explícitas las estrategias y prácticas que les han permitido a algunos empresarios destacarse en el difícil entorno de negocios latinoamericano, al tiempo que las implicaciones y lo negativo para la supervivencia empresarial de las estrategias basadas en la captura de rentas y del Estado, que fueron estudiadas en algunos capítulos del libro. Un capítulo que recogiera y sintetizara los hallazgos de los siete empresarios habría facilitado la tarea y logrado un mayor aporte del libro. Para finalizar, un problema de investigación importante que se evidencia pero no aborda el libro está asociado

con el problema de la endogeneidad en la formulación de las reglas de juego, que ha hecho que no hayan sido los mecanismos de mercado los que determinen el éxito en el negocio sino la capacidad de influencia en la política. La formación de los llamados “mercados politizados” y las altas relaciones con la política del empresariado son temas que requieren mayor atención a fin de poder comprender uno de los principales obstáculos para el desarrollo económico latinoamericano.



Julio César Zuluaga

Profesor de tiempo completo de la Pontificia Universidad Javeriana (Cali, Colombia). Historiador de la Universidad del Valle (Colombia), Magíster en Estudios Organizacionales y Doctor en Administración de la Universidad de los Andes (Colombia). Integrante del grupo de investigación *Historia y Empresariado* (Categoría A1 en Colciencias). Entre sus publicaciones se destacan, en coautoría con Mauricio Losada-Otálora, “Derramamientos sectoriales de conocimiento e innovación en la industria manufacturera colombiana: un análisis multinivel”. *Innovar* 23, n.º 27 (2013): 19-32, y, con Iván Darío Sánchez y Fernando Barrios Aguirre, “Ambiente regional y desempeño innovador de las firmas. Una propuesta de análisis multinivel”. *Estudios Gerenciales* 28, Edición especial (2012): 169-189. julio. zuluaga@javerianacali.edu.co