

Mario CERUTTI, María del Carmen HERNÁNDEZ y Carlos MARICHAL (coords.), *Grandes empresas y grupos empresariales en México en el siglo xx*, México D.F., Plaza y Valdés, 2010, 282 pp.

La historia empresarial mexicana presenta en los últimos años un gran dinamismo en la producción de investigaciones individuales de alto nivel, además de un notable esfuerzo de coordinación de iniciativas de distintas regiones del país para contribuir colectivamente a grandes debates y temas de interés de la historia empresarial actual en el mundo. Algunas de las figuras más visibles de esta actividad están presentes en este libro sobre siete grandes empresas y grupos empresariales en México en el siglo xx.

La obra, para todos los que sigan de cerca la evolución de la historiografía de empresa en México, no resultará extremadamente novedosa, pero sí muy útil, ya que se reúnen trabajos de síntesis de obras recientes de algunos de los mejores investigadores mexicanos actuales, bien relacionados con la evolución de regiones, sectores y etapas de la economía mexicana en el último siglo y en algunos casos arrancando a fines del siglo xix. Para los que no están tan familiarizados con la potente escuela de historiadores de empresa mexicanos, es una excelente primera toma de contacto de las distintas aproximaciones y temáticas que se han venido trabajando en los últimos años en una gran diversidad de centros destacados de aquel país.

Mario Cerutti y Carlos Marichal habían publicado en 1997, en el Fondo de Cultura Económica/Universidad Autónoma de Nueva León, el libro colectivo *Historia de las grandes empresas en México (1870-1930)*, y diez años más tarde con otros autores celebraron un coloquio en Hermosillo, en el Centro de Investigación en Alimentación y Desarrollo, en el que los participantes trataron no sólo grandes empresas sino también grupos empresariales, y centrándose en el siglo xx. El fruto de este esfuerzo, revisado por evaluadores externos, es el objeto del libro que ahora se reseña. La obra se inicia con un estudio introductorio de Carlos Marichal, al que le siguen siete capítulos sobre cada una de las empresas o grupos empresariales tratados y finaliza con una breve biografía de los autores.

Marichal aborda en el primer capítulo, con sencillez y claridad, los ejes que permiten entender los tipos de temas y empresa estudiados hoy en día en México. Particularmente interesante es su afirmación de que la investigación sobre las empresas mexicanas (y en América Latina en general) no sólo ha incorporado propuestas teóricas procedentes de debates internacionales, sino que de manera insistente ofrece «un

agua, la crianza de vacas y la producción lechera. La integración horizontal y vertical permitió organizar desde el cultivo de forraje hasta el transporte y la comercialización de la leche, y ello sucedió con un modelo de negocio controlado no por familias, sino por un conjunto diverso de productores de ganado lechero que se convirtieron en socios desde un inicio.

Javier Moreno (Universidad de Valladolid) aborda en el capítulo sobre Bimbo las claves, a partir de la década de 1940, de integración vertical que, como en otras grandes empresas mexicanas de alimentación y bebidas como Lala, Bachoco, Modelo, Femsa y Maseca, asegurarían el éxito en México. La proximidad con Estados Unidos para la transferencia de *know how* y tecnología fue relevante, y Moreno describe el proceso de crecimiento y de innovación, y la importancia de crear métodos de transporte, distribución y financiación propios.

María Eugenia Romero Ibarra (UNAM) y Arturo Carrillo Rojas (Universidad Autónoma de Sinaloa) escriben cada uno un capítulo sobre empresas de la región de Sinaloa. Romero aborda la historia de la United Sugar Companies S.A. entre 1890 y 1940, y Carrillo las estrategias de liderazgo en el sector tomatero de Agrícola Tarriba. Romero describe la evolución de la industria azucarera en la zona y la transformación de algunos ingenios locales en un conglomerado muy diversificado a partir de la iniciativa del estadounidense Benjamin F. Johnson, que quebraría tras la reforma agraria de Lázaro Cárdenas al ser entregado por decreto a 34 ejidos. Carrillo estudia un sector, el tomatero, para el que existen muchos puntos de contraste con la industria conservera murciana: analiza, por una parte, la transformación de una empresa familiar en una gran corporación internacionalizada y, por otra, la consolidación de un tejido empresarial en la región, arraigado e innovador, que fue capaz de aportar valor añadido al sector tomatero a pesar de la coyuntura negativa de precios en los tomates que se inició tras la entrada en vigor del Tratado de Libre Comercio de 1994.

Rocío González (Universidad de Monterrey) y Mario Cerutti (Universidad Autónoma de Nuevo León) utilizan una gran diversidad de fuentes escritas y orales para analizar los orígenes y desarrollo de la empresa matriz del Grupo Proeza de Monterrey y de su vinculación con la familia Zambrano. Los autores demuestran con rigor algo que resulta fundamental, y es que la familia y el grupo crecieron en estrecha relación con la economía de Estados Unidos, con una clara estrategia de modernización tecnológica y de búsqueda de alianzas con capitales externos para financiar la innovación.

El libro se cierra con el trabajo de Leticia Gamboa (Universidad Autónoma de Puebla) sobre dos casos de fracaso empresarial en la región de Hidalgo, dos empresas nacidas en plena época de sustitución de importaciones a mediados de siglo xx para fabricar maquinaria textil: Toyoda (multinacional japonesa) y Sidená (empresa estatal). Su debilidad fue la inserción comercial en el país, precisamente el punto fuerte de los grandes empresarios privados exitosos analizados en el resto de capítulos. La descripción del auge y caída de un parque tecnológico, Ciudad Sahagún, debido a la falta de tejido empresarial arraigado en la zona, y la actuación de empresas transnacionales ejemplifica la importancia del arraigo en el territorio y de la formación histórica de una «atmósfera» industrial marshalliana en la consolidación, o fracaso, de los emprendedores en México.

Habitualmente se concluyen los comentarios críticos a libros colectivos con la consabida frase de que falta coherencia y un tema homogéneo que atravesase el libro. En este caso cabe concluir que sí existen un par de temas que insistentemente abordan todos los autores, y que ilustran el interés y preocupaciones de la nueva historiografía de empresa mexicana. Por un lado, la existencia de un tejido autóctono, privado, emprendedor, moderno, e innovador, en regiones del norte y del centro del país. Por otro lado, la transferencia de conocimiento innovador en producción, distribución y organización que realizaron algunos emprendedores y familias destacadas en algunos sectores que encontraron una demanda expansiva fundamentalmente en el enorme mercado interior mexicano y, sobre todo, en alimentación y bebidas. El abastecimiento de grandes centros urbanos y el apoyo público al desarrollo regional y de zonas campesinas tras el Porfiriato, además de la proximidad de los Estados Unidos, fueron oportunidades de oro que aprovecharon Lala, Bachoco, Bimbo, Proeza y el distrito tomatero de Sinaloa en distintas épocas y entornos regionales. Este libro permite situar a las empresas mexicanas en la historia de las empresas innovadoras desarrolladas en América Latina y resaltar, en plena época de intervención estatal y también para la apertura que siguió a la década de 1980, el dinamismo histórico y la capacidad de crecimiento e integración horizontal y vertical, a lo Chandler, de cooperativas, distritos y negocios de base familiar.

PALOMA FERNÁNDEZ PÉREZ