

Dinastías. Fortunas y desdichas de las grandes

David S. Landes

Crítica, Barcelona

420 pp.

23,50 €

Trad. de Juan Rabasseda-Gascón y Teófilo de Lozoya

Dinastías empresariales

Gabriel Tortella

1 abril, 2007

Las empresas familiares tienen una larga historia, tan larga como el capitalismo moderno, es decir, el capitalismo que se origina en la Edad Media. Hay nombres muy conocidos de empresas familiares que

tienen orígenes medievales, como las de los Medici, los Fugger o los Taxis, que ilustran esta afirmación. Son familias que devienen poderosísimas no gracias a empresas militares, sino por medio de empresas económicas; familias que en unas pocas generaciones, gracias a la astucia empresarial, pasan del anonimato a la cúspide social por su dedicación a actividades comerciales o industriales.

La empresa familiar es quizá el tipo más común de empresa medieval, y sin duda el más duradero. Se piensa muy comúnmente que el auge de la empresa familiar corresponde a las etapas iniciales del capitalismo; es cierto que en el siglo XIX se generaliza la sociedad anónima y que la sociedad familiar, en su forma jurídica más común, la regular colectiva, va quedando relegada a los pequeños negocios, típicamente las tiendas de barrio, las empresas de profesionales (despachos de abogados, consultas médicas), el préstamo menudo, etc., mientras que el peso y el protagonismo del desarrollo capitalista ha pasado a las grandes corporaciones anónimas (su designación lo dice: nada de «Rodríguez e Hijos» o «Pérez Hermanos», sino nombres cada vez más neutrales y pretenciosos, tras los que se ocultan –o se exhiben– un pelotón de ejecutivos agresivos y eficaces, y una gran muchedumbre gris de accionistas). La sociedad familiar, por tanto, iría siendo cada vez más una reliquia del pasado. El presente libro de David Landes viene a poner en duda esta idea tan generalizada. Como él dice en el capítulo de conclusiones: «Yo no estoy de acuerdo. Los hechos no están de acuerdo. [...] La empresa familiar sigue viva, goza de buena salud y a menudo sigue transmitiendo su legado a las nuevas generaciones» (pp. 329 y 336). Las dinastías empresariales, por tanto, augura, han florecido en el capitalismo más reciente y van a seguir haciéndolo en el futuro.

David Landes, desde luego, tiene autoridad para hacer afirmaciones tan categóricas. Catedrático emérito de Harvard, es en su materia una figura de nivel mundial: sus publicaciones en historia económica son de primer orden, y el tema de la empresa figura entre sus especialidades. Su tesis doctoral, publicada con el atractivo título de *Banqueros y pachás*, era un estudio sobre las relaciones entre una casa de banca francesa, su corresponsal en Egipto y el Gobierno de ese país durante la década de 1860, cuando la Guerra de Secesión norteamericana, limitando las exportaciones de este país, revalorizó extraordinariamente el algodón egipcio y dio lugar a fuertes movimientos especulativos. Siguió una serie de artículos de sociología económica sobre el carácter de la empresa francesa en contraste con la anglosajona y alemana.

Sus críticas al carácter conservador y *maltusiano* (en el sentido de preferir la seguridad al crecimiento) de la empresa francesa dieron lugar a animada controversia, a la que el propio Landes hace referencia en el citado capítulo final, donde señala que un autor «me utilizó a mí como blanco especial de sus críticas, denunciando lo que él consideraba una tendencia mía a equiparar el estilo francés de empresa familiar con la empresa conservadora y el desarrollo económico lento: justamente lo contrario de la optimista interpretación que ofrezco aquí» (p. 323). Sería excesiva resumir aquí la obra de Landes; baste señalar que para mí su obra maestra fue el *Prometeo desencadenado* (traducción literal del título inglés; la edición española se titula más prosaica, pero más descriptivamente, *Cambio tecnológico y revolución industrial*, que es el subtítulo inglés), una historia económica del mundo contemporáneo con fuerte énfasis en los elementos tecnológicos. Pero ha escrito también una historia de la industria relojera y, más recientemente, un auténtico *best seller*, *La riqueza y la pobreza de las naciones*, que es la versión *landesiana* de la historia económica mundial desde la Edad Media hasta nuestros días, concediendo gran importancia a los factores

culturales y también a los geográficos. A esto hay que añadir una importante colección de artículos sobre la Unión Soviética y Japón, el papel del empresario, de la banca y de la tecnología en el desarrollo, y muchas otras cosas que me dejo en el tintero por falta de espacio y de memoria.

A una erudición pasmosa, una gran claridad de ideas, un dominio de los idiomas admirable (incluido el japonés), Landes une una maestría poco frecuente del inglés, que lo hace escribir con un gran estilo literario, uniendo la claridad a la amenidad y el ingenio. Es un placer leer a Landes, sobre todo en inglés; por desgracia, muchas de sus expresiones felices se pierden en la traducción. Como los buenos vinos, el inglés de Landes se ha decantado con los años, ha adquirido más sabor; Landes escribe este libro con un tono a menudo desenfadado, lleno de ironía, que los traductores (dos, nada menos) no siempre han sabido o podido verter al castellano. En otros casos se advierten simples errores de traducción: cuando Landes habla de un *derecho de tanteo* sobre un inmueble (p. 19), los traductores han escrito «interés reversible», que no significa nada en castellano. Cuando Landes nos dice que la afición al lujo de los Baring no tenía nada de idiosincrásico, los traductores nos dicen exactamente lo contrario (p. 35). Etcétera; en total, una lástima.

El libro nos habla de unas trece dinastías, divididas en tres grupos que corresponden a las tres partes del libro: la banca, el automóvil y los recursos naturales («Los tesoros de la tierra»). Por supuesto, no pretende ni mucho menos agotar el tema. Da la impresión de que Landes ha decidido escribir el libro para reunir una parte de sus inmensos conocimientos de historia empresarial en torno a un tema sobre el que viene trabajando y meditando desde hace muchos años. Él mismo, en la conclusión, nos habla de otras dinastías, como la de los Wallenberg suecos o los Koechlin, franceses de Alsacia, que en el cuerpo del libro no se tratan. No hay, a nadie le extrañará, españoles entre las dinastías estudiadas o mencionadas. Dinastías españolas las hay, sin duda, sobre todo catalanas y vascas: Bonaplata, Girona, Güell, Ybarra, Urquijo, Ussía, pero también asturianas: Tartiere, Herrero, Masaveu, o madrileñas, como los Mahou. Pero en realidad las distinciones regionales pierden el sentido con el desarrollo económico: March, por ejemplo, era mallorquín, pero su actividad trascendió ampliamente la isla, y sus descendientes y empresas están radicados en Madrid; lo mismo puede decirse de las dinastías vascas Urquijo y Ussía, que a su vez estaban emparentadas; los Ybarra son vascos y andaluces, etc. Pero la historia económica de España es pequeña y atrasada, y por ello estas dinastías empresariales apenas tienen proyección internacional.

Aclaremos, para empezar, qué entiende Landes como dinastías: «Al menos tres generaciones de negocio familiar, marcado por una continuidad de identidades e intereses» (p. 323). Las dinastías bancarias en su libro son tres: los Baring, los Rothschild y los Morgan. Las automovilistas son, en realidad, seis, aunque divididas en cuatro capítulos: los Ford, los Agnelli, los Peugeot, Renault y Citroën (reunidos en un solo capítulo) y los Toyoda (de la marca Toyota). Por último, los explotadores de recursos naturales son cuatro: los Rockefeller (petróleo), los Guggenheim (minería predominantemente metálica), los Schlumberger (petróleo, ingeniería y metalurgia) y los Wendel (o *de Wendel*), siderurgia y metalurgia. Por países, aunque algunas de estas familias son muy internacionales, pueden agruparse así: Reino Unido: Baring y Rothschild (éstos eran clásicamente multinacionales, pero Landes se concentra en la rama británica); Estados Unidos: Morgan, Ford, Rockefeller y Guggenheim; Francia: Peugeot, Renault, Citroën, Schlumberger y Wendel; Italia: Agnelli; y Japón: Toyoda. Llama la atención la ausencia de dinastías alemanas, algunos de cuyos nombres vienen inmediatamente a la mente: Siemens, Krupp, Thyssen. Hay que aclarar, asimismo, que las

divisiones nacionales también tienen algo de arbitrario. Los Rothschild, por ejemplo, eran alemanes de Fráncfort, pero sus dos casas más importantes fueron las de Londres y París, aunque también hubo bancas Rothschild importantes en Viena y Nápoles (en Madrid tuvieron una sucursal en manos del alemán, también de Fráncfort, Daniel Weisweiler; su peso en la economía española del siglo XIX fue muy considerable). Los Guggenheim eran suizos que emigraron a Estados Unidos. Ya eran ricos en Suiza, donde fundaron un negocio textil, pero en Estados Unidos crearon una multinacional minera que los enriqueció infinitamente más. Los Schlumberger, alsacianos, emigraron a París para no ser alemanes, pero luego una rama se estableció en Estados Unidos.

También pueden agruparse las familias por la religión: los Baring, los Morgan, los Ford, los Rockefeller y los Schlumberger son protestantes; los Agnelli, los Renault, los Peugeot, los Citroën y los Wendel son católicos; los Rothschild y los Guggenheim, judíos; de la religión de los Toyoda no se habla, pero, como japoneses, habrá que suponer que son sintoístas. El papel de la religión en la formación de grupos empresariales es bien conocido, aunque no perfectamente entendido: de un lado, ciertas religiones parecen estimular más el espíritu empresarial que otras (recuérdese la conocida tesis de Max Weber sobre el protestantismo y el espíritu capitalista). Se ha repetido mucho que el catolicismo es más bien anticapitalista, con su elogio de la pobreza y su rechazo del préstamo a interés; pero los ejemplos de Landes más bien desmentirían esto. El judaísmo no parece rechazar el comercio ni el interés. Pero quizá hay un elemento cultural más importante que el puramente dogmático. Los grupos religiosos minoritarios desarrollan una cohesión y una solidaridad que refuerza los lazos familiares y el espíritu empresarial como un medio de defensa y autoafirmación. Landes, desde luego, cree firmemente en esto: aplaude la extraordinaria unidad familiar de los Rothschild, por ejemplo, y tolera con humor su robusto machismo empresarial. Por el contrario, deplora la pérdida de identidad religioso-cultural, especialmente en los judíos: muchos Rothschild y Guggenheim de últimas generaciones se casaron con gentiles, e incluso abandonaron el judaísmo. Pero el problema no se limita a las familias judías: la tercera generación de los Rockefeller «no se hizo cargo del negocio familiar con espíritu empresarial; aquel irrefrenable impulso de hacer dinero se había perdido, lo mismo que el sentido del negocio familiar [...] se dedicaron a otras vocaciones más elevadas»: política, mecenazgo, caridad, bohemia, la gran vida... (p. 266). La Fundación Rockefeller y el Museo Guggenheim son proverbiales. En general, Landes ve aquí uno de los graves obstáculos a la pervivencia de las dinastías empresariales. Merece la pena citar un fragmento largo (p. 324):

[A]lgunos lectores pensarán que mis numerosas críticas al abandono comercial por parte de los miembros de la familia y la dedicación a diversiones tales como colecciones de arte y las aventuras en los medios de comunicación son injustamente duras. Al fin y al cabo, semejantes actividades pueden generar importantes ganancias de capital y compensar de sobras los éxitos de cualquier negocio. Pero si se quiere entender el significado del éxito familiar y la perdurabilidad de la empresa hay que ver esas diversiones y dejaciones como cambios trascendentales de interés y de dirección, es decir, como subversiones.

De un lado, cuando se tiene mucho dinero desde la cuna es probable que falte el espíritu de renuncia en pos del beneficio. De otro, al crecer la empresa, su administración se hace más compleja, requiere mayor y mejor talento, y éste no siempre se hereda. Se requieren profesionales, a menudo ajenos a la familia. A veces los matrimonios aportan sangre y vitalidad nuevas: así pasó en el caso de los

Schlumberger y especialmente de los Toyoda, lo cual, como señala Landes, es más fácil en Japón, donde los yernos se convierten en hijos adoptivos. Sin necesidad de parentesco, Ford contó con Robert MacNamara y Lee Iacocca, Morgan con George Perkins y Thomas Lamont, Agnelli con Cesare Romiti, e incluso los Rothschild –los más exclusivos de todos– contaron con un representante en Estados Unidos (Belmont, que, por cierto, los dejó plantados y se estableció por su cuenta), en Berlín (Bleichroeder), en París con los Pereire, que también se establecieron por su cuenta, y en Madrid con Weisweiller, como vimos. Por cierto, los Pereire también son una destacada dinastía judeo-portuguesa-francesa con importantes negocios en España (La Unión y el Fénix, Ferrocarriles del Norte, Unión Española de Explosivos, Banesto) que Landes sólo menciona de pasada. En definitiva, señala Landes con pesar, hay muchos elementos de disgregación en las dinastías de negocios.

Entonces, ¿por qué no desaparecen? ¿Por qué pervive la empresa familiar? Hemos visto ya algunas de sus ventajas. En el mundo de los negocios, la confianza, el espíritu de equipo, son cruciales y nada como la familia para crear estos lazos. Además, como reitera nuestro autor, el modelo empresarial que él llama «gerencial» y que identifica sobre todo con la obra de su amigo y colega de Harvard Alfred Chandler, no es incompatible con el «familiar». El modelo gerencial, en que la empresa adopta la forma de sociedad anónima, los directivos son nombrados por su capacidad, independientemente de los lazos familiares, o, muy a menudo, expresamente sin lazos familiares que pudieran dar lugar a acusaciones de nepotismo. Sin embargo –señala Landes–, varias de estas dinastías han dado a sus empresas la forma de sociedad anónima conservando, sin embargo, un cierto control compartido con directivos no emparentados: ya hemos visto algunos ejemplos. Los Ford, los Rockefeller, los Toyota, los Agnelli, las dinastías automovilísticas francesas, han dejado la administración de sus empresas en manos ajenas sin, por ello, perder bien una fracción de propiedad que garantice el control en última instancia, bien un ascendiente unido a la marca del apellido que también asegura una fuerte influencia. Pero a veces las dinastías han perdido todo poder sea por incompetencia, sea por desinterés de las generaciones sucesoras, como ocurrió con los Baring, con los Guggenheim, con los Rockefeller y, por supuesto, con los Renault, que fueron expropiados tras la Segunda Guerra Mundial. El derrumbamiento de los Baring ha tenido lugar por, o ha dado lugar a, dos episodios que no me resisto a mencionar. El primero, la famosa «crisis Baring» de 1890, generada por la insolvencia del Gobierno argentino y la torpeza de los banqueros, que alcanzó su cenit cuando uno de ellos retiró varias bolsas de metálico del Banco de Inglaterra y las transportó en un coche a su banco, al llegar al cual armó una trifulca con el conductor por cuestión de seis peniques, con el resultado de que una de las bolsas se abrió y desparramó su contenido por la calzada. El segundo, relativamente reciente (1995), en que un joven agente del banco lo hundió él solito con sus especulaciones en los mercados asiáticos, lo cual ilustra bien la inepticia o la desatención de sus superiores. *Sic transit gloria mundi*; así terminó ignominiosamente una casa de banca inglesa fundada en el siglo xviii, que rivalizó con los Rothschild en la arena mundial en el siglo xix. Se advierte en Landes un cierto regocijo ante la caída de la casa Baring, por incompetentes (últimamente) y por antisemitas (antiguamente).

Otro factor que explica la pervivencia de la empresa familiar es el sector en que opera. Las obras públicas, los ferrocarriles, la gran industria, tienden al modelo gerencial. En cambio, la banca, por ejemplo, donde las relaciones personales y la confianza son cruciales, y donde se comercia en «un único bien homogéneo: la moneda de curso legal» (p. 3), se presta muy bien a la empresa familiar. En otros casos, son los comienzos relativamente humildes y las relaciones personales los que explican la

fuerza de la empresa familiar junto con el prestigio de un apellido o marca: Ford, Toyota, Citroën, Schlumberger. También hay países, sociedades y legislaciones que favorecen más que otras la pervivencia de la empresa familiar. Donde predomina la inseguridad y la desconfianza debe florecer la empresa familiar; las leyes de herencia y transmisiones tienen también gran influencia. Igualmente favorecen la empresa familiar las etnias y culturas minoritarias.

Y, para concluir (y en parte repetir), aunque «resulta muy difícil calibrar lo que hay de verdad en las distinciones generalmente aceptadas entre el modo familiar y el gerencial o determinar con claridad los buenos resultados de uno u otro tipo de empresa [...] la empresa familiar sigue viva, goza de buena salud y a menudo continúa transmitiendo su legado a las nuevas generaciones» (p. 336). Lo mismo puede decirse de Landes: para placer de sus amigos y lectores, goza de buena salud y continúa transmitiendo su legado; las nuevas generaciones se lo agradecen.