

EL ÉXITO DEL GACHUPÍN

Por Alfredo Pureco Ornelas*

Javier Moreno Lázaro y María Eugenia Romero Ibarra, *El éxito del gachupín. Empresas y empresarios españoles en México. De la Revolución a la globalización*, México, UNAM-Facultad de Economía, 2011.



Hablar de la presencia de españoles en México históricamente ha adquirido en el ámbito cultural nacional una significación dual y contradictoria dentro del imaginario colectivo. Por un lado, el mexicano mira en el español la comunidad de sangre manifiesta en aspectos tan importantes como el idioma, la gastronomía, la religión, la moral, entre otros; pero también en cada uno de esos aspectos aparece el reproche contrafactual, llevado al extremo de lo bucólico, de lo que habría sido el desarrollo de México como pueblo de haberse prescindido de todo aquel elemento occidental. Creo que expresar esa contradicción de significados para el mexicano común es la raíz que llevó a los profesores Javier Moreno Lázaro y María Eugenia Romero Ibarra a titular su texto *El éxito del gachupín. Empresas y empresarios españoles en México*.

Digo que el título del libro refleja la contradicción de asimilación cultural de lo español por los mexicanos porque al poner un título así de aparentemente agresivo, en realidad sirve para atraer de primera vista al lector, aunque en el interior de sus páginas deje a un lado los estereotipos para romper con esa visión esquemática y prejuiciada. En cambio, se fundamenta con hechos bien documentados la amplia contribución del notable esfuerzo de los españoles que arribaron a México desde inicios del siglo xx cuando la misma España desarrollaba su propio modelo modernizador excluyente bajo el régimen de Alfonso XIII y que, “por

* Instituto de Investigaciones Dr. José María Luis Mora.

goteo”, configuró una salida silenciosa de personas de toda España pero sobre todo de Asturias y Cantabria.

Los autores destacan que las casi 900 empresas españolas asentadas en la ciudad de México a inicios del siglo xx produjeron alrededor de una quinta parte del producto capitalino, proporción que a su vez en valor representaba más que el del valor de las exportaciones de aquellos años. Ello permite desvanecer con fuentes de censos y archivos aquella leyenda negra que representaba al español emigrado como personaje proclive a cosechar donde no había sembrado.

El espacio poblano es empleado por los autores para hacer un estudio de la migración y del mercado laboral de aquellos inmigrados. Se encuentra que muchos son realmente proletarios, y de ellos el porcentaje de mujeres no es nada desdeñable. Esto es una notable novedad en la historiografía.

De ahí en adelante, los autores se abocan a presentar los casos de familias específicas en tanto ejemplos de tenacidad y empresa: los Fernández Cuétara y los Gómez Cuétara, los Salazar Bello, la familia Servitjie y su Grupo Bimbo y, finalmente el linaje Arango, promotor de sus tiendas Aurrerá. Muchos de estos empresarios tuvieron un origen humilde; iniciado en el comercio de abarrotes al menudeo, pero al final lograron en distintas proporciones y periodos del siglo xx el encumbramiento ya sea regional o nacional de sus negocios.

La periodización utilizada por los autores también condensa un ciclo completo en términos de los efectos que sobre la conducta empresarial y directiva tendrá la larga etapa transicional de la economía protegida a aquella de la eliminación absoluta de las barreras de entrada al mercado. Esto es muy útil para sopesar, con los ejemplos ya referidos, la capacidad de adaptación y supervivencia al medio de los empresarios españoles y de los cuales se descubre que los resultados son combinados; no siempre de un éxito absoluto.

En resumen, se trata de una lectura bien hecha, con un explícito aporte, pero sobre todo con una proporción adecuada de historia y de economía que dejará satisfechos a muchos.