

Los empresarios barcelonnettes en México:

Sus redes sociales y de negocios, siglos XIX y XX

Barcelonnette Entrepreneurs in Mexico:

Their social and business networks, 19th and 20th centuries

José Galindo  ^{a, @}

^a Instituto de Investigaciones Histórico-Sociales. Universidad Veracruzana

[@] Contacto principal: jgalindor@yahoo.com

Resumen

Las redes, aunque siempre han sido fundamentales para la actividad económica en todas las eras, jugaron un papel particularmente notorio en la actividad empresarial de México durante el Porfiriato (1876-1911). Esto, debido a la sistematización específica que experimentaron en ese periodo, a raíz de la llegada a México de grupos de inmigrantes organizados, que permitió sortear las debilidades institucionales e incertidumbres del momento. Los barcelonnettes, provenientes de Francia, representan un claro ejemplo de una red social estrechamente entrelazada de empresarios que expandieron sus negocios por medio de redes en México. Este artículo analiza la construcción de redes y las actividades económicas de estos empresarios en México entre mediados del siglo XIX y principios del siglo XX.

Palabras clave: Redes sociales | Barcelonnettes | Empresarios franceses | Estrategias empresariales | México

Códigos JEL: N01 | N36 | N66

Abstract

Networks, although they have always been fundamental to economic activity in all eras, played a particularly notable role in business activity in Mexico during the Porfiriato (1876-1911). This, due to the specific systematization that they experienced in that period, as a result of the arrival in Mexico of organized immigrant groups, which allowed to overcome the institutional weaknesses and uncertainties of the moment. The barcelonnettes, from France, represent a clear example of a closely intertwined social network of entrepreneurs, who expanded their businesses through networks in Mexico. This article analyzes the construction of networks and the economic activities of these entrepreneurs in Mexico between the middle of the 19th century and the beginning of the 20th century.

Keywords: Social networks | Barcelonnettes | French entrepreneurs | Business strategies | México

JEL Codes: N01 | N36 | N66

Artigo recebido em março de 2021. Aprovado em novembro de 2021.

1. Introducción

Antes del Porfiriato (1876-1911), el México Independiente es definido, en general, por el poco control que se tenía sobre las fuerzas productivas, el desorden social, caos político y una marcada regionalización del país. Además, de una sociedad altamente jerárquica y segmentada. Como resultado, la formación de una infraestructura económica sólida y productiva fue un proceso complicado y tenso. Por ello, el proceso de creación de nuevas plantas industriales no tuvo lugar hasta que el Porfiriato estableció control sobre el territorio del país, que sentó las bases para la acción económica. Parte de este control fue resultado de la creación de alianzas y redes. Así, las redes sociales (en general, no necesariamente incluyendo funcionarios gubernamentales) jugaron un papel particularmente relevante en la actividad empresarial de México.

Se ha argumentado que “los empresarios pueden utilizar redes para monitorearse unos a otros, y negociar dentro de un sistema que se basa más en la convención que en las reglas declaradas públicamente para funcionar” (MUSACCHIO y READ, 2007: 849). De hecho, la red empresarial mexicana de finales del siglo XIX y principios del siglo XX facilitó el intercambio de información entre empresas y empresarios.

En términos sociológicos, hay dos tipos de empresarios: los empresarios individuales y los empresarios de redes. Los empresarios individuales son más comunes en sociedades en las que la confianza prevalece. Sin esa confianza, que afecta la transparencia de las transacciones económicas, los empresarios operan predominantemente en redes. Los individuos que se ajustan a una red deben tener atributos personales considerados aceptables, así como el apoyo de otros miembros de la red, que está basada en valores en común. Pero lo más importante, los empresarios de redes deberían tener las conexiones adecuadas para desarrollar negocios productivos y explotar nichos de mercado (CASTAÑEDA, 2004). Pero ¿cuáles redes de empresarios se formaron a finales del siglo XIX y principios del XX?, ¿qué características tenían? y ¿cuáles fueron las aportaciones de estas redes en el desarrollo económico e industrial del país? Intentaremos contestar a estas preguntas a través de los barcelonnettes, que son un claro ejemplo de redes de empresarios que exponenciaron su actividad económica en México sobre todo durante las últimas décadas del siglo XIX y principios del siglo XX. Este grupo de inmigrantes que llegaron a México en diferentes periodos del siglo XIX, algunos en condiciones de pobreza, lograron establecer negocios y desempeñaron un papel importante en la economía del país, estableciendo diferentes redes y estrategias.

2. El origen de redes de empresarios Barcelonette en México

La migración ha sido un pilar del sistema capitalista en todo el mundo. Contribuye a la promoción de la industrialización, desarrollo científico y tecnológico, mano de obra, aumento de la inversión nacional y extranjera, el intercambio de bienes y la transformación del aparato político, económico y social. Durante el siglo XIX y siglo XX grupos étnicos de distintas nacionalidades y regiones, como diferentes grupos europeos, judíos, chinos y gente de medio oriente fueron capaces de migrar a México en busca de mejores oportunidades, bienestar y seguridad. Entre estos grupos se encontraban migrantes franceses, procedentes del Valle Ubaye en los Alpes franceses, que llegaron a México en las primeras décadas del siglo XIX pero que aumentó considerablemente durante el período conocido como capitalismo liberal (1870-1929), periodo que presentó condiciones favorables para que triunfaran y formaran una red de empresarios étnicos.

Cuando se habla específicamente del empresariado étnico, debemos entenderlo como “un conjunto de conexiones y patrones regulares de interacción entre las personas compartiendo un contexto nacional común o experiencias de migración” (WALDINGER, ALDRICH y WARD, 1990:13-48). Se ha escrito y teorizado mucho sobre empresarios étnicos en México y en otros países, y los barcelonnettes cuadran bien en los patrones generales que se han analizado para definir este tipo de empresarios. Por ejemplo, en el libro *Inmigrant Businesses: The Economic, Political and Social Environment*, diversos autores teorizaron sobre el espacio y contexto institucional, capital social, globalización y redes migratorias de empresarios étnicos (RATH, 2000). Observaron que distintos inmigrantes contribuyeron al aumento de los pequeños empresarios quienes desarrollaron economías locales: Numerosos inmigrantes, haciendo uso de su propio capital, talento y condiciones económicas favorables, realizaron con éxito la transición a la vía de espíritu empresarial de autosuficiencia” (RATH, 2000:2). Este patrón reúne adecuadamente el caso de los barcelonnettes en México, quienes además se desarrollaron en un período en el que todos los empresarios que actuaban en territorio mexicano se vinculaban entre ellos y operaban a través grupos para manejar las incertidumbres del mercado y la poca claridad de los derechos de propiedad en un entorno de debilidad institucional.

3. Redes de barcelonnettes

La llegada de barcelonnettes a México fue en diferentes periodos desde inicios del siglo XIX, sin embargo, entre la década de 1870 y la de 1890 encontramos generaciones distintas de barcelonnettes que se establecen en el periodo del capitalismo liberal, lo que permitió que particularmente sus negocios prosperaran y se expandieran en México. Los barcelonnettes que llegaron hacia la década de 1870 se transformaron a ser una de las fuerzas dominantes en el comercio, fundando la mayoría de las principales tiendas departamentales del país. También llegaron a ser una fuerza poderosa en el sector bancario, a través de su participación en bancos importantes como Banamex y Banco de Londres y México (BLM), entre otros. Además, en el sector manufacturero no solo adquirieron o fundaron fábricas textiles, sino también desarrollaron intereses en la producción de papel, jabón, productos enlatados, cerveza, tabaco y producción de energía, por nombrar algunos.

Los barcelonnettes que llegaron posteriormente, hacia finales de la década de 1890, se tuvieron que adaptar a un entorno más complicado, sobre todo político, que llevaría a una revolución nacional entre 1910-1920. Esto los obligo a modificar su tipo de estrategias empresariales y el tipo de red específica con la que se vincularon, estableciendo una red más individual compuesta sobre todo por miembros de su familia y una mezcla de franceses no tan centrales en la red general de los barcelonnettes, pero que se volvieron centrales en la red específica de cada una de estas familias individuales de franceses. Sin embargo, esto no implicó que fracasaran económicamente, sino simplemente, tuvieron que adaptarse al cambiante entorno político y económico.

¿Qué estrategias utilizaron los barcelonnettes que lograron triunfar en México?, ¿cuáles redes implementaron?

Antes de 1870, la colonia francesa en México, como casi todas las colonias francesas alrededor del mundo, estaba compuesta por pequeños comerciantes, artesanos, empleados, cocineros, costureros, y dueños de restaurantes. No estaban involucrados en comercio mayorista, finanzas o industria. En cuanto a lo que a comercio se refiere, en México, los ingleses y alemanes monopolizaron la lana, algodón, seda, hierro, acero y las industrias de joyería al por mayor. Los españoles estaban más enfocados en el comercio de vinos, licores, alimentos en conserva, y artículos de abarrotes.

Tabla 1. Actividades de los inmigrantes franceses en 1845

Profesión	Número	Porcentaje
Trabajadores	465	3.7
Artesanos	123	25.8
Campesinos	470	6.8
Comerciantes	107	26
Moda y estilismo	200	6
Alimentos	370	11.1
Otros	1,800	20.6
TOTAL		100

Fuente: Meyer (1890)

Un mercado modesto, fragmentado y subdesarrollado existía en México antes de 1870, con un rango de comunicación limitada e incompleta que había conducido a la prevalencia de pequeños, generalmente desconectados mercados locales. Este es el por qué no podemos hablar de un mercado nacional. Sin

embargo, el entorno político, social y económico comenzó a estabilizarse, llevando a importantes avances en la construcción de infraestructura. Por ejemplo, la red ferroviaria que en 1876 cubrió 640 km había crecido para 1911 a 19,280 km (SIERRA, 2006: 264). Fue en este contexto que floreció el comercio francés en México, bloqueando gravemente al de sus rivales europeos.

La intervención francesa en México, de la década de 1860, permitió a los franceses capturar no sólo ventas mayoristas de la industria textil, sino la misma industria en de gran parte del territorio mexicano. Los minoristas franceses que utilizaban almacenes mayoristas alemanes como intermediarios para distribuir sus productos en México empezaron a utilizar intermediarios franceses en su lugar. Esta situación también afectó a los ingleses, al punto que dejaron de prestar sus servicios como intermediarios comerciales.

Los barcelonnettes habían sido los principales clientes de estos proveedores europeos y ahora establecían sus propias compañías para obtener productos directamente desde Europa. Unos pocos incluso abrieron oficinas en Inglaterra y Francia para gestionar la exportación de productos a México. Los negocios comerciales de los barcelonnettes en México crecieron para incluir gran parte de la distribución de ventas mayoristas y minoristas de esos productos, que eran vendidos a otros minoristas ubicados en México.

Las décadas de 1870 y 1880 fueron años cruciales para el crecimiento económico de los barcelonnettes en México. De 80 casas de importación alemanas en 1870, dos tercios ya habían desaparecido para 1889. La última casa de tela alemana establecida en México cerró en 1892 (D'ANGLADE, 2012:133). En ese mismo año los franceses poseían 150 casas de tela, 30 eran mayoristas y 118 pertenecían a los barcelonnettes. Para 1910, el número había llegado a 200, y 150 les pertenecían a los barcelonnettes (MEYER, 1980:30). Además, productos de alta calidad eran importados y vendidos en tiendas de barcelonnettes, siendo el principal objetivo satisfacer los gustos de una clientela acaudala y sofisticada. La importación no ocurrió con los artículos estándar, para los cuales la industria mexicana era barata y suficiente. Para asegurar un suministro estable de tela en el mercado nacional. A mediados de la década de 1870 algunos barcelonnettes habían firmado contratos anuales con fabricantes mexicanos -por ejemplo, fabricantes de Puebla como Ciriaco y Marron y Carballo- (D'ANGLADE, 2012:149).

Entre 1870 y 1880, las actividades económicas de los barcelonnettes estaban centradas en comercio y la consolidación de la distribución de ropa. También se aventuraron poco a poco en la industria textil, siendo el objetivo el control de producción. Los franceses ya tenían historia produciendo textiles en México; por ejemplo, la fábrica más grande antes de 1850, la Fábrica Cocolapan, establecida en Orizaba, Veracruz, tuvo inversión francesa (MEYER, 1980:31). Antes de la incorporación completa de barcelonnettes en el sector de la industria textil, los franceses también habían conseguido involucrarse en el sector financiero mexicano.

Eto fue debido a que, como mayoristas, los barcelonnettes se enfrentaron con la necesidad de proporcionar crédito a sus clientes con el fin de facilitar sus compras. Como resultado, los barcelonnettes progresivamente compensaron la ausencia de un sistema bancario formal, comenzando a principios de la década de 1870. Un sistema de crédito informal fue desarrollado, que creció con los negocios (HABER, 1989:69). Eventualmente, la experiencia adquirida por parte de los franceses en el sector informal de crédito, a través del apoyo a sus clientes, los llevó a involucrarse en la construcción del sistema formal de crédito.

Antes de explicar con más detalle el involucramiento de estos franceses en sectores específicos de la economía mexicana, es importante mencionar que los barcelonnettes en México se habían expandido inicialmente a través de la creación de compañías entre familiares o miembros de su misma comunidad y, con los años, empezaron a asociarse en grandes consorcios que estaban compuestos por varias empresas individuales encabezadas por algunos de estos franceses. Estos consorcios manejaban múltiples tiendas, bancos y fábricas de productos manufacturados, sobre todo textiles. Así, su asociación basada en lazos étnicos permitió la creación de redes de confianza en las que algunos barcelonnettes depositaban su capital para de estos consorcios o grandes compañías que les permitía controlar los textiles, el crédito y el comercio de manufacturas.

En la red de negocios de Barcelonnette, que era relativamente densa y estrechamente interconectada, aproximadamente el 86 % de los socios tenían apellidos franceses. Los inicios de esta red de barcelonnettes significó la contratación y capacitación de personal casi exclusivamente de su comunidad. La cohesión

étnica fue un factor clave para esta generación. A través de este sistema de emprendedores en red, este grupo de inmigrantes Barcelonnette llegó a México con la ayuda de amigos y familiares que previamente habían logrado establecerse en México. Así después de un período inicial de trabajo duro y salarios bajos, algunos de estos recién llegados comenzaron a desarrollar sus propios negocios, ya sea por haber recibido un negocio como herencia familiar o con la obtención del respaldo económico de la comunidad, siendo este apoyo el resultado de una promesa contratada de un servicio prolongado y leal con la firma (CASTAÑEDA, 2004:3). Así, los inmigrantes franceses bien integrados y talentosos recibieron el apoyo de sus jefes para crear sus propios negocios, a pesar del hecho de que no siempre había una relación de sangre directa entre los supervisores y empleados (CASTAÑEDA, 2004: 3-4).

Tabla 2. Centralidad de empresarios y firmas.

No.	Empresa/Empresario	Conexiones	nEigenvec
1	La Abeja	56	49.58
2	Cía. Industrial Veracruzana S.A. (CIVSA)	56	42.41
3	Robert Tron y Cía.	36	36.45
4	Cía. Industrial de Orizaba S.A. (CIDOSA)	60	32.66
5	El León Fabrica de H. y T. S.C.	29	20.50
6	Cía. Industrial de S. Antonio Abad S.A.	22	19.11
7	Cía. Eléctrica Robert S.A.	18	17.18
8	Cía. Hidroeléctrica del Río de la Alameda S.A. (CHRA)	22	17.13
9	Robert S. Y Cía.	12	15.31
10	Cía. Bancaria de París y México (CBPM)	28	11.68
1	Ollivier, José	25	25.53
2	Signoret, José	17	20.41
3	Robert, Sebastián	15	19.38
4	Robert, Desiderio	11	17.50
5	Abad, Pedro	10	17.22
6	Caire, Fermín	10	17.22
7	Chaix, Pedro A.	8	17.02
8	Honnorat, León	9	15.98
9	Signoret, León	14	15.84
10	Barbaroux, Fernando	8	14.81

Fuente: Basado en Gómez-Galvarriato (2008)

El anterior cuadro muestra el peso de algunos barcelonnettes y empresas específicas dentro de la red general que construyeron estos franceses sobre todo durante el Porfiriato. Sin embargo, estos datos, extraídos de un trabajo de Aurora Gómez, no logran representar directamente a los barcelonnettes que llegan a México hacia finales del siglo XIX, y que establecieron otro tipo de red más individual que involucraba sobre todo a los miembros de sus familias y a algunos otros empresarios nacionales y extranjeros, muchas veces ajenos a la comunidad barcelonnette. Es decir, aquellos barcelonnettes que se expandieron durante al menos la primera mitad del siglo XX crearon una red más individual (o específica de su núcleo familiar) y abierta.

Sin embargo, los barcelonnettes y las empresas que se muestran en la tabla de abajo, pertenecientes a la generación de barcelonnettes que se expanden particularmente en el Porfiriato, forman parte de un modelo y estrategia empresarial específicos y que se caracteriza por la conformación de una red cerrada con las características mencionadas arriba.

Por otra parte, la cohesión de la comunidad de Barcelonnette en México se vio fortalecida por la asociación con, o la fundación de, instituciones, como las sociedades de caridad, escuelas y panteones. Estos incluyeron la creación de la Asociación Franco Mexicana, Suiza y Belga de Beneficencia [AFMSB] en 1841; el cementerio El Panteón Francés en 1865; y la escuela Liceo Franco Mexicano, donde la mayoría de la comunidad francesa en México estudió hasta la escuela secundaria, en 1937. Los Barcelonnettes también crearon clubes sociales: el Club France, un club deportivo, y el Club Hípico Francés, un club ecuestre. Los orígenes del Club France datan de 1870, cuando un grupo de siete familias francesas fundaron el Círculo Francés de México en el centro de la Ciudad. El círculo era exclusivo para los de origen francés con el objetivo de promover las relaciones entre los empleados en todos los niveles.

La entrada de bancos franceses en el sistema bancario formal en México tuvo lugar en 1881. Edouard-Noetzlin, presidente del Banco Franco-Egipcio, obtuvo una concesión y creó el Banco Nacional Mexicano (BNM), principalmente con capital francés y mexicano (8 millones de pesos). El principal socio en el BNM era el Banco Franco-Egipcio, con 16,500 de un total de 80,000 acciones. Los franceses poseyeron un total de 59,116 acciones y el resto fue distribuido entre empresas de Nueva York y representantes de la élite política y económica mexicana, para quienes el 20 % del capital había sido reservado. El BNM abrió sus puertas en febrero de 1882. Este fue un banco de depósito, descuento, circulación y emisión. Aunque no era un banco estatal, el gobierno podía controlar la emisión de cuentas particulares a través de este banco. Al momento de su inauguración, el BNM ofreció al gobierno federal una línea de crédito de 4 millones de pesos (D'ANGLADE, 2012:214).

Poco después de la creación del BNM en 1882, el Banco Mercantil Mexicano (BMM) fue fundado. Tenía solo la mitad del capital invertido que el BNM, y este venía principalmente de comerciantes españoles y mexicanos que residían en México. Los dos bancos se fusionaron en 1884, lo que dio como resultado el Banco Nacional de México o BANAMEX (D'ANGLADE, 2012:219). El capital para BANAMEX vino de inversionistas franceses (tanto desde Europa como de las colonias francesas establecidas en México), así como inversionistas mexicanos y españoles. Este modelo operacional se basó en el modelo bancario francés, el cual combinó funciones públicas y privadas (MEYER, 1980:34–35).

Banamex fue en principio dominado por los grandes capitalistas españoles, originalmente de la Península Ibérica pero establecidos en México. La participación de capital de los barcelonnettes, aunque presente, fue escasa al principio. El primer barcelonnette en invertir en un banco mexicano, fue Sébastien Robert, quién invirtió una pequeña cantidad de dinero en el BNM (GALÁN, 2010:120). La importancia del capital francés en el sector bancario en México creció con el paso del tiempo, y para 1910, 70 % de los 20 millones de pesos del capital que Banamex mantenía pertenecía a los franceses (MEYER, 1980:35). Dado que no se pudieron establecer nuevos bancos de emisiones tras el anuncio por el Congreso de una nueva ley de comercio en 1884, Banamex disfrutó un monopolio garantizado y vino a ser el banco mexicano más poderoso. Para 1896, controlaba más del 60 % del capital bancario en el país.

En lo concerniente al sector bancario, los barcelonnettes tenían también una gran visión. Exactamente cómo había sucedido cuando entraron en posesión del mercado mayorista, hubo un importante cambio, de ser comerciantes a ser socios financieros (MEYER, 1980:219–220). Los barcelonnettes invirtieron masivamente en el que era el segundo banco más importante en el país, el Banco de Londres y México (BLM), con el propósito de tomar control de él. Este banco era un descendiente directo del Banco de Londres, México y Sudamérica, y fue renombrado en 1889. El BLM se volvió más centrado en actividades económicas como la inversión privada en lugar de estar más involucrado en la financiación pública. A principios de 1896, un número de barcelonnettes invirtieron fuertemente en el BLM. En ese año el capital del banco se duplicó de 5 a 10 millones de pesos y la mesa directiva incrementó de 5 a 12 socios (MEYER, 1980:334). Cuatro de esos socios nuevos fueron los dueños y asociados de las principales tiendas y negocios barcelonnettes:

Joseph Ollivier, León Signoret, y León Honnorat, los hermanos Tron, quienes crearon el Palacio de Hierro, una famosa tienda departamental que aún existe; y Alphonse Michel, socio director del Puerto de Liverpool, que es de hecho hoy en día la única tienda departamental propiedad barcelonnette aún bajo el control de una familia barcelonnette. El BLM también tuvo socios españoles, como el acaudalado empresario Antonio Basagoiti, y figuras políticas como el senador Rafael Dondé y Rosendo Pineda, así como el financiero y yerno de Porfirio Díaz, Ignacio de la Torre y Mier. La inversión inglesa estuvo presente en el capital del BLM; sin embargo, esta participación disminuyó de 90 % a 50 % después de 1896 (CANUDAS, 2005:144, citado en GALÁN, 2010).

Para 1899, los barcelonnettes habían tomado casi por completo el control del BLM. El BLM participó activamente en las actividades de sus socios, financiando grandes consorcios textiles como CIDOSA y CIVSA; financiando las más grandes tiendas departamentales, como el Palacio de Hierro, el Centro Mercantil, y el Puerto de Veracruz; y financiando minería, agricultura y otros proyectos manufactureros como fábricas de cerveza y compañías de cigarros. Los franceses participaron en otros bancos, como el Banco Central Mexicano. Este fue un banco de activos fijos; es decir, fue establecido para financiar bienes raíces, agricultura y minería y también industrias, aunque en una proporción más pequeñas (MEYER, 1980:35). Su capital llegó a ser 60 % francés, creciendo la participación francesa en el banco de 18 a 30 millones de pesos del capital total. Sébastien Robert se volvió un importante accionista en el Banco Central tras su creación en marzo de 1897.

Los barcelonnettes también participaron en otros proyectos bancarios, como La Sociedad Financiera para la industria en México (SFIM). Creada en 1898, el SFIM se convirtió en un intermediario importante para obtener fondos en Europa. Su principal tarea se volvió proporcionar contribuciones de capital pequeño a diferentes compañías que generalmente eran propiedad de los propios socios de SFIM. En 1909 la Compañía Bancaria de París y México (CBPM) fue fundada con una suma importante de capital: 10 millones de pesos¹. Para su funcionamiento, una consultoría y comité de vigilancia fueron creados en Francia. A diferencia del SFIM, el cuál concentró principalmente préstamos de largo a mediano plazo, el CBPM resolvió los problemas de liquidez de sus propios dueños concentrándose en operaciones a corto plazo².

La inversión francesa total en el sector bancario en México había crecido a 100 millones de pesos para el final del siglo XIX. Esto fue distribuido entre bancos comerciales en la Ciudad de México (51 %), bancos comerciales en otros estados (8.5 %), hipotecas, bienes raíces y otras empresas financieras (35.5 %), y otras inversiones (5 %). Francia fue por mucho el mayor inversionista, con alrededor del 60 % del capital total en el sector bancario (COSÍO, 1965:1061). Las inversiones bancarias realizadas por los Estados Unidos en México eran más pequeñas con 34 millones de pesos, y las inversiones realizadas por Inglaterra y Alemania sumaron 17 y 12 millones, respectivamente. Sin embargo, es importante mencionar que el sistema bancario mexicano estaba todavía en su infancia al inicio del siglo XX. A pesar de que el sector bancario mexicano creció, todavía estaba limitado a menos de 20 empresas en 1910 (HABER, 1989: 64–65). Así mismo, las regulaciones bancarias estaban limitadas por los intereses de sus socios, los cuales principalmente servían para cumplir.

Por otra parte, en 1875, las fábricas textiles en México eran todavía pequeñas unidades que satisfacían solo las necesidades regionales, aunque su crecimiento había sido rápido. En 1853, 47 manufactureras trabajaban en el sector algodonero, y para 1878, 99 se habían aventurado en él. Sin embargo, la productividad de cada fábrica era débil y sus productos de baja calidad, especialmente la ropa destinada a las clases sociales más modestas (D'ANGLADE, 2012:149).

Durante los primeros años del Porfiriato, entre 1877 y 1889, la creciente demanda interna por textiles nacionales fue satisfecha principalmente al aumentar el número de trabajadores en la fábrica, no agregando nuevas fábricas textiles. Asimismo, aunque el modelo económico mexicano era supuestamente liberal, para el final de la década de 1880, las tarifas proteccionistas aumentaron constantemente hasta el punto que las telas mexicanas alcanzaron tres veces el valor de las telas importadas de Inglaterra. Esta tendencia

¹ Notario Público 5 Cd. de México: Bernardo Cornejo, 28 de octubre de 1909; vol. 51; escritura 3542; 1-18.

² Notario Público 5 Cd. de México: Bernardo Cornejo, 28 de octubre de 1909; vol. 51; deed 3542; 1-18.

continuó durante el resto del Porfiriato, con importantes incrementos tarifarios en 1892, 1893, 1896 y 1906. Como resultado, incursionaron en nuevos proyectos de inversión que incluyeron la fundación de nuevas fábricas textiles con instalaciones modernas. La creación en 1889 de la Compañía Industrial de Orizaba, S.A. (CIDOSA) destacó. CIDOSA añadió cuatro fábricas textiles a sus empresas, en Cerritos, San Lorenzo, Río Blanco y Cocolapan. Todas ellas estaban ubicadas cerca de Orizaba, en Veracruz. Río Blanco aún conocida por una violenta huelga que ocurrió en 1907, fue la más grande y quizá la más moderna fábrica en Latinoamérica, con entre dos mil y tres mil trabajadores. La fábrica fue equipada con maquinaria e instalaciones libres de impuestos, una medida de apoyo de los gobiernos local y federal para lograr la industrialización en México. Tres cuartas partes de los textiles producidos por las fábricas CIDOSA eran artículos básicos destinados para las masas. El resto eran productos de alta calidad para competir con los productos textiles que aún seguían siendo importados.

Otros barcelonnettes empezaron emular este modelo comprando viejas fábricas y creando nuevas. En poco tiempo, los barcelonnettes habían pasado de ser minoristas a mayoristas, banqueros e industriales. Así los barcelonnettes hicieron otras inversiones importantes en la industria textil en la década de 1890, como la Compañía Industrial de San Antonio Abad (CISAASA), fundada en 1892; Compañía Industrial Veracruzana S.A. (CIVSA), fundado en 1896; y la Compañía Industrial de Atlixco (CIASA), fundada en 1899. También, incursionaron en la producción de otras manufacturas, siendo Francia el país extranjero con más participación en este sector. Así, los franceses estuvieron involucrados en la producción de jabón, conservas y cerveza, entre otros productos manufacturados.

Sobre los barcelonnettes que llegaron a México durante la última década del siglo XIX, cuando los barcelonnettes mencionados anteriormente estaban realizando sus negocios de manera exitosa y se relacionaban en los clubs, los miembros de esta nueva generación implementaron una estrategia diferente. A pesar de llegar años después tomaron ventaja indirectamente de la red temprana creada por la primera generación y usarían sus habilidades empresariales, no solo para expandir sus negocios, sino también para crear su propia red (GÓMEZ, 2008:491-502).

Sobre el aprovechamiento de la red original creada por los barcelonnettes, esto se dio principalmente a través de la Compañía Bancaria de París y México (CBPM), banco que fue creado hacia 1909, y que entre sus socios figuraban algunos miembros centrales tanto de la red general original de los barcelonnettes durante el Porfiriato, como miembros llegados más recientemente a México. Esta situación, está claramente representada en la centralidad que tuvo esta compañía dentro de toda la red barcelonnette, como se puede observar en el cuadro anterior. Asimismo, los nombres de los siguientes socios de la CBPM aparecen listados en dicho cuadro como personajes centrales como Joseph Ollivier, Sebastian Robert o Joseph Signoret. Sin embargo, sobre empresarios nuevos importantes que llegaron posteriormente y que no están listados en el cuadro anterior tenemos los ejemplos de Adrián Jean, los hermanos Fabre o Faudon.

Tabla 3. Principales inversionistas en la Compañía Bancaria de París y México, 1909.

Socios CBPM	Acciones	Porcentaje de Acciones
J. Ollivier y cía.	9,770	9.8 %
S. Robert y cía.	9,770	9.8 %
Carlos Markassuza	8,140	8.1 %
Hauser Zivy y Cía.	6,510	6.5 %
Antonio Signoret	6,510	6.5 %
Clemente Jacques y cía.	4,890	4.9 %
P.J. Jacques sociedad en Comandita.	4,230	4.2 %
Fabre Hermanos	4,230	4.2 %
A. Reynaud y cía.	3,260	3.3 %
A. Richaud y cía.	3,260	3.3 %
M. Lambert y cía.	3,260	3.3 %
M. Bellon y cía.	3,260	3.3 %
Tardan Hermanos.	3,260	3.3 %
Veyan, Jean y cía.	3,260	3.3 %
J. B. Ebrard y cía.	3,260	3.3 %
Signoret, Honnorat y cía.	3,260	3.3 %
Leon Signoret	3,260	3.3 %
Humberto Audiaguez	3,260	3.3 %
Jose G. Escandon	1,630	1.6 %
Mariano Allegre	1,630	1.6 %
Abril de Greiguiel	1,630	1.6 %
Hijos de Max Chauvet y cía	1,630	1.6 %
F. Manuel y cía.	1,300	1.3 %
F. Sánchez y cía sucesores	1,140	1.1 %
Hipolito Duran	980	1.0 %
Bernardo Albuneda	970	1.0 %
Ailand y cía	810	0.8 %
E. Manuel y cía	650	0.7 %
L. Faudon y cía	650	0.7 %
Manuel Levy	330	0.3 %

Fuente: Autor de este artículo. Tabla basada en información del Notario Bernardo Cornejo, 1909, vol. 51

4. La transformación inversa de las empresas, diferencias entre la primera y segunda generación.

Existen algunas distinciones principales entre las familias llegadas hacia la última década del siglo XIX y principios del XX y aquellas familias que se posicionaron desde el Porfiriato temprano. De entrada, se cuenta con mucha más información de los barcelonnettes que emergieron primero. Los segundos han sido menos estudiados, además de que sin lugar a dudas la ola de migración de los segundos fue mucho menor. Algunas de las familias que emergieron en una segunda etapa se distinguieron de otros barcelonnettes en la industria textil al adquirir gradualmente el capital de las empresas en las que originalmente habían sido socios secundarios. Expandieron su influencia al mismo tiempo que a través de su empresa madre expandieron rápidamente sus actividades, además de que continuaron comprando fábricas sobre todo textiles y estableciendo diferentes sociedades anónimas para administrarlas. A diferencia de los miembros de la generación temprana, que inicialmente crearon compañías familiares y, con los años, empezaron a asociarse en grandes consorcios formados por socios franceses -generalmente no familiares- y, en ocasiones, españoles, en las compañías de la generación tardía los miembros de la familia constituían la mayoría de los socios, en lugar de otras compañías. El significado de este análisis es que, al contrario de lo que generalmente se dice sobre la operación exitosa de los barcelonnettes en México, estos segundos no se asociaron en estos consorcios. Las familias, sin embargo, mantenía múltiples negocios familiares que variaban en su composición de miembros, pero siempre tenían una fuerte presencia familiar. Bajo esta estructura familiar, algunos lograron construir un imperio económico en México del tamaño de sus compatriotas.

En el caso particular de la familia Jean, perteneciente a la generación de finales del XIX, sus negocios principales fueron sus compañías textiles, operadas separadas de la red general de Barcelonnette de la anterior generación. Es decir, crearon sus negocios textiles independientes, asociándose con individuos que no eran centrales en la red barcelonnette de la primera generación. En particular, los Jean tenían un grupo de socios o camarilla constante en varias compañías en la década de 1930, compuesto por cuatro personas de origen francés: Pedro Guzzy, Camilo Reynaud, Luis Vernier y José Imbert. Otro individuo que adquirió un poder sustancial en sus compañías fue Pedro Fortoul, también de origen francés. Según MinoucheSuberville, ex presidenta de la asociación, Raíces Francesas en México, Pedro tuvo un origen humilde; comenzó como camarero. Así, ni los Jean, como se mencionó anteriormente, ni ninguno de los cuatro socios franceses que componían la camarilla de la familia Jean, pertenecían a las grandes corporaciones textiles fundadas por otros barcelonnettes como CIVSA o CIDOSA.

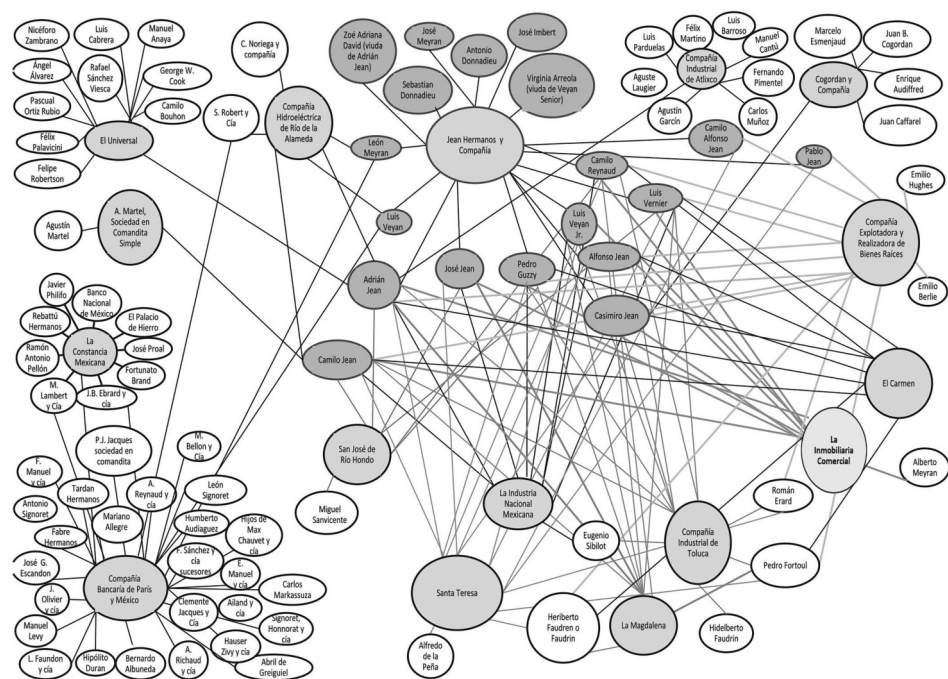
Esta estrategia le dio a la familia Jean una mayor adaptabilidad y flexibilidad en la toma de decisiones de negocios, disfrutando a la vez de los beneficios de pertenecer a una gran red social. La red mostrada a continuación representa la red de negocios de la familia Jean.

La red no está directamente vinculada a los personajes centrales de la red general de barcelonnettes del Porfiriato mostrada anteriormente. Sin embargo, se puede observar cómo la CBPM está presente en la red. Este fue un banco se fundó en octubre de 1909 por varias personas, principalmente de la comunidad francesa³. Y fue una de las instituciones financieras más importantes de la nación por aproximadamente 10 años -mismos que corresponden sobre todo al periodo revolucionario- considerando que la mayoría de los antiguos bancos emisores permanecían cerrados o sujetos a una estrecha supervisión gubernamental en ese periodo (GENIN, 1922). Sin embargo, la historiografía de la época apenas menciona a la empresa. Las dos principales firmas Barcelonnette que invirtieron fueron J. Ollivier y Compañía y S. Robert y Compañía Sucesores, con 9.770 acciones cada una. Otros inversionistas importantes incluyeron a Carlos Markassuza, quien tenía 8,140 acciones. Markassuza, el inversionista individual más importante, se convirtió en el primer presidente de la Mesa Directiva. Un tercer grupo, incluía a Veyan, Jean y Compañía (VJC) -la empresa de los Jean, que cambiaría su nombre a Jean Hermanos. Éstas tenían 3,260 acciones cada una. Finalmente, un grupo de pequeños inversionistas adquirió entre 650 y 1,650 acciones cada uno. En total, había treinta

³ Notaría Publica 5, Ciudad de México: Bernardo Cornejo, 28 de octubre de 1909, vol. 51, escritura 3542, 1-18.

inversores. Aunque VJC era un inversor de tamaño medio, Adrián Jean siempre jugó un papel importante en la Mesa Directiva. Después de servir como miembro en la primera Mesa Directiva⁴, asumió la presidencia de la compañía en 1914, en reemplazo de Markassuza, y ocupó el cargo durante más de cinco años⁵. CBPM fue, sin duda, usada por sus accionistas para financiar sus empresas manufactureras. Préstamos internos como estos era un lugar común en diferentes países en las primeras décadas del capitalismo. En abril de 1924, Camilo Jean fue elegido miembro de la mesa directiva de CBPM⁶. Para entonces, Banamex había ampliado su participación en CBPM porque esta última había enfrentado problemas de financiamiento. Sin embargo, pudo continuar sus operaciones, en parte por las inyecciones de capital de Banamex, aunque nunca recuperaría su posición en el mercado. Luego, en marzo de 1930, luego de algunos meses de negociaciones, Banamex adquirió Bancaria por aproximadamente 800,000 pesos⁷. La historia de los préstamos internos de CBPM y sus vínculos con el gobierno continuaron después de que Banamex adquirió el CBPM en 1930. Banamex ofreció más de ochenta préstamos a los miembros de su junta directiva durante varios años, entre ellos los Jean.

Figura 1. Red de negocios de la familia Jean



Fuente: Galindo (2021)

La tabla de abajo muestra a los elementos centrales de la red de la familia Jean entre los años de más éxito de esta familia conjunta:

⁴ Hubo diez posiciones vocales (miembros votantes) después del presidente y vicepresidente de la compañía.
⁵ Archivo Histórico Banamex, Compañía Bancaria de París y México, Informe de la Asamblea General del 5 de junio de 1915.
⁶ Notaria Publica 38 de la Cd. de México: Luis Beltrán, Mayo 8, 1925, vol. 53, documento 4108, 196–99.
⁷ Archivo Histórico de Banamex, Libro de Actas del Banco Nacional de México. Libro 12, 99.

Tabla 4. Centralidad de empresarios en las empresas en las que los Jean participaban, 1908–1931.

Empresario	nEigenvec
Adrián Jean	43.054
Camilo Jean	42.197
Alfonso Jean	32.772
José Jean	27.105
Camilo Reynaud	26.737
Luis Vernier	23.883
Pedro Guzzy	23.883
León Meyran	14.813
Luis Veyan	8.778
Luis Veyan Jr.	41.55
Pedro Fortoul	4.001

Fuente: Basado en Galindo (2021)

La investigación sobre la estructura organizativa, la evolución y el cambio en las empresas, según lo resumen Sharma, Chua y Chrisman, sugiere que las empresas que se mantienen bajo el control de la familia son "menos diferenciadas horizontalmente y más dependientes de los controles informales. . . Como resultado, la empresa familiar puede tener más éxito en negocios que requieren una estructura ágil y receptiva" (SHARMA, CHRISMAN y CHUA, 1997:15). Como lo veo, esta característica ayudó a los Jean a lidiar mejor con el entorno institucional informal al que se enfrentaron cuando iniciaron. Les dio la capacidad de crecer en o por encima de las tasas de sus competidores y responder con eficacia a eventos externos como la Revolución Mexicana. En este período, ambas estrategias empleadas por los barcelonnettes fueron exitosas, fortaleciendo las afirmaciones sobre la empresa familiar subjetiva y variable, aunque a veces no clasificable.

La familia Jean y sus fábricas no han atraído tanta investigación académica como CIDOSA y CIVSA, los consorcios franceses más grandes, en parte porque se expandieron más discretamente que los otros productores de barcelonnette, y esto explica por qué escaparon las depredaciones de los políticos revolucionarios. Es decir, la familia Jean se hizo cargo de una compañía más pequeña que inicialmente operaba dos fábricas y comenzó a adquirir otras fábricas textiles, fundando compañías familiares para gestionar las fábricas. A lo largo de este proceso, la familia también se involucró en otros sectores de la economía.

Además, contrariamente a la situación experimentada por otras compañías de Barcelonnette, Veyan Jean y Compañía creció durante el período revolucionario. En 1913, VJC adquirió nuevos terrenos alrededor de su fábrica, La Magdalena, al sur de la ciudad de México, para proporcionar a sus otras fábricas de la región acceso directo a la estación de tren. Ahora podrían transportar textiles a la ciudad de México y otros centros comerciales con mayor facilidad⁸. Para 1914, los hermanos Jean habían comprado la mayor proporción de capital en VJC, y la compañía continuó creciendo. Entre 1914 y 1920, obtuvo \$5, 361,601.36 en ganancias⁹. La mitad de sus ganancias llegaron en 1919, después de los años más violentos de la Revolución. El último miembro de la primera generación de la familia Jean, José Jean, se convirtió en socio en 1920¹⁰.

Los 20's trajeron cambios importantes a la industria textil en México, algunos de los cuales afectaron al Distrito Federal. Varias empresas pequeñas entraron en el campo de juego, muchas de las cuales tenían

⁸ Notario Público 8 de la Ciudad de México: Ignacio Alfaro, 13 de mayo de 1914, vol. 66, escritura 3270, 122–52.

⁹ Notario Público 8 de la Ciudad de México: Ignacio Alfaro, 26 de abril de 1920, vol. 77, escritura 4256, 171–90.

¹⁰ Notario Público 8 de la Ciudad de México: Ignacio Alfaro, 26 de abril de 1920, vol. 77, escritura 4256, 171–90.

propietarios árabes o judíos. Las pequeñas fábricas comenzaron a crecer en las décadas siguientes, generando una verdadera competencia para los franceses y otros inversionistas en el sector textil hacia la década de 1940. Sin embargo, durante los 20's, la familia Jean continuó expandiendo su negocio de textiles de algodón, lo que generó mayores ganancias (JEAN, 2001). Para 1929, solo La Magdalena fabricaba aproximadamente el 3 % de todos los textiles de algodón en el país¹¹. Como los hermanos Jean habían sido muy exitosos en la expansión de su negocio textil durante los 20's y habían ganado el control de las compañías donde una vez fueron socios de segundo nivel, decidieron expandir su negocio a otros lugares en México central para ganar control de las textiles de algodón en el centro del país. La familia Jean realizó otras adquisiciones durante los 20's y 30's, mostrándose más flexibles y menos adversas al riesgo en su período de expansión que otras élites económicas. Puebla en los 20's y 30's experimentó mucha violencia y, presumiblemente, algunas élites económicas decidieron deshacerse de las propiedades, incluso vendiéndolas con un gran descuento. Para 1938, los Jean contribuyeron con al menos el 6 % de la producción textil total del país. Ese año había 221 molinos en aparición; 865,626 husos activos; 34,987 telares activos, 43,299 trabajadores empleados y 50,809 toneladas métricas de algodón consumido (Haber, 1989, 181). Su fábrica, Santa Teresa, fue la fábrica textil de lana activa más grande de ese año¹². Para entonces, los Jean también controlaban una amplia red comercial de textiles en todo México sobre todo a través de una tienda departamental llamada La Francia Marítima (JEAN, 2001).

La familia Jean logró una diversificación empresarial invirtiendo en otros sectores como en la producción de electricidad, construcción de viviendas, además que al igual que la generación anterior tuvo una importante participación en el sector bancario como en la Compañía Bancaria de París y México.

Después de muchos años de trabajar principalmente en textiles y finanzas, la familia Jean creó un negocio completamente nuevo en el sector de la construcción y la vivienda. El tamaño de dos propiedades de VJC a mediados de los 20's, aproximadamente 800 hectáreas¹³, les permitió iniciar este negocio en la Ciudad de México, que luego se expandiría en general. La familia también usó las tierras que rodean su fábrica de Río Hondo en el Estado de México para construir y vender urbanizaciones de viviendas¹⁴. Los hermanos Jean también recibieron tierras para saldar deudas en Atlixco, Puebla, y vendieron estas tierras o construyeron viviendas en ellas¹⁵.

En 1925, la familia Jean comenzó una urbanización conocida como La Concepción, ubicada en al suroeste de la Ciudad de México en los ranchos Anzaldo y Contreras, que se dividieron en varios bloques y lotes¹⁶. A fines de los 20's, crearon dos nuevas empresas en Ciudad de México, La Compañía Explotadora y Realizadora de Bienes Raíces S.A. (1927) y La Inmobiliaria Comercial S.A. (1929), con el objetivo principal de expandir su negocio inmobiliario¹⁷. La Compañía Explotadora estaba a cargo de subdividir y vender el terreno obtenido como pago de deudas y "(también) explotaría dos centrales eléctricas, que producían luz, establecida en la ciudad de Atlixco, Puebla."¹⁸ Ambas empresas pronto comenzaron a crecer. A fines de los 30's, los Jean habían construido tres nuevas urbanizaciones en la misma región de la Ciudad de México: los fraccionamientos Padierna, El Molinito y Guadalupe¹⁹.

Después de 1945, cuando los textiles se volvieron menos rentables, el negocio de la vivienda se volvió un importante flujo de ingresos para la familia Jean, construyendo en 1950, una serie de urbanizaciones de viviendas. La familia Jean vendió algunos de sus ranchos del sur de la Ciudad de México a otra familia de

¹¹ Para una mejor comprensión de los números y la situación de la industria textil, consultar: "La expansión económica de una familia de negocios de élite de origen francés en México Central en la primera mitad del siglo XX", Empresa y sociedad: la Internacional Diario de Historia del Negocio 14, no. 4, (diciembre, 2013), pp. 794-828.

¹² Aunque los Jean mantuvieron la fábrica de Santa Teresa hasta su cierre en 1965, no expandieron sus actividades dentro del sector de la lana.

¹³ Notario público 5 de la Ciudad de México: Bernardo Cornejo, 22 de abril de 1926, vol. 153, escritura 12070, 66-92.

¹⁴ En esta escritura, los Hermanos Jean vendieron a Casimiro Jean, el hijo mayor de Adrián, dos fracciones de terreno ubicadas cerca del molino de Río Hondo, para ser utilizado para la construcción de viviendas. (Notario Público 56 de la Ciudad de México: Eduardo Chico, mayo de 1938, vol. 97, escritura 8277, 268-73.)

¹⁵ Notario Público 56 de la Ciudad de México: Eduardo Chico, 27 de abril de 1938, vol. 97, escritura 8268, 232-62.

¹⁶ Notario Público 56 de la Ciudad de México: Eduardo Chico, 15 de mayo de 1931, vol. 63, escritura fallida 5468, 71.

¹⁷ Notario Público 56 de la Ciudad de México: Eduardo Chico, 17 de agosto de 1929, vol. 51, escritura 4666, 65-73; y, abril 27, 1938, vol. 97, escritura 8268, 232-62.

¹⁸ No está claro donde fueron las acciones consultadas donde la Compañía Explotadora fraccionó y vendió tierras, pero es muy posible que comenzaran en Atlixco, Puebla, donde también explotaban, según una escritura, las dos centrales eléctricas mencionadas anteriormente (Notario público 56 de la Ciudad de México: Eduardo Chico, 27 de abril de 1938, vol. 97, escritura 8268, 232-62).

¹⁹ Notario Público 33 de la Ciudad de México: Daniel García, 30 de septiembre de 1930, vols. 77 y 79, escrituras 5627 y 5629, 117-29 y 138-54. Notario Público 56 de la Ciudad de México: Eduardo Chico, mayo de 1938, vol. 98, escritura 8283, 260-67

negocios, Los Rivera Torres, en 1953. Ésta construyó nuevas viviendas en el área a través de la compañía Jardines del Sur del Pedregal S.A.²⁰. La familia Jean participó en su construcción. La familia Rivera Torres, socios de la familia Jean, fueron bien conocidos por sus conexiones con diferentes administraciones gubernamentales.

5. Conclusiones

A pesar del éxito del Porfiriato de muchos empresarios barcelonnette un importante número fueron incapaces de superar los obstáculos después de la Revolución. Este evento coincidió con la Primera Guerra Mundial y la crisis económica de 1929, y empujó a muchas de sus empresas a la bancarrota. Tal fue la experiencia de Joseph Ollivier, un empresario destacado y central en la red barcelonnette. En contraste, los empresarios barcelonnettes que llegaron hacia finales del porfiriato participaron en diferentes sectores económicos además de las fábricas textiles, como la banca, la vivienda y la electricidad, permitiéndoles mantener su riqueza y negocios por un período más largo, y a pesar de la división eventual de los núcleos centrales de las familias en las segundas y terceras generaciones.

Aun así, tras los cambios institucionales promovidos por la revolución mexicana, que claramente son representados por un movimiento laboral más beligerante y con más poder de negociación, el poder económico disfrutado por algunas de estas familias francesas en la primera mitad del siglo XX les permitió permanecer en la élite de altos negocios; muchas veces, sus redes sociales fueron un apoyo crucial ante condiciones adversas²¹.

Muchos factores condujeron a que estas fábricas propiedad de los barcelonnettes dejaran de funcionar, además del aumento de competencia con nuevas empresas que surgieron a finales de la década de 1920, y la introducción de fibras sintéticas después de la Segunda Guerra Mundial. Estos nuevos empresarios se fortalecieron debido a sus actividades económicas en tiempos de guerra, y comenzaron a presentar una seria competencia a los empresarios barcelonnettes tanto de la generación porfiriana como de las posteriores, hasta el cierre de la mayoría de las fábricas textiles tradicionales en la década de 1960 (JEAN, 2001).

Por ejemplo, para finales de los 70, el negocio textil de la familia Jean, que es el caso que más he estudiado, había terminado. Para los Jean, las redes sociales acolchonaron su creciente fracaso en el sector textil y les permitió la diversificación de sus actividades.

En este artículo, al estudiar el éxito económico de los barcelonnettes, como ejemplos de inmigrantes empresarios, hemos analizado las características de sus redes. La historia de los barcelonnettes que llegaron más tardíamente a México hacia finales del siglo XIX se ajusta en algunos aspectos al patrón empresarial general de muchas otras familias barcelonnettes que emigraron a México: se elevaron de posiciones humildes a la prominencia en la industria textil y luego se diversificaron en otros negocios más allá. Sin embargo, también hubo diferencias importantes entre ellos y los barcelonnettes que llegaron hacia la década de 1860 a México. Por ejemplo, mantuvieron su negocio textil más familiar y no participaron en los grandes consorcios textiles, como CIDOSA y CIVSA, creadas por otros barcelonnettes. Sin embargo, a pesar de evitar grandes consorcios, mantuvieron una posición muy importante en el negocio textil y otras manufacturas en México. Además, en la banca, la experiencia de estos inversionistas barcelonnettes tardíos fue parecida a sus antecesores, obtuvieron créditos para financiar sus propias fábricas textiles y las compañías en las que participaron otorgaron créditos a asociados y amigos, incluidos funcionarios gubernamentales, fortaleciendo su red social específica. Sin embargo, los nuevos barcelonnettes sortearon hábilmente el episodio revolucionario, incluso creciendo de manera importante en aquellos años, además de que su específica estructura de negocios, más familiar y sin estar vinculada directamente con la red social general de los barcelonnettes tradicionales, les

²⁰ Registro Público de la Propiedad, (Ciudad de México), Sección Primera A, tomo 138, vol. 5. Pp.116–17.

²¹ En una entrevista, Mario Cerutti confirma que estos elementos siempre han sido fundamentales para los empresarios mexicanos para conservar una posición privilegiada dentro de la élite económica cuando se han enfrentado a condiciones adversas. M. Cerutti, en *La Hazaña de Monterrey*, Clio Video (2001).

dio la flexibilidad adecuada para también ser capaces de diversificar a lo largo de la primera mitad del siglo XX sus actividades a otros negocios como la construcción de vivienda y la generación de electricidad, entre otras. Sus redes sociales, cada vez más amplias que las de sus antecesores y con miembros de diferentes grupos de extranjeros y mexicanos, absorbieron sus debilidades en el sector textil y les permitieron explorar nuevas actividades económicas, manteniendo privilegios por encima del resto de la sociedad mexicana y aquellos empresarios que no tuvieron las mismas conexiones sociales, pero quizá disfrutaban de las mismas capacidades

6. Bibliografía

CASTAÑEDA, G. (2004). The Barcelonnettes: An Example of Network-Entrepreneurs in Nineteenth-Century Mexico. An Explanation Based on a Theory of Bounded Rational Choice with Social Embeddedness. *Working paper, Document de treball no. 04/2. Department d'Economia de l'Empresa, Universitat Autònoma de Barcelona.*

COSÍO, D. (1965). El Porfiriato: Vida Económica. En *Historia Moderna de México* Vol. II (1867–1910) Cd. De México, México, Editorial Hermes.

DIEZ, M. (2001). *Clío. “La Hazaña de Monterrey.”* Aired.

D’ANGLADE, J. L. (2012). *Un gran patrón Barcelonnette en México: Joseph Ollivier y su familia, 1850–1932.* Translated by Leticia Gamboa Ojeda. Nuevo León, Mexico: ABZAC.

GALÁN, E. (2010). *Estrategias y redes de los empresarios textiles de la compañía industrial Orizaba 1889–1930.* Xalapa, México: Universidad Veracruzana.

GALINDO, J. (2021). *Ethnic Entrepreneurs, Crony Capitalism, and the Making of the Franco-Mexican Elite.* Alabama: University of Alabama Press.

GÉNIN, A. (1922). *México Contemporáneo 1921.* Ciudad de Mexico: A.F. Salazar and Cía, editores.

GÓMEZ, A. (2008). Networks and Entrepreneurship: The Modernization of Textile Business in Porfirian Mexico. *Business History Review*, 82(3).

HABER, S. (1989). *Industry and Underdevelopment: The Industrialization of Mexico 1890–1940.* Stanford: Stanford University Press.

JEAN, M. (2001). *Entrevista realizada por el autor de este artículo,* Ciudad de México, 11 de septiembre de 2001.

MEYER, J. (1980). Los Franceses en México durante el siglo XIX. *Relaciones*, 1(2). Traducido por Pastora Rodríguez. El Colegio de Michoacán.

MUSACCHIO, A. (2007). Bankers, Industrialists and Their Cliques: Elite Networks in Mexico and Brazil during Early Industrialization. *Enterprise and Society*, 8(4), 842–80.

RATH, J. (2000). *Immigrant Businesses. The economic, political and social environment.* Basingstoke, Gran Bretaña: Palgrave Macmillan.

SHARMA, P., CHRISMAN, J., & CHUA, J. (1997). Strategic Management of the Family Business: Past Research and Future Challenges. *Family Business Review* 10.

SIERRA, M. J. (2006). *Atlas histórico de México.* Mexico City: ITAM.

WALDINGER, R., ALDRICH, H. E., & WARD, R. (1990). *Opportunities, group characteristics and strategies. Ethnic Entrepreneurs: Immigrant Business in Industrial Societies,* London: Sage.