

La Nueva España

Autos Leitariegos, S. A. De la tracción de sangre a la mecánica

A la memoria de don José en el último viaje del último arriero

06.12.2013 | 04:39

Autos Leitariegos, S. A. De la tracción de sangre a la mecánica

Joaquín Ocampo S.- Fundación Valdés-Salas, Universidad de Oviedo



En 2012, la Fundación Valdés-Salas iniciaba la colección editorial Empresas y Empresarios Asturianos. Conjugando criterios científicos y divulgativos, el objetivo de la misma era ofrecer, a través del análisis de «casos» de empresas y empresarios asturianos actuales, modelos que estimularan los valores del emprendimiento entre los jóvenes. El primer volumen -a cargo de Mauro F. Guillén (Wharton School), de Esteban García-Canal (Universidad de Oviedo) y de quien esto escribe- examinaba la historia empresarial Alsa. Un artículo posterior -«De Leitariegos a China: los Cosmen, una dinastía empresarial centenaria» (LA NUEVA ESPAÑA, 8/01/2012)- recogía una síntesis de aquella historia. Un año antes, los citados Mauro F. Guillén y Esteban García-Canal publicaban «The New Multinationals: Spanish Firms in a Global Context», aportando información añadida sobre la internacionalización de Alsa. Dada la saturación informativa sobre el tema, remitimos al lector interesado en los detalles a los trabajos citados. Me limitaré ahora a esbozar telegráficamente algunas claves explicativas y distintivas de la singularidad de Alsa.

1. Natura non facit saltus. En 1682 el naturalista J. Ray acuñaba esta expresión -reiterada luego por Linneo y Darwin- para dar a entender que en la naturaleza no hay revoluciones sino cambios graduales y acumulativos. Significativamente, Alfred Marshall la colocaba como lema al frente de sus «Principles of Economics» (1890). Viene esto a cuento de una distorsión interpretativa habitual: leyendo crónicas que divulgan la historia de Alsa da la sensación de que a partir de 1960 Alsa vive una «revolución»: de empresa local, apenas regional, se transforma en nacional e internacional. Lo que esas historias ignoran, pues para ello resulta imprescindible acudir a los archivos, es la historia previa a aquel «salto» de lo local a lo global. Para explicarlo brevemente: cuando don José se incorpora a Alsa esta firma va a recibir, además de activos físicos -autobuses, talleres, capital humano, líneas regulares?-, más de ocho siglos de «cultura empresarial»: el legado histórico (background) acumulado por una dinastía cuyos orígenes se remontan al siglo XI. La antorcha de ese know-how, siempre encendida en el seno de la empresa familiar, la portaba en ese momento don José. Ese intangible incorporado es el que permite explicar el «salto» de Alsa a partir de 1964, primero en las líneas nacionales y luego en las que llevaban a Europa: más que un salto «revolucionario» era el efecto o resultado de la transferencia del progreso incremental acumulado por los Cosmen.

Cuando don José me brindó la posibilidad de acceder a los archivos de la empresa y a los familiares tuve necesariamente que seleccionar información. Los archivos del actual Grupo Alsa dan para muchas tesis doctorales y constituyen un fondo documental de valor inapreciable para la historia de Asturias. Fue el archivo familiar el que me permitió seguir los pasos de aquellos arrieros desde los tiempos medievales hasta los de don José, el último registrador y notario de una saga única en la historia empresarial española. Tras estudiarlos y a punto de concluir mi investigación, no salía del asombro: la fusión entre Alsa y Cosmen (1959) dejaba como razón social un acrónimo, Alsa (Autos Luarca, S. A.), que no hacía justicia a la historia empresarial real. Alsa, constituida como sociedad regular colectiva en 1915, y como anónima en 1923, era una empresa «joven» en 1959: joven comparada con otras firmas asturianas del sector fundadas antes o coetáneamente -El Progreso Asturiano, Automóviles de Grado a Cangas de Tineo, Automóviles El Castropol, Empresa Tapia-Figueras, La Mantequera?-, o comparada con La Montañesa (1912) de Francisco Cosmen o con La Popular, S. A. (1918) de Secundino Cosmen. Y era una empresa apenas recién nacida si extendemos los términos de comparación a las empresas históricas de transporte de la familia Cosmen, pioneros indiscutibles del transporte asturiano.

2. Leitariegos en el origen: rentas de situación. En 1992 P. Krugman enfatizaba las relaciones entre economía y territorio: las transacciones en el mercado son, ante todo, transacciones en el espacio. Dado que este último incorpora costes, los empresarios hallan incentivos «para concentrar la producción de cada bien o servicio en un número limitado de lugares». Completaba las tesis de A. Smith (1776) sobre los vínculos entre crecimiento económico y ampliación del mercado.

Los arrieros del Puerto, los Cosmen, fueron el brazo ejecutor de esa ampliación del mercado. Primero, porque el Puerto permanecía abierto todo el año, asegurando así el abastecimiento de granos en una Asturias deficitaria en cereales. Segundo, porque fueron también el vehículo al servicio del frente repoblador, potenciado por la Monarquía asturiana y por un amplio tejido de alberguerías, hospitales y monasterios (Corias, San Pedro de Montes, San Andrés de Vega de Espinareda, Santa María de Carracedo y San Miguel de las Dueñas). El reconocimiento estratégico de la arriería por el llamado privilegio de Leitariegos (1326, Alfonso XI) llegaba cuando ya los Cosmen surcaban las rutas que desde León, por La Espina, conducían a Oviedo y Luarca, y frecuentaban las polas de ambos lados de la cordillera. Para esas fechas, los arrieros de Leitariegos habían consolidado redes mercantiles regulares en las tierras de Lacia, Babia y las Omañas, y extendido su actividad a las ferias de Sahagún y de León. En los dos siglos siguientes, la oferta de servicios de transporte se verá reforzada por el «ciclo ferial castellano» -ferias de Medina del Campo (1404), Medina de Rioseco (1423), Villalón (1434), Zamora (1476) y Salamanca (1467)- y por la consolidación comercial del camino francés.

Pronto, al tráfico de mercancías se añadirá el de pasajeros y remesas: el éxodo rural, fruto de la presión demográfica desde el siglo XVIII y de los procesos desamortizadores y de la orientación ganadera en el XIX, activa una corriente migratoria sostenida desde el Suroccidente hacia Madrid. Los Cosmen acumulaban medios y experiencia para canalizarla.

3. El primer activo: la familia. En 2006 el gran historiador de economía y de la empresa británica D. S. Landes escribía: «La ortodoxia económica actual considera que la empresa familiar es inapropiada e ineficaz como motor del crecimiento económico, y en su lugar favorece los modelos gerenciales corporativos. En mi opinión, este punto de vista es erróneo porque las estadísticas demuestran que la inmensa mayoría de las grandes compañías actuales son empresas familiares».

Los árboles genealógicos de los Cosmen llaman la atención porque siempre se apoyaron en familias extensas, nunca menos de ocho hijos. Las sociedades familiares, además de unir propiedad y gestión, ofrecían una estructura organizativa ágil y flexible, y un estímulo para mejorar la dedicación y rendimiento de sus miembros. El reclutamiento familiar, además de facilitar la cohesión y lealtad interna del grupo y de minimizar costes laborales, reforzaba la imagen social de una empresa cuyo principal activo -en una economía con fuertes imperfecciones en los mercados- descansaba sobre la confianza otorgada por quienes contrataban sus servicios.

4. Empresa familiar en red. Además de familiar, la empresa se organizó en red: sus miembros se integraban en una diáspora mercantil que llegaba desde Leitariegos hasta Madrid, como medio de acumular información y reducir los riesgos e incertidumbres derivados de la ampliación del radio de negocio. La extensión del giro comercial llevó asociada la formación de redes de crédito y de distribución, y de factores o corresponsales en las principales plazas comerciales. Se ha señalado al respecto que el activo más relevante de la diáspora estriba en su capacidad para garantizar el cumplimiento de las obligaciones establecidas entre sus miembros a través de códigos éticos mucho más eficientes que la ley. Los agentes que operan en este marco gozan de una confianza que se relanza sobre un compromiso moral derivado de la cohesión del grupo. En tales casos, la aplicación de las leyes mercantiles por los poderes públicos pasa a un segundo plano cuando no son ignoradas. De hecho, la empresa resuelve los conflictos inherentes a la realización de transacciones internas por la vía de la autoridad, sistema menos costoso y más rápido que el recurso a tribunales de justicia o a las instituciones de arbitraje externas.

5. El segundo activo: la reputación. En 1843 G. Borrow se refería a los arrieros profesionales con estas palabras: «Su fidelidad es tal que cuantos han utilizado sus servicios no vacilarían en confiarles el transporte de un tesoro desde el Cantábrico a Madrid. Pero aunque son fieles, distan mucho de ser desinteresados. Acumulan grandes sumas de dinero». Más de un siglo después, C. Cabal insistía en los mismos perfiles: «El arriero astur era quien llevaba los fondos de un banco a otro, los capitales para pagar las tropas. Y quien se los entregaba sabía perfectamente que el arriero era incapaz de distraer un céntimo y, en cambio, era capaz de defenderlos aunque tuviera que asegurar su propia vida». Desde el siglo XVIII, la compañía de los Cosmen añadía al tráfico de mercancías el de viajeros entre Cangas del Narcea y Madrid. El viaje, de nueve días y con tres tarifas -de primera clase o a «burra completa»; a «media burra» los de segunda, y a pie los de tercera-, no estaba al alcance de cualquier bolsillo. Un texto aparecido en 1928 en La Maniega lo explicaba con diafanidad: «Sucedió que un mozo de tal o cual aldea canguesa se acercase con su padre a uno de los Cosmen manifestándole sus deseos de ir a la Corte en busca de trabajo, no siendo óbice para realizarlo ni la falta de dinero ni la posibilidad de encontrar la deseada colaboración. Bien conocida de los arrieros la honradez de sus paisanos, los llevaban de fiado a Madrid, y las más de las veces sin otro reconocimiento de

la deuda que la verbal manifestación del mozo que buscaba anchos horizontes para su vida».

Creo que los textos citados ofrecen una visión informal de la reputación que no la mejorarían las explicaciones académicas: la reputación como fuente de legitimación social de la empresa.

6. Tercer activo: la diversificación. Los beneficios obtenidos de la distribución comercial y de la conducción de pasajeros con destino a Castilla permitieron la progresiva ampliación del patrimonio familiar, tanto el comercial como el rústico y pecuario -caserías, ventas, almacenes, tierras de viñedo, ganado vacuno y caballo?-. Así, además de desestacionalizar el negocio del transporte podían diversificarlo. En las economías preindustriales, el circulante era escaso, y el comercio constituía casi la única vía de acumulación de capital. Dada su disponibilidad de liquidez, desde el siglo XVIII los Cosmen habían entrado en los circuitos del crédito local. Las vías para hacerlo fueron las habituales: arriendo de abastos municipales y de rentas decimales, venta «al fiado» de granos, vino o lino en rama. A su vez, disponer de un patrimonio rural saneado les otorgaba ventajas estratégicas en sus negocios: les permitía establecer obligaciones hipotecarias sobre las que ampliar sus operaciones comerciales, y contribuía a diversificar los activos puramente comerciales -almacenes, efectos, ganado, carruajes-. Fue esa acumulación y reinversión la que posibilitó las sucesivas transiciones en el modelo de empresa: desde la arriería hasta las diligencias, desde la tracción de sangre hasta la mecánica.

7. Hacia el encuentro con Alsa. En 1928 Automóviles el Puerto, también conocida Empresa Cosmen, mantenía sus salidas diarias desde Cangas del Narcea hasta Villablino. Las dificultades que atravesó el sector durante las dos décadas siguientes se vieron compensadas para Secundino Cosmen no sólo por la buena marcha de sus otras empresas, sino también por dos hechos diferenciales. En primer lugar, porque León y Castilla, a diferencia de Asturias, padecieron menos los conflictos asociados a la guerra. Y en segundo lugar, porque fueron dos décadas brillantes para el sector más dinámico de las comarcas de Lacia y el Bierzo: el minero. En efecto, entre 1936 y 1958, el número de empleos en la minería pasó de 7.207 a 23.000. La actividad extractiva se extendió a numerosos cotos en Caboalles, Genestosa, Toreno y Quintanilla de Babia. Cuando en 1927 se replanteaba un viejo proyecto ferroviario, el del ferrocarril Cangas del Narcea-Cornellana-Pravia, en el informe que lo acompañaba se estimaba que el flujo anual de viajeros entre aquellas villas y León ascendía a 200.000, y a más de 50.000 las cabezas de ganado transportadas por diversos medios. Los datos permiten valorar el mercado en que se desenvolvía Cosmen.

La suerte empresarial de Alsa no fue comparable. Entre 1932 y 1940 el capital social de Alsa se amplió en dos ocasiones. Uno de los destinos de la recapitalización fue la renovación y ampliación de la flota, parte de la cual había sufrido daños o había sido confiscada durante los años de guerra. La ampliación de servicios se vio dificultada por los problemas de un parque móvil obsoleto y por las dificultades para obtener combustible y repuestos mecánicos. De hecho, la empresa llegó a contar con talleres para la instalación de gasógenos. Como tantas otras, Alsa padeció aquellos años las restricciones económicas propias de la autarquía. En 1955 absorbía a la empresa El Avilés, y en 1957

compraba y remodelaba en Oviedo edificios entre las calles Diecinueve de Julio y Covadonga para destinarlos a estación de autobuses. Y sin embargo, la empresa afrontaba dificultades: en 1957, su director gerente, García Gamoneda, solicitaba de forma apremiante a la Diputación Provincial su mediación ante el Ministerio de Comercio para obtener las preceptivas autorizaciones para la importación de material móvil. En el expediente instruido se señalaba que, pese a la «creciente aglomeración de viajeros en toda la provincia», no podía atender la demanda con un parque móvil que superaba los treinta años de edad media, insuficiente en número y poco eficiente por las costosas y constantes reparaciones a que se veía sometida.

Por las mismas fechas, la Empresa Cosmen, consolidada en las líneas del Suroccidente y en los tráficos entre Asturias y León, se hacía con la concesión de la línea Degaña-Villablino. Al año siguiente, la adquisición de Asua le permitía explotar los servicios de viajeros entre Pola de Somiedo y Grado, con prolongaciones a Villablino y Oviedo. Entraba así en el mercado «natural» de Alsa. Como era de esperar, en 1956, Francisco García Gamoneda y Fernando Álvarez-Cascos iniciaban contactos con Secundino Cosmen, padre de don José, con vistas a solucionar una expansión que amenazaba con irrumpir en un escenario hasta entonces reservado a Alsa. En 1959 la incorporación de Vicente Trelles Pérez-Abad a las negociaciones facilitó la fusión entre las dos empresas. El resto de la historia es más conocida para el lector y tiene un protagonista indiscutido al que desde aquí rendimos tributo.