

Identifícate / Regístrate

Lunes 27 de diciembre de 2010

Contacta con lne.es | RSS

NOTICIAS
EconomíaHEMEROTECA »
EL TIEMPO »

INICIO

NOTICIAS

DEPORTES

ECONOMÍA

OPINIÓN/BLOGS

GENTE

Noticias Bolsa y mercados

Lne.es » Economía



Francisco Rodríguez, Reny-Picot y los menonitas

Historia de la génesis de una multinacional láctea de raíz asturiana

07:27 ★★★★★

Me gusta



CÁNDIDO PAÑEDA CATEDRÁTICO DE ECONOMÍA APLICADA (PANEDA@UNIOVI.ES)

Aprovechando que Industrias Lácteas Asturianas (Ilas) ha cumplido este año su primer medio siglo, quizá sea oportuno celebrarlo recordando algunas de las causas que llevaron a dicha empresa a convertirse en una multinacional con plantas en Europa (España, Francia y Polonia), América (México, Estados Unidos y pronto en Brasil) y Asia (China). Como mostraré posteriormente, Ilas se convierte en una multinacional con su inversión en México, una inversión que realiza un emprendedor (Francisco Rodríguez, al que sus amigos llaman Paco) que plantó una empresa (Reny-Picot) en tierra de los menonitas. Son tres, pues, los protagonistas de esta historia y, antes de juntarlos, conviene presentarlos.



Francisco Rodríguez, Reny-Picot y los menonitas

MULTIMEDIA

Fotos de la noticia

I Los menonitas. La historia de los menonitas es la historia de un grupo de personas que, por protestar contra el dogma católico, se hicieron protestantes y terminaron siendo perseguidos y pasaron a ser nómadas. Se les llama menonitas porque su líder se llamaba Menno e iniciaron su andadura en torno al año 1535 en las islas Frisias. El siguiente paso lo dan hacia otras zonas del resto de Europa, donde ponen las tierras vírgenes a trabajar. Posteriormente, terminan llegando a Canadá y Estados Unidos, y en Pensilvania un grupo minoritario y muy diferenciado termina siguiendo a un obispo suizo apellidado Ammann (¿recuerdan a los amish de la película «Único testigo»?). En general, los menonitas eran, por así decirlo, muy suyos y, aunque les interesaban a los países por su capacidad roturadora, al final terminaban teniendo desencuentros con los gobiernos de turno. De ahí que en 1920 los radicados en Canadá se dirigieran a México, donde en aquel momento se les garantizó el respeto a sus costumbres y se hicieron con unas cien mil hectáreas (Asturias tiene entre 235 y 331.000 hectáreas -según se sumen o no los pastizales a las tierras de cultivo y a los prados- de dicha superficie agraria). Cada familia desplazada recibió unos 40 acres (unas 16,2 hectáreas). Su capacidad emprendedora y su conocimiento de la agricultura les llevaron, tras un duro proceso de prueba y error, a adaptarse al territorio con el que contaban y a aplicar en el mismo la tecnología que les acompañó desde sus orígenes en Frisia respecto a la producción de queso. Como resultado de la mezcla de aquella tecnología tradicional de los menonitas con otra más moderna procedente de los mormones de Utah, surge en 1936 el queso Chihuahua.

I Francisco Rodríguez y Reny-Picot. Como nos señala Javier Cuartas (LNE, 27 de septiembre de 210), Francisco Rodríguez nació en la subida a un «lugar de lecheros» (Leitariegos) y a la leche terminó dedicándose. En él confluyen esos orígenes asturianos con un destino familiar madrileño vinculado a la fábrica de quesos que su tío Joaquín Rodríguez (Mantequerías Rodríguez) compra en El Escorial. Por culpa de la tía Janine comienza su formación en el Liceo Francés de Madrid y, tras su paso por Económicas en la

Complutense de Madrid, la culmina con su posterior estancia en Francia, donde aprende la técnica de los quesos franceses. Al final, el origen asturiano, filtrado por Madrid y el destino francés le llevan a transformar la leche con un nombre muy francés: Reny-Picot, con el que todos conocemos a esa empresa llamada Industria Lácteas Asturianas, S. A. (Ilas), situada en Anleo (Navia).

Francisco Rodríguez es, en primer lugar, un empresario y un emprendedor, conjuntos entre los que hay intersección, pero que son diferentes, tal como nos recordaba él mismo en un magnífico acto de la Fundación Valdés Salas celebrado el miércoles 15 de diciembre en la Facultad de Economía y Empresa de la Universidad de Oviedo. Además, es una rara avis, un emprendedor empresario que, aunque se confiesa orteguiano, ha demostrado que, contra lo que dijo Ortega en su memorable discurso del Campoamor, hay asturianos transitivos, ya que además de desarrollar su actividad empresarial por todo el mundo, no para de escribir.

En sus escritos dice siempre lo que piensa y, dado que piensa lo que normalmente no se dice, el resultado es que, al igual que los menonitas, es protestante en el sentido de insumiso, tal como nos cuenta J. Morán en esas magníficas «Memorias» que se han publicado en LNE desde el domingo 31 de octubre hasta el miércoles 3 de noviembre del presente año. También lo es en el sentido weberiano del término, ya que una de las características fundamentales de su empresa es la continua reinversión de los beneficios.

El Reny-Picot y los menonitas. Entre los muchos escritos de Francisco Rodríguez hay uno que es especialmente relevante para el objetivo perseguido con este artículo, cual es mostrar las razones que llevan a la internacionalización de las empresas en clave de multinacionales. Este escrito tiene su origen en una intervención realizada en ese magnífico foro que es la Escuela Asturiana de Estudios Hispánicos (los cursos de La Granda) y está disponible en «Revista Asturiana de Economía» (número 23, www.revistaasturianadeeconomia.org). El título del mismo es «Nuestra experiencia empresarial en América», yo se lo recomiendo todos los años a mis estudiantes, ya que en él se muestran las razones que ha tenido un emprendedor para convertir su empresa en multinacional.

La primera razón tiene que ver con la historia, esa dimensión tan fundamental que en este caso llevó a que, como consecuencia de la autarquía de la posguerra, muchas de nuestras empresas se centraran en el mercado interior y no se especializaran: «Nuestra empresa se había especializado antes en España precisamente en no especializarse, lo que equivale a decir que se había especializado en procurar hacer con leche cosas diversas». Esta estrategia tiene sus inconvenientes (no permite lograr las economías de escala), pero tiene también sus ventajas, ya que haciendo muchas cosas se aprende a hacerlas («aprendimos a utilizar la leche para hacer parte de los infinitos productos... que se pueden lograr a partir de este bien primigenio de naturaleza»).

La segunda razón es también muy importante, ya que es un ejemplo perfecto de que los momentos de crisis son también momentos de oportunidades y cambio. Efectivamente, las crisis son «momentos decisivos», encrucijadas en las que se puede cambiar para mal, pero también para bien, y en una encrucijada se encontró Francisco Rodríguez cuando España inicia el camino hacia la integración en la CEE.

En aquel momento crítico se planteó una oportunidad («podíamos... plantearnos la posibilidad de exportar en un futuro próximo»), pero había también un peligro, el de que el tren de mercancías, en vez de proseguir su curso, descarrilara en el camino hacia Europa. De ahí surgió la idea de convertir la empresa en una multinacional. Dicho con sus palabras: «Y en 1980 surgió el "por si acaso". Por si acaso tardamos mucho en recorrer el camino hacia Europa. O por si, aunque entremos pronto, no lo hacemos con plenas garantías de supervivencia, lo mejor es (pensamos) instalarnos en otro país y en otra región del mundo... Comenzamos así a razonar sobre una nueva forma de minimización del riesgo, que consiste en diversificar por países en lugar de hacerlo por productos. O, lo que es lo mismo, apostar por una actividad conocida a desarrollar en distintos países del mundo, en lugar de hacerlo por múltiples actividades, muchas de ellas no bien conocidas, a desarrollar únicamente en España».

Una vez tomada la decisión de convertir la empresa en una multinacional, era necesario elegir el país y, consecuentemente, «era necesario hacer esa operación, tan común en los hombres de empresa, de aceptar

riesgo y, al tiempo, no desear correrlo». Dicha elección se fundamenta en este caso en cuatro factores de los que, en aras de la brevedad, destacaré dos: por un lado, un valioso intangible que reduce los costes de transacción fuertemente, cual es la lengua («nos pareció indispensable que el país en cuestión debía ser de habla hispana. Estábamos seguros de que nuestro principal capital era el lenguaje, cosa que la experiencia posterior nos demostró que era cierto»). Por otro lado, la dotación de recursos: «Nos hacía falta un país cuyos recursos naturales permitieran hacer castillos en la tierra y no en el aire». Se inicia, pues, la búsqueda por la América hispana y al final se termina en México, en Chihuahua: «En un primer viaje de estudio, recorriendo el país de principio a fin, nos encontramos con un territorio, situado en el Estado de Chihuahua, donde los menonitas... habían construido varios poblados y desarrollado unos sembrados nada desdeñables de cereale con que alimentar vacas que producían leche... Con aquella leche hacían queso, que era en definitiva el bien económico concreto que les permitía cerrar el ciclo productivo. Pero desperdiciaban, por carecer de tecnología y medios, el suero resultante de la producción del queso. Y este asunto nos llamó la atención. ¿Por qué no empezar nuestra actividad precisamente en Chihuahua, a partir de aquella materia prima que los menonitas desaprovechaban?».

Así es como se convierte en multinacional esa empresa que es llas y que todo el mundo conoce como Reny-Picot, de la mano de un emprendedor asturiano escritor que es la leche y que se llama Francisco Rodríguez: y al que sus amigos llaman Paco.

Anuncios Google

Compre Chalets en Luarca

Urbanización Chalets Individuales Piscina, Canchas de Tennis y Paddle www.luarcaresidencial.es

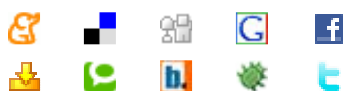
Calcular Seguros de Coche

En 3 minutos 20 Seguros de Coches. Compara online y ahorra 500€. www.AsesorSeguros.com

La Gruta Hotel Oviedo25€

gratis: minibar,wifi,parking,sidra camas xl,salida 14:00h,llam.fij.nac www.lagruta.com

COMPARTIR



¿qué es esto?

ENVIAR PÁGINA »

IMPRIMIR PÁGINA »

AUMENTAR TEXTO »

REDUCIR TEXTO »

Enlaces recomendados: Juegos | Cta NARANJA de ING 3,5% TAE 4 meses Sin comisiones | DEPOSITOS Open 4%

CONÓZCANOS: **CONTACTO** | **LA NUEVA ESPAÑA** | **CLUB PRENSA ASTURIANA** | **PUNTOS DE VENTA** | **PROMOCIONES**

lne.es

Lne.es y La Nueva España son productos de Editorial Prensa Ibérica

Queda terminantemente prohibida la reproducción total o parcial de los contenidos ofrecidos a través de este medio, salvo autorización expresa de La Nueva España. Así mismo, queda prohibida toda reproducción a los efectos del artículo 32.1, párrafo segundo, Ley 23/2006 de la Propiedad intelectual



Otros medios del grupo Editorial Prensa Ibérica

Diari de Girona | Diario de Ibiza | Diario de Mallorca | Empordà | Faro de Vigo | Informació
Opinió de Granada | La Opinió de Málaga | La Opinió de Murcia | La Opinió de Tenerife
Provincia | Levante-EMV | Mallorca Zeitung | Regió 7 | Superdeporte | The Adelaide Review
Recetas | Euroresidentes | Lotería de Navidad