

El libro es un ingente y apasionante ejercicio de erudición (más de 1.500 referencias y un útil glosario de términos). Quizá un defecto, si puede decirse así, es que está redactado en parte como un compendio de trabajos previos del autor, introduciéndose digresiones que hacen que el tema principal se desdibuje en ocasiones y que se traduce también en un excesivo número de páginas. Si bien no es propiamente un libro de historia económica —ni de historia del pensamiento económico—, con todo es una excelente e indispensable referencia para quien desee entender qué es el capitalismo

tanto en sus manifestaciones históricas como en su (eventual) dinámica evolutiva.

Félix Fernando Muñoz Pérez

Universidad Autónoma de Madrid, Madrid, España

<http://dx.doi.org/10.1016/j.ihe.2016.03.010>

1698-6989/

© 2016 Publicado por Elsevier España, S.L.U. en nombre de Asociación Española de Historia Económica.

Manuel Llorca-Jaña. *The Globalization of Merchant Banking before 1850: The Case of Huth & Co. London and New York*, Routledge, 2016, 168 págs., ISBN 978-1-848-93607-2.

Con su anterior libro, titulado *The British Textile Trade in South America in the Nineteenth Century* (Cambridge University Press, 2012), ganador en 2013 del premio Jaume Vicens Vives al mejor libro de Historia Económica de España y Latinoamérica, Llorca-Jaña ya demostró ser un minucioso conocedor de los exportadores británicos del periodo 1810-1859. En aquella ocasión la atención la puso en las poco conocidas actividades de un gran número de casas comerciales británicas que operaron en Chile y Argentina. En esta ocasión, el foco lo pone en una de aquellas firmas, la londinense Huth & Co., pero ampliando el marco geográfico más allá de las jóvenes repúblicas latinoamericanas hasta alcanzar entidad manifiestamente global.

Se estima que el 90% de las firmas londinenses que comerciaban con Europa continental quebraron durante las guerras napoleónicas. Semejante debacle abrió las puertas de la capital del Imperio británico a una nueva generación de comerciantes de distintas nacionalidades que iban a aprovechar las oportunidades de negocio que siguieron a la paz. Más concretamente, entre 1815 y 1850, 15 importantes *merchant bankers* habrían de controlar buena parte de la multitud de negocios globales que se articularon, o se intermediaron, desde Londres. La firma de Frederick Huth fue uno de ellos, al lado de ilustres nombres como Rothschild, Baring y Hambro.

Frederick Huth nació en Stade, Baja Sajonia, en 1777 en el seno de una humilde familia de sastres. En 1791, a la edad de 14 años, fue admitido como aprendiz en una casa de comercio española establecida en Hamburgo, la firma Brentano, Urbieta y Cía. En 1797 fue enviado a La Coruña, a casa de otro Urbieta, Cipriano. Desde el puerto gallego Huth realizaría varios viajes a la América española como sobrecargo en los barcos de los Urbieta. En 1805 decidió crear su propia casa comercial. En 1808, a la entrada de las tropas de Napoleón en España, casado y con dos hijos, Huth decidió dejar La Coruña y trasladarse a Londres, donde se establecería en calidad de comerciante comisionista. Una de las claves de su meteórica ascensión en la capital británica fue la extensa red de contactos que supo tejer durante los años pasados en España y América y a la que habría de sacarle un enorme partido. Sin embargo, en Londres sus negocios fueron ampliándose y transformándose, al igual que el número de sus contactos: de simples transacciones bilaterales de reducido alcance geográfico y concentrados en unos pocos productos, la firma de Huth pasó a comerciar con infinidad de productos de manera multilateral y a ofrecer servicios financieros (aceptación y descuento de letras, adelantos, préstamos, venta de valores, etc.) a comerciantes e inversores de buena parte del mundo. De hecho, para mediados de siglo Huth & Co. se había carteaado con 6.000 corresponsales situados en 70 países de los 5 continentes (entre 25 y 60 cartas al día, entre 7.000 y 15.000 cartas al año). En el caso de España, en el periodo 1820-1850 la firma mantuvo

correspondencia epistolar con 870 hombres de negocios situados en 75 localidades diferentes. Todos esos contactos y clientes, a pesar de no conocerse, podían beneficiarse mutuamente gracias a la intermediación de Huth. Ahí residía la primera clave de su éxito, en la capacidad de administrar semejante tarea de intermediación (con la ingente cantidad de información en diferentes idiomas que ello generaba) desde un lugar, Londres, que ofrecía claras ventajas en cuanto a costes de transacción. Es decir, la localización geográfica de Huth y las importantes funciones que cumplía le hacían cubrir esa posición clave dentro de una red social que el sociólogo Ronald Burt, dentro de la teoría del capital social, denomina *structural hole*. La segunda clave del éxito de Huth & Co. fue su habilidad para sobrevivir a las numerosas crisis financieras de la primera mitad del siglo XIX. Su secreto consistió en operar mucho más como comisionista que por cuenta propia, estrategia que le reportaba márgenes de beneficio más modestos a cambio de menores riesgos.

Aunque a la par con los otros grandes *merchant bankers* de Londres en cuanto a trascendencia económica, el de Huth & Co. fue en más de un sentido un caso excepcional, y no solo por sus humildes orígenes. La historiografía incide en que los *merchant bankers* londinenses de la primera mitad del XIX fueron cautos y no diversificaron sus operaciones ni geográficamente ni en lo relativo a la variedad de productos. Prefirieron especializarse en áreas y productos concretos. Sin embargo, Huth & Co. optó por construir una verdadera empresa global, llegando en muchos casos a participar en rutas comerciales que ni siquiera pasaban por Gran Bretaña. De hecho, las letras de cambio que aceptaba la firma «*originated from a wider geographic area than those of any other merchant banker of this time, and in turn these drafts also reflected the wider diversity of goods handled by Huth & Co. than its competitors*» (pág. 119). La excepcionalidad de Huth & Co. sitúa a la firma londinense como la primera empresa privada de naturaleza puramente global, algo que Llorca-Jaña muestra con gran lucidez y rigor.

El libro, escrito con claridad y elegancia, lo componen 6 capítulos y unas conclusiones finales. La principal fuente primaria son los «*Huth papers*» pertenecientes a la *University College London* y que ahora se encuentran (temporalmente) custodiados por la *National Archives* (Kew, Londres). Sorprendentemente, hasta la publicación del presente libro esta rica fuente ha sido escasamente trabajada. La edición es de gran calidad, sin errores tipográficos, con gráficos y tablas claros e informativos, y con un útil índice analítico. Sin duda alguna, este breve e interesantísimo libro es de obligada lectura para cualquier persona interesada en la expansión comercial del siglo XIX.

Xabier Lamikiz

Universidad del País Vasco (UPV/EHU), Vitoria-Gasteiz, España

<http://dx.doi.org/10.1016/j.ihe.2016.03.011>

1698-6989/

© 2016 Publicado por Elsevier España, S.L.U. en nombre de Asociación Española de Historia Económica.