

José Luis GARCÍA RUIZ y Pier Angelo TONINELLI, *The Determinants of Entrepreneurship: Leadership, Culture, Institutions*, Londres, Pickering & Chatto, 2010, 236 pp.

Estamos ante un libro renovador de los planteamientos metodológicos para la historia empresarial. Evidentemente, el objetivo es ganar conocimientos para impulsar el desarrollo de las empresas, como efecto del buen hacer del empresario; y el acopio de estudios que nos presentan en esta obra los profesores García Ruiz y Toninelli tienen en común significar la importancia del concepto *entrepreneurship* (empresarialidad o factor empresarial) como factor explicativo e impulsor del crecimiento de las actividades empresariales, conforme a una diversa relación de parámetros revestidos de cierta originalidad, al menos en su intencionado agrupamiento. Los parámetros o indicadores elegidos por los investigadores que conforman las ocho contribuciones que constituyen el libro que comentamos vienen condicionados por los enfoques utilizados, el país y la realidad empresarial que estudian, además de por las fuentes documentales disponibles al servicio del análisis empresarial, lo cual infunde resultados de diverso alcance, pero siempre ajustados al quehacer científico.

La amplia gama de parámetros definitorios de la empresarialidad, cifrados con rigor estadístico en series temporales –en algún caso de tamaño secular– para los siglos XIX y XX, es lo esencial en ese nuevo enfoque. Así, destacan las mediciones segmentadas referidas al origen familiar y los estudios formativos de los empresarios; sus capacidades creativas; sus innovaciones tecnológicas en el ámbito de nuevos productos, nuevos procesos productivos y nuevas formas de organización; el descubrimiento de nuevos mercados de exportación; y el hallazgo de nuevas materias primas, entre otros muchos aspectos. Podríamos añadir el tamaño de la empresa, su continuidad en el tiempo, el grado de presencia de las mujeres como empresarias y el tipo de sector o diversidad de sectores en el que invierten los empresarios que son estudiados.

Reconozco que las diversas tipologías que encontramos a lo largo de los estudios de este libro invitan a que los estudiosos se planteen toda una línea de nuevas investigaciones dirigidas a conocer la empresarialidad característica de países o regiones determinadas. Si bien en la introducción que escriben los editores del libro hallo un planteamiento más positivista que el de explicitar las bases teóricas para motivar este tipo de investigaciones, observo que no siempre es así, sobre todo en aquellos que vinculan el crecimiento empresarial con el crecimiento económico a largo plazo, en el cual la innovación tecnológica y el capital humano es determinante para enriquecer el

simple modelo de Solow, o en aquellos que consideran el factor empresarial como endógeno y no exógeno al sistema económico. Estamos ante una obra que por su origen metodológico, por su diversidad y rigor, invita a aprender y a reflexionar sobre aspectos de investigación de interés intelectual.

La obra se divide en tres partes. La primera contiene los estudios sobre tipologías empresariales. Así, el conocido historiador italiano de la Universidad Bocconi de Milán Franco Amatori nos ilustra con los determinantes y tipologías de *entrepreneurship* en la historia de la Italia industrial, advirtiendo el interés de su periodización al respecto. Y la historiadora griega Ioanna Sapfo Pepelasis nos ofrece lo propio para el joven Estado griego a lo largo del siglo XIX, en cuyo trabajo señala las características de las sociedades anónimas, el dualismo de instituciones tradicionales heredadas y la convergencia con las innovaciones empresariales provenientes del exterior. La segunda parte del libro agrupa tres estudios sobre el liderazgo empresarial. De modo que tenemos el estudio de Pier Angelo Toninelli y Michelangelo Vasta para el caso de Italia, de 1861 a fines del siglo XX, que, apoyándose en una fuente muy apropiada, el *Biographical Dictionary of Italian Entrepreneurs*, permite valorar con múltiples parámetros las coyunturas y la evidencia empresarial italiana con una tipología de cinco grupos de empresarios. Mediante un método dirigido también a estudiar el liderazgo empresarial, Gabriel Tortella, Gloria Quiroga e Ignacio del Moral aportan un análisis comparado del papel de la educación en el factor empresarial entre varias regiones españolas y los correspondientes parámetros del Reino Unido durante los siglos XIX y XX. Cierra esta parte la novedosa investigación de Paloma Fernández Pérez y Nuria Puig sobre las dinastías y asociaciones en términos de empresarialidad, fundándose en el estudio minucioso del caso catalán.

Un extremo significativo para la definición de factor empresarial es la cultura y el contenido de capital humano de los empresarios, que se expresa en haber constituido instituciones asociativas y educativas para el quehacer emprendedor. Estas instituciones podríamos decir que aportan un fondo de comercio, que garantiza la continuidad de las empresas y su capacidad para dar respuesta a las diversas coyunturas económicas. En este sentido, se presenta en la tercera y última parte del libro tres interesantes estudios. Así, James Foreman-Peck y Peng Zhou analizan los matices diferenciales entre cultura e instituciones empresariales durante el siglo XX. Un trabajo con motivaciones similares para el inmenso caso de Latinoamérica en su gran encrucijada desde mediados del siglo XIX al siglo XXI nos lo ofrece Carlos Dávila. Y finalmente un estudio concreto de la relación entre educación y empresarialidad en la España del siglo XX viene de la mano de José Luis García Ruiz.

El libro está bien editado y constituye una novedosa aportación y una fecunda virtualidad investigadora de la historia de la empresa, respondiendo a los retos del siglo XXI en este campo determinante de la marcha social.

JUAN HERNÁNDEZ ANDREU