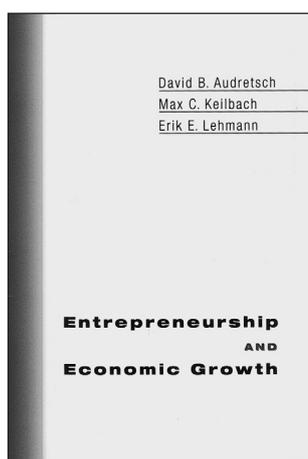

Libros



ENTREPRENEURSHIP AND ECONOMIC GROWTH

David B. Audretsch,
Max C. Keilbach, Eric E. Lehmann

Oxford University Press, 2006

Este libro analiza por qué las políticas públicas han cambiado en su atención a las nuevas y pequeñas empresas y por qué la iniciativa emprendedora (*entrepreneurship*) ha emergido como una importante fuerza económica favoreciendo el crecimiento y creando empleo. En el libro se establece un vínculo entre esta iniciativa y el crecimiento económico y también se explica el nacimiento de las nuevas políticas en *entrepreneurship*.

Los autores, Audretsch, Keilbach y Lehmann, establecen relaciones entre *entrepreneurship* y crecimiento económico en el ámbito de la empresa y en el de las regiones, e introducen el concepto de «construcción creativa», en oposición a la «destrucción creativa» propuesta por Schumpeter, según la cual las nuevas empresas desplazan y finalmente conducen a las empresas existentes fuera del mercado. Proponen que en la actualidad, la iniciativa empresarial puede no tener tanto que ver con la creación destructiva, sino más bien con un proceso emprendedor caracterizado por la comercialización de los nuevos conocimientos e ideas que, de otra forma, nunca se hubieran comercializado y que son una contribución fundamental al crecimiento, la competitividad y el empleo. Las políticas de *entrepreneurship* pueden interpretarse como un intento de generar crecimiento económico (de base empresarial) a través de una «economía emprendedora» (*entrepreneurial economy*).

INTRODUCCIÓN ↓

Audretsch, Keilbach y Lehmann tratan un tema de completa actualidad ya que, a pesar de que el estudio de los vínculos entre *entrepreneurship* y crecimiento económico forma parte de la disciplina eco-

nómica prácticamente desde sus orígenes, puede considerarse que todavía hay una falta de modelos teóricos y evidencias empíricas sólidas que fundamenten esta relación. Puede decirse que, en los últimos diez años, en el campo del *entrepreneurship* ha habido una separación entre las investigaciones teóricas y las aplicadas. La investigación teórica se ha orientado a grandes temas de naturaleza abstracta como las relaciones entre *entrepreneurship*, instituciones y derechos de propiedad, mientras que la investigación aplicada ha adoptado un enfoque más «micro» a través del análisis de datos que relacionan la formación de pequeñas empresas y el crecimiento.

Este libro combina ambas aproximaciones, la teórica y la aplicada, introduciendo un buen número de estudios empíricos que son origen y banco de pruebas de la teoría que se propone: la teoría del *entrepreneurship* basada en la difusión del conocimiento (*The Knowledge Spillover Theory of Entrepreneurship*). Fundamentada en el proceso cognitivo de los individuos, necesario para el reconocimiento de las oportunidades empresariales, en esta teoría se propone que las oportunidades no vienen dadas exógenamente, sino que son generadas endógenamente, como consecuencia de esfuerzos sistemáticos y dirigidos a la producción de conocimiento y nuevas ideas por las empresas, las universidades y los institutos de investigación. De esta forma, las oportunidades empresariales no son creadas exclusivamente por las empresas emprendedoras (*entrepreneurial firms*), sino como consecuencia de los esfuerzos realizados por éstas y otros agentes, a pesar de no tener la capacidad de apropiarse completamente de los retornos de sus inversiones en conocimiento.

En contra de la hipótesis de los modelos de crecimiento endógeno en los que el conocimiento difunde libremente para su uso y comercialización por otros agentes, los autores defienden la existencia de un «filtro del conocimiento» (*knowledge filter*), es decir, un filtro que dificulta la comercialización y difusión del conocimiento, ya que el mero hecho de que empresas y universidades inviertan en la creación de nuevo conocimiento no garantiza su comercialización. A pesar de que se acepta que el *entrepreneurship* es un actividad heterogénea que engloba un amplio espectro de organizaciones y actividades, los autores vinculan el *entrepreneurship*, en el marco de la difusión del conocimiento, a la creación de nuevas empresas capaces de comercializar la parte de conocimiento no explotado por las existentes. Como consecuencia de ello, atribuyen al *entrepreneurship* una contribución relevante en el crecimiento económico, proporcionando un canal para la difusión del conocimiento que, de otra forma, podría quedar sin comercializar. En consecuencia, el estudio desarrollado en este libro se circunscribe, tanto conceptual como empíricamente, al nacimiento de nuevas empresas.

Finalmente, la existencia de oportunidades empresariales es una condición necesaria pero no suficiente para su reconocimiento e implementación a través de la creación de una nueva empresa y otras organizaciones. El otro elemento a considerar es la existencia, o no, de barreras al *entrepreneurship*, barreras que pueden dificultar o incluso impedir la respuesta empresarial a las oportunidades percibidas. En consecuencia, los autores proponen que la capacidad de generar actividad empresarial, sinónimo de la dotación de «capital emprendedor» (*entrepreneurship capital*), es específico de cada contexto. En concreto, los autores asocian el capital emprendedor a aquellos aspectos del «capital social» (*social capital*) de una economía (región, nación, etc.) que promueven la actividad empresarial. Por consiguiente, las políticas públicas que promueven el capital emprendedor tendrán un efecto positivo en el crecimiento económico.

Así pues, los autores fundamentan el cambio en las políticas públicas de *entrepreneurship* mediante el cambio de concepción de la «creación destructiva» a la «creación constructiva». En la actualidad, la destrucción del *status quo*, que en los albores del siglo XX, con economías cerradas, podía atribuirse a la actividad emprendedora (*entrepreneurship*) mediante el desplazamiento de las empresas poco eficientes por otras nuevas, está originado por la competición global. Así pues, en la actualidad, al *entrepreneurship* le atañe el ser una fuente de creación de nuevas posibilidades y fuente de crecimiento a través de su papel de comercializador de conocimiento e ideas que, de otra forma, quedarían sin comercializar. El *entrepreneurship*, en la dimensión atribuida por los autores, encarna una parte sustancial de un bien social o público generado a través de las inversiones en educación, capital humano e investigación.

ESTRUCTURA DE LA PUBLICACIÓN ↓

La propuesta general planteada en el apartado anterior se desarrolla en el libro a través de 227 páginas, estructurado en once capítulos, que pueden ser agrupados de la siguiente forma:

- Un capítulo introductorio, en el que se plantea una visión general de la problemática a abordar, del contenido del libro y de las preguntas a responder a lo largo de la obra: Cómo y por qué ha emergido el concepto de una «economía emprendedora» (*entrepreneurial economy*) y por qué el crear este tipo de economía se ha convertido en un objetivo deseable de las políticas públicas (capítulo 1).
- Una revisión de la evolución del papel del *entrepreneurship* a lo largo del tiempo. En concreto, del papel de las pequeñas y de las nuevas empresas (capítulo 2).
- Introducción de la teoría de *entrepreneurship* basada en la difusión del conocimiento (*The Spillover Theory of Entrepreneurship*) (capítulo 3).

- Análisis de la influencia del *entrepreneurship* en el crecimiento económico y cuáles son las causas que la producen (capítulos 4 y 5).
- Evaluación de las hipótesis planteadas en relación con la forma en que el *entrepreneurship* influye en el crecimiento económico, utilizando la empresa como unidad de observación (capítulos 6 al 9).
- Un capítulo para la interpretación del nacimiento de las políticas de *entrepreneurship* a la luz de la teoría del *entrepreneurship* basada en la difusión del conocimiento (capítulo 10).
- Y un capítulo resumen de la obra y de las principales conclusiones (capítulo 11).

El capítulo primero parte de la declaración de la «Estrategia de Lisboa» por el Presidente de la Comisión Europea (Romano Prodi, 2000) y la contempla como un acontecimiento relevante, ejemplo de la orientación de las políticas públicas hacia el *entrepreneurship* como motor de crecimiento económico. Iniciándose así un análisis del cambio en las políticas públicas y del vínculo entre *entrepreneurship* y crecimiento económico mediante la revisión de su tratamiento por autores relevantes, introduciendo a continuación el propósito principal del libro: explicar el porqué del cambio en las políticas públicas de *entrepreneurship* y cómo el *entrepreneurship* se ha hecho más importante, especialmente en el terreno de la política pública de promoción del crecimiento y del empleo, y proponiendo, finalmente, la principal aportación del libro: establecer un vínculo entre *entrepreneurship* y crecimiento económico.

A partir de este punto, el capítulo inicia una descripción del contenido de los capítulos que trasciende una simple descripción de contenidos, realizando reflexiones basadas en contribuciones relevantes de diferentes autores y construyendo un cuerpo conceptual y un posicionamiento de partida, en cuanto a su concepción del *entrepreneurship*, que permite obtener una clara idea de lo que se va a desarrollar en el resto de los capítulos. En su parte final, se establece una declaración general que armoniza el *entrepreneurship* con las políticas públicas como una forma de obtener retornos de las inversiones públicas en educación, capital humano e investigación.

EL EMPRENDEDOR EN LA HISTORIA ECONÓMICA ¶

El capítulo segundo, «El nacimiento de la Economía Emprendedora (*entrepreneurial economy*)», discurre a través del tratamiento del *entrepreneurship* y de los pequeños negocios a lo largo de la historia económica. Partiendo del título «lo pequeño ha vuelto a ser hermoso otra vez» (en clara alusión al título de Schumacher, 1973, aunque sin relación conceptual aparente), los autores recorren los dos modelos económicos de crecimiento, el neoclásico y el endógeno, en sendos apar-

tados titulados «la economía del capital (Solow)» y «la economía del conocimiento (Romer)».

A continuación, en el apartado «el contexto espacial», los autores repasan los elementos característicos del período reciente (globalización y revolución de las TICs) conductores de dos características no predichas por los modelos anteriores, la economía de acumulación geográfica (en alusión a los modelos de concentración de Silicon Valley o la ruta 128 en Boston) y la organización como forma de generar innovación y crecimiento económico.

En las teorías anteriores son las grandes corporaciones las que, a través de sus inversiones en capital físico o en conocimiento, son los motores de crecimiento, por lo tanto eran incapaces de predecir el que la actividad innovadora se generara principalmente asociada a *entrepreneurship* de alta tecnología situado en *clusters* innovadores regionales. En el apartado «la economía emprendedora» (*entrepreneurial economy*) se argumenta que la globalización ha cambiado la naturaleza de la ventaja competitiva de las naciones desarrolladas, cambiando su soporte desde el factor capital al conocimiento y, en concreto, a los estadios iniciales del ciclo de vida industrial, en el que las nuevas ideas juegan un papel dominante. Finalmente, ésta es la razón esgrimida para proponer el *entrepreneurship* como motor de crecimiento, proporcionando un conducto vital para la difusión del conocimiento y la comercialización de las nuevas ideas.

El capítulo tercero desarrolla la teoría de *entrepreneurship* basada en la difusión del conocimiento (*The Knowledge Spillover Theory of Entrepreneurship*). Este capítulo explora inicialmente la relación entre *entrepreneurship* y conocimiento, para establecer, a continuación, la difusión del conocimiento como la base de la oportunidad empresarial. De esta forma, se propone el *entrepreneurship* como una respuesta endógena a las oportunidades provenientes de la difusión del conocimiento, lo que se desarrolla mediante un modelo teórico de crecimiento endógeno que parte de la función de producción propuesta por Romer (1990). En él se incorpora la diferenciación establecida por Arrow entre el nuevo conocimiento y el nuevo conocimiento económico (el comercializado), mediante el denominado «filtro de conocimiento», que es el determinante de la oportunidad empresarial. Concluyendo con una expresión del conocimiento no comercializado, fuente de la oportunidad de este tipo de *entrepreneurship*.

Seguidamente se introduce el modelo de elección ocupacional del empresario, en el que esta elección es consecuencia de la diferencia entre los beneficios esperados como empresario y el salario que obtendría en una ocupación alternativa. El beneficio esperado dependerá de

las oportunidades, tanto las que no tienen que ver con el conocimiento, es decir, de las provenientes del crecimiento económico general, como de las que provienen de la difusión del conocimiento a través del filtro de conocimiento. Las primeras determinan el *entrepreneurship* no fundamentado en el conocimiento, las segundas el *entrepreneurship* basado en la difusión del conocimiento. En consecuencia, puede expresarse la decisión de ser empresario en función del crecimiento económico general, la cantidad de conocimiento no comercializado y de la permeabilidad del filtro de conocimiento. Finalmente, un nuevo elemento es introducido en el modelo, con el objeto de incluir los efectos derivados del contexto económico; son las barreras institucionales y sociales al *entrepreneurship* que, lógicamente, tendrán un efecto negativo en la elección ocupacional, por lo que se introducen como un parámetro en el denominador.

Con la expresión general que define la decisión de ser empresario (fundamentado en el conocimiento, o no), los autores realizan dos proposiciones: el *entrepreneurship* será mayor en regiones en las que hay más crecimiento general, y menor en las que haya barreras al *entrepreneurship*. Asimismo se establecen seis hipótesis, las dos primeras como consecuencia de la formulación del modelo teórico y las cuatro restantes como consecuencia del vínculo entre *entrepreneurship* y las propiedades identificadas en la difusión del conocimiento. Estas seis hipótesis se resumen a continuación:

- El *entrepreneurship* será mayor cuanto mayor sean las inversiones en conocimiento. Hipótesis del *entrepreneurship* endógeno.
- El *entrepreneurship* incrementa el nivel de eficiencia económica como consecuencia de la comercialización de nuevo conocimiento. Hipótesis de la eficiencia económica.
- El *entrepreneurship* basado en la difusión del conocimiento tenderá a estar espacialmente localizado. Hipótesis de la localización.
- La eficiencia de las nuevas empresas de base tecnológica es superior cuando están situadas próximas a una fuente de conocimiento. Hipótesis de la eficiencia empresarial.
- Habrá mayores niveles de conocimiento en los componentes del consejo de administración y en los gerentes de las empresas emprendedoras (*entrepreneurial firms*) de base tecnológica. Hipótesis del acceso empresarial.
- Las empresas emprendedoras (*entrepreneurial firms*) de base tecnológica tenderán a financiarse con sistemas de participación empresarial (capital-riesgo) por encima de los sistemas de deuda (banca comercial). Hipótesis de la financiación empresarial.

Una vez establecido el modelo de *entrepreneurship* basado en la difusión del conocimiento, se procede a es-

tablecer el vínculo entre este *entrepreneurship* endógeno y el crecimiento económico, lo que se realiza argumentalmente y mediante una derivación de la función de producción propuesta por Romer que incluye el parámetro relativo al filtro de conocimiento. Concluyendo con una nueva hipótesis: dado un nivel de inversión en conocimiento y de permeabilidad del filtro de conocimiento, se obtendrán mayores niveles de crecimiento con mayores niveles de actividad empresarial, como consecuencia de que el *entrepreneurship* facilita la difusión del conocimiento y su comercialización. Como consecuencia, los autores proponen la introducción del capital emprendedor (*entrepreneurship capital*) como un factor adicional de la función de producción.

EMPRENDEDOR Y EFICIENCIA ECONÓMICA ↓

El capítulo cuarto vincula el *entrepreneurship* con la eficiencia económica a través del «capital emprendedor» (*entrepreneurship capital*) de la unidad espacial de observación geográficamente relevante (Standort), vinculándolo con la parte del capital social (*social capital*) únicamente relacionada con la promoción de la actividad empresarial. Los autores definen este capital como la capacidad del Standort de generar nuevas nacimientos empresariales (*business startups*). La cantidad de «capital emprendedor» es considerada como exógena y los niveles de este tipo de capital se miden indirectamente a través del número de nacimiento de nuevas empresas normalizado por la población. El contraste empírico se realiza a través de las regiones alemanas, concluyendo que los dos factores tradicionales neoclásicos (capital y trabajo) no explican adecuadamente la eficiencia económica en la Alemania actual y que la inclusión del «capital emprendedor» ofrece una mejor explicación de por qué unas regiones funcionan mejor que otras. La evidencia empírica muestra que el grado de actividad empresarial afecta positivamente a la eficiencia económica de las regiones alemanas.

El capítulo quinto presenta una validación empírica de la hipótesis del *entrepreneurship* endógeno. La premisa principal es que la oportunidad empresarial no es exógena, sino endógena, de tal manera que la oportunidad empresarial será mayor en contextos ricos en conocimiento y limitada en contextos pobres en conocimiento. El *entrepreneurship* es una respuesta endógena a las inversiones en conocimiento realizadas por las empresas y las organizaciones públicas que no comercializan completamente estas nuevas ideas, generándose así las oportunidades para los empresarios.

A continuación se propone como contexto analítico una unidad de observación que constituye la plataforma para la difusión del conocimiento y, consecuentemente, para la generación de las oportunidades empresariales. Procediéndose, después, al contraste empírico de

la hipótesis y encontrando que las oportunidades empresariales están sistemáticamente generadas a través de las inversiones en conocimiento dentro de contextos espaciales. Esto desafía la asunción realizada en el capítulo cuarto de que el capital emprendedor es exógeno y, como consecuencia de ello, se realiza una estimación empírica considerando endógenos tanto el *entrepreneurship* como el crecimiento, mediante una técnica de mínimos cuadrados en tres etapas. Los resultados empíricos son consistentes con la hipótesis del *entrepreneurship* endógeno, si bien limitada al *entrepreneurship* basado en el conocimiento, es decir, a *entrepreneurship* de alta tecnología y de las TIC.

El capítulo sexto explora la difusión del conocimiento (*knowledge spillovers*) desde las universidades y la localización empresarial. Por un lado la teoría del *entrepreneurship* basada en la difusión del conocimiento (*The Knowledge Spillover Theory*) propone que las inversiones en la creación de nuevo conocimiento generan oportunidades para el *entrepreneurship*. Por su parte, la hipótesis de la localización establece una limitación espacial a la difusión del conocimiento, especialmente el procedente de las universidades. Los autores encuentran que las universidades situadas en regiones con mayor capacidad de conocimiento y de resultados también generan un mayor número de nuevas empresas basadas en el conocimiento y la tecnología, sugiriendo que la difusión del conocimiento desde la universidad está geográficamente confinado. No obstante, esta afirmación general debe ser matizada a la luz de los resultados, ya que éstos no son tan explícitos como sugeriría la hipótesis de localización.

El capítulo séptimo va un paso más allá, intentando establecer si existen relaciones entre la eficiencia de las nuevas empresas de base tecnológica y la proximidad a las universidades como fuente de conocimiento. En definitiva, en este capítulo se prueba la hipótesis de eficiencia empresarial que propone que la eficiencia de las nuevas empresas de base tecnológica será superior cuando son capaces de acceder a la difusión del conocimiento gracias a la proximidad a las universidades. También se pone de manifiesto la complejidad de la relación entre la localización y la eficiencia empresarial, aunque, con un número no despreciable de acotaciones, parece que la eficiencia empresarial mejora con la proximidad a las fuentes de conocimiento.

Una vez encontradas evidencias de la tendencia de las empresas emprendedoras (*entrepreneurial firms*), especialmente las de base tecnológica y las industrias de alta tecnología, a localizarse en un área geográfica próxima a una fuente de conocimiento, y que la localización es un factor de eficiencia, el capítulo octavo profundiza en la cuestión, en el sentido de que, aunque la localización sea una condición necesaria, no es garan-

tía de que la difusión del conocimiento externo generado en el entorno sea absorbido por la empresa y sea incorporado como fuente de ventaja competitiva.

Las conclusiones del capítulo son que, efectivamente, la proximidad no es suficiente, sino que es necesario también otro conducto de la difusión del conocimiento, como es la composición del consejo de administración. La composición de los consejos de administración es endógena a la relativa importancia del proceso de absorción de la difusión del conocimiento externo y, por lo tanto, esta composición puede estar influenciada por factores diferentes al papel de control de los gestores para reducir los problemas de agencia, como es la absorción del conocimiento como fuente de ventaja competitiva.

LA FINANCIACIÓN DE LAS EMPRESAS EMPRENDEDORAS †

La última hipótesis planteada, la de la financiación de las empresas emprendedoras (*entrepreneurial firms*), es la que se evalúa en el capítulo noveno. Nuevamente el acceso a la difusión del conocimiento externo generado en un contexto económico no es necesariamente garantía de que las empresas puedan transformar este conocimiento en una ventaja competitiva. El acceso a la financiación externa es una fuente crítica para este reto, y en el capítulo se analiza la naturaleza de las fuentes de financiación de las empresas emprendedoras (*entrepreneurial firms*), diferenciando entre las fuentes de financiación basadas en sistemas de propiedad (capital-riesgo) y las basadas en la deuda (banca comercial). Las conclusiones del capítulo son que la banca comercial no es un intermediario financiero adecuado para financiar a las empresas innovadoras, en general, ni a las nuevas empresas de base tecnológica, en particular. Las fórmulas basadas en la participación en la propiedad, como el capital-riesgo, son superiores para la financiación del *entrepreneurship*.

El capítulo décimo retoma el reto principal manifestado al principio del libro, explicar el cambio en las políticas públicas de *entrepreneurship*. Asimismo, se propone explicar cómo y por qué estas políticas han girado hacia el *entrepreneurship* como un mecanismo generador de crecimiento económico y empleo. Esta tarea es desarrollada mediante una revisión de las políticas públicas en los diferentes modelos económicos, utilizando las mismas secciones que en el capítulo primero: la economía de Solow, la economía de Romer y la economía empresarial (o quizás economía emprendedora). Las conclusiones son que, debido a que los modelos de Solow (dirigido por el capital) y de Romer (dirigido por el conocimiento) no han conseguido alcanzar los niveles deseados de eficiencia económica, ha emergido un mandato para la política de *entrepreneurship* que se ha

difundido en todo el planeta, mediante el cual las políticas de *entrepreneurship* se orientan a la creación y comercialización de nuevas ideas, especialmente en nuevas empresas, como medio de generar crecimiento económico.

En este apartado se declara que el libro no pretende establecer qué medidas son más eficaces en cada contexto particular, sino establecer un argumento racional de por qué este tipo de medidas públicas se ha desarrollado globalmente como una forma de generar crecimiento económico.

Un último capítulo, el undécimo, realiza un resumen de sus contenidos y conclusiones. En él se pone énfasis en los resultados obtenidos en el estudio, proporcionando evidencias sistemáticas y convincentes de que el *entrepreneurship* desempeña un papel fundamental en la generación de crecimiento económico. Hay un objetivo ampliamente compartido por las políticas públicas, de crear una economía empresarial, que puede ser explicado como consecuencia de la vital contribución que el *entrepreneurship* realiza como conducto para la difusión del conocimiento (*knowledge spillovers*). En definitiva, se plantea que el *entrepreneurship* ha emergido como el eslabón perdido en el proceso de crecimiento económico.

El capítulo, titulado «El *entrepreneurship* como construcción creativa», desarrolla los elementos antes citados y enfrenta la concepción schumpeteriana de la «creación destructiva» con una nueva concepción del papel del *entrepreneurship* como fuente de «creación constructiva», como conducto para comercializar conocimientos e ideas que de otra forma quizás no se comercializarían.

CONCLUSIONES ↓

Nos encontramos con una publicación que trata un tema de absoluta actualidad, la relación entre el *entrepreneurship* y el crecimiento económico. Sin embargo, no podemos considerar que el título refleje bien su contenido en el sentido de que el trabajo se centra en una forma concreta de *entrepreneurship*, la relacionada con la comercialización de nuevos conocimientos mediante la creación de una nueva empresa. También la línea argumental del libro se orienta más a dar una explicación del cambio en las políticas públicas que persiguen el crecimiento económico que a un tratamiento del vínculo entre *entrepreneurship*, en todas sus formas, y el crecimiento económico, como podría desprenderse del título. No obstante, el lector es claramente situado en los objetivos y alcance de la obra desde su capítulo introductorio, por lo que este posible equívoco se resuelve con premura.

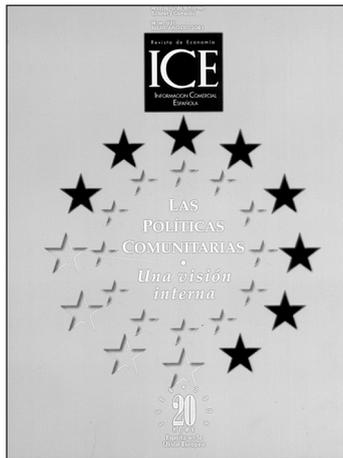
A pesar de la delimitación del *entrepreneurship* a un ámbito concreto del mismo, reconocido por los autores, el trabajo presenta fundamentos y modelizaciones teóricas elogiosas, saliéndose del ámbito fundamentalmente empirista que tradicionalmente había acompañado la literatura de *entrepreneurship* y, específicamente, la relacionada con la economía de los pequeños negocios (*Small Business Economics*). No obstante, la combinación de los temas tratados en el libro, aunque realizada de una forma conceptual muy apropiada (el desarrollo de una teoría, la formulación de hipótesis derivadas y el contraste empírico de la misma), se percibe un tanto forzada, puesto que algunas de las hipótesis no podrían desprenderse directamente de la teoría propuesta. Asimismo, los modelos planteados para la evaluación de las hipótesis y los instrumentos de medición utilizados son, con cierta frecuencia, los propios de otros campos del *entrepreneurship* no vinculados con el nacimiento de empresas de base tecnológica, como pueden ser el *corporate entrepreneurship* o el *entrepreneurship* estratégico.

Por último, aunque se presentan evidencias empíricas de la relación entre este tipo de *entrepreneurship* y el crecimiento económico, no se evalúa esta fuente de difusión de las nuevas ideas en relación con el mismo papel ejercido por las corporaciones existentes, quedando así parcialmente oscurecida la importancia de este tipo de *entrepreneurship* en el crecimiento económico.

No obstante, puede afirmarse que el libro tiene un tratamiento exquisito tanto en su contenido como en la forma de expresarlo. A una prosa científica realmente cuidada añade una ordenación ejemplar, fundamentada en los objetivos planteados desde el inicio, construida sobre la introducción de la teoría del *entrepreneurship* basada en la difusión del conocimiento (*The Knowledge Spillover Theory*) y un conjunto de hipótesis conexas. El lector identificará en todo momento la ubicación argumental de la parte que está leyendo y será ayudado a la comprensión del papel que cada capítulo tiene en la composición de la tesis de la obra, mediante el apartado de conclusiones que sistemáticamente los autores efectúan.

El equilibrio entre la revisión de conocimientos, la fundamentación teórica y la presentación de los resultados empíricos es muy adecuado, no resultando en ningún momento excesivo ni prolijo. En definitiva, una obra que conjuga dos importantes cualidades: la recopilación de un conjunto de saber relevante, tanto para los estudiosos del *entrepreneurship* como para los que tengan interés en el mismo, y un texto que puede disfrutarse de su lectura.

J. Javier Sánchez-Asín



LAS POLÍTICAS COMUNITARIAS: UNA VISIÓN INTERNA

Ángel Viñas (coordinador)

ICE, Madrid 2007

Cuando han pasado veinte años de la entrada de España en la Unión Europea y ésta se halla a punto de celebrar el cincuenta aniversario de su acta fundacional (el Tratado de Roma), la revista *Información Comercial Española* ha dedicado un número monográfico (el número 831, publicado también en forma de libro, con el título de «Las políticas comunitarias: una visión interna», Ministerio de Industria, Turismo y Comercio, Madrid, 2006) a glosar la experiencia de veinte españoles que han pasado por los servicios de la Comisión Europea. El trabajo, coordinado por Ángel Viñas, tiene un enorme interés, pues aporta una valiosa reflexión (hecha desde dentro) sobre la evolución de una institución que es crucial en el funcionamiento de la Unión. Una reflexión de técnicos que han dejado ya la Comisión y tienen por ello plena libertad para emitir su juicio sobre la misma, revelando sus aspectos positivos y negativos, si bien es de notar que todos siguen mostrando un alto grado de europeísmo y de afecto por dicha institución.

El libro ofrece un magnífico testimonio sobre la implicación de sus autores en ciertas etapas del proceso de elaboración y gestión de distintas políticas europeas. Un testimonio que trasluce también el aprendizaje que tuvo que realizar una primera generación de técnicos españoles dentro de las estructuras administrativas de la Comisión Europea. Como señala Pedro de Torres, tras veinte años de formar parte de las instituciones europeas, «hoy día se ve a los funcionarios españoles con muy pocas diferencias respecto a los de otros Estados miembros», habiéndose ganado, en general, una buena reputación profesional. Aunque en el libro se presentan los trabajos por orden alfabético de sus autores, en esta recensión se pre-

sentan los mismos agrupados en tres bloques temáticos: sistema institucional (siete trabajos), acción exterior (seis trabajos) y políticas interiores (resto).

SISTEMA INSTITUCIONAL ↓

El conjunto de trabajos que reflexionan sobre los aspectos institucionales de la Unión Europea es el más amplio, algunos con un enfoque más general y otros con un punto de mira más concreto. Así, el ya citado Pedro de Torres realiza un análisis de la función pública europea, que está a mitad de camino entre la función pública nacional y la de los funcionarios de un organismo internacional. Lógicamente, la función pública europea y el funcionamiento general de la Unión se ven condicionados por la diversidad de países y de lenguas que se hallan en escena. De ahí el interés de la colaboración de Joaquín Díaz Pardo, que abunda sobre la cultura del diálogo en la Comisión, y también del trabajo de Antonio Alonso, que aporta referencias sobre el ámbito lingüístico de dicha institución.

Entre los trabajos que ofrecen una visión más general del funcionamiento de la Unión Europea se halla el de Fernando Mansito, quien reflexiona sobre algunos elementos claves de la construcción europea, tales como el traspaso de competencias, la supranacionalidad, el método comunitario y la cadencia del proceso de integración. Con todo, la reflexión de mayor enjundia sobre el papel de la Comisión la aporta Ángel Viñas como cierre del libro, analizando las funciones encomendadas a dicha institución por los tratados comunitarios, el modo de su ejecución, la relación a veces problemática con otras instituciones europeas y el entorno que propone el Tratado Constitucional.

Y a mitad de camino entre estos dos grupos de trabajos sobre el sistema institucional, aparecen otras dos colaboraciones. Por un lado, la de Joaquín Portillo, que alude a las dificultades de la información y la comunicación de la Unión; algo esencial hoy, cuando es preciso reducir la distancia de las instituciones comunitarias con la ciudadanía (y ganar su confianza y afecto), a tenor de los resultados que muestra el Eurobarómetro, la reducida participación en las elecciones al Parlamento Europeo y la marcha del proceso de ratificación del Tratado Constitucional. Por otro lado, se halla también la colaboración de José Luis Iglesias Buhigues, de carácter más específico, que versa sobre las tareas del servicio jurídico de la Comisión, aportando dictámenes previos sobre la legalidad de sus acciones o representándola cuando es menester ante los tribunales nacionales, internacionales o comunitarios.

ACCIÓN EXTERIOR ↓

El bloque de trabajos sobre las relaciones internacionales de la Unión Europea es también bastante amplio, tratándose diversos aspectos. El trabajo de José M.^a Costa Lafarga se refiere a algo tan poco conocido como las funciones que realizan las 130 delegaciones que tiene la Comisión Europea en terceros países y en los organismos internacionales. El trabajo de Josep Ramón Borrell se ocupa de los entresijos de la política comercial, que es una competencia exclusiva comunitaria y ha sido tradicionalmente central para la Unión. El trabajo de Pablo Benavides analiza el modo en que la Comisión Europea ha gestionado la difícil apertura hacia el Este, incluyendo las relaciones con los países de Europa Central y Oriental y los de la antigua Unión Soviética, así como la crisis de los Balcanes. El trabajo de Francesc Granel aporta una visión de conjunto, aunque bastante detallada, sobre la política de cooperación al desarrollo de la Unión Europea. Y el trabajo de Juan Prat se centra en uno de los ámbitos prioritarios de la acción exterior, tanto española como europea, como es la cuenca mediterránea.

POLÍTICAS INTERIORES ↓

Por último, hay un tercer bloque de trabajos sobre diversas políticas interiores de la Unión Europea, ya sea de carácter horizontal o sectorial. Una de las áreas analizadas es la relativa a la consecución de un mercado único. Tres trabajos tratan, de algún modo, sobre ese tema: el de Eduardo Peña Abizanda, que aporta su experiencia personal en la creación de una política común de transportes; el de Manuel Hernández López, que aborda la libertad de movimientos de capital y las restricciones de las llamadas acciones de oro, y el de Víctor Pou Serradell, que estudia un tema tan actual como la acción comunitaria sobre los servicios.

De manera complementaria a la creación del mercado único, la Comisión ha realizado numerosas propuestas en el ámbito de las relaciones monetarias y financieras. El trabajo de Manuel Sanchis i Marco alude a ese ámbito de interés, en el período comprendido entre mediados de los años ochenta y principios de los noventa, en el contexto de la preparación de la entrada de la peseta y el escudo en el Mecanismo de Tipos de Cambio del Sistema Monetario Europeo. Una etapa en la que cristalizó el consenso que luego se reflejó en el Tratado de Maastricht sobre la Unión Económica y Monetaria.

La política energética es otro tema de gran actualidad que recoge un par de colaboraciones en el libro:

la de Pablo Benavides y la de José Sierra. En ambas se revisan los esfuerzos de la Comisión Europea por coordinar las actuaciones de los Estados miembros en este campo, que cubre la electricidad, el gas, el carbón, la energía nuclear, las energías renovables y el protocolo de Kioto, y por avanzar hacia la realización de una política energética común, centrada en tres pilares básicos: la economía, la seguridad y el desarrollo sostenible.

Y si la energía es un ámbito de acción que requiere prospectiva y sentido estratégico, ello también lo demanda el conjunto de la política económica de la Unión Europea. Por esa razón, en marzo de 1989, el presidente de la Comisión, Jacques Delors, creó una «Célula de Prospectiva», que es el objeto de análisis del trabajo de José Antonio Herce. Dicha célula se integró en 2001 en el llamado «Group of Policy Advi-

sors» (GOPA), en cuyo seno se elaboró el conocido Informe Sapir durante el mandato del presidente Prodi. Ese y otros informes de la Comisión vienen remarcando la importancia estratégica de la política europea de I+D en un contexto de globalización económica, tema que abordan los trabajos de Arturo García Arroyo y Vicente Parajón Collada.

En suma, los testimonios que recoge este libro arrojan mucha luz, tanto sobre los logros del pasado como sobre los retos hacia el futuro de la Unión Europea. Entre estos destacan: la reforma institucional, la necesidad de una política exterior y de seguridad común, la consolidación del mercado único, la creación de una política energética común y el impulso de la política de I+D.

Josep M.ª Jordan Galdulf

