

MANUAL DE RESISTENCIA EMPRESARIAL



CARLOS
RODRÍGUEZ BRAUN

Manual de resistencia empresarial

CARLOS RODRÍGUEZ BRAUN

No todo lo que hace Pedro Sánchez está mal. El título de su libro, *Manual de resistencia*, es un buen título. Y precisamente de eso trata este otro texto: de la resistencia, sí, pero aplicada al ámbito empresarial.

La idea surgió hace unos cuarenta años. Por casualidad, mis hijos —Mateo y Lucas— estaban estudiando en el colegio una asignatura llamada *Sociales*. Les pedí los libros, y al leerlos descubrí algo sorprendente: la enseñanza que recibían transmitía una imagen profundamente negativa de las empresas. Se las presentaba como entidades dañinas, opuestas al mercado y al comercio, y al empresario como el culpable de todos los males.

A partir de entonces me interesé por el tema y comencé a estudiarlo. Algunos colegas han seguido también ese rastro: cómo se construye, desde la escuela, la imagen que los niños tienen de la empresa. No hablo de la propaganda política ni de los mensajes de los medios de comunicación o los intelectuales, sino de nuestros propios hijos, esos tiernos alumnos de once, doce o trece años que aprenden que la empresa es “una cosa mala”.

Según esos libros, el empresario engaña, explota, agota los recursos naturales, hace ruido y contamina. Todo lo hace mal. Una amiga mía, Alicia Delibes, gran experta en educación, me explicó que ese prejuicio viene de mucho antes de lo que yo pensaba: no nació con la democracia, sino en los años sesenta, durante el franquismo, cuando se puso de moda una corriente educativa internacional profundamente antiempresarial.

Por tanto, llevamos décadas batallando contra una inercia cultural de signo contrario a la empresa. Y no es un asunto menor. Desde púlpitos, cátedras y tribunas se lanzan mensajes constantes contra el mundo empresarial. Es un problema de ideas, no tanto de política. De hecho, la mayoría de las ideas equivocadas que los políticos practican probablemente las aprendieron en el colegio, en la universidad o en los medios de comunicación. Todo ello ha

creado un ambiente que, durante mucho tiempo, ha invitado al pesimismo.

Los intercambios de suma positiva

La primera dificultad para resistir esta corriente es explicar algo que debería ser obvio: que en las relaciones entre las personas existen juegos —como decimos los economistas— de *suma positiva*, en los que ambas partes ganan.

Esto no siempre se entiende. A mis alumnos les planteo un ejemplo muy sencillo: un empresario que vende algo y una persona que lo compra. Les pregunto quién gana en ese intercambio. Llevo haciéndolo medio siglo. En los primeros años, la inmensa mayoría respondía sin dudar: “Gana el empresario”. Con el tiempo, poco a poco, la cosa ha ido cambiando. Ahora muchos contestan: “Ganan los dos”.

Y, efectivamente, ganan los dos. Si no lo hicieran, el intercambio no existiría, salvo que alguien usara la violencia o el engaño. Pero en condiciones normales, todo intercambio voluntario tiene lugar precisamente porque ambas partes salen beneficiadas.

El riesgo del empresario

Otra cuestión difícil de explicar es que el empresario es la única persona que puede perderlo todo. Imaginemos una empresa constructora. Su fundador contrata a una ingeniera de caminos y a un chófer. Si la empresa quiebra, la ingeniera se queda sin empleo —y no frivolizo, perder el trabajo es una faena—, pero conserva su *capital humano*, que es el más importante de todos. Puede llevar sus conocimientos a otra empresa. Lo mismo ocurre con el chófer: pierde su empleo, pero no su habilidad para conducir.

El empresario, en cambio, puede quedarse sin nada. Ha perdido su capital y, con él, el fruto de años de esfuerzo. Por eso hay tan pocos empresarios: porque la gente, con buen criterio, suele preferir la prudencia de ser trabajador. No porque el trabajo asalariado sea una desgracia o una forma de explotación, como se repite a menudo, sino porque es más seguro.

El capital humano —la experiencia, el saber hacer, la destreza profesional— es casi indestructible. Solo cambia con transformaciones tecnológicas profundas. Un tipógrafo, por ejemplo, vio desaparecer su oficio con la llegada de la informática; los fabricantes de sombreros, con el cambio de costumbres en los años cincuenta y sesenta.

Recuerdo perfectamente a mi padre con sombrero y, poco después, sin él. En unos pocos años, todos los hombres —y también las mujeres— dejaron de cubrirse la cabeza. Imaginen lo que eso

supuso en términos económicos: millones de tiendas, talleres y diseñadores desaparecieron. Sin huelgas, sin protestas, sin crisis. Simplemente, la gente se dedicó a otras cosas. La economía se adaptó.

No todas las empresas son iguales

Otra noción importante: las empresas no son todas iguales. No lo son los grandes grupos y las pequeñas pymes; no lo son los distintos sectores. Por eso, cuando un político adopta una medida, debería tenerlo muy presente. Una decisión que una gran compañía puede asumir —por ejemplo, subir el salario mínimo o reducir la jornada— puede convertirse en una sentencia de muerte para otra más pequeña.

Es fundamental insistir en esto, porque el discurso público tiende a homogeneizarlo todo. Y así como no todos los españoles son iguales —ni todos los argentinos, si me permiten la broma—, tampoco lo son las empresas.

Política y empresa: una relación delicada

La relación entre la empresa y la política debe manejarse con cautela. La política puede ser tentadora, pero también peligrosa.

A veces escuchamos discursos razonables, prudentes, conscientes de los límites del poder. Pero otras veces encontramos políticos arrogantes, convencidos de que saben mejor que nadie cómo organizar la sociedad. Por ejemplo, Pedro Sánchez declaró hace poco en Estados Unidos que quería “gobernar la inteligencia artificial”. Confieso que pensé: “No, no hagas eso, por favor”.

¿Gobernar la inteligencia artificial? Un dirigente que no es capaz de gobernar a su propio partido ni a su familia pretende gobernar la inteligencia artificial. Esa es, precisamente, la actitud que debemos evitar: la arrogancia del político que se cree omnisciente y omnipotente.

La mejor defensa de la empresa consiste en no dar por sentada la libertad económica. Hay que defenderla activamente.

Y cuando hablo de resistir no me refiero a que los empresarios deban ser héroes. Bastante heroísmo hay ya en ser empresario. Jugar a ser Juana de Arco suele acabar mal: normalmente en la hoguera.

La política no puede ignorarse. Los Estados no son como quisiéramos los liberales; son como son. Y, como el elefante en la habitación, si lo ignoras, te pisa. Y si te pisa, te aplasta.

supuso en términos económicos: millones de tiendas, talleres y diseñadores desaparecieron. Sin huelgas, sin protestas, sin crisis. Simplemente, la gente se dedicó a otras cosas. La economía se adaptó.

No todas las empresas son iguales

Otra noción importante: las empresas no son todas iguales. No lo son los grandes grupos y las pequeñas pymes; no lo son los distintos sectores. Por eso, cuando un político adopta una medida, debería tenerlo muy presente. Una decisión que una gran compañía puede asumir —por ejemplo, subir el salario mínimo o reducir la jornada— puede convertirse en una sentencia de muerte para otra más pequeña.

Es fundamental insistir en esto, porque el discurso público tiende a homogeneizarlo todo. Y así como no todos los españoles son iguales —ni todos los argentinos, si me permiten la broma—, tampoco lo son las empresas.

Política y empresa: una relación delicada

La relación entre la empresa y la política debe manejarse con cautela. La política puede ser tentadora, pero también peligrosa.

A veces escuchamos discursos razonables, prudentes, conscientes de los límites del poder. Pero otras veces encontramos políticos arrogantes, convencidos de que saben mejor que nadie cómo organizar la sociedad. Por ejemplo, Pedro Sánchez declaró hace poco en Estados Unidos que quería “gobernar la inteligencia artificial”. Confieso que pensé: “No, no hagas eso, por favor”.

¿Gobernar la inteligencia artificial? Un dirigente que no es capaz de gobernar a su propio partido ni a su familia pretende gobernar la inteligencia artificial. Esa es, precisamente, la actitud que debemos evitar: la arrogancia del político que se cree omnisciente y omnipotente.

La mejor defensa de la empresa consiste en no dar por sentada la libertad económica. Hay que defenderla activamente.

Y cuando hablo de resistir no me refiero a que los empresarios deban ser héroes. Bastante heroísmo hay ya en ser empresario. Jugar a ser Juana de Arco suele acabar mal: normalmente en la hoguera.

La política no puede ignorarse. Los Estados no son como quisiéramos los liberales; son como son. Y, como el elefante en la habitación, si lo ignoras, te pisa. Y si te pisa, te aplasta.

Una evolución esperanzadora

Quiero terminar con una nota optimista. En los cincuenta años que llevo viviendo en España he visto cambios notables. No se producen de un día para otro, pero llegan. Y a veces surgen donde menos los esperamos.

Un ejemplo paradigmático es el de los impuestos. Durante mucho tiempo, los políticos subían los impuestos y seguían ganando elecciones. Felipe González lo hizo cuatro veces, tres de ellas con mayoría absoluta. Ese tiempo se ha acabado. Hoy, los políticos percibidos como responsables de subir los impuestos pierden las elecciones.

Esa transformación ya había ocurrido en otros países. En los nórdicos, por ejemplo, el cambio llegó en los años ochenta y noventa, cuando tras años de subidas impositivas los partidos que las impulsaban empezaron a perder una tras otra. Comprendieron entonces que debían rectificar.

Los políticos no son benefactores de la humanidad, pero tampoco son tontos. Cuando ven una señal clara, reaccionan. Por eso creo que estamos ante un cambio profundo.

Rajoy, por ejemplo, perdió también por subir los impuestos. Paradójicamente, lo mejor que hacía era leer el *Marca*. Lo digo sin ironía: mientras lo leía, no hacía tonterías. A menudo, lo más valioso que puede hacer un político es cumplir con el juramento hipocrático de los médicos: no hacer daño.

El “clic” de la responsabilidad fiscal

Ese cambio es saludable y merece celebrarse. ¿Se imaginan un escenario donde los políticos compitan por ver quién baja más el gasto o los impuestos? Puede sonar utópico, pero no está tan lejos.

Como diría Marx, un espectro recorre Europa: el de la sensatez fiscal. Franceses, ingleses y alemanes empiezan a reconocer que quizá haya que reducir el gasto. Es algo reciente y extraordinariamente positivo.

Permítanme formular mi pequeña teoría fiscal —y citen, por favor—: los políticos suben el gasto hasta que la rentabilidad del último euro gastado es inferior al coste político del último euro recaudado. En ese momento se produce el *clic*. Y entonces, cambian. Es posible que estemos justo en ese punto.

El caso Amancio Ortega

Con los empresarios sucede algo parecido. En España, la mejor manera de saber que un partido político va a hundirse es que empiece a criticar a Amancio Ortega.

Le ocurrió a Podemos. Llegó a tener setenta diputados; su líder, Pablo Iglesias, era vicepresidente del Gobierno. Y, sin embargo, decidió convertir a Amancio Ortega en su enemigo personal. Día tras día lo atacaba. Y cuanto más lo atacaba, más votos perdía. Hasta que finalmente desapareció del mapa político.

Pedro Sánchez y Díaz Ayuso contribuyeron a ese desenlace, pero la causa principal fue esa: la obsesión por demonizar al empresario. Ortega representaba la figura perfecta para ese papel —rico, exitoso, discreto—. Pero la gente no compró el discurso.

Por eso digo que las fuerzas del cambio a veces no están donde creemos. No están en los medios de comunicación, ni en los periódicos, ni siquiera en la universidad, donde muchos de mis colegas siguen siendo hostiles a la economía de mercado. Están en la gente. Y cuando las ideas de libertad arraigan en la gente, tienen un efecto multiplicador que termina influyendo en todo lo demás.

Motivos para el optimismo

Ese es el horizonte que me invita al optimismo. Falta mucho por hacer, por supuesto. Pero si miramos con perspectiva de largo plazo, las tendencias son alentadoras.

La sociedad española entiende mejor que antes el valor de la empresa, el mérito del emprendedor y la importancia de la libertad económica. Por eso, mi mensaje hoy es de esperanza: con todas las dificultades, las cosas van mejor que peor.

El presente ensayo es una adaptación de la conferencia impartida por Carlos Rodríguez Braun en Onda Cero Ibiza en septiembre de 2025.



Carlos Rodríguez Braun es un experto en pensamiento y liberalismo económico con reconocimiento internacional por sus publicaciones y conferencias. Este doctor en Economía hispano-argentino se caracteriza por aunar el rigor académico con el afán divulgativo. Es miembro de la Academia Nacional de Ciencias Económicas de Argentina y catedrático retirado de Historia del Pensamiento Económico en la Universidad Complutense de Madrid. Su actividad combina la publicación de libros y artículos académicos con la colaboración con medios de comunicación escritos y audiovisuales.

Se le considera un referente y creador de opinión sobre la realidad económica, política y social, además de un defensor de la globalización y el liberalismo.

En su faceta periodística, destacan sus cargos como director de España Económica y de subdirector de Cambio 16 y del programa de televisión El Valor del Dinero de La2. Actualmente es columnista en medios como La Razón, Expansión o Libertad Digital y participa de forma habitual en Onda Cero Radio.

Ha publicado artículos en revistas de prestigio como History of Political Economy, American Journal of Economics and Sociology, European Journal of the History of Economic Thought o el Journal des Économistes et des Études Humaines, y también es evaluador y forma parte de los consejos asesores de publicaciones científicas en España y otros países.

Además, es autor de una veintena de libros y traductor de figuras de la ciencia económica como Adam Smith, David Ricardo, John Stuart Mill, John Maynard Keynes y Friedrich A. von Hayek.

A lo largo de sus más de cuarenta años de trayectoria académica y profesional ha recibido distintos galardones por su trabajo, entre ellos el Premio Juan de Mariana de 2013.