

CUADERNOS PARA EL AVANCE

Cuaderno n° 51 | Noviembre de 2025
Suplemento al número 60 de la revista

DE LA LIBERTAD



**EL CONOCIMIENTO
PRÁCTICO EMPRESARIAL**

JESÚS HUERTA DE SOTO

SOBRE EL AUTOR



CUADERNOS PARA EL AVANCE DE LA LIBERTAD

Suplemento al número 60 de la revista

Cuaderno n° 51, noviembre 2025

Una publicación de:



www.fundalib.org

Director: Juan Pina
Subdirector: Federico López

Sede: Gran Vía, 6, cuarta planta,
E-28013 Madrid (España)
www.fundalib.org | avance@fundalib.org

ISSN: 2792-2146. Dép. Legal TO 126-2021

La publicación de los contenidos firmados no implica que la revista o la Fundación coincidan con lo expresado.

Imágenes: Shutterstock y archivo.

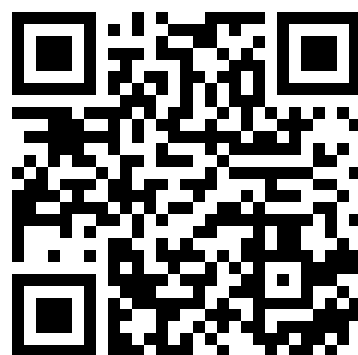
Esta revista cuenta con el apoyo económico de la Atlas Network, red mundial de *think tanks* pro libertad. Más información en www.atlasnetwork.org



Jesús Huerta de Soto es catedrático de Economía Política en la Universidad Rey Juan Carlos de Madrid. Es doctor en Derecho y en Ciencias Económicas y Empresariales por la Universidad Complutense de Madrid, y *Master in Business Administration* por la Universidad de Stanford. Autor de doce libros publicados en más de sesenta ediciones en todo el mundo, y traducidos a cerca de veinte idiomas, el profesor Huerta de Soto es uno de los principales referentes actuales de la Escuela Austriaca de Economía. Su dilatada trayectoria académica le ha hecho acreedor de distinciones como los doctorados *honoris causa* por las universidades Francisco Marroquín (Guatemala), Alexandru Ioan Cuza (Iasi, Rumanía) y Financiera de Moscú (Rusia). Dirige la revista *Procesos de Mercado* y, mediante su presencia en los medios de comunicación y en eventos y proyectos de naturaleza divulgativa, es hoy una de las voces más reconocidas en el ámbito de las ideas de la Libertad.

DESENCADENA LA LIBERTAD, SUSCRÍBETE A AVANCE

Recibe la revista y el cuaderno en tu domicilio. Cargo mensual reducido.



Sólo tienes que ir a la pasarela de cobros de la Fundación y escoger la modalidad mensual para una donación de al menos seis euros. Después, escribe a avance@fundalib.org especificando tu nombre, apellidos y dirección postal completa. Captura este código QR con tu móvil o ve a:

<https://donorbox.org/libre-donacion-fundalib>

EL CONOCIMIENTO PRÁCTICO EMPRESARIAL*

JESÚS HUERTA DE SOTO

No se puede entender nada en economía sin comprender previamente en qué consiste la función empresarial. Y es que el empresario es, sin duda alguna, el protagonista de todos los procesos sociales, de todos los procesos de cooperación social que constituyen el orden espontáneo del mercado y la sociedad. Pero entendemos el empresario y la empresarialidad de una manera distinta a la habitual, como una función abstracta que, en mayor o menor medida, manifiestan todos los seres humanos por el mero hecho de actuar. Por tanto, no nos estamos refiriendo al empresario como “tipo ideal”, como figura prosaica que está a cargo de una firma, ¡no! Si en algo estamos incidiendo es en que siempre que el ser humano actúa, de alguna forma desarrolla su capacidad empresarial creativa y en una primera aproximación, identificamos la empresarialidad o la función empresarial con el concepto de acción humana, y esto

nos llevó en la clase anterior a estudiar la acción humana y sus elementos.

Hoy vamos a dar un paso más y a dar entrada en una segunda aproximación a una definición más precisa de lo que es la función empresarial. Podemos definir la función empresarial o la empresarialidad como la innata capacidad del ser humano para darse cuenta de las oportunidades de ganancia que surgen en su entorno y actuar en consecuencia para aprovecharse de las mismas. Repito: podemos definir la función empresarial como la innata capacidad del ser humano —es decir, inseparable de nuestra naturaleza— para darnos cuenta de las oportunidades de beneficio que surgen en el entorno y actuar para aprovecharlas. Darse cuenta, recuerden, *in prehendendo, prehendi, prehensum* la raíz latina del término empresario. Darse cuenta, descubrir, crear. ¿Darse cuenta de qué? De las oportunidades de ganancia o de beneficio que

(*) Transcripción literal de la cuarta clase del curso 2023-2024 de “Comentarios de texto y académicos” impartida por el Prof. Huerta de Soto en la Universidad Rey Juan Carlos de Madrid.

surgen a nuestro alrededor. Oportunidades de ganancia o beneficio subjetivo, y ya vimos en su momento qué es tal cosa. Los fines que descubrimos que tienen valor para nosotros, y que decidimos perseguir porque pensamos, a priori —es decir, ex ante, como decían los latinos— que ese valor será más alto que el valor de los fines a los que renunciamos al actuar. Es decir, que será mayor que los costes correspondientes. Y la naturaleza humana está dotada de la capacidad para, de manera continua, descubrir o crear oportunidades de ganancia que surgen a nuestro alrededor. "Que surgen" no significa que aparezcan de manera autónoma, como si

humana. Y de hecho, nuestra capacidad empresarial, presente en toda acción humana, es la característica más típica de todo ser humano y lo que más le diferencia de cualquier otro elemento del entorno natural que nos rodea: lo que nos separa de las hormigas, de las piedras, de los átomos es el hecho de poder darnos cuenta continuamente de nuevas oportunidades de ganancia y actuar en consecuencia.

Podemos decir que el ser humano cuando actúa demuestra una especial perspicacia, un término curioso que se utiliza en castellano. El diccionario de la Real Academia Española define "perspicaz" como "la vista o mirada muy aguda

Entendemos el empresario y la empresarialidad como una función abstracta que, en mayor o menor medida, manifiestan todos los seres humanos por el mero hecho de actuar.

surgieran debajo de las piedras, como las setas. Surgen porque nosotros, como seres humanos creativos, las descubrimos en nuestra mente, las creamos en nuestra mente. Y en cuanto nos damos cuenta de esas oportunidades de ganancia, movilizamos todo nuestro ser, nos ponemos en acción para aprovecharlas. Como ven ustedes, esta es una definición más precisa de la empresarialidad que está en perfecta consonancia con lo que hemos visto en clases anteriores, pero que, como iremos viendo paulatinamente en esta clase y en las clases subsiguientes, es mucho más operativa.

Perspicacia y especulación empresarial

Si nos analizamos a nosotros mismos por introspección, enseguida nos damos cuenta de que, en mayor o menor medida, siempre ejercemos la empresarialidad porque es algo inseparable de nuestra naturaleza y de toda acción

y que alcanza mucho." Definición que recoge, de alguna manera, la idea que estoy tratando de transmitirles: esa posibilidad de descubrir o crear oportunidades de ganancia. De pronto pensamos: "Anda, esto me interesa. Voy a hacerlo." Y actuamos en consecuencia. Estamos hablando de realidades muy abstractas. Pero que a la vez nos son íntimamente familiares para cada uno de nosotros, porque continuamente actuamos, somos seres humanos, y actuar es inseparable e inherente a nuestra forma de ser. Pero no disponemos en el lenguaje de palabras concretas para expresar estas ideas y tenemos que recurrir a ciertos términos para referirnos por analogía a esta capacidad de descubrir o crear oportunidades de ganancia. Y así decimos, que los empresarios o, mejor dicho, cada ser humano, hombre o mujer, en la medida en que actúa, lo hace dotado de una especial "perspicacia". Es decir, de una vista o mirada muy aguda que le permite "ver a lo lejos" lo que va a pasar o lo que podría suceder.



No es que actuemos literalmente así, sino que, de pronto, es como si se nos "encendiera una bombilla en el cerebro" (pero, atención, eso también es otra analogía: no se nos enciende literalmente una bombilla en el cerebro, sino que es una manera simbólica de hablar), y descubrimos una idea, un conocimiento o una información nueva que previamente nos había pasado desapercibida, relacionada con fines que nos merecen la pena, a los que damos valor, y medios que creemos tener a nuestro alcance para lograrlos.

La perspicacia es un término esencial. Israel Kirzner, el gran teórico de la función empresarial y discípulo de Mises, quien fue catedrático en la

Otro término íntimamente relacionado con el empresario y la función empresarial es el de "especulador". El especulador es sinónimo, también, de empresario. Etimológicamente, procede del latín *specula*, que eran las torres de madera muy altas a las que las legiones romanas enviaban vigías para "ver a lo lejos" y avistar al enemigo. Este concepto recoge exactamente también el significado de perspicacia, tal como lo define nuestro diccionario de la Real Academia Española: "vista o mirada muy aguda que ve a lo lejos lo que va a venir." Eso es especular y especulador. Ahora bien, a nivel de la calle, el término especulador parece casi maldito, como ocurre también

Podemos definir la función empresarial como la innata capacidad del ser humano para darse cuenta de las oportunidades y actuar en consecuencia.

Universidad de Nueva York hasta su jubilación —hoy ya tiene casi 95 años—, se refiere en inglés al empresario como alguien caracterizado por su "alertness", o capacidad de estar "alerta". Kirzner señala que, si algo caracteriza a todos los seres humanos, que son empresarios por definición, es que estamos continuamente "alerta." Esa capacidad de estar alerta, esa "alertness," es como si tuviéramos una antena parabólica direccionable que está siempre activa, captando mensajes o información del mundo exterior y tratando de descubrir nuevas oportunidades: "¡Anda, si aquí hay una oportunidad de ganancia o beneficio que antes me había pasado desapercibida!" Sin embargo, esta capacidad de estar alerta, aunque recoge bien en términos analógicos lo que es la capacidad empresarial, me parece que es un término artificialmente estático: parece como si cada uno está parado, al estar simplemente alerta. En cambio, el término "perspicaz" me parece que tiene un contenido un poco más dinámico.

con el término capitalismo. Si queremos insultar a alguien, decimos: "Es usted un especulador," como si fuera lo peor del mundo. O, más grave aún: "Es usted un capitalista." Decimos esto como si fuera equivalente a un insulto o una ofensa personal: "¡Es usted un hijo de... capitalista!" Sin embargo, resulta que esto no debe ser así. Nosotros vamos a salvar estos términos y a explicar cómo, cuando se entienden correctamente, no solo no deben considerarse de manera peyorativa, sino que, por el contrario, describen facetas íntimas e inseparables de nuestra propia naturaleza y que, por tanto, no podemos criticar sin autocontradecirnos.

El término *specula* hace referencia a "ver desde lejos lo que va a pasar," y esto se relaciona con las famosas atalayas, como las que construyeron los árabes durante las siete centurias que ocuparon la Península Ibérica. No sé si ustedes habrán viajado, supongo que el que más o el que menos sí, por la costa mediterránea; por

ejemplo en Baleares o Mallorca podrán ver, incluso hoy en día, unas torrecitas situadas en la costa, quizá cada kilómetro o dos, en lo alto de los promontorios y muchas de esas atalayas aún se mantienen y conservan. ¿Para qué se hacían esas atalayas? Precisamente para eso: los vigías estaban allí para avistar si venían los piratas berberiscos, que atacaban las costas y esclavizaban a los habitantes. Además, si los vigías detectaban un peligro, podían encender un fuego, cuya columna de humo era visible desde otra atalaya, y así, sucesivamente y en tiempo real, la capital se enteraba de la inminencia del ataque y podía tomar medidas preventivas. Esta idea de estar

brir. Y aquí descubrir, en este contexto, es sinónimo de crear una información o conocimiento en nuestra mente que previamente no teníamos. Aquello que nos había pasado desapercibido significa que previamente no se nos había ocurrido, que no habíamos descubierto nuestra oportunidad de ganancia. Pero, en el momento en que nos damos cuenta de ella, simultáneamente la estamos descubriendo —o, si prefieren, creándola— y así esa oportunidad de ganancia de repente surge en nuestra mente.

En pocas palabras, nuestra mente tiene la capacidad de crear continuamente nueva información, nuevo conocimiento que previamente

Si nos analizamos a nosotros mismos, enseguida nos damos cuenta de que, en mayor o menor medida, siempre ejercemos la empresarialidad porque es inseparable de nuestra naturaleza.

en una atalaya para tratar de anticiparse a lo que va a venir recoge perfectamente la esencia de lo que es la función empresarial. A esas torres y vigías se les llamaba en latín *specula*, y de ahí deriva el término "especulador".

Información o conocimiento empresarial

La siguiente idea, que es muy importante, se refiere al tipo de información o conocimiento que desarrolla el ser humano cuando actúa empresarialmente. Ahora bien, esto de "actuar empresarialmente" es un pleonismo, y me arrepiento de haberlo dicho: porque toda acción es empresarial por definición. Si algo caracteriza al acto empresarial, tal como lo hemos definido, es que todos y cada uno de nosotros, en mayor o menor medida —y no me pregunten por qué—, tenemos la capacidad de darnos cuenta de algo que previamente nos había pasado desapercibido: esa es nuestra capacidad de crear o descu-

no teníamos. Entonces, ahora se nos plantean dos cuestiones importantes: ¿Qué características tiene la información o conocimiento que creamos los seres humanos al actuar? Es decir, la que vamos a denominar información o conocimiento empresarial. ¿Qué características tiene la información o el conocimiento que creamos en nuestra mente cuando actuamos, siempre empresarialmente? Es lo que vamos a estudiar ahora. Hay una serie de características que hacen que la información o el conocimiento que creamos empresarialmente al actuar sea radicalmente distinto de la información o el conocimiento con el que hasta ahora nos hemos relacionado, o con el que nos han enseñado en el colegio, en el instituto, etcétera. Hasta ahora habíamos pensado como estudiantes que solo existía un tipo de información o conocimiento, pero vamos a ver que no es así. Aunque utilicemos el mismo término, "información" o "conocimiento," nada tiene que ver la información o el conocimiento

empresarial con la información o el conocimiento que vamos a denominar técnico o científico. Aquí se produce, de nuevo, un contraste paralelo al que ya hemos visto en otros conceptos. ¿Se acuerdan? Decíamos que utilizamos el mismo término "tiempo" para referirnos a dos realidades radicalmente distintas: el tiempo del mundo de la ciencia natural, el *chronos* de los griegos, el tiempo cronológico o newtoniano, que nada tiene que ver con el tiempo subjetivo, el tiempo relevante para nuestra vida en términos de acción humana: ese tiempo subjetivo, o experimental, es el tiempo que sentimos fluir precisamente en la medida en que actuamos y culminamos cada

una simple figura del lenguaje para transmitir un grado de creencia; y ese grado de creencia no se puede medir o, aunque se intente medir, no tiene el mismo significado. Por ejemplo, si decimos: "Yo pienso que este matrimonio tiene un 80 % de probabilidades de éxito" o "Creo que el Real Madrid tiene un 80 % de probabilidades de ganarle al Nápoles hoy," esto no significa que podamos traducirlo en términos precisos. Si alguien intenta explicarlo diciendo que se trata de una lotería en la que se tiene un 80 % de boletos ganadores, no importa cuánto insista, porque ante esa misma cifra el grado de intensidad en la mente de cada persona es distinto, no tiene

Nuestra mente tiene la capacidad de crear continuamente nueva información, nuevo conocimiento que previamente no teníamos.

una de las etapas de los procesos de acción que decidimos emprender, lo que los griegos llamaban *kairós*. Así, aunque usamos el mismo término, estamos hablando de dos conceptos radicalmente distintos de tiempo.

Lo mismo ocurría también con el término "probabilidad." Usamos el mismo término para referirnos a dos conceptos radicalmente distintos. En el mundo de la ciencia natural, la probabilidad es "de clase": se conoce cómo se comporta un conjunto o una clase de fenómenos homogéneos entre sí. En cambio, en el mundo de la acción humana, hablamos de probabilidad "de caso" o evento único y en este ámbito, no existen ni se pueden construir conjuntos de elementos homogéneos. Cada acción humana, en su contexto particular de tiempo y lugar, es un evento único, históricamente irrepetible. Por tanto, aunque utilicemos el término de "probabilidad" también en el mundo de la acción humana, esto es simplemente, como si dijéramos,

nada que ver y varía continuamente. Estamos hablando de mundos distintos, que no se pueden medir ni comparar de manera objetiva.

Por tanto, de la misma forma que utilizamos términos idénticos para referirnos a dos realidades radicalmente distintas en el caso del tiempo o en el caso de la probabilidad, lo mismo nos ocurre —y todavía con más relevancia— en relación con el concepto de información o conocimiento. Es crucial lo que vamos a comenzar a explicar hoy, porque la información o conocimiento relevante para nuestras vidas, aquella de la que va a depender que tengamos éxito, que consigamos los fines que valoramos a lo largo de nuestros proyectos vitales, no es la información o conocimiento que se aprende en las aulas, no es la información o conocimiento que se aprende en los libros de texto. No es la información o conocimiento que se aprende en la universidad. ¡Ay! ¡Qué decepción! ¿No vale para nada todo lo que estamos haciendo aquí? Bueno, vamos a



matizar: sí vale, pero para poco, relativamente poco. Porque lo importante para nuestras vidas no es la información o conocimiento objetivo, científico o técnico que nos han enseñado desde que somos pequeños —sumar, leer, teoría del lenguaje, etcétera—, sino la información o conocimiento empresarial.

A partir de ahora, lo que vamos a hacer es no solo definir la información o conocimiento empresarial, sino explicar cuáles son sus características, especialmente sus características diferenciadoras frente a la información o conocimiento del mundo de la ciencia natural. Esto sí que es importante, porque hoy entramos en contacto,

ver con el conocimiento del que depende el éxito en nuestras vidas: la información o conocimiento empresarial. Y uno y otro son distintos.

Si algo caracteriza el tiempo actual, los últimos dos siglos, es que se ha producido un endiosamiento científicista de la razón humana, hasta el punto de ningunear completamente —casi como si no existiera— el conocimiento verdaderamente relevante para nosotros, y que no es otro que el conocimiento empresarial. Y, ¿por qué hemos llegado a endiosar el conocimiento científico, como si la ciencia lo pudiera todo? Como si la ciencia nos garantizara el éxito, como si solo los “expertos” tuvieran la llave del éxito.

Cada acción humana, en su contexto particular de tiempo y lugar, es un evento único, históricamente irrepetible.

por primera vez en nuestra vida, con todo un mundo distinto. ¡Anda! ¿Resulta que existe una información o conocimiento diferente al que yo pensaba que era el único, al que he venido aprendiendo toda mi vida? Y además, con gran ilusión me matriculo en un grado de Comunicación Audiovisual y pienso: “Si estudio bien y saco buenas notas, tengo garantizado ser un buen comunicador en el ámbito audiovisual, o un buen director de cine, o un buen productor, guionista o realizador.” O, si alguien va a una Facultad de Ciencias Empresariales, piensa: “Esto está claro. Yo quiero ser millonario. Entonces, para ser millonario, tengo que ser buen empresario. Voy a una Facultad de Ciencias Empresariales, me enseñan todo: contabilidad, finanzas, marketing, saco las mejores calificaciones, salgo al mercado de trabajo, y me vuelvo millonario...” ¡No, no funciona así! ¿Por qué no funciona así? Porque lo que enseñamos en las universidades es conocimiento objetivo, científico y técnico, que nada tiene que

Fijense cómo esto se relaciona directamente con lo que les he explicado una y otra vez. ¿Recuerdan cuando hablábamos de cómo el ser humano corre el peligro de rebelarse contra su propia naturaleza empresarial y creativa, y reaccionar con agresividad frente al hecho de que el futuro sea inerradicablemente incierto, porque el futuro no es un “por venir” sino un “por hacer,” y que la gran tentación es caer en la manipulación de quienes nos pretenden planificar y someter? Nos dicen: “No os preocupéis, no hace falta que seáis personas maduras ni responsables de vuestra vida, ni que actuéis para lograr vuestros objetivos. Papá Estado os va a dar todo, desde el principio hasta el final: trabajo, buen sueldo, grandes vacaciones, vivienda, libros de texto, todo.” ¡Esto es Jauja! Ni siquiera tengo que ocuparme de mis hijos, porque ya nos dice la ministra que los hijos no son de los padres, sino del Estado. Todo, todo, todo está garantizado, ¡problema solucionado! De la mano de este pensamiento viene

la idea de que tampoco hace falta preocuparse porque, además, están al frente de todo unos expertos: expertos en los ministerios, en los gabinetes, con una agenda explícita para detectar y solucionar todas las necesidades, los problemas y retos sociales. Según esta ideología, esos “expertos”, utilizando la ciencia, lograrán solucionar todos los problemas sociales y así nadie tendrá que preocuparse. Estamos ante una borrachera ideológica y manipuladora del poder, que les viene como anillo al dedo a los gobernantes y ahora entendemos por qué y cuál es su fundamento: por el endiosamiento de la razón humana y de la ciencia. Este endiosamiento ha llevado a exal-

pero que cada uno interpreta de manera distinta, y que quedan ahí, reflejados en distintos “lugares” de nuestra mente (y digo “lugares” porque no tengo términos más precisos). A veces, estamos incómodos por las noches, con ideas que rondan nuestro subconsciente, hasta que, de repente, ¡tate!, me doy cuenta de que puedo relacionar esto con aquello, a través de lo que llamamos “inteligencia relacional”, y surge, en forma de imaginación o expectativa hacia el futuro, un conocimiento nuevo, de tipo empresarial, que antes no existía en nuestra mente. Este proceso no se puede reproducir por máquinas, ni siquiera por la mal llamada, de manera rimbombante,

Lo que enseñan las universidades es conocimiento científico y técnico, no es el conocimiento del que depende el éxito en la vida: la información o conocimiento empresarial.

tar un único tipo de conocimiento —el conocimiento científico— mientras se ningunea, olvida y oculta el conocimiento más relevante: el conocimiento o información de tipo empresarial. Pero ustedes tienen mucha suerte, les ha tocado el gordo de la lotería, porque están en una clase universitaria, en una universidad pública, y al poco de comenzar el curso ya están descubriendo y entrando en contacto con esta dicotomía, con esta gran diferencia entre la información o conocimiento empresarial y la información o conocimiento científico.

Ahora bien, ¿cuáles son las características del conocimiento empresarial? Ya hemos dicho que no somos capaces de explicarlo completamente. Ningún ser humano es capaz de explicar exactamente por qué o cómo creamos nueva información que antes nos había pasado desapercibida. Esto lo veremos más adelante en la parte de metodología. Utilizamos unos “mimbres,” que son como recuerdos o memorias de hechos pasados,

“inteligencia artificial.” Por mucha capacidad que tenga la inteligencia artificial para incrementar la productividad —y esa capacidad es muy grande, y bienvenida sea—, ninguna máquina ni ningún programa es capaz de reproducir nuestro proceso creativo. Y esa es la esencia diferenciadora que caracteriza y distingue al ser humano frente a cualquier otro elemento del mundo exterior.

El conocimiento empresarial es subjetivo, práctico y no científico

La primera característica del conocimiento empresarial es que es, ante todo, un conocimiento subjetivo, práctico, y no científico. ¿Qué significa que el conocimiento empresarial sea subjetivo? Significa que solo puede crearlo el sujeto —el actor subjetivo— en el contexto de las acciones que emprende. ¿Y qué significa que sea, además, un conocimiento práctico? Significa que solo se aprende, se descubre o se crea a

través de la praxis, es decir, mediante el ejercicio de la acción en sus contextos correspondientes. Por tanto, no es un conocimiento científico u objetivo que pueda aprenderse en un libro, ni con fórmulas, ni siguiendo un programa académico.

Les voy a contar una anécdota. Cuando yo era pequeño, siempre era el primero de la clase ¡Casi todo dieces y matrículas de honor! Sin embargo, un día, mi abuelo —una persona muy inteligente— me cogió en sus rodillas y me dijo: "Oye, Jesusito, tú eres una persona muy lista, ¿no?" Y yo le dije: "Sí, abuelo." Pero entonces, me dijo: "Vale; sin embargo, te voy a echar un jarro de agua fría: el éxito de tu vida no va a depender de lo que es-

hay que negociar duramente con los factores de producción para reducir al máximo los costes. Y esa actividad, después de muchos días, meses y años, puede acabar en fracaso. Es posible perder todo el patrimonio y arruinarse. Y si no, que se lo pregunten a Steve Jobs, que quebró dos veces antes de dar en el clavo con el iPhone. Otro ejemplo, ¿ustedes creen que se puede aprender a ligar en un libro? "Clase de ligar. Mañana vendrá la experta en ligar o el experto en ligar. Incluso ha escrito un manual: Cómo conquistar o cortejar a tu futura pareja." Entonces venimos todos tan contentos a clase. "Lo primero que tienes que hacer es esto, lo segundo aquello,"

Por mucha capacidad que tenga la inteligencia artificial para incrementar la productividad, ninguna máquina es capaz de reproducir nuestro proceso creativo.

tás aprendiendo. Las cosas más importantes de la vida no se pueden aprender en los libros, ni en las aulas, ni enseñadas por un profesor, ni en clase." Yo no le entendí en ese momento pero, ¡qué razón tenía mi abuelo! Las cosas más importantes de la vida solo se pueden aprender actuando. Es decir, mediante conocimiento práctico: *praxis*. Y ese es el objeto de estudio de la praxeología, o ciencia de la acción humana. Usted podrá ir a la Facultad de Ciencias Empresariales, pero ¿qué es lo que le enseñan? Al final, es como si fuera una academia, donde se imparten una serie de disciplinas, diseñadas para gerentes subalternos, más o menos prosaicas, pero no enseñan a ser empresarios. Porque para ser empresario hay que crear una empresa, hay que desembolsar un capital, hay que jugarse un patrimonio, hay que producir algo en un entorno de competencia, buscar las mejores características del producto, tratando de averiguar o adelantarse a lo que demandarán los consumidores el día de mañana y

y todo el mundo tomando notas. ¡No vale para nada! Solo se puede aprender a ligar intentándolo y recibiendo muchas calabazas. ¿Está claro?

Pongamos otro ejemplo, en otro contexto, ahora artístico. Diego de Silva Velázquez. ¿Saben ustedes quién era? El famoso pintor Velázquez. Velázquez nació en Sevilla y sus padres, al darse cuenta de que con cuatro años ya dibujaba de maravilla, pensaron: "Este chico tiene talento." Y fíjense, en esa época no había ni escuelas de Bellas Artes, ni subvenciones, ni apoyo del Estado. Pero los padres, que eran sensatos, se dijeron: "¿Por qué no lo metemos como aprendiz? Sabemos que aquí hay un taller de pintura, el de un tal Pacheco, que es bastante famoso." Lo metieron como aprendiz. ¿Qué hacía Velázquez como aprendiz? ¿Creen ustedes que, siendo niño, empezó directamente a pintar? No. Lo tenían como chico para todo: "Oye, limpia esto, recoge lo otro." Y cuando creció un poco, siendo adolescente, con 13 ó 14 años, quizá le dieron



algo más de confianza: "Oye, mezcla este blanco y hazme un poco de amarillo." En ese taller producían cuadros a gran escala, casi en plan fábrica, para monasterios, iglesias, etcétera. Y Velázquez, que era más listo que el hambre, lo observaba todo. ¿Saben que tenemos unas 150 mil millones de neuronas con una capacidad de absorción inmensa? Velázquez absorbía lo que veía en el taller. Y quizá, con dieciséis años, un día, los oficiales y el dueño del taller, ya cansados le dijeron: "Son las ocho, estamos agotados. Pero falta esa esquina del cielo, muy sencilla. Solo hay que poner un poquito de azul y terminar la nube. Oye, Diego, termina tú esa esquina de cielo."

ser un buen esposo, un buen marido, una buena esposa, o una buena mujer? ¿A sacar adelante un matrimonio? No se engañen: la respuesta es que no. Como mucho, podrán leer una serie de consejos más o menos obvios. Pero luego llega la realidad: te has casado, has dicho el "sí," y al día siguiente empieza lo bueno. Y eso hay que aprenderlo actuando. Además, cada persona es un mundo, un universo distinto. Y así sucede en cualquier ámbito: en el mundo mercantil, en el artístico, incluso en el de la filantropía.

Ahora voy a poner el ejemplo que siempre utilizo cada año: la Madre Teresa de Calcuta. "¿Qué dice el profesor? ¿Que la Madre Teresa de

Las cosas más importantes de la vida no se pueden aprender en los libros, ni en las aulas. Y ese es el objeto de estudio de la praxeología, o ciencia de la acción humana.

Para Diego, aquello fue como si le hubiera tocado la lotería. Por la noche, fuera de horas, con un candil, terminó el cielo. Y al día siguiente, cuando volvieron, lo más maravilloso del cuadro era la esquina del cielo que había pintado Velázquez. Y es que solo se puede aprender a pintar como Velázquez, pintando. No en un libro. Aunque un libro diga cómo hay que pintar, no se aprende a pintar en un libro, ni en una Facultad de Bellas Artes. Allí pueden aprender a imitar estilos, pero no a ser rompedores.

Del mismo modo, no se puede aprender a hacer películas copiando lo que hace un determinado director, sea Garcí, Almodóvar o el que ustedes quieran. Ver muchas películas les puede venir bien, sí, pero tienen que poner su impronta empresarial. Porque el conocimiento empresarial solo se aprende actuando. Es un conocimiento práctico, que solo se crea en las coordenadas de tiempo y lugar en las que uno tiene que actuar. Vamos a ver, ¿se puede aprender en un libro a

Calcuta es una gran empresaria o fue una gran empresaria?" Claro que sí. "Pero ¿no se dedicaba a ganar dinero!" No, pero su finalidad era otra: ayudar a los parias de la India, en Calcuta, aquellos que morían en la calle. Ese era su fin, el valor al que ella daba la máxima importancia. ¿Y qué hacía? Buscar medios: aunar voluntades, conseguir fondos, construir hospitales, crear una orden —las "misioneras de la caridad"— y hacer toda una organización para ayudar y cuidar a los más vulnerables. ¿Aprendió todo eso en un libro? No. Lo aprendió sobre la marcha, actuando. Eso es conocimiento subjetivo, práctico, no científico.

Ahora les hago una pregunta: levanten la mano aquellos de ustedes que sepan montar en bicicleta. Prácticamente unanimidad. Muy bien. ¿Cómo aprendieron? Hagamos un poco de memoria. ¿Aprendimos en un libro? ¿Fuimos a la Facultad de Ciencias de la Bicicleta? ¿O a una clase impartida por uno de los astros del Tour de Francia? No. ¿Cómo aprendimos a montar en bicicle-

ta? Les cuento mi experiencia. Era pequeño, vi que mi hermana tenía una bicicleta, me subí, me tiré por una cuesta y... me pegué un castañazo. Me hice un rasponazo enorme y, sangrando, llegué llorando a pedir consuelo a mi madre. Pero, a base de tirarme una y otra vez, desarrollé, sin saber cómo, un sentido del equilibrio, que me hizo capaz de montar en bicicleta sin ruedines. Y lo mismo que me sucedió a mí, supongo que, con pequeñas diferencias, les sucedió a ustedes. ¿Sí o no? Porque montar en bicicleta es un conocimiento práctico, de tipo "empresarial". Ahora, les pongo otro ejemplo, completamente distinto. Hay un juego antinatural, tan antinatural que

como un desastre, y vuelta a empezar. Si quieres golpear la bola muy fuerte, fallas. Si intentas que vaya muy derecha, sale torcida, etc. Es justo lo contrario de lo que se espera...

Y lo mismo que pasa con esto, pasa con cualquier otra cosa. Vamos a ver, ¿cómo se aprende a ser un buen profesor? ¿Se puede aprender a ser un buen profesor estudiando en la facultad de magisterio, en profesorado para la ESO o para la universidad? Técnicas didácticas, metodologías... ¡No! Esto podrá ser una ayuda más o menos secundaria, pero no es suficiente. Solo se puede aprender a ser un buen profesor dando clases, viendo si los alumnos captan o no las ideas. Si no

No hace falta para nada estudiar para tener éxito en la vida, porque el conocimiento relevante no es el que se estudia, sino el conocimiento práctico.

solo se les pudo ocurrir a los ingleses, y que se llama golf. Se lo digo porque un servidor sufre con ese juego desde hace cincuenta años, todos los domingos a las nueve de la mañana. El juego consiste, básicamente, en dar con un palo a una bola. Y resulta que es muy importante cómo se coge el palo: "Coloque el dedo aquí, sostenga el palo así..." Luego, hay que subir el brazo sin mover la cabeza, hasta aquí. Y, cuando uno llega a cierto punto, hay que golpear, pero sin mover la cabeza, porque si la levantas para ver dónde va la bola, fallas. Todo esto está muy bien en teoría. Te pueden poner mil vídeos y darte mil libros, pero no das ni una viendo vídeos o estudiando libros. Lo que tienes que hacer es practicar miles y miles de golpes hasta que empieces a coger lo que llaman el *swing*, y las bolas empiezan a salir medianamente bien. Lo curioso es que, cuando empieza la temporada, juego bastante bien, pero, conforme más juego, voy empeorando paulatinamente hasta terminar la temporada

eres capaz de motivarles, de transmitir las ideas de forma que se entiendan, entonces no sirve de nada. No se engañen. Desde aquí, desde esta atalaya, sé exactamente lo que está pasando en clase: quién está concentrado, quién no, qué se está pensando, si se ha entendido la idea o no. Y, si no se ha entendido, tengo que volver a repetirla. Llevo muchos años de vuelo: cuarenta años dando clase, este curso —se dice pronto—.

Les voy a poner otro ejemplo: conocí a un empresario —no voy a dar su nombre— que era conocido como el "rey de las lámparas" en España; era multimillonario, un éxito empresarial tremendo, que fabricó masivamente apliques y lámparas para obras en construcción, etcétera, durante décadas y décadas. No sabía leer ni escribir: el pobre nunca pudo aprender. A duras penas sabía hacer un garabato que reproducía de manera similar una y otra vez como firma. Su nivel de conocimiento científico era cero, no fue casi al colegio y, sin embargo, triunfó en todo lo que hizo. ¿Por qué? Porque el

conocimiento relevante para nuestras vidas es el conocimiento empresarial y práctico, no el científico. ¿Y cómo se hizo millonario? Porque tenía una perspicacia maravillosa para contratar a los mejores colaboradores. No sabía nada de contabilidad, pero contrató al mejor contable. Tenía un olfato impresionante para los negocios, para detectar lo que querían los consumidores, para cerrar buenos tratos con sus proveedores, para obtener beneficio allí donde se podía lograr. No hace falta para nada estudiar para tener éxito en la vida, porque el conocimiento relevante no es el que se estudia, sino el conocimiento práctico. Esto me recuerda lo que decía mi abuelo: "Lo importante en la vida

pues podemos aproximarnos a esa diferencia desde distintos puntos de vista. Acabo de explicar el primero. Tal y como indico en el cuadro, el conocimiento empresarial tipo A es, ante todo, un conocimiento práctico. Pero el conocimiento práctico, o de la *praxis*, es también un conocimiento tradicional. Esta idea la desarrolló un catedrático de la London School of Economics (y de Ciencia Política), llamado Michael Oakeshott. Él se centra en esta diferencia y también insiste en el carácter imperialista y dominador de los científicos, que quieren absorber todo tipo de conocimiento bajo su parcela, como si el conocimiento fuera exclusivamente el suyo, ninguneando el conocimiento

Las instituciones, como procesos evolutivos y esquemas pautados de comportamiento descubiertos a lo largo del tiempo, nos ayudan a afrontar la incertidumbre inerradicable del futuro.

no es lo que se estudia en los libros ni lo que te enseñan en el colegio, hijo." ¡Y qué razón tenía!

En suma, la primera característica del conocimiento empresarial es que es un conocimiento subjetivo, práctico y no científico. Si van a la página 53 de mi libro *Socialismo, cálculo económico y función empresarial*, encontrarán una nota a pie de página con un pequeño cuadro. En ese cuadro, por contraste y oposición, se distinguen las características del conocimiento empresarial frente a las del conocimiento científico. El conocimiento empresarial es el más importante, el más relevante para nuestras vidas. Voy a llamar tipo A al conocimiento importante, al conocimiento empresarial, conocimiento tipo A o información tipo A. Y llamaré tipo B al conocimiento que hasta ahora pensábamos que era el único relevante, el único que existía. Ese conocimiento tipo B es al que hemos dedicado tantas horas a estudiar en la ESO, en el colegio, en el instituto o ahora en la universidad: el conocimiento científico. Bueno,

práctico. Michael Oakeshott es muy importante. A él le debemos esta diferenciación entre el conocimiento práctico y el conocimiento científico. El conocimiento práctico también es tradicional porque gran parte de este conocimiento, que solo se aprende en la *praxis*, se transmite gracias a las tradiciones: *traditio*, *traditionis*, y a las costumbres. Decíamos que las instituciones, como procesos evolutivos y esquemas pautados de comportamiento descubiertos a lo largo del tiempo, nos ayudaban a enfrentarnos a la incertidumbre inerradicable del futuro. De ahí la íntima relación que existe entre el conocimiento práctico y el conocimiento institucional.

Voy a poner un ejemplo. Vamos a ver: ¿quiénes aquí somos de lengua materna española? Bien. Les pregunto, ¿ustedes aprendieron español en un libro o en un colegio? No. Cuando llegaron al colegio, ya sabían hablar. ¿Cómo es eso posible? Porque el lenguaje es un conocimiento práctico, no científico. Claro, puedes romperte la cabeza es-



tudiando idiomas. Por ejemplo, inglés. Cuando fui a Estados Unidos para ingresar en la Universidad de Stanford, me pedían haber pasado el examen TOEFL (Test of English as a Foreign Language). Me puse a estudiar todos los libros y fui al examen. La nota máxima era 600, y saqué 599. Más inflado que un pavo real, pensé: "Domino el inglés." Con mi tarifa Apex —que era la tarifa más económica de una línea aérea ya desaparecida, la Pan Am—, me fui a Estados Unidos. En el avión, me preguntaron: "¿Quiere usted un headphone?" Sí. "¿Qué película quiere ver?" Elegí *The Godfather* (*El Padrino*). Me puse los auriculares para ver *El Padrino*, y todo mi orgullo se convirtió en una inmensa humillación:

en cambio, están más metidos en sí mismos, con otro tipo de conocimiento, pero no articulan tan bien. Las mujeres aprenden a hablar antes, como norma general. Yo, que tengo diecinueve nietos y he tenido seis hijos, lo he visto: las niñas empiezan a hablar meses antes. No importa, porque los chicos —aunque sean unos zoquetes al principio, despistados y todo lo demás— también terminan hablando perfectamente con tres o cuatro años. Pero su manera de hablar, incluso desde pequeños, es infinitamente mejor de lo que se puede aprender en cualquier libro.

Pero hay una segunda dimensión de diferencia en el conocimiento que debemos a Hayek. Lo ve-

Hayek dice que el conocimiento empresarial es un conocimiento disperso o diseminado, mientras que el conocimiento científico es un conocimiento consensuado, centralizado, objetivable.

¡No entendí nada! No entendí ni una palabra de lo que decían sus protagonistas. Todo era "slang", acentos americanos, y además hablaban de forma muy rápida. Llegué con el rabo entre las piernas a Stanford, y tampoco entendía del todo lo que me decían. Un día, fui a ver a mi mujer, que estudiaba educación para niños. Estaba en una guardería con niños de tres años. Entré, y allí llegó mi humillación definitiva. Esos niños y niñas, de dos años y medio o tres años, hablaban un inglés infinitamente mejor que el mío. ¿Cómo era eso posible? Porque el lenguaje es un conocimiento práctico. Es algo que se mama, literalmente. Un niño pequeño, desde que nace, escucha a su madre, a su padre, a sus hermanos, y termina aprendiendo. Incluso con dos o tres años, y utilizan los verbos, los tiempos más complicados, los subjuntivos, todo perfectamente. Sobre todo, las niñas. Es curioso, pero las niñas tienen la cabeza mejor amueblada en este sentido pues piensan mientras hablan, articulan mejor, en general, que los hombres. Los hombres,

remos después: Hayek dice que el conocimiento empresarial es un conocimiento disperso o diseminado, mientras que el conocimiento científico es un conocimiento consensuado, centralizado, objetivable. Además, hay otra diferencia importante que debemos a Michael Polanyi, otro genio que distingue entre tipos de conocimiento. También lo estudiaremos enseguida. Polanyi dice que el conocimiento empresarial, de tipo práctico, es un conocimiento tácito, no articulable, que no se puede expresar de manera objetiva, mientras que el conocimiento científico sí es articulable. Por otro lado, y como ya comentábamos en relación con Mises ayer, el conocimiento empresarial es un conocimiento sobre eventos únicos, históricamente irrepetibles. Por ejemplo: "A ver si consigo ligar con esta chica esta tarde en la discoteca." Esto es un hecho histórico, un evento único, históricamente irrepetible. Por el contrario, el conocimiento científico es un conocimiento de clases. De hecho, la ciencia avanza clasificando cosas y

conjuntos de elementos homogéneos, y procurando encontrar regularidades. Estas regularidades pueden descubrirse bien sea mediante experimentos de laboratorio o, de forma indirecta, en los fenómenos más complejos, bien en términos ciertos o bien en términos probabilísticos (probabilidad de clase). Por tanto, nada tiene que ver el conocimiento empresarial práctico —que trata sobre eventos únicos e irrepetibles— con el conocimiento científico, que es un conocimiento sobre clases. Estas son las diferencias que están resumidas a grandes rasgos en el cuadro de la nota al pie de la página 53 de mi libro. Desde la perspectiva de diferentes autores que se han aproximado a la

Bueno, bueno, veo una cierta disparidad. Algunos dicen que es tipo A. A ver, levanten la mano los que piensan que es tipo A. Ah, hay bastantes que piensan que es tipo A, bastantes. ¿Y quién piensa que es tipo B? Bueno, ahora vamos a verlo. Para los escépticos del tipo A, y ahora les quitaré su escepticismo, vuelvo a preguntar: "¿De qué color era el caballo blanco de Santiago?" Pues bien, ahora les planteo de nuevo: La CIENCIA económica que explica el Profesor Huerta de Soto, ¿es un conocimiento práctico o científico? Está claro: es un conocimiento tipo B. Pero les voy a salvar de su decepción. Entonces, ¿qué hacemos aquí? ¿Qué sentido tiene todo esto si el propio profe-

La ciencia avanza clasificando cosas y conjuntos de elementos homogéneos, y procurando encontrar regularidades.

misma realidad, queda clara la distinción entre el conocimiento verdaderamente importante, que es el empresarial, el práctico, frente al conocimiento técnico o científico, que debería ocupar un segundo lugar. Dicho de otra forma: el conocimiento tipo A frente al conocimiento tipo B. Y ahora, les hago la siguiente pregunta: La ciencia económica que explica el profesor en esta clase y en esta cátedra, ¿es un conocimiento tipo A (empresarial, práctico, relevante para nuestras vidas), o es un conocimiento tipo B (científico o técnico)?

¿A ver, ustedes qué opinan? (¡Cállense los del máster, que saben demasiado!) Les repito la pregunta, alumnos de grado. Recuerden el famoso chiste: "¿De qué color era el caballo blanco de Santiago?" Vale, bien. Entonces, vuelvo a preguntar: La ciencia económica que explica el profesor Huerta de Soto en esta cátedra, ¿qué tipo de conocimiento es? ¿Es un conocimiento tipo A, empresarial, práctico, relevante para nuestras vidas, o es un conocimiento tipo B, científico?

sor Huerta de Soto dice que la ciencia tiene una importancia relativa y algo secundaria? Pues bien, la ciencia económica es un conocimiento científico tipo B, pero que trata sobre los procesos de creación y transmisión del conocimiento tipo A. ¿Se dan cuenta? Es decir, estamos en el terreno de la ciencia, el tipo B, pero nuestro objeto de investigación es el conocimiento empresarial, que es el relevante, y cómo se comunica o transmite en el proceso social. Y ahora les pregunto: ¿cómo se llama el grado que ustedes están estudiando? Comunicación Audiovisual. Por eso, no es que yo haya adaptado el programa a ustedes. Ustedes tienen una suerte inmensa, porque lo que están estudiando se adapta perfectamente a lo que yo, de manera autónoma, he impulsado —o, al menos, yo y mi escuela, la Escuela Austriaca o Española de Economía.

El conocimiento práctico es un conocimiento que solo se aprende en las circunstancias particulares de tiempo y lugar, basado en las valoraciones

subjetivas de uno mismo y de las personas con las que uno se relaciona, o de los consumidores a los que uno quiere vender. Se basa en los fines que creemos que persiguen y en los medios que consideramos a nuestro alcance para lograr esos fines, tanto nosotros como otras personas. Miles, millones de personas. Somos ocho mil millones de seres humanos interrelacionados a través de procesos sutiles de transmisión y comunicación de información práctica de tipo empresarial, no de tipo científico. Juntos, veremos cómo se crean continuamente señales en el mercado. Las más importantes de todas ellas son los precios de mercado, que transmiten un volumen inmenso

mos, limitados. Esto no significa que no podamos crear empresarialmente —de hecho, ya les puse el ejemplo del rey de las lámparas, que era millonario y analfabeto—, pero si disponemos además de un conocimiento técnico más prosaico sobre disciplinas secundarias como contabilidad, finanzas o marketing, podemos impulsar o multiplicar nuestra capacidad creativa hacia áreas que ni siquiera podríamos imaginar sin utilizar esos mimbres.

Eventualmente, hay personas que son las mejores en contabilidad, finanzas o marketing y, sin embargo, son un desastre como empresarios. Es como cuando se invita a un supuesto experto a la televisión. Les pongo un ejemplo:

La ciencia avanza clasificando cosas y conjuntos de elementos homogéneos, y procurando encontrar regularidades.

de información práctica de tipo empresarial, de una forma potentísima, que no podríamos lograr de ninguna otra manera. Todo esto es un mundo, un universo nuevo, que debe maravillarnos porque nos pone, por primera vez, en contacto con este tipo de conocimiento maravilloso que, hasta ahora, nos había permanecido oculto. Nadie nos lo había enseñado, nadie nos había mostrado que existía ni qué diferencias tiene con el conocimiento que habitualmente se enseña. Además, ¿qué relaciones hay entre el conocimiento A (práctico, empresarial) y el conocimiento B (científico)? Esto lo explico en otra nota a pie de página de mi libro. Miren, el conocimiento científico, como mucho, actúa como un trampolín. Es como cuando ustedes van a una piscina: el trampolín les impulsa y les permite llegar más lejos al tirarse al agua. El conocimiento científico es un trampolín que impulsa nuestra capacidad de creatividad empresarial, pero poco más. Si no disponemos de ordenadores, libros, ni sabemos leer, estamos, como si dijéramos,

invitan al profesor Huerta de Soto. Lo han hecho alguna vez, y siempre ocurre lo mismo. Se supone que, como experto, con conocimiento científico, sé mucho de economía, y me preguntan: "Bueno, profesor, ¿qué va a pasar con los tipos de interés? ¿Cuánto será la inflación? ¿Cuánto crecerá el PIB?" Un científico de verdad tendría que responder lo que yo respondo: "No se sabe. Ni lo sé, ni se sabe." Además, si lo supiera, no estaría dando clases. Sería multimillonario, tendría un barco de 100 metros de eslora. Pero no, soy un humilde profesor. Bueno, dentro de la humildad relativa de quien ha heredado algo importante que he procurado mantener y enriquecer. Pero lo más gracioso es cuando invitan al supuesto experto economista, le hacen esas preguntas y entra al trapo. Contesta algo así como: "Sí, el PIB va a crecer. Ya ha dicho la OCDE que será un 3,4%, pero lo han matizado, y yo creo que será un 3,2%... quizá un 3%. Y la inflación será..." Y ahí lo tienen: el



supuesto experto, contestando. Todos lo escuchan pensando que han aprendido algo nuevo. Noticia de hoy: "El servicio de estudios de BBVA reduce en 1,5 puntos el crecimiento del PIB español." Grandes titulares. Pero eso no vale para nada. Si el futuro es inerradicablemente incierto, si no se sabe lo que va a pasar porque está por hacer y no por venir, entonces, ¿de qué sirve todo esto? La respuesta: no tiene valor práctico alguno salvo el de manipular y sesgar nuestro comportamiento. Solo mediante el ejercicio de la acción en sus correspondientes contextos somos capaces de aprender. Equivocándonos, recibiendo calabazas, perdiendo dinero, incluso arruinándonos, solo así somos capaces de adquirir, en un proceso creativo, el conocimiento empresarial relevante para nuestras vidas.

Y para terminar, les voy a hablar de Picasso. Ustedes saben que Picasso, desde el punto de vista humano, era una persona perversa. No se pueden imaginar cómo era. Era un machista, en el peor sentido de la palabra. Lo que le gustaba era "conquistar" a las mujeres —ya saben a

lo que me refiero—, y luego decía: "Te pago con un dibujo, pero si no haces lo que yo digo, no te lo firmo." Esa era la diferencia entre que ese dibujo valiera millones o no valiera nada. Aparte, como influencer, apoyaba los movimientos comunistas, etcétera. En fin, en lo personal, realmente tremendo. Pero Dios es muy misterioso. Y resulta que personas así, a veces reciben un don artístico que nadie podría haber imaginado jamás. ¡Y concibe el cubismo! Luego viene alguien y dice: "Oiga, eso lo puede pintar un niño de 6 años, mi hijo." Y Picasso contesta: "Sí, pero para pintar como un niño de 6 años, previamente tienes que haber aprendido a pintar como Velázquez." De hecho, si van a la etapa previa de Picasso, verán que pintaba de manera figurativa con una precisión y un primor extraordinarios. ¿Y cómo aprendió? ¿Cómo se produjo esa explosión creativa que supuso un antes y un después en el mundo del arte? Pues por la praxis, probando una y otra vez.

Aquí lo dejamos, queridos alumnos. Muchas gracias a todos.

CRÉDITOS DE LAS ILUSTRACIONES FOTOGRÁFICAS ALEGÓRICAS AL CONCEPTO DE EMPRESARIALIDAD, CON LAS QUE SE HA ORNAMENTADO ESTE CUADERNO:

Romanchini (Portada), Fotografía del autor (página 2), y por orden de aparición: Voronaman, New Africa, InstaPhotos, Voronaman e InstaPhotos.

AHORA PUEDES SOLICITAR EJEMPLARES FÍSICOS DE NÚMEROS ANTERIORES DE LA REVISTA AVANCE Y DE LOS SUPLEMENTOS CUADERNOS Y GRANDES FIRMAS MEDIANTE CORREO ELECTRÓNICO A:

avance@fundalib.org

POR FAVOR FACILITA LA DIRECCIÓN POSTAL A LA QUE DEBEMOS ENVIARLOS. SE RUEGA UN DONATIVO DE CINCO EUROS POR EJEMPLAR SOLICITADO (ACCEDE A LA PASARELA DE DONACIONES DESDE LA PÁGINA 2 DE ESTE CUADERNO). OFERTA SUJETA A DISPONIBILIDAD DE LOS EJEMPLARES SOLICITADOS.

SOBRE LA FUNDACIÓN, LA REVISTA AVANCE Y EL SUPLEMENTO CUADERNOS

La entidad editora de la revista *AVANCE de la Libertad* y del suplemento que tiene en sus manos es la Fundación para el Avance de la Libertad (Fundalib), con domicilio en Madrid. Desde 2015, la Fundación trabaja en España e internacionalmente por la causa de la libertad económica y personal de los seres humanos. Fundalib es una entidad asociada a la prestigiosa Red Atlas, con sede en Washington, que agrupa a unos quinientos *think tanks* pro libertad en un centenar de países. Es igualmente miembro de redes europeas como Epicenter y ELF.

La Fundación investiga sobre distintos aspectos de la libertad en varias de sus vertientes. En particular, elabora de forma periódica varios índices nacionales e internacionales de situación de la libertad, entre los que cabe destacar el Índice Autónomo de Competitividad Fiscal (IACF) o el Índice de Libertad Económica de las Ciudades Españolas (ILECE). El IACF fue uno de los seis finalistas del prestigioso premio Templeton en 2024, y el ILECE fue galardonado en 2020 con el Europe Liberty Award. Fundalib ha obtenido varios premios y distinciones más, destacando en particular su primer puesto en la competición internacional de *think tanks* organizada por el European Resource Bank en Chişinău (Moldavia) en 2019. Los dos documentales producidos por la Fundación han sido merecedores de su inclusión en la selección oficial de festivales en los Estados Unidos y en Corea del Sur, y uno de ellos ganó un festival internacional especializado (Nueva York, 2023).

La Fundación apoya a diversas organizaciones de activismo en la sociedad civil, y mantiene una colección de libros, la Colección Avance, bajo el prestigioso sello de Unión Editorial. Además, desarrolla su propia producción de libros. En el sitio web fundalib.org están disponibles las publicaciones de la Fundación, entre ellas la serie de Informes breves sobre cuestiones de actualidad. Desde junio de 2020, la Fundación publica la mencionada revista mensual, que aporta a los lectores contenidos de opinión breves y orientados a su multiplicación en la sociedad. Con una orientación editorial liberal-libertaria, la revista cubre todo el

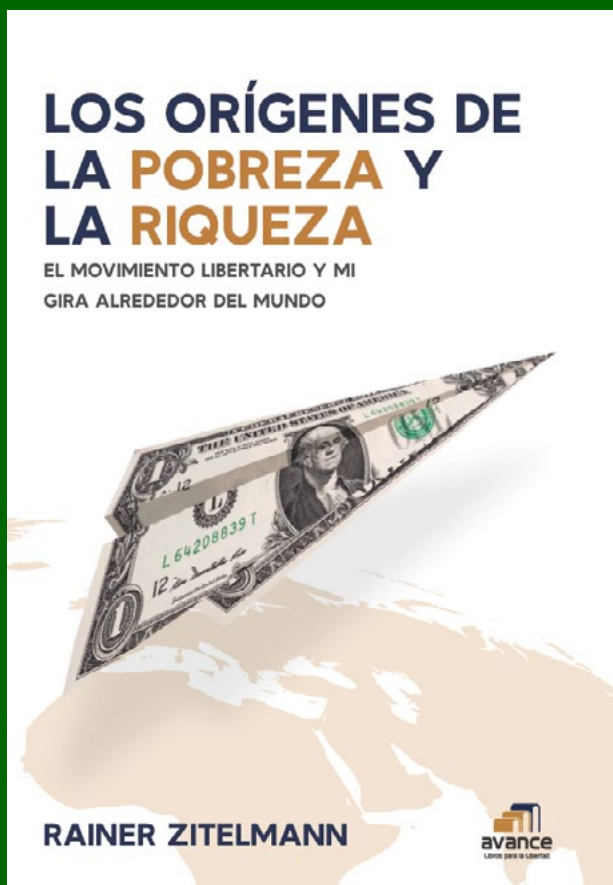
espectro ideológico que va del liberalismo clásico a las posiciones agoristas y *ancap*, así como a la filosofía objetivista.

Fundalib procura así impulsar las diversas familias del individualismo, consciente del temible resurgimiento

de las diversas formas de colectivismo en nuestro tiempo, generalmente a través de los distintos populismos que están recuperando terreno político. Esta revista de contenidos breves se complementa desde 2021 con el suplemento *Cuadernos para el Avance de la Libertad*, que tiene en sus manos, en el que los autores abordan con mayor extensión y calado algunos de los debates más importantes de nuestro tiempo, siempre desde una perspectiva favorable a la Libertad. En la página 2 de este Cuaderno encontrará el lector el código y la dirección web para suscribirse a la revista, y en la página web dispone de varias opciones para unirse a Fundalib.



Fundación para
el Avance de la
Libertad



**YA A LA VENTA EN LA LIBRERÍA
ONLINE DE LA FUNDACIÓN:**

tienda.fundalib.org

El nuevo libro de Rainer Zitelmann es muy diferente y especial. El reconocido divulgador económico alemán nos lleva por todo el planeta para descubrir las políticas que generan riqueza y aquellas otras que hunden a sus países. Una amena colección de casos prácticos que nos transporta a los escenarios de las grandes transformaciones. Vive con Zitelmann esta apasionante vuelta al mundo que es también un excelente repaso a las ideas de la libertad económica.

532 páginas. 16 páginas de fotografía. 25 euros + gastos de envío