

---

**RUS RUFINO, Salvador (2014)**

*Líderes en la historia, líderes en la empresa. Aprendiendo de personajes históricos,*

Pirámide, Madrid

La afirmación de que la historia es *magistra vitae* resulta problemática desde el punto de vista de la teoría y de la metodología históricas, pero como tropo retórico su eficacia permanece tan inalterable como en los tiempos de Cicerón. La historia resulta de probada utilidad para transmitir conocimientos acerca de lo humano, y esta ha sido la metodología docente escogida por el profesor Salvador Rus para ayudar a sus alumnos de la Cátedra de Empresa Familiar de la Universidad de León a reflexionar sobre la naturaleza del éxito y el fracaso de las empresas familiares. Las treinta y siete brevísimas semblanzas que nos presenta el autor en este libro tienen ese propósito deliberado. Rus las fue publicando en una *newsletter* de la Cátedra de Empresa Familiar del IESE, de ahí la brevedad de todas ellas y la posibilidad de leerlas sueltas o sin ningún orden.

Cada biografía se adapta además a una estructura sistemática que facilita la percepción de las ideas principales que el autor quiere transmitir con cada capítulo. Este carácter sistemático se ve reforzado aún más mediante dos tipos de resaltes tipográficos en los que, por un lado, señala los aspectos más destacados del biografado y, por otro, destaca los puntos específicos en los que el personaje resulta ejemplar como líder de empresa familiar. La evocación de individualidades históricas viene precedida por una introducción en la que se sintetizan algunas de las ideas del profesor Rus sobre el manejo de la empresa familiar, a lo que se añade un epílogo en el mismo sentido, escrito por el director de la Cátedra de Empresa Familiar del IESE, Josep Tàpies.

Dejando de lado las consideraciones sobre tal materia, en la que no soy competente, resulta interesante observar la confección del elenco. El grupo más numeroso de ellos, veintitrés, más del sesenta por ciento del total, son de un modo u otro lo que podemos llamar políticos, es decir, gobernantes y legisladores de Estados. Sus “empresas”, por lo tanto, tienen que ver con la obtención, manejo y conservación del poder, con el arte de gobernar hombres y territorios en comunidades políticas. De estos veintidós, nueve –Solón, César, Octavio Augusto, Trajano, Washington, Lincoln, Churchill, Roosevelt y Ade-

nauer– ganaron el poder por medio de la lucha política, otros dos –Cisneros y Olivares– por la confianza del rey del cual eran vasallos, mientras que los doce restantes lo heredaron: Carlomagno, el califa de Córdoba Al-Hakam II, Jaime I el Conquistador, Alfonso X el Sabio, Isabel la Católica, Fernando el Católico, Carlos V, Cristina de Suecia, Pedro el Grande, Carlos III y la reina Victoria. El siguiente grupo más numeroso, con diez semblanzas, es el de los líderes militares. De éstas, cinco son coincidentes con la categoría anterior, puesto que se trata de grandes hombres de gobierno pero también de guerra: Alejandro, César, Trajano, Jaime I el Conquistador y Washington. Los otros cinco son cuatro generales –Aníbal, Escipión el Africano, el Gran Capitán y Wellington– y el marino Blas de Lezo. El desafío terrible de la guerra se revela aquí nuevamente como fértil venero de enseñanzas para la organización de hombres y recursos con fin a un objetivo. No es sorprendente, por lo tanto, el interés que han despertado en los últimos años entre los directivos aquellas antiquísimas máximas del sabio estratega chino Sun Tzu recogidas en su *Arte de la guerra*.

El grupo de los empresarios propiamente dichos no es, sin embargo, tan nutrido como cabría esperar en un libro de empresa, si bien se comprende que precisamente desee Rus buscar modelos de liderazgo no empresariales. Constituye, en cualquier caso, el tercero de los grupos y el último que está compuesto por más de un biografiado. Se trata del fabricante de cerveza irlandés Arthur Guinness, el periodista norteamericano Henry Jarvis Raymond y los empresarios españoles Elías Masaveu Rivell, Ramón de la Sota y Manuel Raventós. Quedan, por último, cuatro semblanzas fuera de las precedentes categorías: la de un navegante o explorador, Elcano; la de un artista, Gaudí; la de una científica, Curie; y la de una profesional pionera, Florence Nithingale.

Rus es capaz de encontrar enseñanzas útiles en las vidas de los líderes de estas diversas empresas humanas, tanto a partir de sus logros, aciertos y virtudes, como también de sus fracasos, errores y defectos. La elección de modelos alejados en el tiempo y en el espacio, con parámetros culturales y mentales a veces muy distintos de los nuestros, así como la naturaleza de los desafíos, distintos de los que normalmente afronta el empresario en la economía de mercado, permite centrar la mirada precisamente en las cualidades de organización, planeamiento y visión manifestadas por estos líderes, su capacidad asimismo para formar equipos y para tejer redes. La educación y el contexto familiar juegan además un papel fundamental en el relato del profesor Rus, puesto que se trata de entender la importancia del entorno formativo en el que el líder llega a ser quien es, así como el modo en que ese mismo líder es capaz

(o no) de propiciar la continuidad de su proyecto mediante la formación de sus colaboradores y discípulos. No es aspecto baladí que a la hora de buscar referentes históricos para la reflexión sobre la empresa familiar, la institución monárquica, tan intensamente historiada, resulte de particular interés. De hecho, el autor, pertrechado de su doble faceta humanística y empresarial, ya ha sacado provechoso partido en el pasado de dos monarcas de los mencionados en este libro: Fernando el Católico (*Tanto monta... Lecciones históricas de las decisiones de Fernando el Católico*, Madrid, Lid, 2010) y Alejandro Magno (*Alejandro Magno. Ser rey no es suficiente*, Madrid, Lid, 2011).

Bienvenida sea, pues, esta iniciativa del prolífico y multifacético Salvador Rus. Aunque interesante para cualquier público inquieto, el destinatario es aquel más personalmente involucrado en el difícil mundo de la empresa familiar. Como historiador no puedo más que alegrarme de que, una vez más, se demuestre la importancia del conocimiento de la historia para la mejora de todo lo humano. Este libro es un buen ejemplo de ello, puesto que será tanto más disfrutado cuanto más se esté familiarizado con el contexto de los biografiados. Publicaciones de intención divulgativa como esta son causa y efecto del interés del público por la historia: atraen a los interesados por la historia y al mismo tiempo avivan dicho interés. Así pues, y también como historiador, celebro que, de este modo, los interesados por la empresa familiar se acerquen de la mano del profesor Rus al caudaloso río de la historia y logren mejorar, acrecentar y profundizar su cultura histórica.

*Rafael Escobedo. Facultad de Filosofía y Letras  
Universidad de Navarra*