



David Sacristán
Cofundador y CEO de Grupo Inviam

La tiranía de las minorías empresariales

En España, el tablero empresarial lo juegan millones de pequeñas y medianas compañías, pero las reglas las escriben sólo unas pocas. Se da la paradoja de que una minoría dicta las normas que condicionan a la mayoría: una auténtica tiranía de las minorías en el mundo empresarial. Esa asimetría no es teórica, pesa como un lastre cada vez que una pyme afronta un impuesto, un trámite o una inspección. A menudo, el pequeño empresario se siente como un pez en un océano lleno de redes: competencia feroz, estafadores, cargas administrativas y una larga lista de obstáculos cotidianos.

Esa desproporción convive con una idea que rara vez se recuerda: la empresa es una persona jurídica, no un apéndice del emprendedor. Al constituir una sociedad creamos un ente propio, con derechos y obligaciones diferentes a los de sus socios. Ese ente también tiene personalidad, y en las pymes se forja con los valores de quienes la trabajan día a día. Ahí reside una de sus ventajas: la permeabilidad entre las personas y la organización, que convierte la personalidad del equipo en la de la empresa. El mapa ayuda a dimensionar el debate. En España hay cerca de tres millones de pymes frente a apenas unas 6.000 grandes compañías. Sin embargo, son estas últimas las que marcan el marco operativo. La igualdad de oportunidades no puede confundirse con exigir lo mismo a quien tiene miles de empleados que a quien sostiene una estructura mínima.

A esa sobrecarga normativa se han sumado otras dificultades recientes. La inflación ha disparado costes de energía, alquileres y materias primas, reduciendo márgenes hasta ahogar. Quienes cuentan con departamentos legales y técnicos aprovechan ayudas que para una pyme, absorbida por el día a día, resultan inalcanzables. Lo que debería ser un marco de juego justo se convierte en una trampa que castiga al pequeño y premia al grande. Y al final, cuando llegan los resultados, se nos dice que es "suerte", cuando en realidad es fruto de haber trabajado lo suficiente para estar listos cuando aparece la oportunidad.

La competencia ya no es sólo de productos, también de trabajadores. La subcontratación en países con normas laborales más laxas presiona a la baja los precios y desarma a los negocios locales. En sectores como la tecnología o la



logística asistimos a una carrera por el coste que concentra aún más el mercado. Frente a ello, el pequeño debe encontrar su ventaja en otra parte.

Una de esas ventajas está en la hiperconexión y la superdistribución. Hoy es posible diseñar, fabricar y enviar al mundo un producto único, personal y con sello propio en cuestión de horas. Ahí el tamaño deja de ser una condena y se vuelve una palanca: la pyme puede moverse rápido, cuidar la relación con el cliente y contar su historia sin intermediarios. Esa cercanía no es cursilería, es ventaja competitiva.

Otra oportunidad surge del cambio sociodemográfico. Las grandes capitales se transforman con el turismo de lujo, expulsando vecinos y empujando a profesionales con teletrabajo hacia el entorno rural. No se trata de lamentarlo, sino de leer el territorio y adaptar la oferta: servicios y productos de proximidad, calidad y personalización que las grandes estructuras no pueden replicar con la misma autenticidad.

La inteligencia artificial abre, además, un frente decisivo. Las multinacionales cuentan con equipos especializados, mientras que la mayoría de pymes aprende por ensayo y error. Pero la IA también permite recuperar oficios, con conocimiento artesanal y atención humana, y amplificarlos con herramientas digitales para llegar a audiencias globales. La clave es que el acceso y la formación no queden reservados a los de siempre.



■
Igual que invertir en investigación devuelve prosperidad, invertir en emprendimiento genera libertad económica
 ■

Tampoco podemos olvidar los fondos europeos *Next Generation*, anunciados como una cita histórica para modernizar el tejido productivo. La realidad es que los proyectos mastodónticos y las convocatorias complejas han canalizado buena parte de los recursos hacia quienes mejor navegan la burocracia, que no siempre son quienes más los necesitan. Simplificar, segmentar por tamaño y priorizar impacto real debería ser una enmienda inmediata.

En el terreno interno, el pequeño tiene armas poderosas. Conciliación cercana, equipos compactos y valores compartidos generan cultura, compromiso y reputación. Ajustar horarios o fórmulas de trabajo no reduce la oferta, la hace más humana y, paradójicamente, más productiva.

De fondo late algo más hondo: educar en emprendimiento. Quizá no falten tanto las ayudas como la cultura emprendedora. Igual que entendemos que invertir en investigación devuelve prosperidad, invertir en emprendimiento genera libertad económica y resiliencia social. Formar desde edades tempranas en gestión del riesgo, colaboración y ética del trabajo es la mejor vacuna contra el miedo al fracaso.

No se trata de romantizar. Emprender no debería dar miedo. Debería ser rápido, sencillo y con consecuencias no catastróficas si sale mal. Para lograrlo, es necesario que la regulación sea proporcional al tamaño y complejidad de cada empresa, que la burocracia se reduzca a lo esencial y que se garantice capacitación en tecnología, con formación práctica en inteligencia artificial y digitalización aplicada al oficio.

Porque, al final, detrás de cada proyecto hay esfuerzo, constancia y visión. La famosa "suerte" suele ser la consecuencia de haber hecho los deberes a tiempo. Somos soñadores y, sí, a veces personas 'orquesta'. Nuestra obligación es anticipar y prever, pero también exigir un terreno de juego razonable. La pregunta clave es sencilla: ¿queremos un ecosistema diverso, que genere valor económico y social, o preferimos resignarnos a que unos pocos sigan dictando las reglas?

Mientras esa minoría imponga su ley, demasiadas pymes se verán condenadas a sobrevivir cuando lo que deberían estar haciendo es crecer.