

Así tampoco emprendemos



MARTA BELTRÁN

DIRECTORA GENERAL DE LA ASOCIACIÓN PARA EL DESARROLLO DE LA EMPRESA FAMILIAR DE MADRID (ADEFAM)

Y por fin, los políticos descubrieron las empresas. Los dos candidatos se han dado cuenta de que este país necesita crear, tirando por lo bajo, un millón de empresas como premisa para crear empleo, y se han lanzado a prometer políticas en favor de los emprendedores. Las medidas que plantean a futuro son, por lo general, de corte fiscal, ayudas económicas en los primeros metros del proyecto y reducción de cargas y trámites administrativos.

Todo ello está muy bien, por supuesto que sí (illevamos años pidiendo estas medidas!), pero se sigue echando en falta un planteamiento profundo que aborde el problema real que tiene España con su prácticamente nula inclinación al emprendimiento: la instauración de una cultura y un espíritu emprendedor en la sociedad.

Las propuestas de los candidatos no ofrecen muchas respuestas en esta dirección. Todo lo más, se inclinan por incluir asignaturas relacionadas con el emprendimiento en las universidades o a partir de cuarto de la ESO, pero siempre de forma opta-

tiva, sin tomar conciencia del necesario carácter transversal de la materia, que debería subrayar la necesidad de que todo conocimiento y todas las ideas han de cristalizar en aplicaciones útiles y con capacidad de ser desarrolladas en la esfera social. Esto es, con capacidad de ser monetizadas.

El problema de la falta de emprendimiento en España y, por consiguiente, de su estímulo, no solo radica en implantar incentivos económicos, ni tampoco basta con introducir materias ad hoc en los planes de estudio (¡vaya usted a saber con qué convicción se imparten luego por parte de unos docentes formados e incardinados en un modelo laboral que es cualquier cosa menos emprendedor!).

La auténtica clave del problema es de índole cultural, y afecta de lleno al papel de las familias a la hora de educar a nuestros jóvenes en valores. Y en este terreno no vale decir que se abdicó de esta responsabilidad en favor del Estado.

Las distintas propuestas para el fomento del emprendimiento en España chocarán inevitablemente contra

este muro. Pues la realidad nos muestra que con 3,1 millones de funcionarios (una de las mayores ratios funcionarios/ciudadanos de Europa), el empleo público ha adquirido en nuestro país tal extensión y presencia, que se ha convertido en referencia social.

Si a esto sumamos el elevado estándar de condiciones en que se desarrolla el trabajo en este ámbito, se comprenderá que el efecto llamada de la función pública sea arrollador. Este es el mensaje de seguridad que se transmite desde la cuna a los pequeños, y contra eso es muy difícil luchar.

A esta situación se añade un modelo escolar que no se ha dado por aludido con la revolución tecnológica que ha sufrido el mundo en unos pocos años, y que sigue anclado en el más rancio convencionalismo (la lección ex cátedra, la memorística y los exámenes de papagayo).

Así, las posibilidades de convertirnos en una sociedad más dinámica y emprendedora se reducen sustancialmente. Ese modelo ignora que el conocimiento es global e innumerable, que tenemos las respuestas a casi



El empleo público ha alcanzado tal extensión y presencia que se ha convertido en referencia social”

todo, pero que nos faltan las preguntas inteligentemente formuladas. Y en esa búsqueda del pensamiento autónomo, crítico y creativo, el profesor debe de ser un guía y un estimulador no solo del saber, sino del amor al saber.

Por tanto, si este país quiere de verdad tomar la bandera del emprendimiento y lograr que nazcan tantas iniciativas innovadoras que permitan reducir el paro, a nuestros políticos nos les queda otra salida que hacer la reforma más importante: la del sector público.

Este tiene que dejar de ser una especie de oasis o país de nunca jamás donde el tiempo se detuvo e incluso se exterminaron circunstancias tan comunes en el mundo real como el cambio, el riesgo y el legítimo afán de prosperar.

Por cierto, tampoco vendría mal que se creyesen de verdad el valor social de la empresa, algo más que dudoso cuando apelan a la demagogia de desempolvar un impuesto como el del patrimonio que grava dos veces el esfuerzo del trabajo. Pero esta es ya otra cuestión que merecería de comentario aparte.

CincoDías

Director Jorge Rivera
Adjunto al Director José Antonio Vega
Subdirector Juan José Morodo

Jefes de Contenidos Fernando Sanz (Empresas), Nuño Rodrigo (Digital),
Nuria Salobral (Mercados y Finanzas), Bernardo Díaz (Economía),
Natalia Sanmartín (Opinión), Bernardo de Miguel (Europa),
Rafaela Perea (Diseño)

Gerente Marta Moldes
Operaciones José Luis Gómez Desarrollo Digital Iciar Moscoso del Prado
Producción Ángel Martín Marketing Eduardo Díaz
Suscripciones Alberto Alcántarilla