



España está de moda

—El cambio cultural que se ha producido en España en los últimos cincuenta años ha sido radical. De aquellos tiempos en los que nuestra imagen internacional era “playa, siesta y toros”, hemos pasado a ser reconocidos como un país en el que existen profesionales y directivos del máximo nivel, además de empresas líderes en los mercados globales.

Son muchas las causas que han obrado ese “milagro” y han roto con tabúes del pasado que nos hacían mucho daño. Desde luego, la llegada de la democracia; la apertura hacia el exterior; la entrada en la Unión Europea; y la modernización de las instituciones fueron pilares básicos sobre los que empezó a construirse este gran proceso de cambio. En cuanto a las razones más próximas, quizá se podrían identificar de dos tipos: genéticas y aprendidas. En relación

a las primeras, se sustentan en la materia prima del hispano, gestada durante siglos por oleadas migratorias e invasoras, y constituida por una amalgama germánica, romana y árabe. Nuestro carácter presenta unas notas mixtas que aportan gran valor: creatividad, sentido común, liderazgo, constancia, implicación, rigor... Es decir, aptitudes de análisis y gestión, junto con pasión latina que añade una capaci-

dad superior para asumir riesgos. Para decirlo todo, aún nos queda recorrido para mejorar en eficiencia, trabajo en equipo y organización, pero las nuevas generaciones ya vienen superando con nota estas asignaturas.

Respecto a las segundas, la formación de nuestros profesionales empieza a estar altamente valorada en cualquier contexto internacional. A pesar de que nuestras universidades tienen gran margen de mejora, las escuelas de negocios españolas ocupan los primeros puestos en rankings internacionales. Además,

A pesar de que nuestras universidades tienen gran margen de mejora, las escuelas de negocios españolas ocupan los primeros puestos en rankings internacionales

cada vez son más los universitarios españoles que realizan parte de su formación en el extranjero, lo que está permitiendo superar otra de nuestras grandes carencias: los idiomas.

Por otra parte, muchos de los nuestros ocupan puestos directivos en empresas españolas que son auténticas multinacionales en sectores como la banca, el turismo, la consultoría, el sector textil, la agroalimentación, la tecnología y las comunicaciones...

Además de todo esto, la dura crisis sufrida en nuestro país ha supuesto una experiencia de supervivencia y sostenibilidad para la mayoría de nuestros empresarios y profesionales, hecho que ha supuesto que hoy seamos grandes

exportadores de talento. La “buena prensa” internacional y que el mercado español se les queda corto, hace que muchos de nuestros arquitectos, médicos, ingenieros, científicos, financieros y otros muchos técnicos estén trabajando fuera de nuestras fronteras. Esa “fuga de cerebros”, para muchos un motivo de preocupación por la descapitalización que como sociedad nos genera, tiene una parte muy positiva, ya que cuando vuelvan, que lo harán en muchos casos, aportarán una experiencia internacional que sin duda potenciará la capacidad de nuestras empresas.

España está de moda. No solo por atraer todos los años a millones de turistas, por nuestros éxitos deportivos o por el reconocimiento a científicos, artistas o chefs, también por el prestigio de nuestros profesionales y la fortaleza de nuestras grandes empresas. Tenemos que aprovechar esta oportunidad y continuar mejorando en los aspectos en los que aún no hemos llegado a despuntar, como son la mejora de la eficacia y la competitividad, la inversión en innovación, la paridad de género en la alta dirección o el aumento del tamaño de las empresas. En este reto nos tenemos que implicar todos: el sector público, los gobernantes, los empresarios, los profesionales y la sociedad civil. Si seguimos el camino marcado, la siesta y los toros quedarán solo para las novelas de Hemingway.