

Por **HILARIO ALFARO**
 Presidente de Madrid Foro Empresarial



Ser empresario hoy

Tristemente estamos en una sociedad en la que el empresario aún no está bien visto. La realidad que en la actualidad atravesamos los empresarios es una situación de enorme dificultad que, además, se ve agravada con decisiones del Gobierno de España contrarias y perjudiciales a los intereses empresariales. Unas decisiones que tampoco van encaminadas a favorecer a los ciudadanos. Y deterioran y asaltan a las instituciones, incluida la Corona.

La seña de identidad de la organización que presido, Madrid Foro Empresarial, es la independencia, tanto política como económica, así como la defensa de la libertad de empresa; la economía de mercado y los valores democráticos que emanan de la Constitución.


La lucha política está manipulando nuestras necesidades convirtiéndolas en un conflicto artificial. Estamos incómodos con los ataques e insultos entre nuestros representantes y reclamamos focalizar los esfuerzos en la resolución de las amenazas con las que convivimos.

Pedimos que se ponga en el centro de los esfuerzos a la actividad empresarial como motor de la economía y, por tanto, del bienestar ciudadano. Siempre hemos creído que sin ética no hay negocio, que la sociedad civil debe tener un protagonismo mayor en las decisiones políticas y que el empresario debe ser centro de atención preferente.

Las ayudas, y especialmente en tiempo de grave crisis, siempre son bienvenidas, pero preferimos no necesitarlas y a cambio contar con un escenario favorable donde podamos desarrollar nuestra actividad sin más trabas ni limitaciones que las que nos imponga la Ley, aunque últimamente muchas normas parecen dictadas para obstaculizar el crecimiento y la supervivencia de las empresas.

Este año que tenemos elecciones autonómicas y municipales, esperemos que los políticos que vayan a gobernar en Madrid escuchen a los empresarios que somos los que creamos puestos de trabajo y riqueza en la región.

Queremos un trato diferente y justo a algunos sectores de actividad como el turismo y el comercio, que representando casi una cuarta parte de nuestro PIB tienen, año tras año, una dotación presupuestaria inferior al uno por ciento excluyendo los fondos de recuperación recientemente articulados.

Se pueden poner en marcha herramientas que permitan dedicar más inversión a la promoción turística. Llevamos años pidiendo que se copie en Madrid lo que funciona en otras capitales del mundo: la implantación del “canon Cervantes” como nos gustaría que se llamara para que nadie pueda pensar que es un nuevo impuesto. Es simplemente una aportación del turista que visite la Comunidad de Madrid como pagamos los madrileños cada vez que visitamos otras capitales europeas. Una fórmula de éxito comprobado para captar recursos para promocionar de manera decidida y suficiente la Comunidad en el exterior ya que las partidas dedicadas a este fin articuladas por Ayuntamiento y Comunidad a través de *Madrid Turismo by Ifema* son claramente insuficientes para ese fin. 

La lucha política está manipulando nuestras necesidades convirtiéndolas en un conflicto artificial