

El emprendimiento, ¿otro refrito en campaña electoral?

6,5 millones de colombianos se declaran emprendedores, un verdadero ‘banquete’ para cualquier intención electoral. Por eso, los candidatos deberían comprometerse aún más con este grupo y pasar de las promesas a los hechos.

Llegaron las elecciones y, como cada cuatro años, los candidatos al Senado, Cámara de Representantes y Presidencia de la República empiezan a recorrer toda la geografía nacional en busca de seguidores y, sobre todo, de muchos votos. En medio de su ‘carrera’ salen a relucir las promesas que, al final de cada cuatrienio, ya estamos acostumbrados a escuchar: “Un sistema de salud funcional y enfocado en la prevención; educación de calidad y ampliación de cobertura; saldo de la deuda histórica de la infraestructura, y más y mejores empleos”.

Sin embargo, desde hace ya varios años ha entrado al juego un nuevo caballito de batalla para nuestros ilustres candidatos: el emprendimiento. Este, como estrategia de desarrollo socio económico no es novedoso, y más si tenemos en cuenta que la Unión Europea desde el año 2000 ha planteado políticas particulares sobre esta temática para su fomento y desarrollo en el llamado Libro Verde – El espíritu empresarial en Europa.

Colombia tampoco ha sido la excepción. De acuerdo con el informe del Global Entrepreneurship Monitor (GEM) Colombia 2017, nuestro país presenta una tasa de actividad emprendedora del 27%; es decir, que el 27% de los ciudadanos entre los 18 y 65 años manifiesta estar vinculado con un proceso empresarial de 0-3,5 años de funcionamiento, una cifra realmente alta que podría representar más de 6,5 millones de colombianos, todos ellos electores... un verdadero banquete para cualquier intención electoral.

Pero más allá de decir que el emprendimiento es importante, que debe fomentarse la creación de empresas para generar impactos positivos en la generación de empleo y para incrementar la competitividad del país, necesitamos propuestas reales y concretas que beneficien a los emprendedores.

Si bien durante los últimos 20 años se han visto algunos avances significativos en el apoyo a los nuevos empresarios, aún hay muchas tareas por asumir no solo desde las políticas gubernamentales sino desde el mismo sector empresarial colombiano. Mientras acceder a recursos financieros en etapas tempranas e ingresar en el mercado con nuevas propuestas de productos o servicios sea tan difícil, o mientras los pequeños empresarios deban hacer maromas para solventar sus flujos de caja debido a los pagos de sus clientes a más de 90 y 120 días, las promesas de apoyo a las nuevas generaciones de empresarios seguirán siendo parte del paisaje electorero de cada cuatro años.

Autor: Francisco J. Matiz B., Director Instituto para el Emprendimiento Sostenible, Universidad EAN.

Entrada publicada en la sección de Blogs de www.Portafolio.co el día 20 de febrero de 2018.

Link: <http://blogs.portafolio.co/pensamiento-emprendedor/2018/02/20/promesasdecampanaparaemprendedores/>