



Las nuevas empresas como clave para la creación de empleo

Descripción

David Birch, un profesor del MIT, demostró empíricamente en 1979 que los nuevos empleos no los creaban las grandes corporaciones, sino las pequeñas empresas. Fue sin duda uno de los grandes hallazgos de la ciencia económica del último tercio del siglo, pero pasó en gran medida desapercibido porque la segunda crisis del petróleo acabó acaparando en aquel momento la atención de políticos y estudiosos.

Afortunadamente las tesis que Birch plasmó en *The job generation process* no cayeron completamente en el olvido, y otros académicos unos años más tarde han acabado siguiendo su estela con estudios que también han confirmado el mayor dinamismo de la pequeña iniciativa empresarial en la creación de puestos de trabajo.

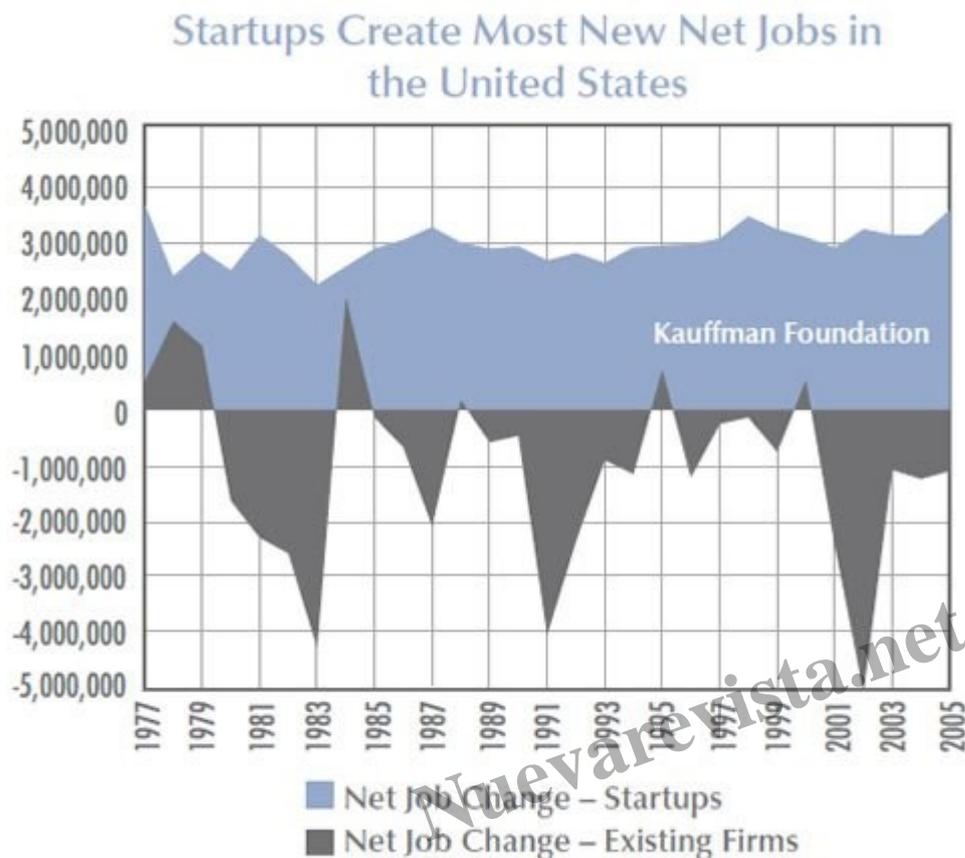
Se trata de una línea de investigación que ha servido de guía a la administración de Estados Unidos en las últimas décadas. Algo que se aprecia en el importante cambio de orientación que ha protagonizado la Small Business Administration (SBA). En efecto, esta agencia gubernamental ya existía desde los años cincuenta con una función muy clara: atender las demandas del colectivo de los pequeños empresarios como una extensión de las políticas sociales del gobierno federal. Sin embargo, las nuevas evidencias científicas aportaron a la SBA un poderoso aliado para reivindicar el apoyo a los emprendedores como un instrumento de política económica.

Esta concienciación de las instituciones norteamericanas acerca del papel de las nuevas empresas ha auspiciado que este país lidere la transición hacia lo que desde algunos círculos se viene denominando «economía emprendedora».

Bien es cierto que al principio académicos y *policy-makers* utilizaron un enfoque que trataba al emprendedor y al pequeño empresario de manera indiferenciada, pero con el tiempo ambas esferas se han ido segregando en Estados Unidos primero y en otros países avanzados después.

Como me referiré más adelante, la actuación a favor de los emprendedores exige de un enfoque mucho más amplio que el que tradicionalmente se ha empleado para respaldar a la pyme, pues implica no solo intervenir en el plano empresarial de una forma distinta, sino también hacerlo en nuevos ámbitos que afectan al individuo y la sociedad, como son las motivaciones, las capacidades y la cultura.

Contribución al empleo neto de las nuevas empresas vs las existentes en Estados Unidos



Source: Business Dynamics Statistics, Tim Kane

Fuente: Fundación Kauffman (2011).

Nuevamente la investigación académica ha aportado datos que justifican esta atención especial y diferenciada sobre los emprendedores en las estrategias de fomento del empleo. La Fundación Kauffman, una entidad de prestigio mundial en el estudio del emprendimiento, publicó hace cuatro años un trabajo que tuvo una gran repercusión. En él se analizaba exhaustivamente los registros empresariales de Estados Unidos entre 1977 y 2005, llegando a la conclusión de que todo el empleo neto generado en ese periodo es atribuible a empresas de menos de un año de antigüedad; en particular, se señala que las firmas existentes han sido responsables de la destrucción de un millón de puestos de trabajo en cada ejercicio mientras que los nuevos negocios habrían generado, en promedio, tres millones de empleos.

Aquí en Europa apareció un año más tarde, promovido por la Comisión, un estudio en la misma línea que el de la Fundación Kauffman. Este trabajo también puso en valor el papel de la pequeña iniciativa empresarial, al analizar la relación entre la evolución del empleo con el tipo de organización que lo genera: el 85% de los nuevos puestos de trabajo en la Unión Europea han sido creados por pymes, siendo las empresas más jóvenes las que más contribuyeron a la generación de empleo en los años previos a la crisis. No deja de ser sorprendente que este estudio haya tenido escasa repercusión, dados los altos niveles de paro que sufre el continente.

No obstante, es un error pensar que basta con ampliar la base de pequeños negocios para estimular la creación de puestos de trabajo; tan importante es auspiciar la iniciativa empresarial como favorecer su crecimiento. El reducido tamaño medio de la pyme española es una de las debilidades más acusadas de nuestra economía. A título ilustrativo, si se compara el peso en el empleo de la mediana empresa española con el del *mittelstand* alemán tenemos que su aportación es un treinta por ciento inferior.

De todo lo anterior, se desprende que el paso de *la managed economy* a la *entrepreneurship economy* es ya una realidad en el mercado laboral, y es preciso, por tanto que todos tengamos presentes hacia dónde caminamos. En este sentido, urge que quienes se incorporan al mundo del trabajo por primera vez vean más allá de la vieja dicotomía entre mandar currículos a las grandes empresas o preparar oposiciones. Se trata no solo de evitar que una generación especialmente preparada acabe frustrada por falta de salidas acordes a su formación, sino también de procurar que se encamine hacia aquellas actividades que le permitan desarrollar mejor su potencial con vistas a afianzar las nuevas palancas de la competitividad.

No se puede olvidar que durante muchos años las encuestas que se hacían a los estudiantes de las universidades españolas sobre sus preferencias laborales sistemáticamente mostraban que casi la mitad de ellos aspiraba a trabajar en una multinacional, mientras que en un porcentaje parecido manifestaban su deseo de ingresar en la administración. Lo cual muestra que la importante transformación que lleva ya décadas experimentando el mercado de trabajo en las economías avanzadas no ha sido plenamente asumida en nuestro país, ni por la sociedad ni por las instituciones.

La teoría generacional nos dice que el contexto histórico en que los individuos viven su infancia y adolescencia tiende a imprimir a estos de una serie valores, actitudes e inquietudes comunes que marcan un punto de inflexión en el carácter del conjunto de la sociedad cuando llegan a la edad adulta. Sobre esta premisa, Strauss y Howe acuñaron el término *millennials* para referirse a los nacidos en esa etapa de prosperidad relativa que cubre las dos últimas décadas del siglo pasado. Es una generación a priori muy prometedora, pues es la mejor preparada de la historia y se caracteriza en términos generales por aceptar el cambio tecnológico y la globalización como algo natural y positivo.

Y sin embargo, en lo que puede ser una anomalía en la historia el ciclo de los *babyboomers* va a durar más de lo que cabría esperar porque el talento de los jóvenes no está encontrando suficientes oportunidades para brillar por sí mismo; la incorporación de los primeros grupos de edad a la función productiva está siendo muy problemática, especialmente en un país con altas tasas de desempleo como España, ya que la recesión económica les ha cogido en los inicios de su carrera profesional.

Por si fuera poco, la generación del milenio ha sido maltratada moralmente desde los medios de

comunicación, los académicos e incluso los propios padres simplemente por haber disfrutado de mayores niveles de bienestar que quienes les han precedido. Este desdén es injustificado porque criarse en un hogar seguro y confortable no es incompatible con el desarrollo de una cultura del esfuerzo que, por otra parte, difícilmente podrá ponerse en práctica mientras el sistema productivo les siga negando oportunidades.

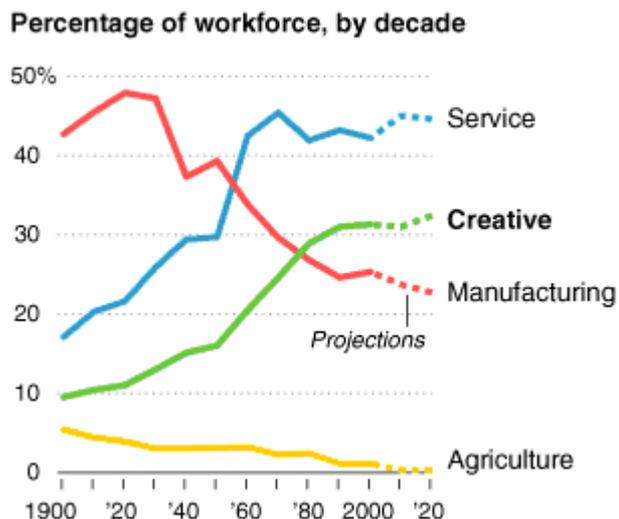
Harto de escuchar críticas hacia quienes constituyen el pilar de las *startups* más exitosas de Silicon Valley, un exdirectivo de Google publicó esta primavera en la revista *Forbes* un artículo en el que consideraba a los *millennials* como la mejor generación de trabajadores de todos los tiempos. Entre las razones que dio se encontraban las siguientes: 1) están acostumbrados a desenvolverse en entornos virtuales, algo que es especialmente útil para empresas punteras y globales; 2) son unos apasionados de las nuevas tecnologías, pueden desarrollar habilidades técnicas y adaptarse a los cambios muy rápido; 3) son más tolerantes y abiertos, funcionan mejor en ambientes multiculturales; 4) muestran una mayor preocupación por el impacto que tendrá la actividad de la empresa en la sociedad; 5) finalmente, tienen una mentalidad más emprendedora, no buscan empleos fijos y muestran menos miedo al fracaso.

La opinión de quien ha contratado a cientos de *millennials* para Google viene a coincidir en gran medida con los resultados que ha arrojado una encuesta que realizó Deloitte el año pasado en 26 países entre jóvenes trabajadores con título universitario. Este estudio llama la atención sobre el gran reto que tienen las empresas de adaptar sus estructuras y su cultura a las expectativas de una generación que supondrá el 75% del capital humano en 2025. De lo contrario —tal y como recoge el trabajo— les resultará muy difícil captar y retener el talento que necesitan para ser competitivos. Tal y como la encuesta apunta, probablemente el riesgo de fuga de este factor productivo no venga de los competidores o de otras organizaciones establecidas. Y es que el 70% de los *millennials* que respondieron el cuestionario se ve en algún momento de su vida montando su propia *startup* como alternativa al trabajo por cuenta ajena.

Si uno coge los *rankings* de profesiones más demandadas que periódicamente publican algunas consultoras y portales de empleo, es fácil comprobar que son muchas las que no existían hace tan solo una década. Y lo cierto es que algunas de estas ocupaciones parecen haber surgido por y para los trabajadores del cambio de milenio; *community manager*, desarrollador de *apps*, especialista SEO, técnico de marketing digital, etc., son buenos ejemplos de ello.

Se trata de empleos que se ajustan a los que el profesor Richard Florida atribuye a las «clases creativas»: profesionales de altas capacidades que buscan entornos urbanos abiertos y dinámicos para desarrollar todo su potencial. No obstante, hay que precisar que dentro de estas categorías no solo se encuentran quienes trabajan con alta tecnología, pues Florida incluye también a todos aquellos que desempeñan actividades con un fuerte componente creativo, tales como diseñadores, publicistas, guionistas, artistas, arquitectos, etc.

Distribución de la mano de obra



Fuente: La clase creativa (Florida, 2002).

El elevado número de personas que ejercen todas estas actividades como trabajadores *freelance*, cuando no como emprendedores con una organización propia, es sintomático de la penetración de la cultura empresarial entre estos trabajadores del siglo XXI.

De hecho, son *startups* o empresas consagradas con espíritu de *startup* las que han creado en los tiempos recientes algunos de los yacimientos de empleo más importantes. En este sentido, estas organizaciones de alto componente innovador no solo contratan nuevos perfiles para ellas mismas, sino que también abren el camino para que otras lo hagan a fin de no quedarse atrás.

No es de extrañar que los empleos del futuro surjan de negocios tecnológicos con pocos años de andadura porque son estos mismos los que han creado ex novo sectores enteros, como pueden ser las redes sociales, la publicidad *online*, el consumo colaborativo, el *e-commerce*, las aplicaciones para móviles, el *crowdfunding* o los agregadores de contenidos. A pesar de que los primeros *millennials* en incorporarse a la vida activa apenas si llegan a los treinta años, algunas de las *startups* que han fundado ya poseen una enorme notoriedad; es el caso archiconocido de Zuckerberg en Facebook, pero también de los fundadores de Instagram y Tumblr. No obstante, hay muchos más: todos los años en los alrededores de Palo Alto surgen cientos de *startups* de la mano de emprendedores muy jóvenes de las que solo oímos hablar en el momento en que son compradas por alguna gran empresa.

Lo anterior es plenamente coherente con las teorías sobre la innovación disruptiva de Christiansen, pues, como este autor recuerda, las organizaciones consagradas tienen menos incentivos para introducir propuestas de valor para las que todavía no hay un mercado definido debido a su carácter novedoso, y es a través de la adquisición de nuevos negocios como pueden integrar tecnologías incipientes en su *portfolio*.

Por otra parte, merece la pena destacar que son sobre todo miembros de la también denominada «generación Y» los que integran los movimientos que están recuperando las ciudades como centros de producción. Con la tecnología como aliada, los *makers* y *DIYers* están llamados a protagonizar un cambio importante en la vida urbana; nuevos locales tipo *fab labs* y *hackerspaces* van a irrumpir con tanta fuerza como ya lo han hecho las oficinas compartidas (*coworkings*); se sustituirá el patrón de la

estandarización por el de la personalización en no pocos artículos y su canal de comercialización será el mismo que el del comercio de proximidad.

Finalmente, también conviene recordar que la innovación que poco a poco están introduciendo los emprendedores sociales en sectores tradicionales como la educación, la salud, el deporte o el trabajo social... también está llamada a abrir para las promociones de profesionales que están por llegar nuevas vías para acceder tanto al autoempleo como al trabajo asalariado.

Pese a que Estados Unidos va muy por delante en la penetración de la *entrepreneurship economy*, es justo decir que en esas latitudes también existe preocupación por las dificultades que está teniendo la generación del milenio para encontrar su sitio en el mundo. Las tasas de desempleo juvenil son elevadas para sus estándares —aunque el 16% que sufren parezca irrisorio en comparación con el porcentaje próximo al 50% propio del sur de Europa— y la sobrecualificación es un fenómeno cada vez más frecuente. Sin embargo, al menos en ese país emprender existe como una opción más en la cabeza de todo aquel que termina su etapa formativa, e incluso antes. Cosa que en España todavía no ocurre, lo que resta posibilidades a los recién graduados de trabajar en aquello para lo que se han formado y, al mismo tiempo, presiona a la baja la natalidad empresarial, perdiéndose así, como se ha indicado más arriba, capacidad para generar empleo asalariado.

El problema que tenemos en nuestro país es que todavía quedan reformas pendientes para tener un auténtico ecosistema emprendedor que, por un lado, incentive a los individuos a apostar por tener su propio negocio y, por otro, facilite el despegue de las nuevas empresas.

Ciertamente ha habido en la última década muchas iniciativas públicas, y privadas también, en materia de emprendedores. Pero el nivel de actuación se ha centrado en quienes ya han tomado la decisión de iniciar su andadura empresarial en detrimento de los ámbitos que condicionan tanto la predisposición de la sociedad hacia la asunción de riesgos como las posibilidades de crecimiento de los proyectos nacientes.

El resultado es que España se ha consolidado en plena crisis como uno de los países con más plataformas de apoyo a las nuevas empresas —hasta 2.800 entre el sector público y el privado contabilizó la *dgpymeen* 2011— sin que el número de nuevos empresarios se haya incrementado significativamente; más bien al contrario, pues durante los dos primeros años de recesión el Estado de la ocde donde más cayó la natalidad empresarial fue el nuestro.

La creación de empresas se está recuperando desde entonces, pero aun así la tasa de actividad emprendedora se mantiene en el puesto número 20 entre las economías homologables a la nuestra, tal y como señala el último informe del Global Entrepreneurship Monitor (GEM). El mismo estudio también nos sitúa en un puesto discreto en cuanto a componente innovador de las *startups*.

A pesar de este posicionamiento en los datos que maneja *gem*, somos la tercera nación del mundo en espacios de *coworking* y la segunda de Europa en programas de aceleración e incubación. Si se reflexiona acerca de este llamativo hecho, se puede llegar a dos conclusiones: una es obvia a la luz de las casi tres mil plataformas de promoción censadas; hay que mejorar la coordinación de las iniciativas dirigidas a respaldar a las empresas de reciente creación para hacer su funcionamiento más eficiente; la otra conclusión es que conviene ampliar el enfoque de acción de las políticas públicas, ya que los resultados que se pueden alcanzar operando en un solo plano son limitados.

La visión ecosistémica con la que se viene estudiando el fenómeno empresarial en lugares como Silicon Valley, Holanda o Israel, aporta algunas pistas al respecto. En este sentido, el objeto de atención de la actividad de fomento no debe ser exclusivamente el empresario que empieza, sino también las condiciones en las que prende y se desarrolla la iniciativa emprendedora. Bajo este esquema, la responsabilidad de diseñar y ejecutar la política de nuevas empresas, de hecho, rebasa la propia esfera de la administración, llegando a ser necesario crear un marco colaborativo entre instituciones, medios de comunicación, grandes empresas, universidades y entidades de la sociedad civil.

Son varios los modelos teóricos que el ámbito académico ha dado recientemente sobre esta política «holística» de emprendedores, aunque todos vienen a coincidir en señalar como ámbitos de intervención el acceso a los mercados, la formación del capital humano, la educación, los valores culturales, la fiscalidad empresarial, el acceso a la financiación, la seguridad jurídica y los procedimientos administrativos.

La ley de apoyo a los emprendedores aprobada el año pasado supone un hito en la adopción de esta estrategia, puesto que prevé medidas en casi todos estos capítulos. Desgraciadamente, la norma por sí sola se queda corta, habida cuenta del retraso con el que llega y de lo mucho que hay todavía por hacer. Entre otras cosas, se echa de menos reformas tan profundas en el ámbito de la educación, la cultura empresarial o la inversión en *startup* como lo ha sido en materia tributaria la adopción del criterio de caja en el IVA para los pequeños empresarios o en el terreno de la seguridad social la extensión de la «tarifa plana» a los nuevos autónomos con independencia de su edad.

Por otra parte, tenemos la tarea pendiente de facilitar que el impulso emprendedor no quede restringido a empresas de pequeña entidad y reciente constitución. Es preciso prestar más atención a los factores que hacen posible el *scale-up*, esto es, que los negocios bien asentados y en sectores maduros puedan tener ambición y capacidad para experimentar crecimientos propios de una empresa tecnológica naciente.

Las cifras del registro mercantil nos indican que el ritmo al que se recupera la natalidad empresarial aumenta bastante más rápido que la economía, lo que debe interpretarse como un reflejo de que vamos en la buena dirección. Sin embargo, urge mantener el pie en el acelerador de las reformas porque, además de mantener la creación de negocios, tenemos tres difíciles tareas por delante: una es mejorar sus tasas de supervivencia, otra es impulsar su crecimiento y la última hacer partícipes a más jóvenes de la dinámica empresarial. Respecto a esto último, cabe recordar que actualmente el emprendedor medio en España tiene 39 años. Lo que significa que, después de los esfuerzos volcados por administraciones y centros educativos, todavía son muy pocos los que al concluir su periodo formativo barajan esa tercera opción que he mencionado antes de ser su propio jefe.

De igual manera que el agua empieza a hervir por abajo, la *entrepreneurship economy* se abre paso de la mano de los *millennials* en la economía más avanzada del mundo. Por tanto, es lógico inferir que de las facilidades que les demos a los jóvenes de nuestro país para orientarse hacia las nuevas oportunidades que la tecnología y la nueva cultura productiva abren, dependerá en buena medida nuestras posibilidades de afrontar la recuperación con vigor y asegurar nuestra posición competitiva en el futuro. •

Fecha de creación

08/10/2014

Autor
Iñaki Ortega

Nuevarevista.net