La relevancia del ámbito urbano

POR **SERGIO RAMOS, CRISTINA ARMUÑA Y ALBERTO ARENAL**

En la actualidad, el emprendimiento está ampliamente considerado como una actividad fundamental del nuevo contexto económico que debe impulsar la creación de valor en forma de nuevos negocios, generando nuevos puestos de trabajo de alta calidad y movilizando recursos, lo que, de manera combinada, tiene un impacto muy positivo en términos económicos y sociales. Así lo afirman instituciones internacionales como Naciones Unidas[1], el Banco Mundial [2] o la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos (OCDE) [3], que coinciden en señalar la importancia de la innovación y el emprendimiento como elementos relevantes sobre los que favorecer un crecimiento económico sostenible. Algunos autores han ido incluso más lejos, al señalar que desde comienzos del siglo XXI se está produciendo un cambio de paradigma que implica evolucionar desde una economía basada en la producción estandarizada de larga escala a una economía emprendedora, que tiene como pilares el conocimiento y la innovación [4].

El concepto de emprendimiento

Aunque el término emprendimiento tiene un amplio seguimiento y relevancia en los medios de comunicación, como paso previo a adoptar medidas que lo favorezcan es necesario definir de manera precisa qué es, en qué consiste y cómo se canaliza, para poder comprender su conexión con las ciudades y el entorno urbano.

Si bien existen diferentes visiones, una de las más comúnmente adoptadas es ligar el emprendimiento a la agrupación de talentos individuales que se unen para explorar una idea de negocio de manera conjunta, creando lo que se conoce como *startup*. De este modo, el emprendimiento podría definirse como el fenómeno de creación, desarrollo y crecimiento de organizaciones capaces de canalizar y generar alto impacto económico y social.

Existen también múltiples definiciones del concepto de *startup*, destacando entre ellas la idea de que se trata de una «organización temporal diseñada para encontrar un modelo de negocio repetible y escalable»[5] o una «organización de personas que exploran el desarrollo de un nuevo producto o un servicio en un entorno de máxima incertidumbre»[6]. El reto de la *startup*, por tanto, pasa por su desarrollo en un entorno (de mercado) desconocido, en el que ambiciona crecer muy rápido y a gran escala.

Dados estos atributos, y ante la necesidad general de reactivar la actividad económica, en los

Fundación Telefónica
Telefónica

últimos años las Administraciones Públicas han apostado por diferentes políticas de fomento de la actividad emprendedora[7]. Así, Gobiernos de todo el mundo han experimentado diferentes modelos de estímulo en este ámbito, pero quizás sin tener en cuenta toda la complejidad inherente a la actividad emprendedora y su dimensión local, es decir, su relación con el lugar concreto en el que se desarrolla. Como señala el Proyecto REDI, financiado por la Comisión Europea[8], aunque las acciones emprendedoras son llevadas a cabo en última instancia por individuos, estos individuos siempre están embebidos en un contexto regional concreto, que regula quién llega a ser un emprendedor, cuál es el nivel de ambición del esfuerzo emprendedor y cuáles son las consecuencias de las acciones emprendedoras.

En este sentido, el concepto de ecosistema emprendedor emerge para ilustrar el impacto de las condiciones del entorno, de manera que las políticas públicas son parte de un sistema complejo en el que intervienen otros dominios, tales como la cultura o el acceso a financiación que promueven (o desincentivan) la iniciativa emprendedora en un determinado lugar[9].

La OCDE incluye en su definición de ecosistema emprendedor al conjunto de actores interconectados (potenciales y existentes), organizaciones, instituciones y procesos que formal o informalmente se unen para conectar, mediar o dirigir el desarrollo dentro el entorno emprendedor local[10].

La relevancia del ecosistema emprendedor

Pero ¿de qué manera influye el entorno en la actividad emprendedora? Desde una perspectiva sistémica del emprendimiento, algunos autores consideran que el rol del entorno va más allá de ser un proveedor pasivo de oportunidades para convertirse en un factor fundamental que regula los resultados de la acción emprendedora[11]. Por ejemplo, en la fase inicial de una *startup* es necesario obtener talento a nivel de capital humano, así como acceder a determinados canales de mercado, recursos financieros, servicios de soporte y capacidades especializadas. La mayor o menor facilidad para llegar a ellos, así como su calidad para la futura proyección, determinan su evolución y su éxito y se ven canalizados con la existencia de ecosistemas emprendedores que no solo dinamicen estos recursos, sino que además de manera innata promuevan la cultura del emprendimiento y la innovación en el tejido cercano, generando dinámicas favorables a un emprendimiento de calidad y sostenible que verdaderamente impacte en la sociedad. Si eso es relevante en las fases iniciales, es vital para la escalabilidad de una empresa que ya está formada y quiere expandirse, idealmente generando los impactos deseables del emprendimiento en el ámbito local, como son la generación de puestos de trabajo y la consecución de los beneficios económicos que repercutan en el entorno cercano. Ejemplos clásicos de conocidos ecosistemas emprendedores son Silicon Valley, Boston, Cambridge, Londres, Copenhague o Helsinki.

En este sentido, la localización de la actividad emprendedora o, en otras palabras, el ecosistema emprendedor en el que se desarrolla, adquiere una gran relevancia al convertirse en el nexo de referencia a través del que se establecen las relaciones entre los agentes participantes. Para ello las ciudades ofrecen además muchas ventajas, dada la existencia de importantes economías de escala, la optimización del tiempo y los desplazamientos y, sobre todo, la oportunidad de establecer múltiples relaciones entre agentes en el entorno cercano[12].

Fundación Telefónica
Telefónica

Considerando la dimensión de la localización, es posible afirmar que el fenómeno emprendedor se está configurando como una actividad que se canaliza, fomenta y desarrolla de manera creciente en el contexto de las ciudades, traspasando así las fronteras nacionales. Esta tendencia es coherente con el incesante crecimiento de las ciudades, que concentrarán en los próximos años al 70 por ciento de la población mundial[13]. Por estos motivos, cada vez más ciudades aspiran a convertirse en los verdaderos ecosistemas emprendedores que contribuyan a la transformación del modelo productivo y a la creación de riqueza y oportunidades en el entorno cercano. Para conseguirlo, en cada caso es necesario analizar el estado de la situación y promover aquellas condiciones necesarias que permitan atraer y concentrar talento, incentivar la creación de *startups*, fomentar las relaciones entre agentes o establecer conexiones y sinergias con otros ecosistemas que contribuyan a reforzar las condiciones locales. Por otro lado, es fundamental tener en cuenta que las necesidades de las *startups* varían en el tiempo en función de su propia evolución, por lo que cabe esperar que los ecosistemas se especialicen progresivamente para centrarse en el impulso de las competencias y actitudes empresariales (fase de creación), en la creación y desarrollo de *startups* (fase de puesta en marcha) o en la transformación de las *startups* en empresas con una estructura y gobierno estables, más cercanos al de las grandes corporaciones (fase de expansión).

Reducir la incertidumbre

En cualquiera de estos escenarios, es necesario conocer los elementos propios de cada ciudad y trabajar sobre ellos, evitando en lo posible la imitación de fórmulas de otros ecosistemas de éxito que tienen difícil acomodo sin contar con las condiciones de partida apropiadas. Asimismo, se requiere de la medida y cuantificación de la actividad desarrollada y de los resultados obtenidos, de manera que se puedan conocer, comparar y en último término actuar sobre ellos para modificar las condiciones del ecosistema.

En todo caso, se trata de un reto de la máxima exigencia para las ciudades y sus gestores, de forma que sean capaces de identificar las necesidades de la actividad emprendedora local y sus protagonistas y creando las condiciones necesarias para que las *startups*, como organizaciones que lideran el movimiento emprendedor, recorran su ciclo de desarrollo, contribuyendo a facilitar los medios que permitan la experimentación de los negocios en el entorno local y su potencial escalabilidad, impulsar las relaciones entre los agentes del ecosistema y reducir en lo posible la incertidumbre inherente al emprendimiento.

Notas

[1] Véase: United Nations Conference on Trade and Development (2011). *Information Economy Report 2011*. *ICTs as an Enabler for Private Sector Development. United Nations publicatio*n [en línea]. New York; Génova.

[2] Véase: IEG World Bank. (2013). *World Bank Group Support for Innovation and Entrepreneurship. An Independent evaluation.* [en línea] Disponible en: *https://ieg.worldbankgroup.org/Data/reports/innovation_eval.pdf*

Fundación Telefónica
Telefónica

[3] Véase: OECD (2014). *Entrepreneurship at a Glance 2014.* Doi:10.1787/entrepreneur_aag-2013-en.

[4] Véase: Audretsch, D. y Thurik, R. (2004). A Model of the Entrepreneurial Economy. *International Journal of Entrepreneurship Education*, 2(2), 143-166 y Thurik, R. (2009). Entreprenomics: Entrepreneurship, economic growth and policy. *Entrepreneurship, Growth, and Public Policy* [en línea]. Disponible en: *https://www.researchgate. net/publication/42242018_Entreprenomics_ Entrepreneurship_Economic_Growth_and_Policy*

[5] Véase: Blank, S. (2010). *What's A Startup? First Principles* [en línea]. Disponible en: *http://steveblank.com/2010/01/25/whats-a-startup-first-principles/* [Consulta: 2015, 16 de septiembre].

[6] Véase: Ries, E. (2011). *The Lean Startup: How Today's Entrepreneurs Use Continuous Innovation to Create Radically Successful Businesses.* New York: Crown Publishing Group.

[7] Véase: Lundström, A. y Stevenson, L. A. (2005). *Entrepreneurship Policy: Theory and Practice.* Vol. 9. Boston: Kluwer Academic Publishers. Doi:10.1007/b104813

[8] Véase: Szerb, L., Acs, Z. J., Autio, E., Ortega-Argiles, R. y Komlósi, É. (2013). *REDI?: The Regional Entrepreneurship and Development Index – Measuring regional entrepreneurship*. Doi:10.2776/79241.

[9] Véase: Isenberg, D. J. (2010). The big idea: How to start an entrepreneurial revolution. *Harvard Business Review* [en línea]. Disponible en: *https://hbr.org/2010/06/the-big-idea-how-to-start-anentrepreneurial-revolution*

[10] Mason, C. y Brown, R. (2014). *Entrepreneurial ecosystems and growth oriented entrepreneurship. Paper prepared for a workshop of the* OECD LEED Programme and the Dutch Ministry of Economic Affairs, The Hague Netherlands 7th November 2013.

[11] Véase: Acs, Z. J., Autio, E. y Szerb, L. (2014). National Systems of Entrepreneurship: Measurement issues and policy implications. *Research Policy*, 43(3), 476-494. Doi:10.1016/j.respol.2013.08.016.

[12] Véase: (O'Flaherty, 2005). *City Economics.* Massachusetts, Harvard University Press.

[13] Véase: World Healt Organization (2014). *Urban population growth* [en línea]. Disponible en: *http://www.who.int/gho/urban_health/situation_trends/urban_population_growth_text/en/* [Consulta: 2016, 19 de enero].

Fundación Telefónica
Telefónica

Fundación Telefónica