

La cruda realidad sobre las 'startups'

Las *startups* están de moda. Se les atribuye una extraordinaria capacidad para generar riqueza y crear puestos de trabajo. Pero, ¿estamos ignorando que gran parte de estas empresas fracasan a los pocos años?

21 de junio de 2016

Un extraterrestre protagonizaba el exitoso álbum *The Rise and Fall of Ziggy Stardust and the Spiders from Mars*, del fallecido David Bowie. El alienígena, que venía a salvar la Tierra, acababa quemándose a sí mismo. La historia viene a colación, no porque esperemos la visita de ningún extraterrestre, sino porque podemos trazar varios paralelismos con las *startups*.

¡La sociedad adora las *startups*! El primer ministro de Reino Unido, David Cameron, las califica de "creadoras de riqueza" y la Administración de Obama atribuye a las empresas de menos de cinco años casi todo el crecimiento neto en Estados Unidos entre 1980 y 2005. Sin embargo, la mayoría de las *startups* se ven y se desean para aumentar sus ingresos y, muy a menudo, la creación de empleo en una empresa se ve contrarrestada por la desaparición de puestos de trabajo en otras.

El profesor del IESE Antonio Dávila junto con George Foster, Xiaobin He y Carlos Shimizu han analizado precisamente este aspecto de las *startups* del que poco se habla. Su artículo "[The Rise and Fall of Startups](#)" ha recibido el premio E. Yetton al mejor artículo publicado en 2015 en el *Australian Journal of Management*.

Los primeros 5

"¡Cinco años, eso es todo lo que hemos tenido!", cantaba Bowie. Lo mismo puede decirse respecto a las *startups*. El análisis revela que su contribución a la economía es heterogénea y que están muy lejos de ser esas supuestas "creadoras de riqueza".

La mayoría de las *startups* dedican grandes esfuerzos a aumentar sus ingresos y su plantilla durante los primeros cinco años. Sin embargo, el estudio señala que muchas de las empresas que registraron un crecimiento durante los primeros años se vieron obligadas a realizar recortes más tarde.

Solo un 7,5% fueron capaces de sumar puestos de trabajo durante tres años consecutivos. En su quinto año de operaciones, los resultados agregados del total de las empresas analizadas arroja un resultado desalentador: llegan a perder más de un 30% de los ingresos brutos generados previamente y un 65% de los puestos de trabajo creados. Es decir, el valor que generan unas empresas se ve mermado por la destrucción de valor de otras.

No es fácil el crecimiento

Por otra parte, la mayoría de las *startups* del estudio nacieron como pequeñas empresas y así se mantuvieron: del 38% de las empresas que registraron un crecimiento de empleo positivo en su tercer año, solo el 20% continuaron creciendo los dos años siguientes.

Los autores ofrecen algunas hipótesis sobre por qué las empresas que previamente han logrado crecer acaban fracasando.

- **Startups caníbales.** El crecimiento de una nueva empresa afecta negativamente los ingresos y el crecimiento de otras existentes. Por ejemplo, se considera que una parte del explosivo crecimiento de Facebook se ha hecho a expensas de Myspace.
- **Entrada de grandes empresas.** Las empresas establecidas pueden esperar en el banquillo a que un mercado emergente despegue para entrar en él con fuerza.
- **Crecimiento de terceros.** Solyndra, un fabricante de paneles solares afincado en California, experimentó un rápido crecimiento, pero acabó doblegándose a la competencia china y perdiendo unos 11.000 puestos de trabajo. Aunque una parte de los puestos de trabajo se hayan conservado posiblemente en otras empresas estadounidenses, la mayoría seguramente fueron "exportados".
- **Efervescencia.** Un modelo de negocio o tecnología puede parecer prometedor, pero tras una exploración más profunda puede resultar inviable.
- **Obstáculos legales e institucionales.** Las demandas legales de terceros, incluso aunque no prosperen, pueden hundir una *startup*, igual que un cambio de gobierno o política.

"Aférrate a ti mismo"

Para desarrollar políticas que ayuden a las *startups* a crear riqueza, directivos y reguladores necesitan entender mejor las causas de destrucción de valor de estas empresas y comprender si se deben a factores internos o externos. "Dirigir *startups* no solo significa gestionar la expansión, sino también comprender cómo manejar las recesiones", concluyen los autores. O, en palabras de Bowie, "si piensas que lo vamos a lograr, será mejor que te aferres a ti mismo".

Sobre el estudio

Los autores utilizaron una muestra de más de 158.000 empresas de varios países y sectores creadas entre 1999 y 2004 y rastrearon datos de hasta cinco años atrás. El objetivo era analizar el vertiginoso ascenso de estas empresas de nueva creación y, en muchos casos, también su rápida caída.

www.iese.edu/es/insight