

## ¿En qué trabajarán mis hijos? El auto-empleo y el emprendimiento en la Economía Digital

*Las Nuevas Tecnologías de la Información y la Comunicación no son sólo unas nuevas herramientas, sino que han generado un nuevo entorno, el entorno digital, y han supuesto para la Sociedad una revolución, que le ha llevado a una nueva etapa de su devenir histórico, que denominamos “Sociedad de la Información”, tras la Sociedad Agrícola y la Sociedad Industrial.*

*Del mismo modo, dichas tecnologías han revolucionado la Cultura, la Economía y el mercado de Trabajo, surgiendo así una Economía Digital o del Conocimiento, en la que los servicios y, sobre todo, contenidos digitales tienen una importancia fundamental y en la que aparecen nuevas profesiones hasta ahora desconocidas y para las que no existe, todavía, una formación específica. La Generación 2020 (de los nacidos aproximadamente entre 1991 y 2005 y a los que se les suele identificar como los primeros “nativos digitales”) están teniendo ya que afrontar este desafío económico, que conlleva una transformación radical del mercado laboral, en el que el “empleo” (el trabajo por cuenta ajena) decae y se potencia el auto-empleo (el trabajo por cuenta propia) y el “emprendimiento”.*

**Palabras clave:** Generación 2020, nativos digitales, Economía Digital, trabajo, empleo, trabajo por cuenta ajena, auto-empleo, trabajo por cuenta propia, autónomo, emprendimiento, start up, empresa.

### INTRODUCCIÓN (Y DEDICATORIA)

Este artículo se iba a titular, en principio, “Los trabajos de la Generación 2020” y en él quería hablar –y lo haré– del emprendimiento y del auto-empleo, en vista de las malas perspectivas para encontrar trabajo (por cuenta ajena) que tiene esta Generación de jóvenes nacidos entre 1991 y 2005, a la que nos empeñamos en llamar “nativos digitales”.

Pero no puedo hacerlo de forma academicista, tomando distancia del problema, cuando resulta que tengo 3 hijos, nacidos en 1994, 1995 y 2001, y que, por tanto, pertenecen de lleno a esa Generación 2020. Por eso, no puedo hablar, lo siento, de una forma objetiva y fría de este asunto, sino con el interés y la preocupación que siento, como padre, por saber en qué trabajarán mis hijos.

#### Tres ejemplos de nativos digitales

Mi hijo mayor, de 20 años, estudia 3º de Ingeniería Aeroespacial, pero, al tiempo, es un enamorado del dibujo y saca todo el tiempo que puede para dedicarse a su pasión y a compartirla en internet. ¿A qué se dedicará profesionalmente? Aún es un misterio, porque él no se ve en un trabajo de ingeniería tradicional. Quizás en alguna faceta creativa, relacionada con el diseño de vehículos espaciales.

Mi segunda hija, de 18 años, está acabando el Bachillerato y no sabe bien qué le gustaría hacer. Tiene, desde pequeña, unos claros dones para la comunicación y para las relaciones públicas y vive, como toda su generación, enganchada al WhatsApp. Sin embargo, dice que no le gustaría un trabajo en el que tuviera que estar “pegada todo el día a una pantalla” (pero van quedando pocos de esos).

Mi hijo pequeño, de 13 años, es un fan de los videojuegos y de los “youtubers”, y dice que le gustaría dedicarse a ese mundo. Pero un verano estuve en un curso para niños, de introducción a la programación de apps y videojuegos, y no parece que quedara muy convencido. Así que yo creo que, por ahora, se ve más como “gamer”. Veremos dentro de unos años.

### **Padres digitales**

Por otra parte, si ellos son “nativos digitales”, tienen la suerte (o la mala suerte, según se mire), de tener un “padre digital”, pues pertenezco a la Generación de los que vimos y participamos en el nacimiento de internet, al menos en España. Y siempre me han visto, desde que nacieron, pegado a un ordenador y, por eso, ellos también se iniciaron precozmente en este mundo.

Por eso, escribo estas líneas pensando en ellos y a ellos se las dedico; pidiendo a los lectores que perdonen la falta, quizá, de la deseable objetividad científica. Pero, por otra parte, este análisis puede verse beneficiado de una perspectiva muy interesada e implicada en intentar adivinar “por dónde pueden ir los tiros” respecto a los posibles trabajos de esta “Generación 2020”.

Y es por eso que me pregunto en primera persona: ¿en qué trabajarán mis hijos?

## **PRIMERA PARTE: EL MERCADO DE TRABAJO (CONCEPTOS)**

### **1. Trabajo y empleo**

Para empezar, me gustaría aclarar un par de conceptos, porque “lo importante es el concepto”, como decía el bueno de “Pazos” en la película “Air Bag”. Cuando hablamos de trabajo o empleo, solemos usar estos dos términos como sinónimos y, en rigor, no lo son. Por eso conviene hacer una breve aproximación al “sentido originario” de los mismos, para poder entender lo que viene después.

#### **Trabajo**

Según el “Breve (pero magnífico) diccionario etimológico de la Lengua Castellana” de Joan Corominas, “trabajar” aparece en castellano hacia 1220-50 y significaba en origen: “sufrir, esforzarse”. Provenía del latín vulgar “tripaliare” (torturar), que, a su vez, derivaba de “tri-palium”, que era una especie de cepo o instrumento de tortura, que se componía de tres palos cruzados, al cual era sujetado el reo.

De “trabajar” deriva el sustantivo “trabajo”, que conserva en la Edad Media y aún hoy en día el sentido etimológico de “sufrimiento, dolor”; acorde

con la maldición bíblica “Te ganarás el pan con el sudor de tu frente” (Génesis 3:19), cuando tras el pecado original, Dios expulsó a “nuestros padres”, Adán y Eva, del Paraíso, donde -se supone- vivían felices, sin trabajar.



## **Empleo**

El término “empleo”, cuya primera aparición en castellano está documentada en el año 1576, según Corominas, proviene de “emplear” (que aparece hacia 1140), derivado del francés arcaico “empleier” (hoy “employer”), procedente del latín “implicare”, que significaba “meter a alguno en alguna actividad, dedicarle a ella”; derivado a su vez de “plicare”: “plegar, doblar”.

Luego queda claro que el término “empleo” debe reservarse para el “trabajo por cuenta ajena”, en el que el empresario (o “empleador”) contrata (o “da empleo”) a alguien (“empleado”) para dedicarle o utilizarle (“emplear-le”) en una actividad concreta dentro de la empresa. Y no debe utilizarse como sinónimo de “trabajo”, puesto que también existe el “trabajo autónomo” o “por cuenta propia”.

## **¿Ministerio de Trabajo o Empleo?**

El actual Ministerio de Empleo y Seguridad Social se llamó, desde su creación por Eduardo Dato en 1920, “Ministerio de Trabajo”, salvo en el primer Gobierno de Franco, que se denominó “Ministerio de Acción y Organización Sindical”. Pero en 2011, como un gesto político de que el objetivo prioritario del actual Gobierno era el Empleo, adoptó esta denominación.

La estructura orgánica de la Secretaría de Estado de Empleo (que durante años fue Secretaría General) incluye a la Dirección General de Empleo y a la Dirección General del Trabajo Autónomo (y de la Economía Social y de la Responsabilidad Social de las Empresas), aparte del Servicio Público de Empleo Estatal (SEPE), lo que demuestra que se ha tomado la parte (el empleo) por el todo (el trabajo).



## Relaciones laborales

Otra forma de denominar al mercado de trabajo es el mercado “laboral” y este término se utiliza también para hablar de las relaciones laborales, la vida laboral, el calendario laboral, el coste laboral, el absentismo laboral, la legislación laboral, etc. Pero, aunque parece que se refiere al trabajo en sentido amplio, incluyendo el trabajo autónomo, realmente se limita al “empleo” o trabajo por cuenta ajena.

El adjetivo “laboral”, según Corominas, proviene del sustantivo latino “labor”, que significa “trabajo”, “tarea” y propiamente “fatiga”; del que también deriva “labrar”, pues el trabajo por excelencia de la sociedad antigua y medieval era el agrícola. Y no parece que el trabajo de los siervos de labrar los campos del Señor tenga que ver con el trabajo autónomo, sino más bien con el trabajo por cuenta ajena.

## 2. Emprendimiento y tipos

El término “emprendimiento” proviene de “emprender”, que, según Corominas, aparece en castellano hacia 1340, y del que luego derivarían: “empresa” (1444), “empresario” y “emprendedor” (1599). Luego no parece que sea algo nuevo, sino más bien, un concepto que nació en la Era de los Descubrimientos (por mar), muy unido al tráfico (marítimo) mercantil y al denominado “viaje-empresa”.

En efecto, es el “viaje-empresa” de los siglos XV y XVI, el origen del concepto de “empresa” moderna y del derecho mercantil (sobre el comercio de mercancías), así como de los principales contratos relacionados con el tráfico mercantil, como el contrato de seguro, pues era el armador de los buques el que corría con el riesgo del empresario.



Los descubrimientos geográficos de los siglos XV-XVI. (FUENTE: [www.kalipedia.com](http://www.kalipedia.com))

Según el Diccionario de la RAE, “emprender” significa “acometer y comenzar una obra, un negocio, un empeño, especialmente si encierran dificultad o peligro”. Y proviene del latín “in” = “en”, y “prender” = “coger”. De donde también provienen otros derivados como “aprender”, del latín “aprehendere” = “apoderarse” de algo, o “comprender”, del latín “comprehendere” = “concebir” o “coger una idea”.

Quiere esto decir que, aunque casi todo el mundo, al hablar del emprendimiento, pone el énfasis en la idea de “iniciar” o “iniciativa”, que -sin duda- es importante, la esencia y finalidad del emprendimiento no está en comenzar un viaje, sino en continuarlo, contra viento y marea, y llegar al destino y coger o “atrapar” (prender) el objetivo deseado; o sea, alcanzar el éxito.

Por eso, no es verdad que falten emprendedores, pues “iniciadores” hay muchos. Todos iniciamos cientos de proyectos, que, sin embargo, al poco tiempo quedan en nada; bien porque surgen las inevitables dificultades, bien porque disminuye la ilusión inicial, bien porque se cruzan otras -más grandes- en nuestro camino. Lo que faltan son “continuadores” y “terminadores”.

### Dos modelos “rusos” de emprendimiento.

Por otra parte, si estamos de acuerdo en que el término “emprendimiento” está muy unido a la idea de “emprender” un viaje y llegar al destino, habrá que concluir que no hay un solo tipo de emprendimiento, sino tantos como tipos de viajes hay. Por eso, aunque podríamos hacer una clasificación interminable de los diferentes tipos de “emprendimientos”, baste con distinguir según su finalidad y su duración.

Por un lado, tenemos el modelo de emprendimiento de base tecnológica que se identifica con la “start up” y que se orienta a proyectos que, por su naturaleza, tienen una vida corta, y a los que hay que dedicar mucho tiempo y pasión, para que crezcan y den beneficios muy rápidamente, y (aunque esto no se suele decir) de los que conviene salir antes de que empiecen a caer. Son “montañas rusas”.



*Shambhala: La montaña rusa de Port Aventura*

Pero, por otro lado, tenemos un modelo de emprendimiento (y de viaje) distinto, en el que, aunque se utilicen las nuevas tecnologías (porque ya es imposible no hacerlo, si se quiere sobrevivir), no se trata de un proyecto “de base tecnológica”, ni de una “start up”, en la que hay que obtener grandes beneficios en pocos años, sino de un viaje de largo recorrido, como puede ser el del tren transiberiano.

Montaña rusa y transiberiano son, pues, dos tipos distintos de emprendimiento y de viaje. Y ninguno mejor que el otro. A algunos les atraerá más la excitación y altas ganancias del primero; a otros, la tranquilidad y la proyección del segundo. O quizá se puedan realizar ambos, en diferentes etapas de la vida; pues, después de varios viajes con sobresaltos, uno prefiere viajes más tranquilos.

En todo caso, lo que sí está claro es que el modelo de “start-up”, por desgracia, tiene una mortalidad mucho mayor que el del emprendimiento de largo recorrido; por lo que no parece que el grueso de empresas pueda (ni deba) basarse en él.

### 3. Innovación y mejora.

El emprendimiento está muy unido a la innovación y a las “nuevas tecnologías” (de la información y la comunicación). Pero existe mucha confusión sobre lo que sea verdaderamente la “innovación”, porque esta vez la etimología no nos ayuda, sino, más bien, nos despista. Está claro que innovar tiene algo que ver con hacer algo nuevo, pero no basta solo con que sea nuevo.

Dice el Diccionario de la RAE que “innovar” viene del latín “innovare” y significa “Mudar o alterar algo, introduciendo novedades”. Pero nada dice de si la novedad debe suponer o no una mejora. Y creemos que éste es un elemento fundamental en el concepto de innovación, porque la novedad por la novedad no tiene sentido, si esa innovación no supone una mejora.

#### **Tipos de innovación**

Podemos distinguir dos tipos diferentes de innovación: la innovación en el “qué” y la innovación en el “cómo”. Todo emprendedor e innovador aspira



a innovar en el “qué” y descubrir y poder ofrecer al público algo nuevo (un producto o servicio). Pero la mayoría de las innovaciones se dan en el “cómo” hacer algo que ya existe de un modo no sólo nuevo, sino mejor.

De hecho, los grandes descubrimientos o innovaciones en el “qué” tuvieron lugar cuando se buscaba la manera de innovar en el “cómo”. Así ocurrió, por ejemplo, con el Descubrimiento de América, cuando Colón buscaba una nueva ruta (más corta y, por tanto, mejor) para llegar a las Indias. Por tanto, no hay que despreciar las pequeñas mejoras e innovaciones en los procesos o los modelos de negocio.



*El mapa o carta de Juan de la Cosa (1500)*

### **I+D+i**

Por otra parte, la “fórmula” de la I+D+i (Investigación + Desarrollo + innovación) creemos que está mal planteada, puesto que debería ser I+D=i (Investigación + Desarrollo = innovación). Es decir, la innovación (mejora) no es un elemento más de la suma, sino el resultado o fin al que deben estar orientadas la Investigación y el Desarrollo. Y, si no es así, éstas no tienen sentido.

Por eso, frente a la idea de una Investigación “pura”, sin resultados concretos y que no se traduce en una innovación (o mejora) de algo, hay que defender, sobre todo en tiempos de crisis y de recursos escasos, una investigación y desarrollo que estén “orientados” a obtener resultados (ya sea a corto, medio o largo plazo), aunque no siempre se consigan.

### **Propiedad intelectual y propiedad industrial**

De hecho, la diferencia entre la propiedad intelectual y la propiedad industrial es el concepto de “utilidad”, puesto que las creaciones intelectuales y artísticas son esencialmente “inútiles”, en el sentido de que no son herramientas o “útiles” para la subsistencia humana, como sí lo fueron las primeras herramientas que fabricó el hombre (el homo faber o habilis): los bifaces.



*Bifaz amigdalóide (Fuente: José-Manuel Benito Álvarez).*

Dice la página web de [Oficina Española de Patentes y Marcas \(OEPM\)](#) sobre las invenciones industriales: "La Patente puede referirse a un procedimiento nuevo, un aparato nuevo, un producto nuevo o un perfeccionamiento o mejora de los mismos". Y "el Modelo de Utilidad consiste, por ejemplo, en dar a un objeto una configuración o estructura de la que se derive alguna utilidad o ventaja práctica".

## SEGUNDA PARTE: LA ECONOMÍA DIGITAL (ESTUDIOS)

### 4. El Sector TIC

El Sector de las Tecnologías de la Información y la Comunicación es el motor de la Economía Digital y, por tanto, los datos de facturación, inversión y empleo de aquél son unos indicadores reveladores del ritmo al que avanza ésta.

El ONTSI (Observatorio Nacional de las Telecomunicaciones y de la Sociedad de la Información) viene publicando desde hace años un Informe de situación del Sector de las TIC y los Contenidos en España.

El último informe, presentado en diciembre de 2013 y referido a datos del 2012 y el 2011, destaca los siguientes datos (mostramos ahora sólo los del Sector TIC, dejando para luego los del sector de Contenidos):

"El sector de las TIC lo componen dos grandes áreas de actividad: la Fabricación y los Servicios.

- A. La **industria TIC** está orientada a procesar y comunicar información mediante el ensamblaje de componentes electrónicos y circuitos, incluyendo también el montaje de ordenadores, el diseño de equipos de telecomunicaciones y productos electrónicos de consumo o la fabricación de soportes magnéticos y ópticos.
- B. Dentro de los **servicios TIC** se agrupan el Comercio TIC, las Actividades Informáticas y las Telecomunicaciones.



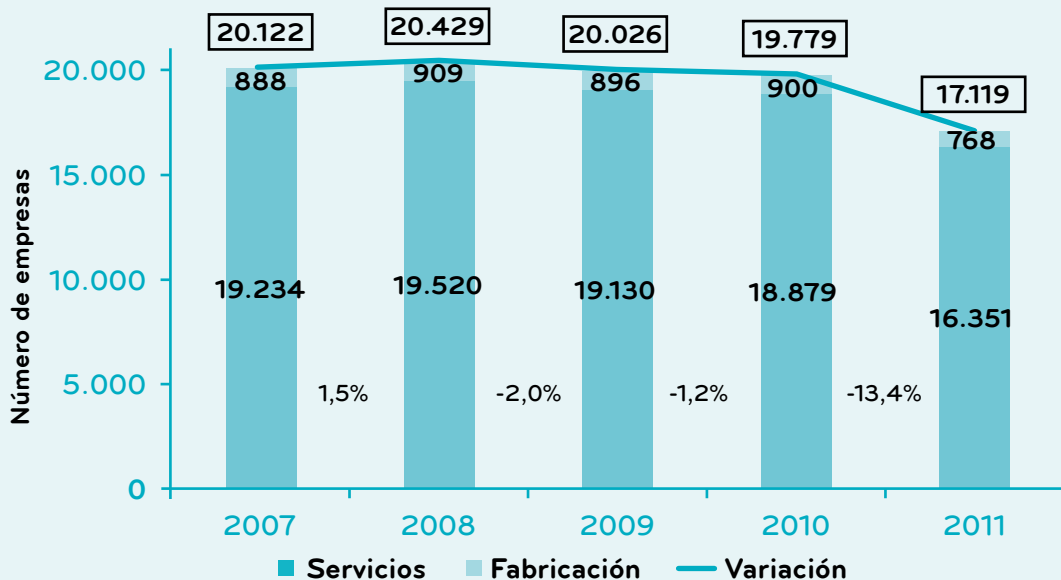
- a) El **Comercio TIC** se compone por: canales de distribución al por mayor de ordenadores, equipos periféricos y programas informáticos, así como de equipos electrónicos y de telecomunicaciones y sus componentes.
- b) Las **Actividades informáticas** agrupan la prestación de servicios de edición, programación, consultoría, hosting, proceso de datos y reparación y mantenimiento.
- c) Las **Telecomunicaciones** se componen de los operadores y del resto de actividades dedicadas a la provisión de servicios y aplicaciones especializadas (denominada resto).

En 2012, el sector TIC continúa en la senda de retroceso que se inició en 2009:

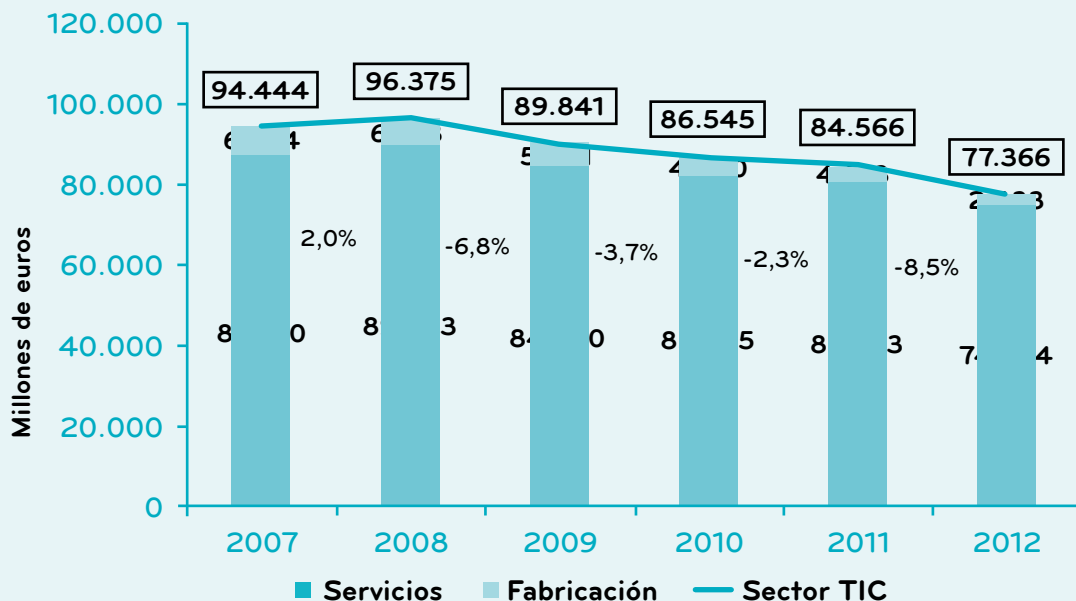
- La **cifra de negocio** se reduce respecto de 2011 aunque en menor medida que en años anteriores, gracias, en gran parte, a la menor caída de las Actividades Informáticas. El resto de actividades experimenta caídas en su cifra de negocio, más acusada en el caso de la Fabricación TIC y los Operadores de Telecomunicaciones.
- El **número de empresas** se consolida.
- El **empleo** continúa la senda a la baja iniciada en 2009, arrastrado por el fuerte ajuste de empleo realizado por los operadores de Telecomunicaciones y el efecto de la falta de actividad económica.

#### Evolución plurianual

- En 2011 el **número de empresas** activas en el sector TIC fue de 17.119, disminuyendo un 13,4% respecto al año anterior y un 16,20 respecto a 2008, año de inicio de la crisis.



La **facturación** en 2012 superó los 77.366 M€, un 8,5% menos que en 2011 y casi un 20% (19,72%) respecto al 2008, el año de mayor facturación.



El **número de personas** ocupadas en el sector TIC en 2012 fue de 319.477, casi un 10% menos que en el año 2011 (9,9%) y un 15,78% menos respecto a 2008.

## 5. El Sector de los Contenidos.

El informe del ONTSI del Sector de las TIC y los Contenidos en España de 2013, con datos referidos al año 2012 y 2011, dice sobre el sector de los Contenidos (que no estamos muy de acuerdo en que se una al Sector TIC):

“El sector de los Contenidos lo conforman siete subsectores; están compuestos por empresas dedicadas a:

- edición de libros, periódicos, revistas y directorios, tanto en formato impreso como en digital
- grabación de sonidos y música.
- producción, postproducción, distribución, exhibición de películas, anuncios, programas para la televisión y grabaciones sonoras o musicales originales,
- compra-venta de derechos de distribución y de autor.
- actividades relacionadas con la programación y emisión de radio y televisión
- videojuegos
- publicidad on-line.

## Tendencias.

En 2012, el sector continúa la tendencia negativa que se inició en 2009 con el comienzo de la crisis económica.

- El número de empresas se estabiliza.
- La cifra de negocios se reduce arrastrada por el fuerte descenso de los pilares del sector, las actividades de publicaciones y las de servicios audiovisuales.
- El empleo disminuye a un ritmo superior al de años anteriores debido al empeoramiento de la situación laboral en las empresas de actividades cinematográficas, de vídeo y de programas de televisión.”

## Número de Empresas

En 2011, el sector de los Contenidos en España estaba formado por 7.660 empresas, un 14,4% menos que en el año anterior y un 20,61% menos que en el año 2009.

	2009	2010	2011
Publicación de libros, periódicos y otras actividades de publicación	3.792	3.830	3.187
Actividades cinematográficas, de vídeo y de programas de televisión	3.134	3.125	2.560
Actividades de grabación de sonido y edición musical	572	503	425
Otros servicios de información	408	387	359
Actividades de programación y emisión de radio y televisión	1.743	1.103	1.129
Videojuegos	ND	ND	ND
Publicidad on-line	ND	ND	ND
<b>Total</b>	<b>9.649</b>	<b>8.948</b>	<b>7.660</b>

Este dato procede del directorio de empresas creado por el ONTSI a partir de los datos de inscripción del Registro Mercantil y directorios de elaboración propia. No se dispone del número de empresas de Publicidad y Videojuegos.

## Cifra de negocios

La **facturación** en 2012 fue de 14.604 millones de euros, con un descenso del 9,9% respecto a 2011 y del 16,40% respecto al año 2009.

	2009	2010	2011	2012
Publicación de libros, periódicos y otras actividades de publicación	7.496	7.175	6.788	5.978
Actividades cinematográficas, de vídeo y de programas de televisión	3.513	3.284	3.296	3.018
Actividades de grabación de sonido y edición musical	402	370	340	295
Otros servicios de información	250	293	263	243
Actividades de programación y emisión de radio y televisión	4.520	4.421	4.125	3.761
Videojuegos	633	575	499	428
Publicidad on-line	654	799	899	881
<b>Total</b>	<b>17.468</b>	<b>16.918</b>	<b>16.209</b>	<b>14.604</b>

El crecimiento del sector desde 2007 experimenta una tasa de crecimiento medio del 3%. La crisis económica ha dejado la cifra de negocio del sector en valores algo superiores a los alcanzados en 2006.

## Empleo

El empleo en el sector de los Contenidos en 2012 fue de 78.102 personas, lo que supone un descenso del 12,5% respecto a 2011 y de un 21,75% respecto al año 2009.

	2009	2010	2011	2012
Publicación de libros, periódicos y otras actividades de publicación	45.545	40.049	38.937	34.691
Actividades cinematográficas, de vídeo y de programas de televisión	27.155	23.706	22.726	18.089
Actividades de grabación de sonido y edición musical	1.670	2.024	1.858	1.669
Otros servicios de información	3.003	3.442	3.590	3.197
Actividades de programación y emisión de radio y televisión	22.433	22.253	22.187	20.456
Videojuegos	ND	ND	ND	ND
Publicidad on-line	ND	ND	ND	ND
<b>Total</b>	<b>99.806</b>	<b>91.475</b>	<b>89.298</b>	<b>78.102</b>

En el período 2007-2012 se ha producido un fuerte descenso en el empleo, que decreció con una tasa de variación media del -6,4% en dicho periodo. Esta destrucción de empleo se ha visto agravada por la crisis económica; desde el año 2008 se ha agudizado el descenso en el empleo, con una tasa media de variación hasta 2012 de -7%.

## 6. El Comercio electrónico

Más allá del Sector TIC, estrictamente dicho, la Economía Digital se constituye por todas las empresas que utilizan las TIC en su actividad; por lo que, cada vez más, tiende a identificarse con toda la Economía.

La Economía del siglo XXI es, por tanto y cada vez más, una Economía Digital, que es la única Economía Sostenible. Las empresas están afrontando el desafío de la digitalización, para sobrevivir y poder competir.

Dentro de los Servicios de la Sociedad de la Información, destaca especialmente el comercio electrónico, que no es el comercio TIC (de productos y servicios TIC), sino el comercio de cualquier producto y servicio utilizando las TIC en el proceso.

### Tipos de comercio electrónico

Aunque no suele ser una clasificación muy utilizada en los estudios e informes sobre el comercio electrónico, se puede hablar de un comercio electrónico "puro", en el que todo el proceso se perfecciona en la red, desde la contratación del bien o servicio a la entrega de la mercancía (un servicio o contenido que se descarga) y de un comercio electrónico "impuro", en el sólo se usan las TIC en alguna fase.

Dentro de este comercio electrónico “impuro” se incluyen las transacciones que se “cierran” en la red, aunque la entrega de la mercancía se realice físicamente. Pero no se suelen incluir las actividades de publicidad y marketing digitales, que son la primera fase del comercio electrónico (la oferta del producto), aunque es innegable que tienen una repercusión directa en las ventas on-line y off-line.

Por eso, a mi entender, no se trata tanto, de cuántas compra-ventas electrónicas se perfeccionan a través de las TIC, sino de cómo ayudan las TIC a las ventas. Porque hay muchos portales y webs dedicados a la compra-venta de productos o servicios (por ejemplo, casas o coches) que no se suelen comprar por internet, pero es indudable que internet ayuda a su venta.

### Datos sobre comercio electrónico en España.

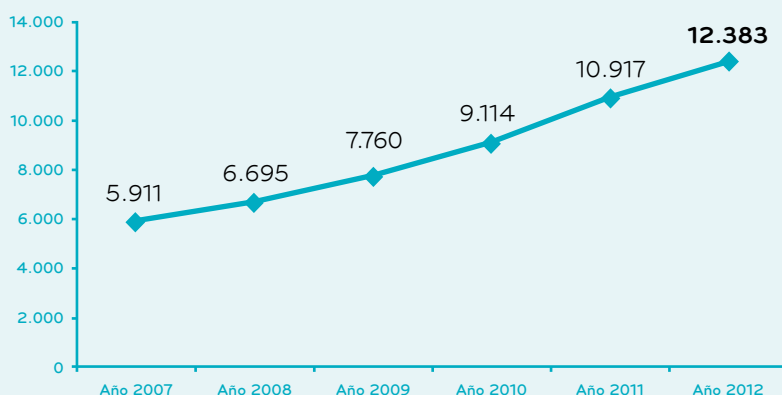
El ONTSI presentó, en noviembre de 2013, la séptima edición del estudio anual sobre el Comercio Electrónico B2C en España (de Empresas a Consumidores) referido al año 2012; y éstos fueron sus datos más destacados:

“El comercio electrónico B2C en España, definido como las transacciones a través de medios electrónicos como Internet y llevadas a cabo entre empresa y consumidores finales”

“El comercio electrónico B2C en España crece en términos absolutos de 10.917 millones de euros en 2011 a 12.383 en 2012, lo que supone un incremento anual del 13,4%, inferior al 19,8% del año anterior e inferior al 17,4% habido en 2010.

De este modo, se mantiene la tendencia creciente del comercio electrónico B2C en España con una ligera desaceleración en este último año”.

#### Evolución del Comercio electrónico B2C en España.



El incremento total del Comercio B2C se debe fundamentalmente al crecimiento del número de internautas compradores, que ha pasado de 13,2 millones en 2011 a 15,2 millones en 2012, con un incremento del 15% en valores absolutos.

## ¿Qué se compra por internet?

Cabe establecer tres categorías de productos y servicios en función de la intensidad de compra online y el porcentaje de compradores que compara información en la Red:

- **Categoría 1:** en la que Internet lidera el proceso general de compra, tanto en búsqueda de información como en la contratación/compra final: Descarga o servicios online de películas, música y videojuegos, Reservas de alojamiento, Aplicaciones y software, Alquiler de coches y motos, Billetes de transporte y Servicios financieros y seguros.
- **Categoría 2:** en la que Internet lidera el proceso previo a la compra, pero no se consolida como canal de contratación/compra: Servicios de Internet y telefonía, Entradas a espectáculos, Electrónica: imagen, sonido, comunicaciones, hardware, Smartphone y tabletas. Ocio al aire libre.
- **Categoría 3:** con reciente introducción en el canal online, incorporándose al mismo en el proceso de búsqueda de información y comparación de precios, más que en la contratación/compra: Películas, música y videojuegos para recibir en formato físico, Servicios personales, Juguetes, juegos de mesa y juegos en red, Electrodomésticos, hogar y jardín, Libros, revistas y periódicos (nueva agrupación que recoge formato online y físico, hasta el año pasado recogidos de forma desagregada), Ropa, complementos y artículos deportivos (nueva agrupación que incluye lo que hasta el año pasado recogíamos como dos sectores diferenciados), Restaurantes, Alimentación y bazar, Juegos de azar, concursos, apuestas y lotería, Joyería y relojes, Artículos de coleccionismo y antigüedades.

## TERCERA PARTE: LAS POLÍTICAS PÚBLICAS (PLANES)

### 7. La Agenda Digital Europea

El 26.08.2010 se aprobó la comunicación “[Una Agenda Digital para Europa](#)” de la Comisión al Parlamento europeo, al Consejo, al Comité económico y social europeo y al Comité de las regiones.

En la **introducción** de dicha Comunicación se decía que: “La finalidad genérica de la Agenda Digital es obtener los beneficios económicos y sociales sostenibles que pueden derivar de un mercado único digital basado en una internet rápida y ultrarrápida y en unas aplicaciones interoperables.

La Agenda Digital para Europa es una de las siete iniciativas emblemáticas de la estrategia Europa 2020, y su propósito es definir la función capacitadora esencial que deberá desempeñar el uso de las tecnologías de la información y la comunicación (TIC) si Europa quiere hacer realidad sus ambiciones para 2020.

El sector de las TIC es directamente responsable del 5 % del PIB europeo, con un valor de mercado de 660 000 millones de euros al año, pero contribuye mucho más al crecimiento de la productividad general (un 20 % directamente del sector de las TIC y un 30 % de las inversiones en TIC).

Al mismo tiempo, ha ido aumentando la repercusión social de las TIC: por ejemplo, el hecho de que existan más de 250 millones de personas que



usan Internet a diario en Europa y de que la práctica totalidad de los europeos disponga de teléfono móvil ha transformado el estilo de vida”.

### **Campos de actuación de la agenda digital.**

1. **Un mercado único digital dinámico.**
2. Interoperabilidad y normas.
3. Confianza y seguridad.
4. Acceso rápido y ultrarrápido a internet.
5. Investigación e innovación.
6. **Fomentar la alfabetización, la capacitación y la inclusión digitales.**
7. Beneficios que hacen posibles las TIC para la sociedad de la UE.
8. Aspectos internacionales de la Agenda Digital.

### **Actuaciones sobre el Mercado único digital:**

1. Apertura del acceso a los contenidos.
2. Simplificación de las transacciones en línea y transfronterizas.
3. Crear confianza en el mundo digital.
4. Reforzar el mercado único de servicios de telecomunicación.

### **Actuaciones sobre la alfabetización, la capacitación y la inclusión digitales**

1. Alfabetización y capacitación digitales.
2. Servicios digitales incluyentes.

### **Objetivos del Mercado único digital:**

- Promoción del comercio electrónico: un 50% de la población deberá efectuar compras en línea para 2015. (base de referencia: en 2009, un 37% de usuarios con edades comprendidas entre los 16 y los 74 años habían efectuado pedidos de bienes o servicios con carácter privado en los 12 meses anteriores).
- Comercio electrónico transfronterizo: un 20% de la población deberá efectuar compras transfronterizas en línea para 2015 (base de referencia: en 2009, un 8% de usuarios entre los 16 y los 74 años habían efectuado pedidos de bienes o servicios a proveedores de otros países de la UE en los 12 meses anteriores).
- Comercio electrónico para las empresas: un 33% de PYMEs deberán efectuar compras o ventas en línea para 2015 (base de referencia: en 2008, un 24% y un 12% compró o vendió, respectivamente, de forma electrónica, por un valor igual o superior al 1% de su volumen total de compras o su facturación).

- Mercado único de los servicios de telecomunicaciones: para 2015 la diferencia entre las tarifas de itinerancia y las nacionales deberá aproximarse a cero (base de referencia: en 2009, el precio medio de un minuto de itinerancia ascendía a 0,38 céntimos (por llamada efectuada), y el precio medio por minuto de todas las llamadas en la UE era de 0,13 céntimos (incluida la itinerancia).

#### **Objetivos en Inclusión digital:**

- Aumentar la utilización regular de internet de un 60 % a un 75 % en 2015 y, entre los colectivos desfavorecidos, de un 41 % a un 60 % (la base de referencia son las cifras de 2009).
- Disminuir a la mitad la parte de población que nunca ha usado internet para 2015 (hasta un 15 %) (base de referencia: en 2009, un 30 % de personas con edades comprendidas entre los 16 y los 74 años no había usado nunca internet).

#### **Acciones legislativas sobre Mercado Único digital**

- Propuesta de Directiva marco sobre gestión colectiva de derechos, por la que se establece la concesión de licencias paneuropeas para la gestión de derechos.
- Propuesta de Directiva sobre obras huérfanas para facilitar la digitalización y la difusión de obras culturales en Europa.
- Revisión de la Directiva sobre la aplicación de los derechos de propiedad intelectual.
- Revisión del marco regulador de la protección de datos de la UE con vistas a reforzar la confianza de las personas y fortalecer sus derechos.
- Propuestas para actualizar la Directiva sobre comercio electrónico para los mercados en línea.

#### **Acciones legislativas sobre alfabetización y capacitación digital**

- Propuesta de la alfabetización y las competencias digitales como prioridad para el Reglamento del Fondo Social Europeo (2014-2020).
- Identificar las competencias de los profesionales y de los usuarios de las TIC, en relación con el Marco Europeo de Cualificaciones y con EUROPASS; y desarrollar un Marco Europeo sobre el Profesionalismo en las TIC para incrementar las competencias y la movilidad por toda Europa de los profesionales de las TIC.

## **8. La Agenda Digital para España**

El 15 de febrero de 2013 el Consejo de Ministros aprobó la [Agenda Digital para España](#) como la estrategia del Gobierno para desarrollar la economía y la sociedad digital en España durante el periodo 2013-2015.

Esta estrategia se configura como el paraguas de todas las acciones del Gobierno en materia de Telecomunicaciones y de Sociedad de la Información.

La Agenda se lidera conjuntamente por el Ministerio de Industria, Energía y Turismo y por el Ministerio de Hacienda y Administraciones Públicas.

La Agenda marca la hoja de ruta en materia de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones (TIC) y de Administración Electrónica para el cumplimiento de los objetivos de la Agenda Digital para Europa en 2015 y en 2020, e incorpora objetivos específicos para el desarrollo de la economía y la sociedad digital en España.

### **Objetivos**

La Agenda Digital para España contiene 106 líneas de actuación estructuradas en torno a **seis grandes objetivos**:

1. Fomentar el despliegue de redes y servicios para garantizar la conectividad digital.
2. Desarrollar la **economía digital** para el crecimiento, la competitividad y la internacionalización de la empresa española.
3. Mejorar la administración electrónica y los servicios públicos digitales.
4. Reforzar la confianza en el ámbito digital.
5. Impulsar la I+D+i en las industrias de futuro.
6. Promover la inclusión y alfabetización digital y la formación de nuevos profesionales TIC.

### **Planes**

Para su puesta en marcha y ejecución se definen **nueve planes específicos**: los siete primeros referidos a la Economía Digital y los dos últimos a la Administración electrónica:

1. Plan de telecomunicaciones y redes ultrarrápidas.
2. **Plan de TIC en PYME y comercio electrónico.**
3. **Plan de impulso de la economía digital y los contenidos digitales.**
4. Plan de internacionalización de empresas tecnológicas.
5. Plan de confianza en el ámbito digital.
6. Plan de desarrollo e innovación del sector TIC.
7. **Plan de inclusión digital y empleabilidad.**
8. Plan de Acción de Administración Electrónica de la Administración General del Estado.
9. Plan de servicios públicos digitales.

### **Ejes del Plan de TIC en PYME y comercio electrónico**

- Eje I: Incentivar el uso transformador de las TIC en las PYME.
- Eje II: Fomentar el uso de la factura electrónica.
- Eje III: Fomentar el Comercio Electrónico.

## **Ejes del Plan de impulso de la economía digital y los contenidos digitales**

- Eje I: Contenidos Digitales: con a tres grupos de iniciativas:
  - Iniciativas de Talento dirigidas a aumentar las habilidades y competencias propias del sector.
  - Iniciativas de Financiación para apoyar la innovación y los sub-sectores que sufren fuerte competencia internacional, mediante instrumentos de capital y medidas fiscales que fomenten la inversión.
  - Iniciativas de Industria para aumentar el tamaño de las empresas y fomentar su interrelación.
- Eje II: Adaptación del régimen de derechos de autor.
- Eje III: Programa de reutilización de la información del sector público.

## **Ejes del Plan de inclusión digital y empleabilidad**

- Eje I: Accesibilidad.
- Eje II: Alfabetización.
- Eje III: Igualdad.
- **Eje IV: Empleabilidad.**

### **Empleabilidad**

El cuarto eje del plan (Empleabilidad) se orienta a la mejora de la formación para el empleo dirigida a los nuevos profesionales TIC para la economía digital y a profesionales de otros muchos sectores que necesitan reciclar sus conocimientos.

Asimismo se articulan medidas de impulso a emprendedores, PYME y autónomos para el desarrollo de nuevos negocios en líneas TIC prioritarias y la formación en habilidades para el emprendimiento.

Estas iniciativas están alineadas con la EEEJ (Estrategia de Emprendimiento y Empleo Joven) 2013-2016, con la Ley de apoyo a los Emprendedores y su Internacionalización y con el Real Decreto Ley de 22 de febrero de 2013 de medidas laborales de apoyo al emprendedor y de estímulo de crecimiento y de la creación de empleo.

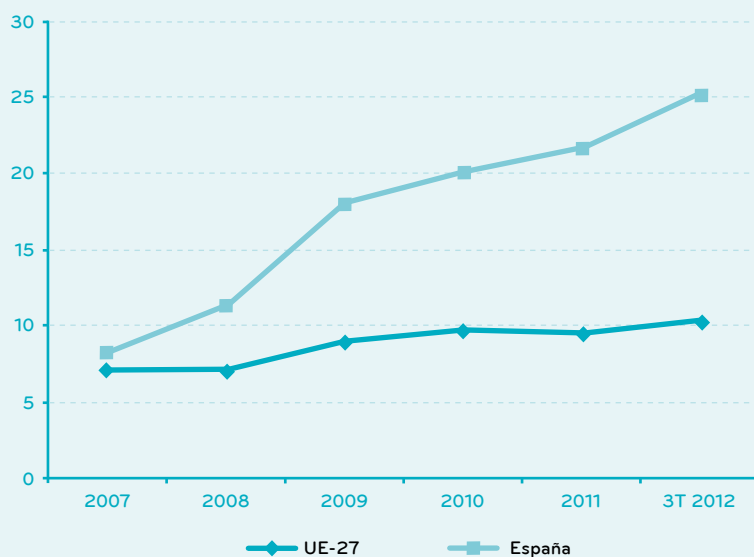
### **Medidas**

- Adecuación de currículos formativos a las demandas del sector.
- Formación para el empleo.
- Emprendimiento.
- Apoyo financiero a emprendedores y a empresas TIC.
- Apoyo financiero para empresas tecnológicas de la ciberseguridad.

## 9. Estrategia de Emprendimiento y Empleo Joven

La Estrategia de Emprendimiento y Empleo Joven es una iniciativa del Ministerio de Empleo y Seguridad Social aprobada en febrero de 2013, tras un proceso de diálogo y participación con los Interlocutores Sociales, para dar respuesta a la situación laboral en la que se encuentran muchos jóvenes en España.

Evolución de la tasa de desempleo 2007-3T 2012 (%)



Fuente: Eurostat

Contempla actuaciones para mejorar la empleabilidad, facilitar la inserción en el ámbito laboral, promover el emprendimiento y mejorar su situación dentro del mercado de trabajo. Para hacerlo posible, la Estrategia contiene **100 medidas** encaminadas a favorecer la inserción laboral de los jóvenes, ya sea **por cuenta ajena** o a través del **emprendimiento**.

### Catálogo de medidas

La Estrategia de Emprendimiento y Empleo Joven, en la que se enmarca la Garantía Juvenil, contempla un catálogo de medidas ajustadas a los distintos perfiles de jóvenes.

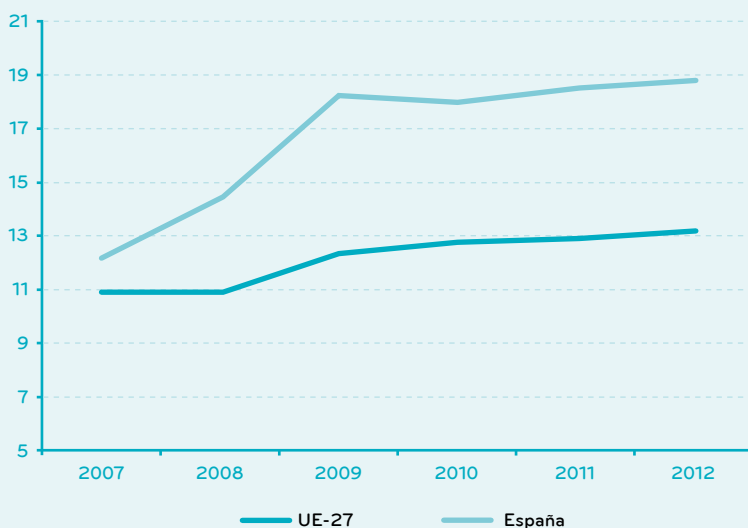
Las medidas previstas se vertebran en torno a **cuatro ejes** principales o líneas de actuación:

- Mejora de la intermediación.
- Mejora de la Empleabilidad.
- Estímulos a la contratación.
- Fomento del emprendimiento.

## Garantía Juvenil

El Consejo Europeo de 7 y 8 de febrero de 2013, reconociendo la situación particularmente difícil de los jóvenes en determinadas regiones, propuso una Iniciativa de Empleo Juvenil, de la que podrán beneficiarse las regiones europeas con tasas de desempleo juvenil superiores al 25% (tasas de menores de 25 años que no estudian ni trabajan: "NEET" not in employment, education or training).

**Evolución tasa NEET 15-24 en España y en la UE 27**



Fuente: Eurostat

El 28 de febrero de 2013 el Consejo de Ministros de Empleo, Asuntos Sociales y Consumo de la UE acordó el establecimiento de la Garantía Juvenil, adoptada formalmente por acuerdo del Consejo europeo el 22 de abril de 2013. En España se enmarca en la estrategia de Emprendimiento Joven aprobada en febrero de 2013 por el Ministerio de Empleo y Seguridad Social.

La Garantía Juvenil es una iniciativa europea que pretende facilitar el acceso de los jóvenes menores de 25 años al mercado de trabajo. La Recomendación sobre la Garantía Juvenil establece que los jóvenes menores de 25 años puedan recibir una oferta de empleo, de educación o formación tras haber finalizado sus estudios o quedar desempleados.

## Financiación

Esta Iniciativa pone a disposición de España un total de **1.887 millones** en euros corrientes para retorno de gastos realizados en atención directa a jóvenes sin ocupación y que no cursen estudios:

- 943,5 millones de la línea presupuestaria específica para **empleo juvenil**.
- 943,5 millones de la inversión específica del **Fondo Social Europeo**.



## 10. CONCLUSIONES (PROVISIONALES)

Para terminar, quisiera resumir este trabajo en 10 conclusiones (provisionales). Los 5 primeros serían los Consejos que daría a mis hijos y a la Generación 2020 y los 5 últimos serían los Consejos que daría a las Administraciones Públicas:

### A. Sobre el mercado de trabajo y la Generación 2020.

- 1ª) Cada vez habrá menos “empleo” (trabajo por cuenta ajena), tanto privado como público, y la Generación 2020 tendrá que acostumbrarse a “emprender” o hacer un trabajo por cuenta propia (autónomo).
- 2ª) Emprender no es sólo “iniciar” un viaje. Es iniciar un viaje, físico o mental, con la idea de “seguir”, y de “per-seguir” y “atrapar” un objetivo (llegar al destino), con una dosis de riesgo y de recompensa (aventura).
- 3ª) No conviene “emprender por emprender”, sin una meta o un destino cierto. Al igual que no conviene emprender sin provisiones y una tripulación preparada; ni invertir todos los ahorros en una actividad que no se conoce bien.
- 4ª) No todos los viajes y “emprendimientos” son iguales (según su duración y riesgo). Hay “start-ups” que persiguen generar unos altos y rápidos beneficios y empresas más tradicionales que permiten vivir de ellas toda la vida.
- 5ª) El dinero es necesario para que una empresa viva, pero no es su finalidad: Una persona necesita ganar dinero para vivir, pero no se trabaja (8 horas al día) sólo para ganar dinero. “Se respira para vivir, pero no se vive para respirar”.

### B. Sobre la Economía Digital y las Política Públicas.

- 6ª) Se necesitan nuevos perfiles de profesionales TIC (tecnólogos): Big Data, Cloud computing, Internet de las cosas; y nuevos profesionales de la Economía Digital (usuarios): Comercio electrónico, marketing digital y contenidos digitales.
- 7ª) Para ello resulta imprescindible la formación, tanto en habilidades digitales básicas (“digital skills”), como en formación para el empleo, formación continua, formación profesional (especialmente, dual), y formación universitaria.
- 8ª) Es imprescindible la colaboración público-privada para la identificación de esos nuevos perfiles y esas nuevas competencias profesionales, en las que han de formarse los jóvenes para que sean los que necesitan las empresas.
- 9ª) Hay que apoyar el “emprendimiento de base tecnológica” (las “start-ups”), pero también el uso de las TIC en el emprendimiento tradicional: la digitalización o transformación digital de las PYMES para que sean competitivas.
- 10ª) Sería conveniente crear la figura del Asesor o Facilitador TIC para PYMES, que ayudara a éstas en cuestiones tecnológicas, como hacen las Gestorías con las cuestiones fiscales o laborales (podrían integrarse en ellas o ser autónomos).