

GLOBAL ENTREPRENEURSHIP MONITOR

INFORME EJECUTIVO 2005-NAVARRA

Los datos utilizados para la confección de este Informe son recogidos
por el Consorcio Internacional GEM.

Su análisis e interpretación es responsabilidad exclusiva de los autores.

DIRECCIÓN DEL PROYECTO:
Equipo Observatorio de Empleo del SNE

DIRECCIÓN TÉCNICA Y DE INVESTIGACIÓN:
Equipo CEIN

Los datos que se han utilizado en la confección de este Informe provienen del Proyecto Global Entrepreneurship Monitor (GEM), que es un Consorcio compuesto, en la edición 2005, por equipos investigadores de las siguientes naciones: Alemania, Argentina, Austria, Australia, Bélgica, Brasil, Canadá, Chile, China, Croacia, Dinamarca, Eslovenia, España, Estados Unidos, Finlandia, Francia, Grecia, Hungría, Islandia, Irlanda, Italia, Jamaica, Japón, Jordania, Latvia, México, Nueva Zelanda, Noruega, Países Bajos, Puerto Rico, Reino Unido, Singapur, Sudáfrica, Suecia, Suiza, Tailandia, Venezuela, y de las siguientes regiones: Escocia, Gales, Irlanda del Norte, Andalucía, Cataluña, Castilla y León, Comunidad Valenciana, Extremadura, Galicia, Islas Canarias, Madrid, Navarra y País Vasco. Los nombres de los miembros de todos los equipos nacionales y regionales están publicados en el Informe Global Entrepreneurship Monitor 2005, que puede obtenerse en www.gemconsortium.org. GEM Global agradece a todos los investigadores del proyecto y a sus patrocinadores, su trabajo y apoyo, que son los que hacen posible que esta investigación vea la luz cada año.

Global Entrepreneurship Research Association

PROYECTO GEM-ESPAÑA: EQUIPOS INVESTIGADORES Y PATROCINADORES

EQUIPO INVESTIGADOR	INSTITUCIÓN	MIEMBROS	PATROCINADORES
Nacional (2000)	Instituto de Empresa	Ignacio de la Vega Alicia Coduras Cristina Cruz Rachida Justo	Instituto de Empresa
Andalucía (2003)	Universidad de Cádiz	José Ruiz Navarro José Aurelio Medina José Daniel Lorenzo Álvaro Rojas Antonio Rafael Ramos Salustiano Martínez	CENTRA (Fundación Centro de Estudios Andaluces) UNICAJA Junta de Andalucía (Consejería de Innovación, Ciencia y Empresa)
Canarias (2004)	Universidad de Las Palmas de Gran Canaria	Rosa M. Batista Alicia Bolívar Esther Hormiga	Caja Insular de Ahorros de Canarias
	Universidad de La Laguna	Alicia Correa	
Castilla y León (2004)	Universidad de León	Mariano Nieto Antolín Constantino García Ramos Roberto Fernández Gago Sergio del Cano Rojo Nuria González Álvarez	Junta de Castilla y León Agencia de Desarrollo Económico de Castilla y León Centros Europeos de Empresas e Innovación de Castilla y León, S.A.
Cataluña (2003)	Universitat Autònoma de Barcelona	Carlos Guallarte Yancy Vaillant David Urbano	Institut d'Estudis Regionals i Metropolitans de Barcelona Generalitat de Catalunya
Comunidad Valenciana (2004)	Universidad Miguel Hernández	José M ^a Gómez Gras Ignacio Mira Solves Jesús Martínez Mateo Antonio J. Verdú	Air Nostrum LAM, S.A.
Extremadura (2003)	Fundación Xavier de Salas-	Ricardo Hernández Mogollón J. Carlos Díaz Casero	Junta de Extremadura
	Universidad de Extremadura		Universidad de Extremadura Caja Badajoz Sodiex Sofiex Pinilla E. Constructora Arram Consultores CC.OO. U.R. Extremadura Urvicasa Caja Rural de Extremadura Servex Palicrisa Fundación Academia Europea de Yuste Grupo Alfonso Gallardo

Infostock Europa de
Extremadura, S.A.
Joca Ingeniería y
Construcciones, S.A.
Cámara de Comercio de
Badajoz
Conyser
UGT Extremadura

Galicia (2005)	Universidad de Santiago de Compostela, CEG, BIC Galicia	José Alberto Díaz de Castro Miguel Freire Neira Emilio Ruzo	BIC Galicia CEG
Madrid (2004)	Universidad Autónoma de Madrid Universidad Politécnica de Madrid	Eduardo Bueno Campos Lidia Villar Carlos Merino Miguel Palacios Tíndaro del Val	Caja Madrid Fundación general de la Universidad Autónoma de Madrid CEIM (Confederación Empresarial de Madrid-CEOE)
Navarra (2005)	CEIN	Pilar Irigoyen Iñaki Mas Erice Arantxa Ibarrola Cristina Arcaya Iñaki Lavilla Fermín Sáez Elba Bienzobas	Servicio Navarro de Empleo
País Vasco (2004)	Universidad de Deusto Universidad del País Vasco	Iñaki Peña Mikel Navarro Francisco Olarte M ^a José Aranguren Juan José Gijaba María Saiz Arturo Rodríguez	Eusko Ikaskuntza Diputación Foral de Guipúzcoa Diputación Foral de Bizkaia Sociedad para la Promoción y Reversión Industrial

Características del espíritu emprendedor



Navarra tiene en el III Plan de Empleo, que abarca el trienio 2005-2007, su principal instrumento para realizar sus políticas activas en materia laboral. Se trata de un documento de planificación que, fruto de la concertación social con la Confederación de Empresarios de Navarra y los sindicatos UGT y CC.OO., recoge como principal objetivo alcanzar el pleno empleo de calidad.

Se trata, sin duda, de un reto colectivo ambicioso, que conlleva al mismo tiempo mejorar la calidad y la productividad del trabajo y requiere a su vez reforzar la inclusión social.

Para poder alcanzar estos objetivos, es decir, para que las personas puedan incorporarse y mantenerse en el mercado laboral en las mejores condiciones, se hace necesaria la creación de puestos de trabajo, con el correspondiente desarrollo empresarial. Por tanto, resulta imprescindible impulsar, fomentar y favorecer el espíritu emprendedor en la sociedad, de manera que las personas se decidan a crear una empresa.

Entre todos, y éste es el quid de la cuestión, debemos ser capaces de dar respuesta a las nuevas demandas de la sociedad navarra en materia de empleo. Se trata de una responsabilidad compartida, a cada entidad y persona en su justa medida, y no exclusiva de los poderes públicos.

Por ello hay que hacer un llamamiento a la participación de los agentes sociales y económicos para que asuman sus compromisos en este tipo de iniciativas; no sólo por su interés para la Comunidad Foral, sino para el crecimiento –en cantidad y calidad– de la cohesión social de nuestra comunidad.

El desarrollo del programa GEM (Global Entrepreneurship Monitor) es una nueva actuación del Gobierno de Navarra en materia laboral. Este

proyecto pretende ser una herramienta eficaz cuya característica principal debe ser su utilidad en las políticas de empleo. Debe ser útil para la planificación, la toma de decisiones en materia de creación de empresas y, en definitiva, para la construcción de tejido empresarial.

Para ello, la información obtenida debe ser de calidad, y éste es uno de los objetivos del proyecto GEM.

Una buena información debe estar vinculada directamente con:

- Un espacio para el “saber”: datos, hechos, conceptos, teorías, leyes..., es decir, con temas relacionados con el “conocimiento”.
- Otro espacio con el área del “saber hacer”, referido a procedimientos, técnicas, destrezas, rutinas, habilidades...
- Y, finalmente, lo que se denomina “saber estar”: es el ámbito referido a las actitudes, valores, normas y compromisos...

Las personas que se deciden a crear una empresa en Navarra cuentan desde ahora, gracias al proyecto GEM, con muchos conocimientos y valores cuya integración es la base para la creación y el mantenimiento de un entramado económico equilibrado, diverso, sólido y competitivo.



José Javier Armendáriz Quel
Consejero de Industria y Tecnología,
Comercio y Trabajo
Gobierno de Navarra

GEM-REM: Aventura y conocimiento para el empleo



La Comunidad Foral de Navarra es, en estos momentos, una de las regiones de España con mayores índices de bienestar y desarrollo económico y social.

Mantener ese nivel de calidad de vida y avanzar en este sentido, supone un reto y un esfuerzo que el Servicio Navarro de Empleo viene llevando a cabo desde el momento de su creación. Un esfuerzo que en estos momentos va dirigido, básicamente, al cumplimiento de los fines estratégicos recogidos en el III Plan de Empleo de Navarra y que no son otros que la consecución del pleno empleo, la mejora de la calidad y productividad en el trabajo, y el reforzamiento de la cohesión e inclusión sociales.

Uno de los factores que inciden de manera más directa en el desarrollo de una sociedad es su situación emprendedora, su capacidad para generar tejido empresarial: ¿cuántas empresas se han creado en determinado periodo de tiempo?; ¿a qué sectores pertenecen?; ¿se crean puestos de trabajo?; ¿van a poder competir con otras empresas de su entorno?; ¿van a ser viables a medio plazo?

Para dar respuesta a estas y a otras cuestiones, la información es una herramienta imprescindible. Una información de calidad, fiable, precisa y rigurosa, que pueda ser contrastada objetivamente y que permita, a su vez, establecer una comparación con otras regiones, tanto de nuestro entorno más cercano, como del resto del mundo.

Éste es el marco donde se ubican el Proyecto GEM (Global Entrepreneurship Monitor), y su aplicación regional, denominada REM (Regional Entrepreneurship Monitor). Ambos proyectos, basados en la utilización de las mismas herramientas y metodologías en todas las regiones, proporcio-

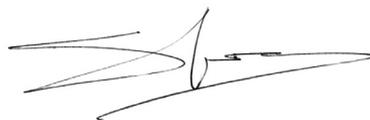
nan información útil y rigurosa, con datos objetivos y comparables sobre la situación emprendedora de un determinado territorio. En este caso en concreto, a iniciativa, liderazgo y patrocinio del Servicio Navarro de Empleo, la Comunidad Foral de Navarra.

Los datos obtenidos, junto con la información aportada en el marco de este proyecto, nos permiten:

- Conocer el diagnóstico del espíritu emprendedor y la creación de empresas en Navarra, y poder compararlos con otras regiones de España y del mundo.
- Disponer de una herramienta objetiva y fiable para la toma de decisiones en materia de empleo.
- Proporcionar información y recomendaciones a los agentes que participan en la creación empresarial, difundiendo los resultados entre las instituciones gubernamentales y todos aquellos agentes económicos y sociales potencialmente interesados.

De esta manera, podemos concluir que éste es, básicamente, un proyecto dirigido a hacer más visible la capacidad emprendedora de nuestra comunidad y a concienciar a la sociedad del papel fundamental que juegan el empresariado y el fomento del espíritu emprendedor en nuestra economía.

En definitiva, necesitamos información de calidad para conocer; conocer para actuar; y actuar, para mejorar.



Susana Labiano
Directora Gerente
Servicio Navarro de Empleo

ÍNDICE DE CONTENIDOS

Sumario ejecutivo	11
Introducción al REM Navarra (Regional Entrepreneurship Monitor)	13
El Proyecto GEM: conceptualización y modelo teórico	15
Ficha técnica	16
Capítulo I	
Actividad emprendedora y dinámica empresarial en Navarra	17
1.1. Actividad emprendedora registrada en la población adulta en Navarra	17
1.2. Dinámica empresarial en la población adulta navarra	18
1.3. Actividad emprendedora en el contexto internacional	20
1.4. Dinámica empresarial en el contexto internacional GEM	25
1.5. Potencial emprendedor de la población adulta navarra en el contexto nacional, europeo y mundial	29
Capítulo 2	
Tipos de comportamiento emprendedor	33
2.1. Introducción	33
2.2. Oportunidad y necesidad en el proceso emprendedor	34
2.3. La decisión de emprender por oportunidad en Navarra respecto a la media de España y el contexto internacional	38
2.4. Desarrollo del proceso emprendedor	40
Capítulo 3	
Perfil socioeconómico de la persona emprendedora navarra	45
3.1. Género	45
3.2. Edad	47
3.3. Educación	50
3.4. Nivel de renta	52
3.5. El proceso emprendedor en zona rural y en zona urbana	53
3.6. Tipo de dedicación	54
Capítulo 4	
El proceso emprendedor de la mujer en Navarra	57
4.1. La actividad emprendedora femenina desde una perspectiva internacional	57
4.2. Género y los determinantes psicológicos y sociales de la actividad emprendedora	62
Capítulo 5	
Características de las actividades resultantes del proceso emprendedor en Navarra	67
5.1. Introducción	67
5.2. Potencial de crecimiento en empleo de las empresas integradas en el proceso emprendedor	70
5.3. Actividad emprendedora de las empresas integradas en el proceso emprendedor	72
5.4. Innovación en las empresas nacientes, nuevas y consolidadas	73

5.5. Internacionalización de las empresas navarras	74
Capítulo 6	
Financiación del proceso emprendedor español	77
6.1. Introducción	77
6.2. Capital semilla, medio necesario para poner en marcha una empresa naciente en 2005 en Navarra	77
6.3. Las fuentes de financiación que se utilizan en el proceso emprendedor	78
6.4. El retorno de la inversión realizada por el emprendedor	79
6.5. El papel del inversor informal tipo "Business angel" en Navarra y en el entorno GEM.	81
6.6. El perfil del inversor informal tipo "Business angel" en Navarra	82
6.7. El papel de las entidades bancarias y de ahorro en el proceso emprendedor	82
6.8. El papel del capital riesgo en el proceso emprendedor en Navarra	84
Capítulo 7	
La percepción de buenas oportunidades para emprender	89
7.1. Motivación para emprender en la población adulta navarra	89
7.2. La opinión de los expertos de las oportunidades y la motivación para emprender	91
7.3. Habilidades y conocimientos para emprender en la población navarra	93
Capítulo 8	
Las condiciones específicas de entorno para emprender en Navarra en el 2005	97
8.1. Introducción	97
8.2. Análisis general del entorno en que se desarrolla la creación empresarial en Navarra	97
8.3. Aspectos favorables, desfavorables y recomendaciones: hablan los expertos	99
8.4. Información detallada relativa a las condiciones de entorno	107
8.5. Posición navarra en el ámbito internacional GEM 2005 acerca del estado de las condiciones de entorno evaluadas por los expertos	113
Capítulo 9	
Conclusiones y recomendaciones	123
Índice de figuras	127
Índice de tablas	129

SUMARIO EJECUTIVO

Este sumario ejecutivo sintetiza aquellos resultados más importantes y significativos del presente informe, el cual estudia los aspectos fundamentales del fenómeno emprendedor en la Comunidad Foral de Navarra en 2005. Este informe elaborado desde una perspectiva regional, nos ofrece una fotografía completa del “entrepreneurship” en Navarra apoyado por comparativas con otras comunidades autónomas e internacionales de gran valor científico.

La actividad emprendedora alcanzó al 5,5% de la población de Navarra, entre 18 y 65 años, lo que significa, aproximadamente que 21.331 navarros y navarras se encontraban involucrados en negocios de menos de 42 meses de funcionamiento. Este dato supone que Navarra tiene un índice TEA de actividad emprendedora prácticamente igual a la media de España (5,4%).

Si se desglosa este 5,5% entre las denominadas Empresas nacientes o “Start up” (menos de 3 meses en funcionamiento) y Empresas nuevas o “Baby business”, se comprueba que el 2% de la población adulta de la Comunidad Foral se encuentra involucrada en actividades empresariales “nacientes”, mientras que el 3,5% lo está en actividades “nuevas”.

En una comparativa internacional, Navarra tiene un comportamiento emprendedor muy similar al de los países más desarrollados de nuestro entorno situando su índice TEA por encima de países como Bélgica, Dinamarca, Suecia, Holanda, Alemania o Italia.

Para terminar de comprender la fotografía emprendedora de Navarra, hay que añadir que el **9% de la población navarra es empresario/a consolidado** (con una empresa que lleva más de 42 meses en funcionamiento) y el 4,75% de la población declara tener intención de acometer un “Start up” en los próximos 3 años.

En Navarra se crean la mayor parte de las empresas por oportunidad y no por necesidad. El 85,5% de las personas en fase naciente o nueva crearon su empresa atendiendo a factores de oportunidad, frente a un 14,5% que respondieron a razones de necesidad. Y más de la mitad de estas personas decidieron emprender para obtener mayor independencia y autonomía.

El perfil de la persona emprendedora en Navarra es **hombre o mujer indistintamente**, en torno a los **43 años**, apareciendo dos subperfiles claramente delimitados según el nivel formativo. La mitad de la muestra tiene estudios primarios o secundarios y la otra mitad medios o superiores.

Su **renta mensual media se sitúa entre los 1.200 y los 1.800** euros y estamos hablando de personas emprendedoras fundamentalmente en **ámbito urbano**, entendido ámbito urbano poblaciones de más de 5.000 habitantes.

El capital medio para la puesta en marcha de una empresa en la Comunidad Foral fue de **41.487,18** euros, aunque el 70% de las personas que estaban en proceso de crea-

ción de empresas necesitaron un capital inicial máximo de 30.000 euros. El 38,5% de los emprendedores de la muestra han financiado sus empresas al 100% por sus propios medios.

En lo relativo a la **financiación ajena**, las **entidades financieras** suponen el recurso empleado con mayor frecuencia (56,4% para los casos de empresas nacientes y 42,1 % para las empresas nuevas). La **financiación “informal”** proveniente del entorno de las personas emprendedoras es tan relevante o más que las aportaciones de las entidades financieras (el 31% de los emprendedores nacientes y el 42,2% de los nuevos han recibido o esperan recibir dinero de su entorno para su negocio).

El 29% de la población considera que existen buenas oportunidades para crear empresas en los próximos 6 meses, porcentaje superior a la media nacional. Por su parte, los expertos consideran que esta afirmación no es ni cierta ni falsa, demostrando cierto escepticismo.

Proporcionalmente **han emprendido más las mujeres que los hombres**. Ellos lo han hecho en un 5,09% del total de hombres y ellas en un 6,05% del total de mujeres. Además, el ratio emprendedora/emprendedor es de 1,19, lo que vendría a significar que **por cada emprendedor hay 1,2 emprendedoras**. Este dato sitúa a Navarra a la cabeza mundial en cuanto a este ratio.

El 83% de las empresas nacientes o nuevas están encuadradas dentro del concepto de **microempresa** (empresas de menos de 10 empleados/as y una facturación inferior a 2 millones de euros) y el 90% de ellas no superan los 10 empleados. Además, estas empresas no tienen perspectiva de crecimiento. A este respecto, **Navarra se sitúa a la cola** de todo el estudio en lo referente a **empresas de alto potencial de crecimiento** (entendido éste como la capacidad de generar más de 19 empleos en 5 años).

La población es optimista ante la creación de empresas. El 29% percibe buenas oportunidades para crear empresas en los próximos 6 meses, y el 65% considera que triunfar al poner en marcha una empresa proporciona buen status social. Además, el 61% de los encuestados en Navarra considera deseable crear una empresa.

Por el contrario, el grupo de **personas expertas** entrevistadas **son más escépticas** a este respecto y muestran un leve acuerdo con que hay mejores oportunidades ahora que hace 5 años y con que actualmente hay buenas oportunidades para crear empresas.

Los factores del entorno mejor valorados por los expertos han sido: Acceso a infraestructura física, Infraestructura comercial y de servicios y Política gubernamental. Mientras que los menos valorados han sido: Educación primaria y secundaria, Apertura de mercado interno, Capacidad de reacción y Normas sociales y culturales.

La mitad de los expertos señalan a las **normas sociales y culturales** como el **principal freno para el desarrollo emprendedor** en Navarra. Mientras que el 58% de ellos considera que **los programas gubernamentales son el principal apoyo**.

Introducción al REM Navarra (Regional Entrepreneurship Monitor)

El Proyecto GEM (Global Entrepreneurship Monitor) ha cumplido seis años en el contexto internacional, cinco en España, y ésta es su primera aparición para Navarra.

De este modo, Navarra viene a sumarse a otras nueve comunidades autónomas (Andalucía, Canarias, Castilla y León, Cataluña, Comunidad Valenciana, Extremadura, Galicia, Madrid y País Vasco) en la elaboración de informes regionales o REM. La inclusión de Navarra en este estudio ha sido considerada fundamental para el Servicio Navarro de Empleo y, por tanto, para el Gobierno de Navarra al entender que era necesario tener datos fiables y científicamente obtenidos y medidos acerca de la actividad emprendedora de la región.

Gracias a la metodología GEM esta información es obtenida de manera precisa y rigurosa y, además, es perfectamente comparable con el resto de comunidades autónomas y/o países de nuestro entorno, lo cual dota al estudio de una profundidad y una riqueza comparativa raramente habitual en estudios de esta índole.

Navarra presume de ser una de las regiones con mayores índices de bienestar y desarrollo económico y social del país. De este modo Navarra, durante el año 2005, está situada en el tercer puesto en el ranking de comunidades autónomas en lo referente a media salarial, acabó el 2005 con la tercera menor tasa de paro según la EPA. Según el Instituto Navarro de Estadística, Navarra es la quinta comunidad española en gasto medio por persona, Navarra superó en un 19,6% la media nacional en lo relativo al PIB por habitante.

La Comunidad Foral de Navarra también destaca en otro tipo de indicadores de bienestar y desarrollo. Por ejemplo, es una de las regiones con mayor Índice de Desarrollo Humano de España y es una de las regiones con menor Índice de Pobreza Humana.

Sin embargo, hasta el momento, Navarra carecía de la herramienta adecuada para estimar y conocer esta actividad tan importante y necesaria para el sustento económico de una región. No en vano, las PYMES son la columna vertebral del crecimiento y desarrollo en Europa ya que, según el último informe del Observatorio Europeo de las PYMES (Año 2003), el 92% de todas las empresas de Europa tienen menos de 10 empleados.

La realidad del desarrollo empresarial y del crecimiento económico y social de las regiones europeas y, por tanto, también de Navarra, pasa por el conocimiento profundo de las personas que ponen en marcha nuevos proyectos empresariales, las características de estas empresas, sus necesidades y visión de futuro.

Las instancias gubernamentales, así como la comunidad científica están de acuerdo en la relevancia de la creación de nuevas empresas, relevancia proveniente de su, cada vez mayor, impacto en el crecimiento económico y en la creación de empleo. Muchas de las políticas activas de los últimos años han ido encaminadas a promover la creación de empresas y el autoempleo como factor generador de riqueza para las regiones, pero estas inversiones y esfuerzos requieren de una vigilancia sistemática de los diferentes factores o variables que inciden en este fenómeno del emprender.

El Proyecto GEM, al alcanzar su sexto año de existencia a escala internacional, sigue fiel a los objetivos originales planteados por sus creadores, el Babson College y la London Business, determinar y comparar los factores que configuran la actividad emprendedora de los países y proporcionar los resultados y conclusiones de estas investigaciones a los gestores políticos y agentes influyentes en este ámbito a todos los niveles.

Una de las principales aportaciones del GEM ha sido el desarrollo del índice TEA (Total Entrepreneurial Activity) que permite medir y comparar la influencia de las políticas gubernamentales y otras variables sobre el fenómeno de la creación de empresas con una perspectiva temporal. Este índice viene a significar la “temperatura” emprendedora de una región o país en relación con el resto de países y con una medición longitudinal en el tiempo.

El TEA, se define como la suma del porcentaje de población adulta involucrada en “Start up” y en “Baby business”, o iniciativas emprendedoras de hasta 3 meses y de entre 3 y 42 meses de actividad. No obstante, este “buque insignia” del GEM, el índice TEA, no siempre ha sido bien recibido en la comunidad científica y en las instituciones, por la confusión que ha generado su interpretación global.

Esta confusión, debida sustancialmente a la inclusión en el Proyecto de distintos perfiles de países en cuanto a crecimiento y desarrollo, se subsana a partir de esta edición al proporcionar resultados agrupados por conjuntos diferenciados de países que resultan más coherentes y que permiten, posteriormente, hacerse una idea del contexto global. Estos grandes conjuntos son países de la Unión Europea, la OCDE y resto de países, por un lado, aunque también se ofrecen otras agrupaciones regionales, por otro.

Para elaborar este y otros indicadores se emplean tres fuentes de información fundamentalmente:

- Una encuesta a la población adulta de cada país y de cada región. En el caso de Navarra se han desarrollado 2.000 cuestionarios, lo cual salvaguarda la calidad y fiabilidad de los resultados (ver ficha técnica del estudio). Este cuestionario tiene como objeto detectar el porcentaje de personas implicadas en procesos de creación de empresas o que sean empresarios/as, así como sus características socioeconómicas.
- Un cuestionario a 36 expertos regionales encuadrados en nueve ejes de investigación, que permiten tener una opinión cualificada y diversa acerca del fenómeno emprendedor en la Comunidad Foral.
- Un conjunto de variables socioeconómicas obtenidas de diferentes fuentes oficiales nacionales e internacionales.

La información ofrecida por estas tres fuentes de información es elaborada y tratada para la elaboración del informe y de sus diferentes capítulos: información sobre la actividad emprendedora de las regiones y su comparativa en el contexto internacional; el comportamiento de las empresas establecidas; las características de estas empresas y sus líderes; el papel de la mujer en la creación de empresas; las percepciones acerca del emprender y su futuro; etc.

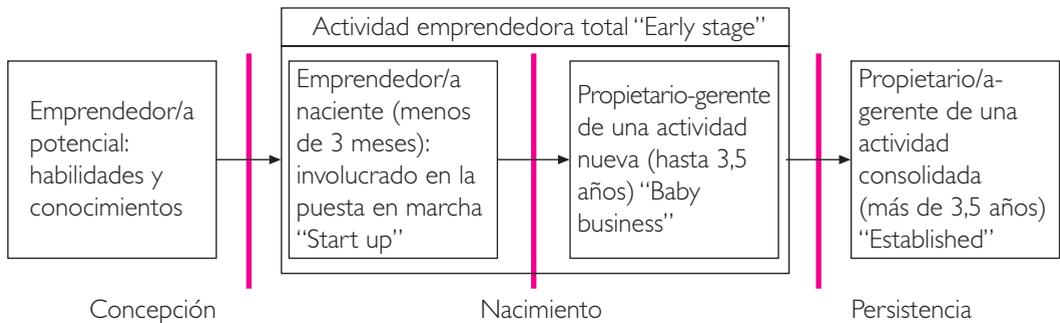
Además, en esta edición se introducen nuevos temas. Entre ellos estarían, el papel de la banca en la financiación y apoyo a la creación empresarial, el nivel y las fuentes de asesoramiento que utilizan los emprendedores en España y las Comunidades Autónomas participantes, una mejor caracterización de las empresas y negocios que se crean mediante el volumen de negocio que facturan, la percepción por parte de los expertos relativa a la creación de empresas de alto potencial de crecimiento, los motivos por los que se cierran empresas y otros.

El primer capítulo del Informe GEM 2005 para Navarra se centra en la estimación de la actividad emprendedora plasmada en empresas en fase de “Early stage” (nacientes o “Start up” y nuevas o “Baby business”) y en la estimación de la dinámica empresarial consolidada, proporcionando cifras de empresas consolidadas (“Established business”) y cierres de actividades de negocio y empresariales llevadas a cabo entre julio de 2004 y julio de 2005.

El Proyecto GEM: conceptualización y modelo teórico

En el seno del Proyecto GEM, se adopta una definición amplia de emprendizaje o entrepreneurship, según esta definición, se considera que son emprendedores activos todos los adultos (entre 18 y 65 años) que se hallan inmersos en el proceso de puesta en marcha de un negocio o empresa, del cual van a poseer parte o todo y/o que, actualmente, son propietarios-gerentes de un negocio o empresa joven. Esta definición incluye el autoempleo.

Figura nº 1
El proceso emprendedor: las definiciones operacionales del Proyecto GEM



“Start up” o Empresas nacientes: Porcentaje de personas involucradas en la puesta en marcha de una actividad independientemente de otra y personas que están involucradas en la puesta en marcha de una actividad desde el desarrollo de otro puesto de trabajo o empresa y que llevasen en ello menos de 3 meses en ambos casos.

En ambas categorías se puede distinguir entre los que han pagado salarios o recogido beneficios (negocios supuestamente registrados, al menos en España) y los que no han pagado to-

davía salarios o recogido beneficios (empresas aún no registradas y en fase de establecimiento). Los que han pagado salarios y no llegan a tres meses se consideran "Start up" y entran en la categoría de emprendedores. Los que no lo han hecho todavía, no se consideran emprendedores de hecho y no entran en los cálculos de actividad emprendedora del GEM.

"Baby business" o "New firms" o Empresas nacientes: Porcentaje de personas que son propietarias o gerentes de empresas o negocios que llevan funcionando entre 3 y 42 meses.

"Established business" o Empresas consolidadas o maduras: Porcentaje de personas que son propietarias o gerentes de empresas o negocios que llevan funcionando más de 42 meses.

La suma de los porcentajes de las "Start up" y las "Baby business" conforman el índice TEA (Total Entrepreneurial Activity).

Ficha técnica

2.000 encuestas telefónicas realizadas a población adulta de Navarra (18 a 65 años) durante el mes de junio de 2005.

Grado de confianza: 95%

Porcentaje de error: $\pm 2,19\%$

P = Q = 50%

Entrevistas semicerradas a 36 personas expertas

Capítulo I

Actividad emprendedora y dinámica empresarial en Navarra

I.1. Actividad emprendedora registrada en la población adulta en Navarra

Según el resultado de los 2.000 cuestionarios realizados a la población adulta de Navarra podemos afirmar, con una seguridad del 95% y un margen de error de $\pm 2,19\%$, que durante el año 2005 el 5,5% de la población Navarra ha estado involucrada en procesos de actividad emprendedora en los términos definidos por GEM. O lo que es lo mismo, 21.331 personas estaban involucradas en fase "Early stage".

Por consiguiente, el nivel de actividad emprendedora bruto total registrado en la población adulta Navarra para el año 2005 es el siguiente:

Tabla nº I		
Actividad emprendedora total registrada en la población navarra en el 2005 en comparación con España		
Actividad emprendedora "Early stage" en la población adulta navarra 05 (índice TEA)		
Estimaciones al 95% de confianza, error $\pm 2,19\%$	Número	%
Personas envueltas en procesos de creación de Empresas nacientes o "Start up"	7.536	2
Personas envueltas en procesos de creación de Empresas nuevas o "Baby business"	13.768	3,5
Actividad emprendedora total en fase de "Early stage" (hasta 42 meses de operatividad)	21.331	5,5
Actividad emprendedora "Early stage" en la población adulta española 05 (índice TEA)		
Estimaciones al 95% de confianza, error 0,7%	Número	%
Personas envueltas en procesos de creación de Empresas nacientes o "Start up"	653.766	2,3
Personas envueltas en procesos de creación de Empresas nuevas o "Baby business"	888.990	3,1
Actividad emprendedora total en fase de "Early stage" (hasta 42 meses de operatividad)	1.542.786	5,4

Por tratarse de la primera edición de este informe en Navarra no hay posibilidad de establecer comparaciones temporales de la evolución de este indicador para nuestra región. No obstante, se puede adelantar que el TEA de Navarra es prácticamente igual al TEA de España, ya que este indicador para el total del Estado es de 5,4% en el año 2005.

En apartados posteriores se tratarán los aspectos comparativos entre regiones españolas, países de la UE, de la OCDE y otros países.

Si se desglosan los dos factores que componen el TEA regional (empresas nacientes y nuevas) comprobamos cómo el porcentaje de personas que tienen empresas de más de tres meses casi duplica al porcentaje de emprendedores/as que llevan entre uno y tres meses. Este desglose del TEA de Navarra contrasta con el TEA para España ya que, en este caso, si bien es cierto que aparecen más casos de empresas nuevas que de empresas nacientes, la diferencia entre ambos porcentajes es inferior.

No obstante, cabe destacar que Navarra muestra un comportamiento similar al del resto del Estado en cuanto al TEA. Si tenemos en cuenta que la actividad emprendedora del año 2004 en España se situaba en un 5,15% de la población, podemos afirmar que sigue existiendo una actitud prudente entre los potenciales emprendedores y que la recuperación de niveles como los registrados en 2001 y en 2003 (superiores al 6% para el total de España), es un poco más lenta que otras ocasiones.

Sin embargo, dicha recuperación se está produciendo en términos globales y, según revelan los informes regionales, de forma más rápida en unas zonas que en otras.

La conclusión que se extrae es que las empresas nuevas mantienen la tendencia a consolidarse y que las empresas nacientes, se van creando, cuando menos, al mismo ritmo que el año anterior.

Por este motivo, podemos concluir que el TEA de Navarra para el 2005 se inscribe dentro de una tónica general en España de recuperación de este índice.

1.2. Dinámica empresarial en la población adulta navarra

El número estimado de empresas consolidadas (es decir, que están operando más de 42 meses) en la población, es el siguiente:

Tabla nº 2		
Empresas consolidadas en la población adulta navarra 2005		
<i>Estimaciones al 95% de confianza, error 2,19%</i>	Número	%
Personas con empresas consolidadas o "Established business"	34.905	9
<i>Estimaciones al 95% de confianza, error 0,7%</i>	Número	%
Personas con empresas consolidadas o "Established business"	2.208.935	7,7

En Navarra, las empresas consolidadas implican hasta un 9% de la población (34.905 personas), un 1,3% superior a la media de España. Ambas cifras confirman la paulatina recuperación de la “temperatura” emprendedora, ya que en el año 2004 este indicador para el total del Estado fue del 6,6%. Por tanto, podemos comprobar cómo las empresas nacientes y las nuevas se van consolidando en el panorama productivo y empresarial.

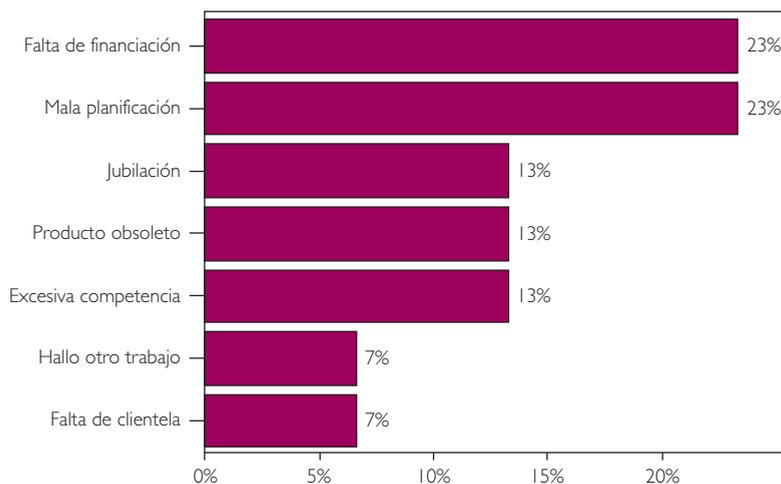
Por otra parte, si el TEA de Navarra es casi idéntico a la media de España, podemos comprobar cómo el empresariado asentado (que no se contabiliza a la hora de calcular el TEA) es superior en Navarra en términos proporcionales.

Tabla nº 3
Cierre de negocios, empresas o cese de autoempleo
en la población adulta navarra 2005

<i>Estimaciones al 95% de confianza, error 2,19%</i>	Número	%
Iniciativas que han cerrado o cesado	5.818	1,5%
<i>Estimaciones al 95% de confianza, error 0,7%</i>	Número	%
Iniciativas que han cerrado o cesado	408.392	1,4%

El número de empresas cerradas en Navarra representan el 1,5%, prácticamente lo mismo que la media de España. Según informes GEM de años anteriores, estas cifras se sitúan en cantidades normales y habituales de mortandad empresarial.

Figura nº 2
Distribución de las respuestas obtenidas acerca
del principal motivo que ha impulsado el cierre
de actividades de negocio, empresariales y autoempleo



En el caso de Navarra, los aspectos intrínsecos a la gestión y previsión del desarrollo del propio negocio (la mala planificación, la obsolescencia del producto o servicio, la excesiva competencia, etc.) representan la mitad de los casos de cierre. Esto lleva a pensar que es necesario profundizar en los aspectos formativos de las personas emprendedoras con el fin de poder resolver esos aspectos de gestión y de conocimiento del entorno y del mercado en el que van a desarrollar su actividad empresarial.

Estos factores intrínsecos son aspectos de la previsión, organización y gestión empresarial sobre las cuales toda persona emprendedora debe trabajar y formarse antes de la puesta en marcha y durante el ciclo de vida de la empresa. El desarrollo de planes de viabilidad de calidad, junto con la mejora del análisis de mercado facilitarían la reducción de cierres empresariales relacionados con la gestión.

Parece que si estos aspectos se mejoran, paralelamente lo harán los canales de financiación, pues los inversores, la banca y las ayudas públicas se interesarán más por proyectos bien estructurados e innovadores que por aquellos que no cuidan estos aspectos y tiene escasas garantías de desarrollo y permanencia.

1.3. Actividad emprendedora en el contexto internacional

Los resultados presentados en los apartados anteriores se basan en la encuesta a la población adulta llevada a cabo en España y Navarra.

Estas magnitudes se han calculado ponderando a cada individuo en función del sexo y grupo de edad en relación a las cifras de dicha población facilitadas por el INE. Sin embargo, para establecer las comparaciones internacionales, el Proyecto GEM Global utiliza una única fuente de referencia: la base de datos internacional de población que publica el US Census.

Al existir ciertas diferencias entre las cifras de población española del INE y las del US Census, los indicadores que proporciona GEM Global se aproximan a los que se calculan por parte del GEM España, pero tienen ligeras diferencias.

Por eso observaremos cómo los índices TEA y otras magnitudes varían levemente cuando se comparan con España y el resto de comunidades autónomas que cuando se hace la comparativa con otros países. Con todo, las diferencias son mínimas y entran perfectamente en el intervalo de confianza que se genera en torno a las estimaciones. Los datos comparativos tomados de un modo u otro se muestran en la Tabla nº 4.

De esta diferencia, Navarra presenta un porcentaje de actividad emprendedora del 5,49% en el contexto internacional (Us Census), mientras que este mismo porcentaje en dimensión nacional y regional (datos del INE) nos han proporcionado una cifra del 5,5%. En Navarra no se aprecian apenas diferencias respecto a la referencia nacional e internacional. No sucede lo mismo con otros casos, como España, cuyo TEA según el INE es del 5,4% frente al 5,65% en el contexto internacional.

Tabla nº 4
Variación del índice TEA según variación de fuente de referencia

Región	TEA según INE	TEA según US Census
Madrid	6,59	6,85
Extremadura	6,30	6,98
Cataluña	6,09	6,81
Canarias	5,73	5,83
Andalucía	5,68	5,72
Galicia	5,58	5,53
Navarra	5,50	5,49
Nacional, España	5,36	5,65
C.Valenciana	5,09	5,42
País Vasco	4,75	5,40
Castilla y León	4,74	4,82

A continuación se presentan los resultados comparativos acerca del nivel de actividad emprendedora en las naciones y regiones participantes en el Proyecto GEM 2005.

En la Figura nº 3 se muestra la posición relativa de Navarra entre los principales países que componen la Unión Europea y las demás regiones españolas participantes en el GEM 2005.

A la vista de los datos podemos afirmar que Navarra tiene un comportamiento emprendedor muy similar al de los países más desarrollados de nuestro entorno situando su índice TEA internacional casi al mismo nivel de España y por encima de países como Bélgica, Dinamarca, Suecia, Holanda, Alemania o Italia.

En cuanto al resto de regiones españolas cabe destacar que todas ellas se encuentran comprendidas entre el 4,82% de Castilla y León y el 6,98% de Extremadura, región esta última con el mayor índice TEA de España junto con Madrid y Barcelona.

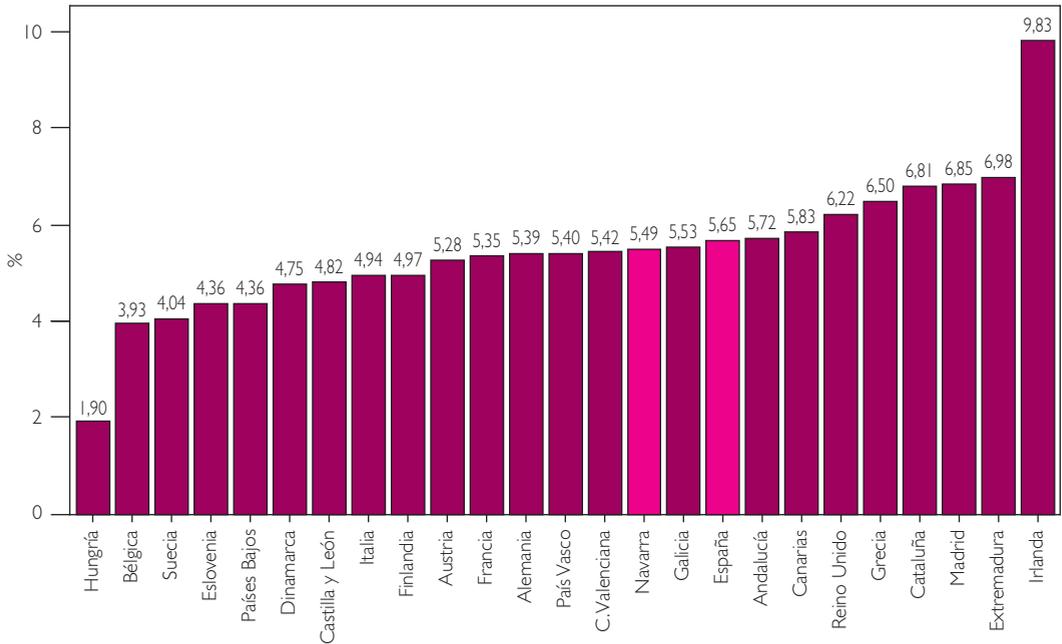
Es evidente que tanto Cataluña como Madrid son los dos principales focos de desarrollo económico y empresarial de España, por lo que no sorprende que sean dos de las regiones en las que el nacimiento de nuevas empresas es mayor. Por su parte, el comportamiento de Extremadura responde a otras razones. Esta comunidad es una de las comunidades españolas con menor desarrollo económico de España, pero en la que se están implementando gran cantidad de iniciativas y programas regionales para impulsar su crecimiento, en particular, fórmulas de autoempleo como medio para desarrollar la región y combatir el paro.

La gran mayoría de los países de la UE muestran un índice de actividad empresarial bastante similar exceptuando dos naciones: Hungría por debajo e Irlanda por encima. En el caso de

Hungría se debe a que el trasfondo político no es el mismo que en el resto de la UE y la población tiene más trabas burocráticas para emprender, a lo que hay que añadir la falta de financiación para poner en marcha un negocio.

Por su parte, Irlanda viene creciendo en términos de actividad emprendedora desde hace varios años y se va desmarcando del resto de países de la UE en este aspecto, debido a una amplia campaña de impulso hacia esta alternativa profesional.

Figura nº 3
Actividad emprendedora en el contexto de la Unión Europea

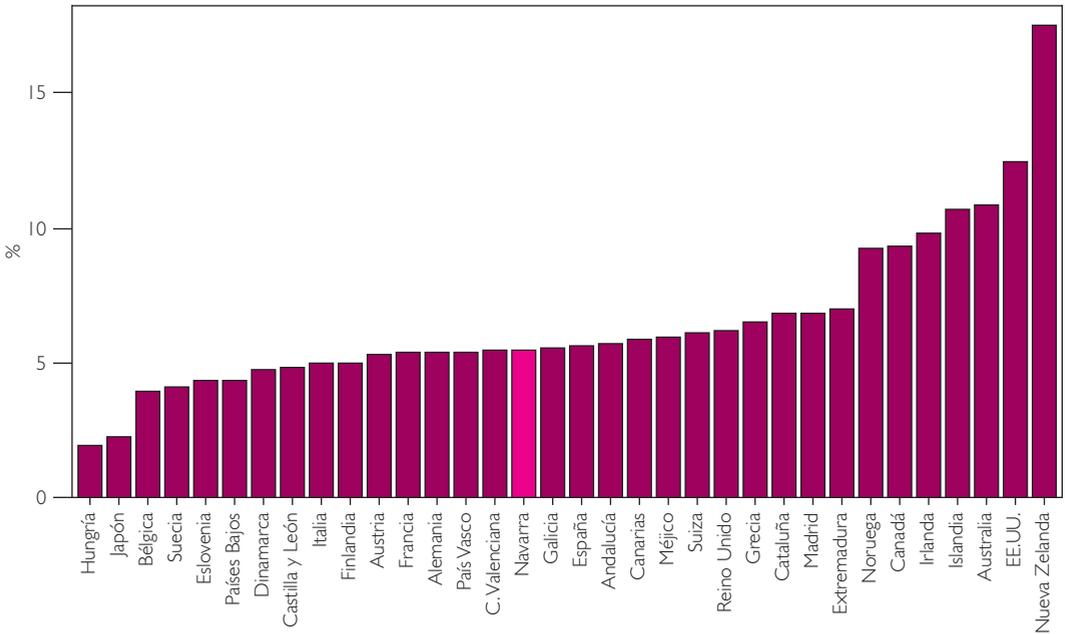


En relación a los países de la OCDE, la Comunidad Foral, nuevamente se alinea con los países de su entorno geoeconómico y con las demás regiones de España, quedando muy lejos de los niveles TEA de países como Irlanda, Islandia, Australia, EE.UU. o Nueva Zelanda.

El índice TEA estudiado de manera comparativa entre países y regiones permite intuir diferentes modelos de desarrollo socioeconómico que subyacen debajo de este índice. De este modo, podemos observar el comportamiento de muchos países y regiones europeas, entre las cuales se encuentra Navarra, en las que el gran volumen de empleo lo generan las grandes compañías y las propias estructuras funcionariales de cada estado o región. En estos casos, la actividad emprendedora es discreta y se va desarrollando paulatinamente a medida que el mercado laboral lo demanda.

En el otro extremo se encuentran países como Australia, EE.UU. o Nueva Zelanda que siempre se han caracterizado por tener una población muy emprendedora por tradición y forma de organización del país, derivada de una forma de vida colonial y comercial.

Figura nº 4
Actividad emprendedora en el contexto de la OCDE



Los resultados del Proyecto GEM han puesto de manifiesto que tener una alta tasa de actividad emprendedora en la población no es sinónimo de desarrollo. El siguiente gráfico muestra la situación en los países que no están en el seno de la OCDE. Las tasas de actividad emprendedora son elevadas y superiores a las de la mayoría de países desarrollados en el caso de Jamaica, Tailandia y Venezuela, pero tras ellas subyace una mayor necesidad de emprender por parte de la población y una menor calidad de las iniciativas emprendedoras en términos de dimensión, innovación, creación de empleo, internacionalización y otras características relevantes.

Como se comentaba con anterioridad, tener una alta tasa de actividad emprendedora en la población no es sinónimo de desarrollo. Esta afirmación viene avalada por la Figura nº 6. Si bien puede ser un gráfico confuso, su lectura es muy sencilla ya que pone en relación el índice TEA, en el eje vertical, respecto del PIB per cápita, en el horizontal. De este modo se pone de manifiesto que los tres países con mayor índice TEA son los tres países con menor PIB per cápita y por tanto con menor desarrollo, donde las personas, a su vez, emprenden por necesidad.

Por eso, cuando GEM ofrece un gráfico de situación internacional global, éste no se puede interpretar sin tener en cuenta el nivel de desarrollo de cada nación y su estructura macroeconómica y demográfica. El gráfico indica que, en proporción, hay más personas adultas inmersas en actividades emprendedoras en Jamaica que en Alemania, Canadá o Australia, por ejemplo, pero no nos informa acerca de su dimensión, calidad e impacto en la economía, aspectos que se analizan posteriormente.

Figura nº 5

Actividad emprendedora en países no integrados en la OCDE

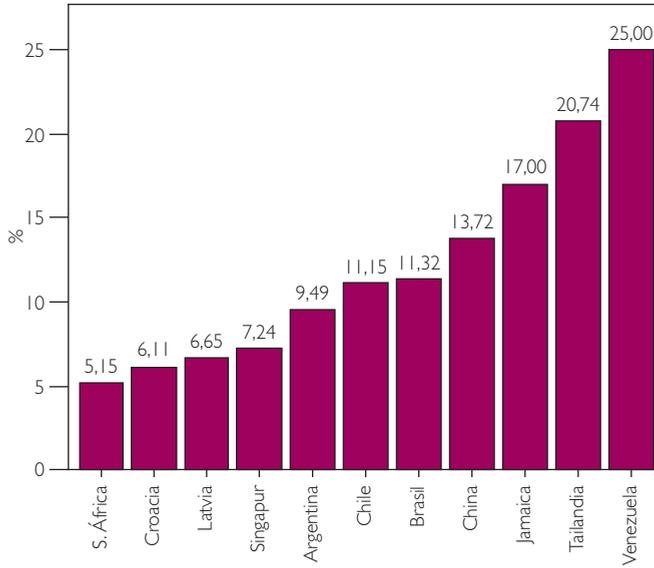
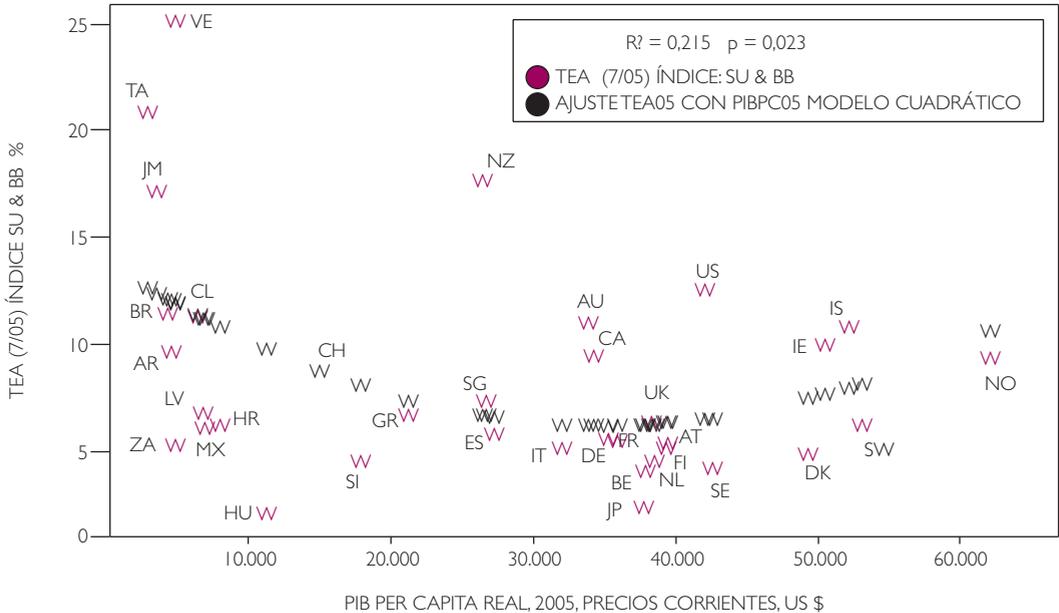


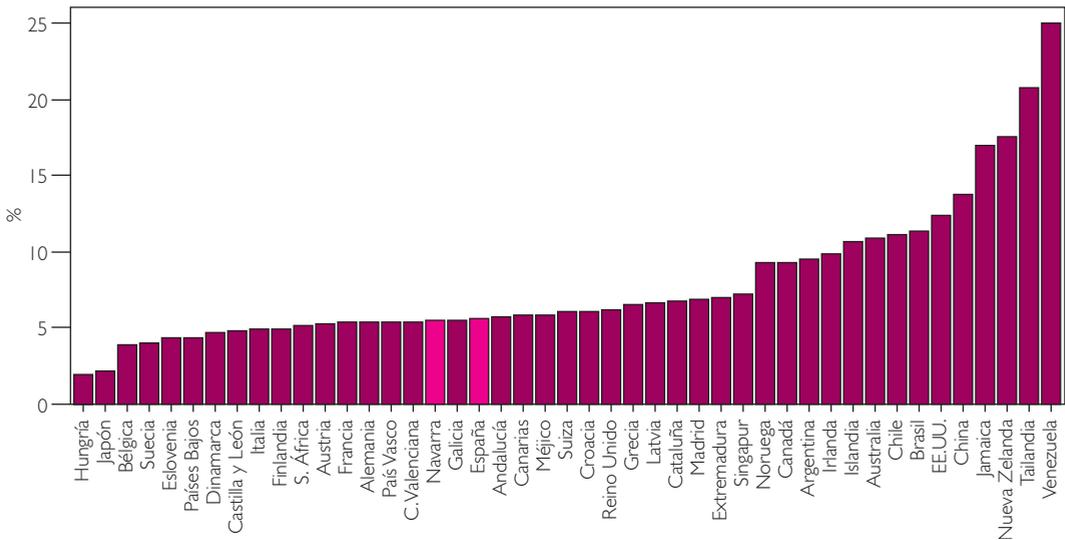
Figura nº 6

Relación de dependencia del TEA respecto del nivel de desarrollo de los países GEM 2005 como conjunto total



Teniendo en cuenta lo anteriormente comentado, la actividad emprendedora en fase de “Early stage” entendida, como tasa bruta de población adulta que desarrolla este tipo de actividades y, sin tener en cuenta su calidad, dimensión o cualquier otra característica, en el conjunto de países participantes en GEM 2005, es la que se muestra en la siguiente gráfica:

Figura nº 7
Actividad emprendedora como porcentaje de la población adulta que desarrolla actividades en fase de “Early stage” en los países GEM05, sin analizar su calidad y dimensión



1.4. Dinámica empresarial en el contexto internacional GEM

La Figura nº 8 muestra el porcentaje de empresas consolidadas (Established business) estimado en la población adulta de los países participantes. Se trata de empresas, negocios y autoempleos que llevan operando más de cuarenta y dos meses y que se mantienen activas.

Al igual que en el apartado anterior, es necesario mostrar estos resultados para la UE, la OCDE y países no integrados en la OCDE antes de hacerlo de forma global, para evitar errores de interpretación. Por ejemplo, en la UE se puede apreciar cómo Grecia encabeza la gráfica porque proporcionalmente hay más negocios y empresas consolidadas entre su población que en el resto. Sin embargo, debemos tener en cuenta su menor desarrollo y que la calidad y dimensión de estas empresas no es comparable con las de otros países como, por ejemplo, Alemania.

El paralelismo entre esta gráfica y la referente a actividad emprendedora es evidente y muestra la estrecha relación entre ambos conceptos.

Dicho esto, cabe destacar que si bien Navarra tenía un nivel de “Early stage” muy similar al de España y al del resto de países europeos, se observa que en empresas consolidadas se sitúa muy por encima de muchos países europeos. Es digno de mención que varias comuni-

dades de España tiene altos índices de empresas consolidadas. De este modo Madrid, Cataluña, Castilla y León, Navarra, Canarias, País Vasco y Comunidad Valenciana (siete comunidades) están entre las diez primeras regiones o países de la UE en este ámbito.

Los siguientes gráficos (Figuras nº 8 y nº 9), indican claramente que Navarra posee un tejido empresarial amplio y asentado en el mercado en relación con las regiones y países de su entorno socioeconómico más cercano, ya que el 8,77% (9% con datos INE) de la población tiene una empresa desde hace más de 42 meses. Si a este factor se suma la baja tasa de mortalidad de empresas, que es del 1,5% tal y como se indica en la página 19 podemos confirmar y reafirmar que Navarra posee un tejido empresarial sólido y asentado.

A niveles de la OCDE, la Comunidad Foral de nuevo se posiciona como una de las regiones más importantes del panorama mundial. Con un ratio de empresas consolidadas muy cerca de países como Australia y superior a otras naciones de gran desarrollo socioeconómico como Alemania, Reino Unido o Estados Unidos, por citar algunos.

Estas cifras de empresa consolidada para Navarra se correlacionan con el crecimiento económico y con los índices de desarrollo de la Comunidad Foral. Navarra, gracias a su régimen fiscal, a su situación geográfica y al alto nivel formativo y preparación de su ciudadanía, entre otros factores, ha sido capaz de atraer inversiones extranjeras y de desarrollar un tejido productivo sólido y que se mantiene en el tiempo. Esta situación generó una dinámica en los años 70 y 80 por la que surgieron gran cantidad de empresas auxiliares de las multinacionales que se instalaron, y esto, a su vez, requirió de empresas de servicios que completasen el cuadro productivo.

Figura nº 8

Empresas consolidadas detectadas como porcentaje de la población en el contexto de la Unión Europea

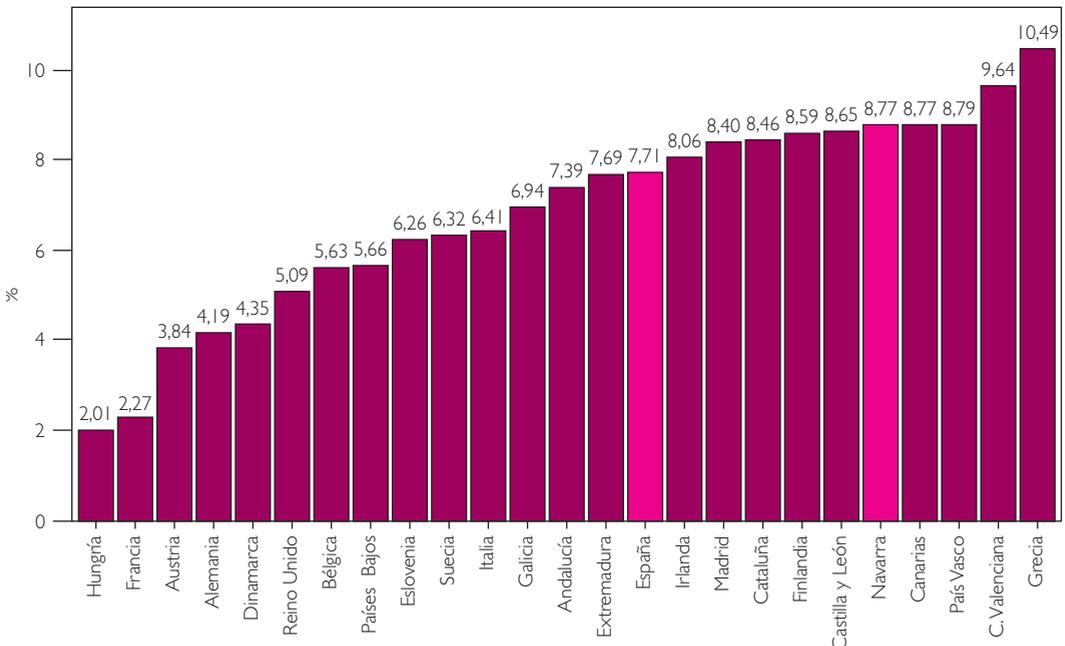


Figura nº 9
Empresas consolidadas detectadas como porcentaje de la población en el contexto de la OCDE

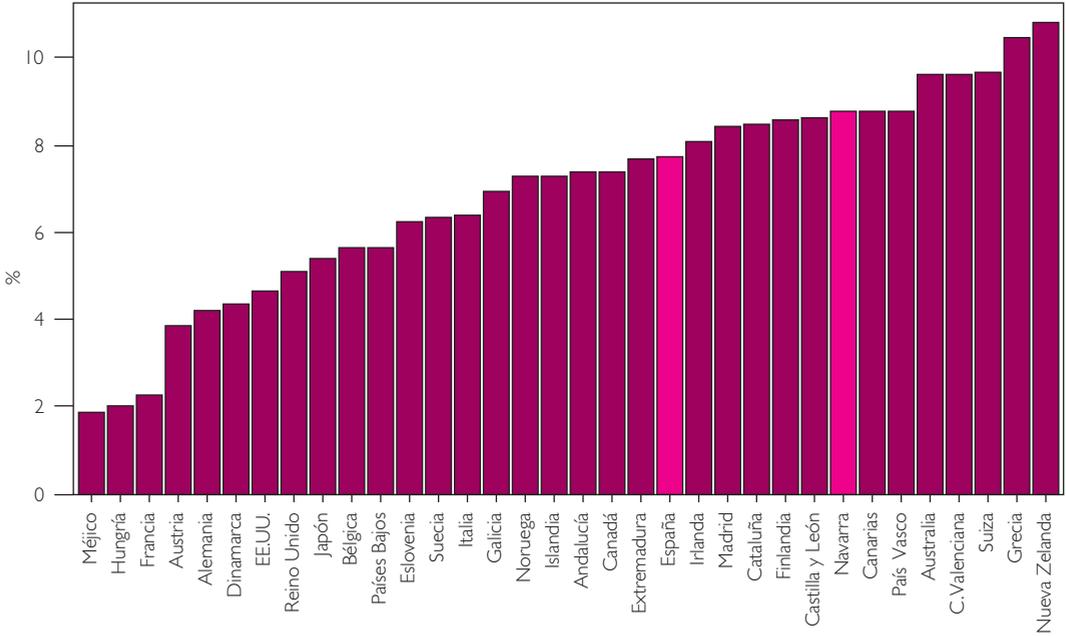


Figura nº 10
Empresas consolidadas detectadas en la población de todos los países y regiones españolas GEM 2005

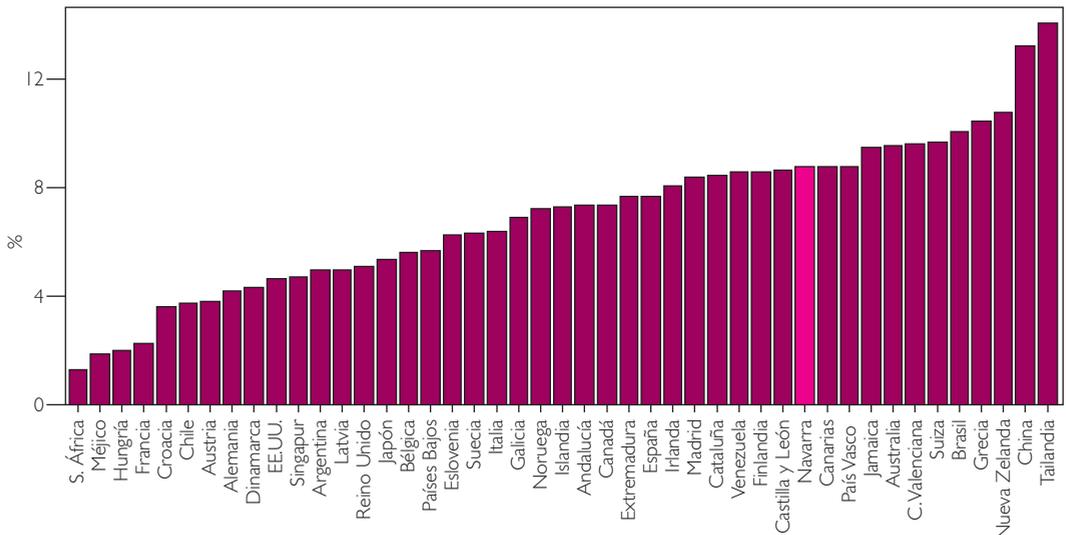


Figura nº 11

Porcentaje de cese de actividades en la población de los países de la UE y regiones españolas que participan en GEM 2005

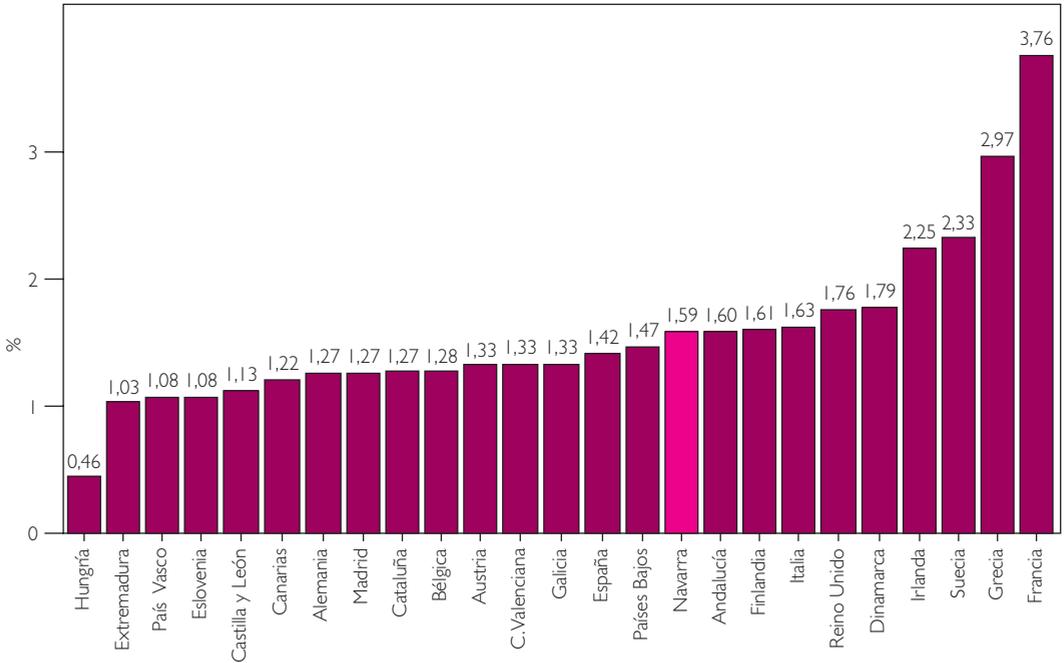


Figura nº 12

Porcentaje de cese de actividades en la población de los países de la OCDE y regiones españolas que participan en GEM 2005

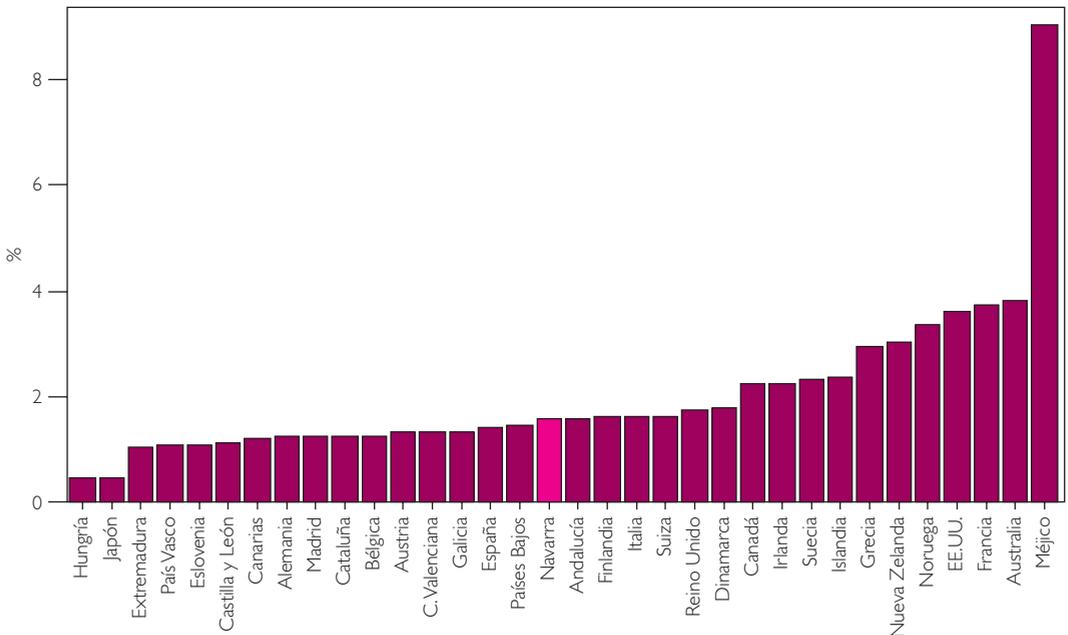
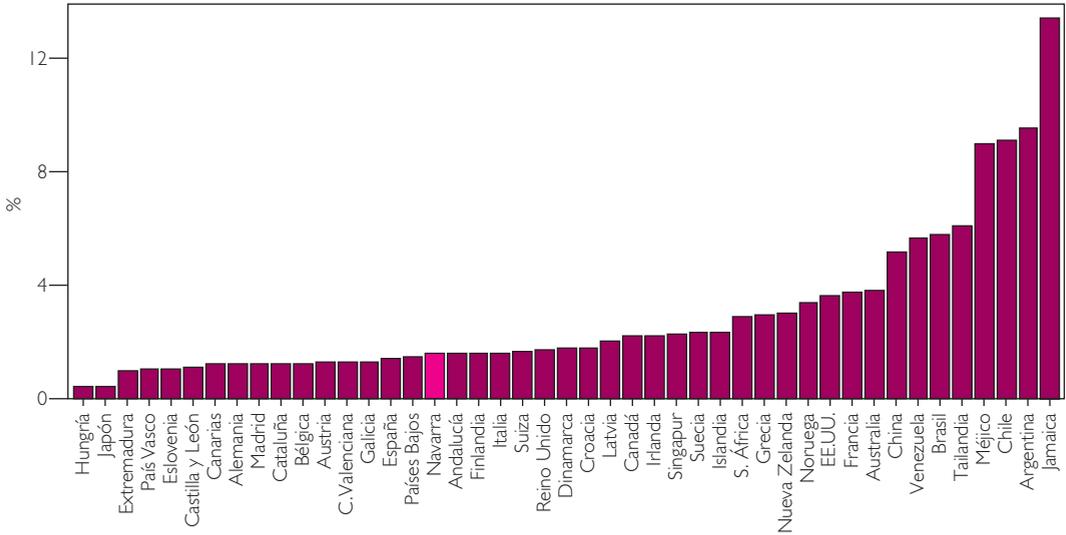


Figura nº 13
Porcentaje de cese de actividades en la población de todos los países que participan en GEM 2005



En la comparativa internacional, cabe destacar que en Navarra el 1,59% de las personas entrevistadas confirmaron haber cesado su actividad empresarial durante el año 2004. Una vez más, la Comunidad Foral tiene un comportamiento muy parecido a los países más desarrollados y avanzados de su entorno, con porcentajes de cierre empresarial muy similares a países como Holanda o Finlandia, por ejemplo, y presentando menos cierres que países relevantes como pueden ser Reino Unido, Nueva Zelanda o los Estados Unidos.

1.5. Potencial emprendedor de la población adulta navarra en el contexto nacional, europeo y mundial

Los anteriores apartados de este capítulo abordan el análisis de la actividad y dinámica emprendedora, la “Early stage”, en términos GEM. En este apartado se va a analizar el potencial emprendedor de Navarra según las respuestas de los/as entrevistados/as. De este modo, estamos hablando de las intenciones futuras respecto a emprender relatadas por los entrevistados.

Así, en Navarra, a la pregunta: ¿Espera acometer un “Start up” en los próximos 3 años?, la tasa de respuesta obtenida es la siguiente:

Tabla n° 5
Emprendedores/as potenciales en la población adulta navarra 2005
y su comparación con España

Emprendedores/as potenciales en la población adulta navarra 2005

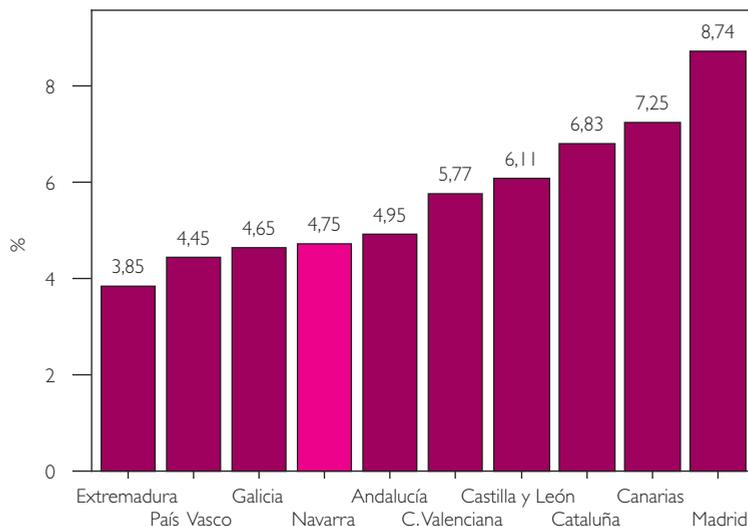
<i>Estimaciones al 95% de confianza, error 2,19%</i>	Número	%
Emprendedores potenciales	17.259	4,75
<i>Estimaciones al 95% de confianza, error 0,7%</i>	Número	%
Emprendedores potenciales	1.500.378	5,3

De cumplirse este indicador, el índice TEA de Navarra disminuiría en los próximos años, ya que menos personas manifiestan tener intención de poner en marcha una actividad empresarial que las registradas en 2005. Hay que recordar que el TEA de Navarra en esta edición es del 5,5% y la intención de crear empresas se reduce al 4,75%.

En el caso de España su índice TEA ha sido del 5,4%, la intención de emprender a tres años es casi igual (5,3%). Con lo cual, de no haber importantes cambios en el entorno, parece que la actividad emprendedora disminuiría en Navarra y se mantendría en España. Este dato habrá que contrastarlo con las nuevas ediciones del informe.

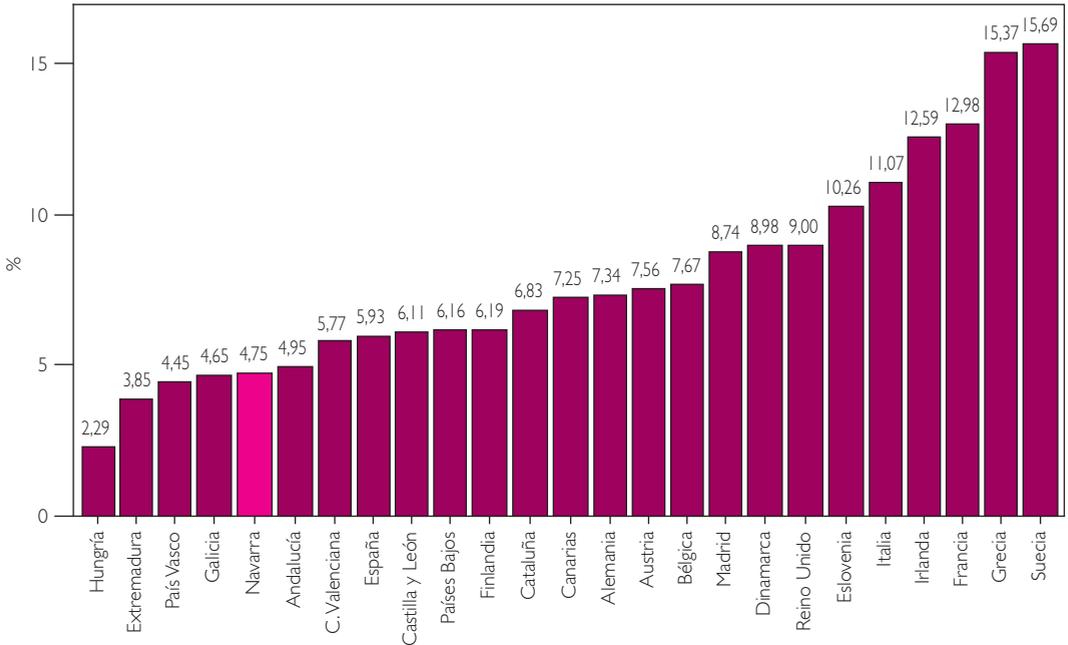
No obstante, Navarra no estaría sometida a cambios bruscos como podrían darse en el caso de Extremadura (en el lado negativo) o en el de Madrid (en el lado positivo).

Figura n° 14
Porcentaje de emprendedores/as potenciales en la población
de las regiones españolas GEM 2005



En la comparativa con las regiones españolas, Navarra aparece por debajo de la media en cuanto a potenciales emprendedores/as alineada con regiones como el País Vasco, Galicia o Andalucía, pero lejos de otras regiones destacadas como Canarias o Madrid.

Figura nº 15
Porcentaje de emprendedores/as potenciales en la población
de los países de la UE y regiones españolas GEM 2005



Si en anteriores apartados la Comunidad Foral revela un comportamiento alineado con los países más avanzados y desarrollados de la UE, en este apartado de emprendedores/as potenciales aparece en los niveles más bajos, por debajo del TEA registrado en 2005. Habrá que esperar a ediciones posteriores del estudio GEM para comprobar si el TEA en Navarra disminuye o si las intenciones declaradas en primera instancia varían a la hora de la verdad.

Capítulo 2

Tipos de comportamiento emprendedor

2.1. Introducción

La actividad emprendedora registrada en los países y regiones participantes en el Proyecto GEM es medida y desarrollada desde dos esferas diferenciadas, las cuales responden a dos motivaciones principales: la necesidad de emprender frente a mejores alternativas de trabajo y el aprovechamiento de oportunidades de negocio que son detectadas por emprendedores potenciales, o lo que en lenguaje GEM se conoce como emprender por necesidad o emprender por oportunidad. Se entiende que estas dos motivaciones son fruto de situaciones personales, de entorno y socioeconómicas muy diferentes y, por tanto, merecen un análisis específico.

Para establecer qué porcentaje de la población emprende o ha emprendido anteriormente por estos dos motivos fundamentales, la encuesta a la población adulta contiene una serie de preguntas especialmente dedicadas a investigar este tema.

En ediciones anteriores del informe, simplemente se preguntaba a los entrevistados inmersos en el proceso emprendedor si lo hacían por necesidad u oportunidad. A partir de la edición 2005 se ha mejorado este apartado con preguntas de control que permiten clasificar a los individuos con mayor precisión en estos dos grandes apartados.

Así, además de responder a la pregunta simple (“haber puesto en marcha un negocio para aprovechar una oportunidad, por no tener mejores opciones de trabajo, una combinación de las dos anteriores o búsqueda de mejores oportunidades a pesar de tener trabajo”), se ha añadido otra pregunta en la cual los entrevistados tienen que identificar una motivación más específica, tal como: deseo de mayor independencia, aumento de los ingresos personales, simplemente mantener el nivel de ingresos u otro caso que deben explicar.

Finalmente, la batería se completa con una explicación de si primero le vino la idea de negocio, o el deseo de emprender, o ambas cosas fueron simultáneas. Cruzando estas variables entre sí, se avanza en la investigación del comportamiento emprendedor y se elimina el subjetivismo a que puede estar sometida la primera pregunta.

Este nuevo desarrollo y profundización en estos aspectos nos permite conocer con mayor calado las motivaciones de las personas emprendedoras, así como la “calidad” de estas motivaciones, si se puede hablar en estos términos. Ya que parece que a más emprendedores por oportunidad y menos por necesidad, estas empresas y estos emprendedores más y mejores posibilidades tendrán de desarrollar su actividad económica de manera satisfactoria y fructífera.

2.2. Oportunidad y necesidad en el proceso emprendedor

La siguiente tabla resume las cifras relativas a los diversos comportamientos emprendedores en Navarra y en comparación con España, distinguiendo entre las personas que están en fase naciente ("Start up") y las que poseen una empresa nueva ("Baby business").

Tabla nº 6			
Tipos de comportamiento emprendedor en Navarra tomando como base el total de la población adulta de Navarra y su comparación con España			
Navarra			
Tipo de motivación	"Start up"	"Baby business"	"Early stage" total (SU+BB)
<i>% sobre la población de Navarra y número de personas</i>			
Oportunidad pura	(1,2) 4.460	(2,4) 9.144	(3,6) 13.574
Oportunidad en parte	(0,6) 2.133	(0,6) 2.237	(1,2) 4.460
Necesidad	(0,3) 970	(0,6) 2.133	(0,9) 3.103
España			
Tipo de motivación	"Start up"	"Baby business"	"Early stage" total (SU+BB)
<i>% sobre la población española y número de personas</i>			
Oportunidad pura	(1,4) 399.172	(1,8) 518.526	(3,2) 907.272
Oportunidad en parte	(0,6) 173.378	(0,7) 204.764	(1,3) 364.520
Necesidad	(0,3) 81.216	(0,5) 148.462	(0,8) 227.228

Los resultados muestran el claro predominio de la motivación de emprender por oportunidad, típica de los países desarrollados. Se confirma la hipótesis inicial de que en los países más avanzados y desarrollados las empresas creadas son consecuencia de la aparición de oportunidades de negocio que surgen del propio desarrollo socioeconómico y de las necesidades generadas a partir de este desarrollo.

En el caso de Navarra, porcentualmente, se supera en cuatro décimas las cifras de la media española lo que reafirma esta tendencia de que a mayor desarrollo, mayor índice de emprender por oportunidad.

Tendremos que esperar a los informes venideros en los próximos años para ver la evolución de estos indicadores y saber si la oportunidad mantiene su hegemonía frente a la necesidad en Navarra.

No obstante, a nivel de España se ha detectado un cambio de tendencia. De este modo, la actividad emprendedora por oportunidad desciende un 2,8% respecto al año anterior y la

actividad emprendedora por necesidad aumenta un 29% proporcionalmente. Este hecho se relaciona con la inmigración y también, en parte, con la saturación del mercado laboral en cuanto a su oferta de empleo “estable, seguro y bien remunerado”, hecho que empuja a muchos recién licenciados a plantearse la alternativa de convertirse en empresarios.

Tabla nº 7
Tipo de comportamiento emprendedor “Early stage” en Navarra y en comparación con España como porcentaje de la población adulta y como porcentaje de la actividad emprendedora total “Early stage”

Navarra				
Año de medición	TEA	TEA oportunidad	TEA necesidad	TEA otro caso
2005	5,5 (100%)	4,8 (85,5%)	0,9 (14,5%)	0%
España				
Año de medición	TEA	TEA oportunidad	TEA necesidad	TEA otro caso
2005	5,4 (100%)	4,5 (81,5%)	0,8 (14,8%)	0,2 (3,7%)

Figura nº 16
Actividad emprendedora por oportunidad y necesidad en la UE

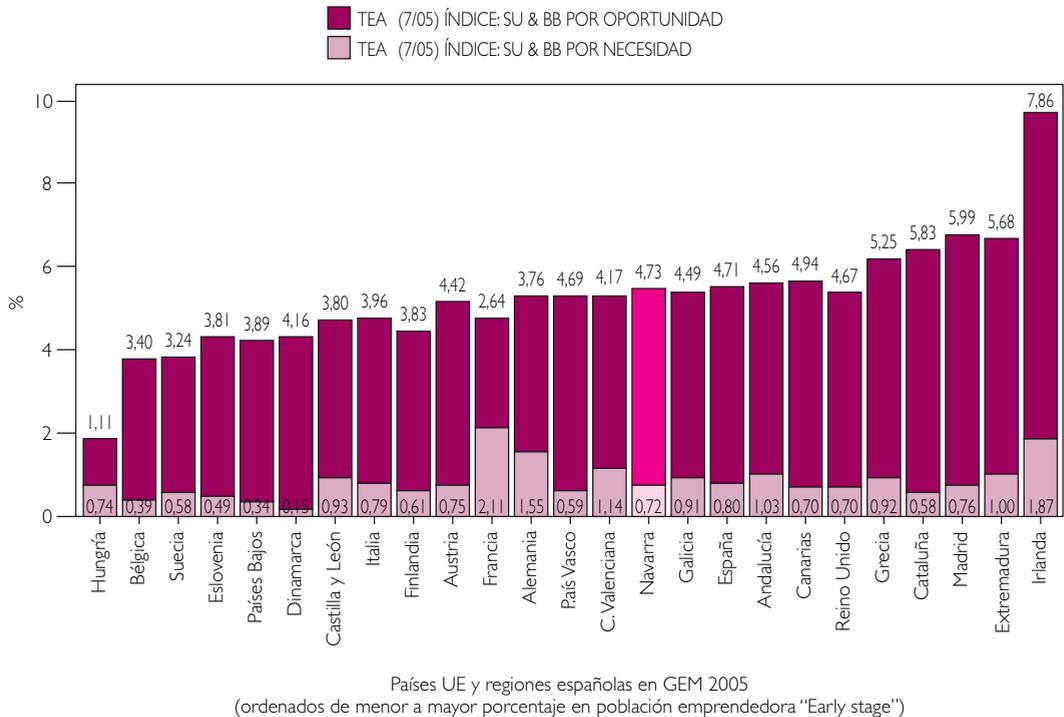


Tabla n° 8
TEA por oportunidad vs TEA por necesidad en el contexto internacional

País o región	TEA	TEA oportunidad	TEA necesidad
Irlanda	9,83	7,86	1,97 (20%)
Extremadura	6,98	5,68	1,00 (14,3%)
Madrid	6,85	5,99	0,76 (11%)
Cataluña	6,81	5,83	0,98 (14,3%)
Grecia	6,50	5,25	1,25 (19,2%)
Reino Unido	6,22	4,67	1,55 (24,9%)
Canarias	5,83	4,94	0,89 (15,2%)
Andalucía	5,72	4,56	1,16 (20,2%)
España	5,65	4,71	0,94 (16,6%)
Galicia	5,53	4,49	1,04 (18,8%)
Navarra	5,49	4,73	0,76 (14,5%)
Comunidad Valenciana	5,42	4,17	1,25 (23%)
País Vasco	5,40	4,69	0,71 (13,1%)
Alemania	5,39	3,76	1,63 (30%)
Francia	5,35	2,64	2,71 (50%)
Austria	5,28	4,42	0,86 (16,2%)
Finlandia	4,97	3,83	1,14 (22,9%)
Italia	4,94	3,96	0,98 (19,8%)
Castilla y León	4,82	3,80	1,02 (21,1%)
Dinamarca	4,75	4,16	0,59 (12,4%)
Holanda	4,36	3,89	0,47 (10,7%)
Eslovenia	4,36	3,81	0,55 (12,6%)
Suecia	4,04	3,24	0,80 (19,8%)
Bélgica	3,93	3,40	0,53 (13,4%)
Hungría	1,90	1,11	0,80 (42,1%)

En esta ocasión, los datos comparativos a nivel europeo elaborados con el US Census dan un TEA por necesidad para Navarra inferior que los datos del INE, dejándole en una situación privilegiada a este respecto.

En la comparativa anterior vemos como Navarra se posiciona como una sociedad avanzada y desarrollada como ya se había visto con anterioridad en otros apartados. El índice TEA por necesidad de Navarra se alinea con países de gran bienestar como Dinamarca, Bélgica u Holanda y junto a regiones españolas punteras en desarrollo económico como Madrid y País Vasco.

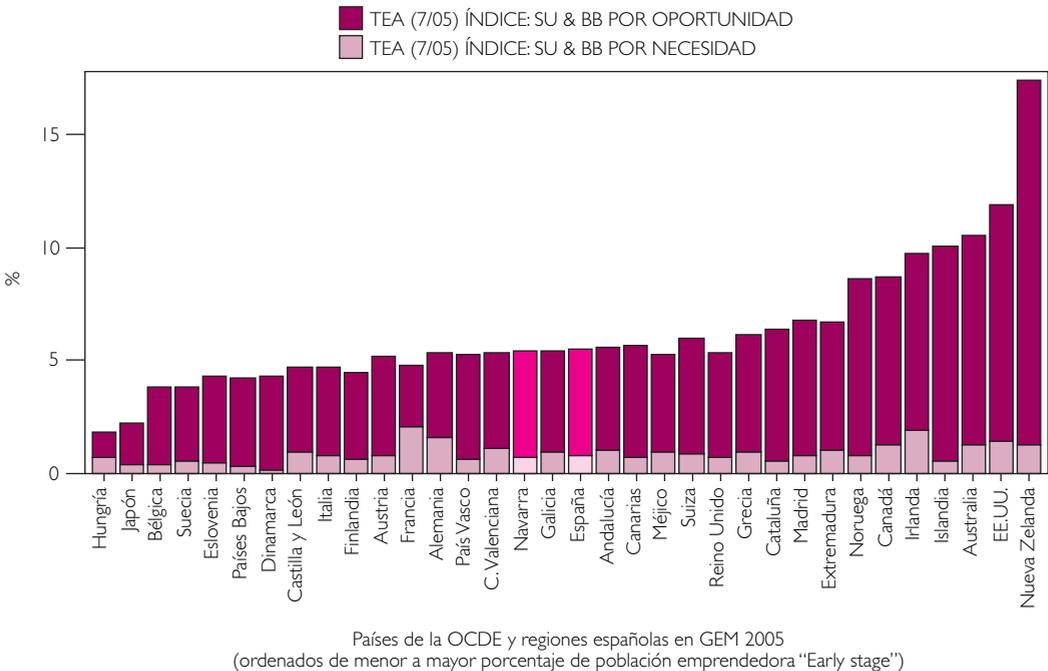
En el polo opuesto llama la atención el alto índice TEA por necesidad de países fuertes y consolidados en el panorama económico europeo y mundial como Francia, Reino Unido o Alemania. En estos tres casos se trata de países que tradicionalmente han tenido un flujo inmigrante de gran importancia y que siguen teniéndolo y, como se verá más adelante, los inmigrantes que proceden de países en vías de desarrollo emprenden en una proporción considerable por necesidad.

Este dato pone de manifiesto un fenómeno que irá afectando a los países de la UE que reciban importantes contingentes de inmigrantes de países menos desarrollados en los próximos años, entre ellos España y las regiones españolas. De hecho, como se comentaba con anterioridad, el TEA por necesidad en España en el 2005 ha crecido casi un 30% respecto al 2004, crecimiento proveniente, en gran medida, de los flujos migratorios que España y las regiones españolas están recibiendo en la actualidad.

Por tanto, es de esperar que tanto Navarra como otras comunidades autónomas tengan un crecimiento de su TEA general en el futuro, gracias a la inmigración, pero que también experimente un aumento el TEA por necesidad debido a este fenómeno.

En el contexto más amplio como es el de la OCDE, Navarra y España ocupan una posición acorde con su nivel de desarrollo y características macroeconómicas, que no guarda relación con la distribución de actividad empresarial de Nueva Zelanda o de los Estados Unidos, países con otra tradición y arraigo del entrepreneurship, en general.

Figura nº 17
Actividad emprendedora por oportunidad y necesidad en la OCDE

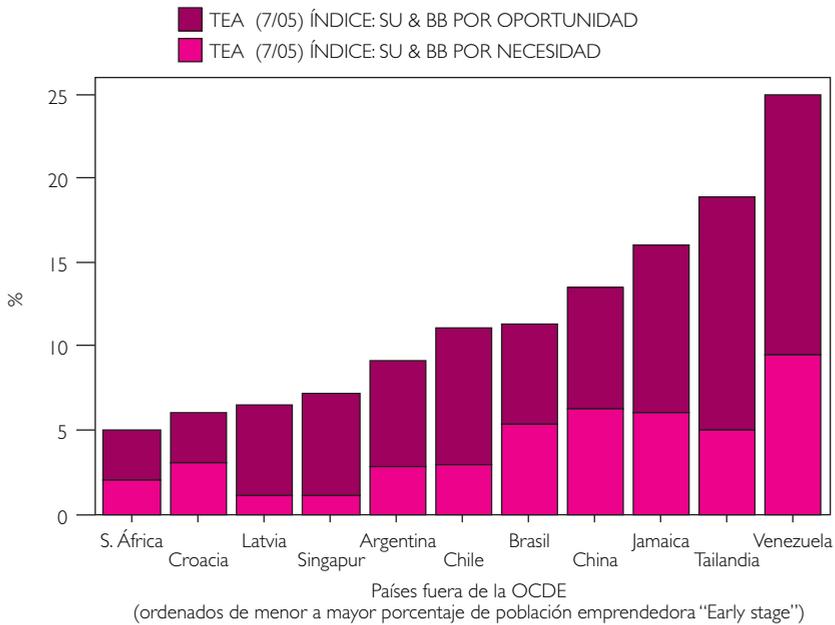


En definitiva, los países de la OCDE y las regiones españolas, salvo excepciones, muestran unos niveles de actividad emprendedora en la población por necesidad muy bajos.

Sin embargo, en el siguiente gráfico se pone de manifiesto que la mayoría de países en vías de desarrollo como, por ejemplo, Venezuela, Jamaica, Brasil y Tailandia, tienen niveles superiores al 5%.

Esto demuestra que las situaciones y, posiblemente, el tipo de empresa creada, su actividad y duración varían en función de que se emprenda por necesidad u oportunidad.

Figura nº 18
Actividad emprendedora por oportunidad y necesidad fuera de la OCDE



2.3. La decisión de emprender por oportunidad en Navarra respecto a la media de España y el contexto internacional

Cuando una persona emprendedora detecta una oportunidad y toma la decisión de poner en marcha una iniciativa empresarial, detrás de esa decisión subyacen una serie de motivos más allá de la detección de la necesidad propiamente dicha. Estos motivos son de diferente índole que provienen de su esfera personal y profesional.

En esta edición, el Proyecto GEM explora por primera vez estos motivos agrupados en tres dimensiones diferentes. Las siguientes tablas muestran que el comportamiento de las personas emprendedoras en Navarra y en el resto de España a este respecto, es bastante similar. Más de la mitad de las personas en situación de “Early stage” declaran que la “búsqueda de independencia” es la principal razón por la que se embarcaron en su aventura empresarial y en torno a un tercio afirma que el “aumento de ingresos” fue la razón principal.

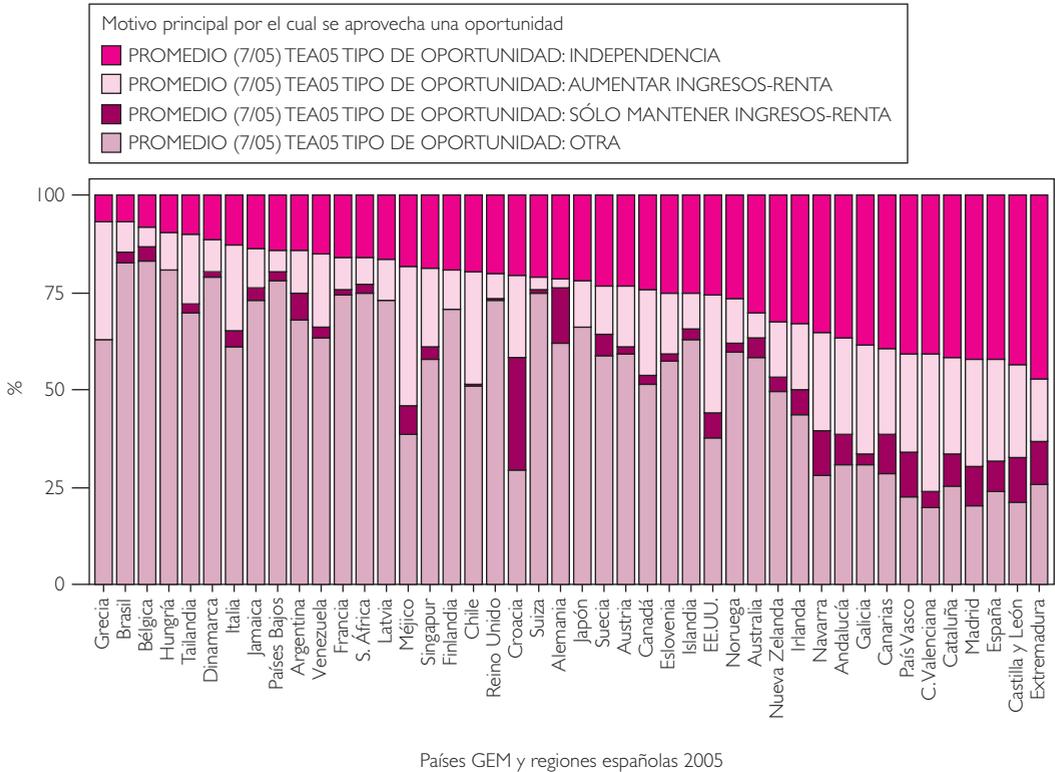
Tabla n° 9
Principal motivación subyacente
en el aprovechamiento de oportunidades
para emprender en Navarra y su comparación con España

Navarra			
<i>Motivo para emprender por oportunidad</i>	<i>“Start up”</i>	<i>“Baby business”</i>	<i>“Early stage” (SU+BB)</i>
Independencia	59%	48,7%	53,8%
Aumentar ingresos	25,6%	33,3%	29,5%
Mantener ingresos actuales	15,4%	15,4%	16,7%
Total	100%	100%	100%
España			
<i>Motivo para emprender por oportunidad</i>	<i>“Start up”</i>	<i>“Baby business”</i>	<i>“Early stage” (SU+BB)</i>
Independencia	52,5%	56,5%	54,4%
Aumentar ingresos	39,8%	29,0%	34,5%
Mantener ingresos actuales	7,8%	14,5%	11,1%
Total	100%	100%	100%

En el contexto internacional, llama la atención el hecho de que España y sus regiones se sitúan a la cabeza mundial de países donde los emprendedores que aprovechan una oportunidad lo hacen buscando una mayor independencia, mientras que en otros países es más importante otro tipo de motivación.

Los resultados indican que existen diferencias culturales importantes entre los emprendedores por oportunidad del conjunto internacional GEM, lo cual abre una puerta para realizar investigaciones más profundas al margen de este informe.

Figura n° 19
Principal motivación subyacente en el aprovechamiento de oportunidades para emprender en los países GEM en su conjunto



2.4. Desarrollo del proceso emprendedor

En muchas ocasiones al hablar con personas emprendedoras acerca de lo que les impulsó a poner en marcha una nueva iniciativa empresarial, es complejo encontrar las razones o qué factores fueron los que impulsaron a una persona a pasar de ser un emprendedor potencial a crear la empresa.

Estos factores también forman parte del tipo de comportamiento emprendedor. Por esta razón, por primera vez, se ha indagado el desarrollo de puesta en marcha interno del emprendedor/a. Se ha preguntado a los/as empresarios/as si la idea de negocio surgió antes de tomar la decisión de emprender o si, por el contrario, primero sintieron el deseo de emprender sin saber muy bien en qué tipo de empresa.

Los resultados obtenidos para empresarios/as nacientes por un lado, y nuevos y consolidados por otro, son los siguientes:

Tabla nº 10
¿Qué surge antes: la idea de negocio o el deseo de emprender?
Datos de Navarra y comparación con España

Navarra		
	<i>Empresarios nacientes</i> (“Start up”)	<i>Empresarios nuevos y consolidados</i> (“Baby” y “Established” business)
La idea de negocio surgió primero	44,9%	41%
El deseo de emprender surgió primero	15,4%	19,8%
Ambas cosas fueron simultáneas	39,7%	30,9%
No sabe	0%	5,1%
No contesta	0%	3,2%
Total	100%	100%
España		
	<i>Empresarios nacientes</i> (“Start up”)	<i>Empresarios nuevos y consolidados</i> (“Baby” y “Established” business)
La idea de negocio surgió primero	38,1%	38,2%
El deseo de emprender surgió primero	24,7%	17,1%
Ambas cosas fueron simultáneas	37,2%	39%
No sabe	0,0%	3,1%
No contesta	0,0%	2,6%
Total	100%	100%

Por lo que respecta a la Comunidad Foral, la mayoría de personas emprendedoras confiesan que o bien primero surgió la idea o fue de modo simultáneo al deseo a la hora de emprender. En este caso se encuentran casi el 85% de los empresarios nacientes y el 72% de los nuevos o consolidados.

Estos datos se correlacionan y tienen sentido con las informaciones ofrecidas en apartados y capítulos anteriores, en los que se revela cómo Navarra se comporta como una región avanzada a la misma altura que los países más desarrollados de Europa y de la OCDE. El hecho de que la idea de negocio aparezca en primer lugar o de forma simultánea con el deseo de emprender nos indica una clara alineación con emprender por oportunidad y no por necesidad, ya que nos demuestra que, en Navarra, la gran mayoría de las personas involucradas en procesos de creación de empresas o que ya tienen una empresa pudieron estudiar la idea de negocio y comenzar el proceso emprendedor con cierta seguridad.

Respecto al resto de España, existe una gran diferencia de casi diez puntos porcentuales dentro del grupo de los/as empresarios/as nacientes en el grupo de personas que afirman que el deseo de emprender surgió en primer lugar. Mientras que en Navarra estas personas representan al 15,4% de este grupo, para el total de España este porcentaje crece hasta el 24,7%.

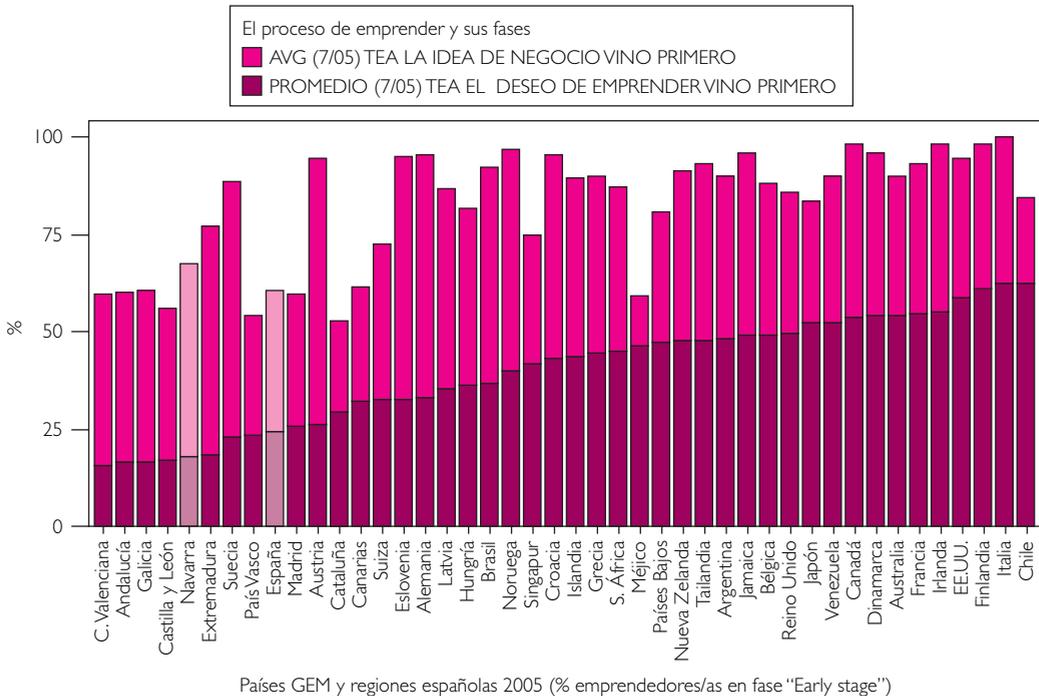
En la experiencia GEM este indicador apunta riesgo y peligro. Podría interpretarse que a mayor número de personas que en un país o región hubieran emprendido teniendo el deseo de hacerlo en primer lugar, estaríamos ante una región con mayor espíritu emprendedor entre sus habitantes. Pero la realidad indica que este resultado se relaciona con dos hechos: por un lado el incremento de la actividad emprendedora por necesidad y, por otro, con un mayor riesgo de mortalidad empresarial.

Parece razonable pensar que a mayor porcentaje de personas que deciden emprender sin tener previamente una idea clara de negocio y que, en consecuencia, inician una actividad poco estructurada y planificada, tienen más posibilidades de fracasar.

A nivel mundial de nuevo, los factores culturales y el grado de desarrollo se muestran como influyentes en la mentalidad de los emprendedores de diversas regiones.

Figura n° 20

Forma en que se desarrolla el proceso emprendedor para emprendedores en fase de "Early stage" y consolidada en los diversos países GEM 2005



Por otra parte, se encuentran países en vías de desarrollo donde el deseo por emprender está íntimamente ligado a emprender por necesidad. En este grupo de países podemos englobar a Chile, Venezuela o Jamaica.

Asimismo, a nivel mundial, España y sus regiones están a la cabeza de regiones donde el deseo de emprender es mucho menor respecto a que la idea de negocio apareciese en primer lugar. Sin embargo, entre los países con grandes índices de emprender por deseo aparecen dos tipologías de países claramente diferenciadas.

Por un lado, están países desarrollados del ámbito de la OCDE con una gran tradición emprendedora en sus raíces culturales como EE.UU., Irlanda, Australia o los Países Nórdicos. Este grupo, además de poseer una tradición y una gran cultura emprendedora (no se puede obviar que en estos países los programas de fomento del espíritu emprendedor entre los más jóvenes, desde la educación primaria, son los más avanzados y referentes en el mundo) son países económica y socialmente muy estables en los cuales las coberturas educativas y sociales están ampliamente asentadas.

Capítulo 3

Perfil socioeconómico de la persona emprendedora navarra

Hasta el momento se han analizado importantes y diversos aspectos acerca de las personas emprendedoras según países y regiones. Se ha comprobado qué naciones y regiones tienen mayores índices de personas emprendedoras y, también, se ha analizado qué es lo que ha impulsado a estas personas a embarcarse en una aventura empresarial.

Pero, ¿quiénes son estas personas?, ¿cómo son estas personas?...

En este capítulo se van a analizar los datos relativos al perfil de la persona emprendedora activa de Navarra entendiendo por ésta, aquellos adultos entre 18 y 65 años que están inmersos en negocios o empresas en fase de "Early stage", es decir, nacientes y nuevas.

También, según marca el Comité Científico del GEM, se presentan datos sobre las personas que declaran tener intención de crear una empresa en los próximos 3 años (emprendedores/as potenciales) y sobre aquellas personas con negocios consolidados (más de 42 meses en funcionamiento).

En términos generales, no se puede encontrar un único perfil claro y unívoco de la persona emprendedora en Navarra, ya que aparecen diferentes subperfiles con mucho peso específico por sí mismos.

De este modo, estaríamos ante un hombre o mujer indistintamente, en torno a los 43 años, y se observan dos subperfiles claramente delimitados según el nivel formativo. Por un lado, aquellas personas que tienen estudios primarios o secundarios (50% de la muestra de personas en procesos de "Early stage") y aquellas personas que tienen estudios medios o superiores (49% de la muestra de personas en procesos de "Early stage"), por otro.

Su renta mensual media se sitúa entre los 1.200 y los 1.800 euros y se trata de personas emprendedoras fundamentalmente en ámbito urbano, entendido éste como poblaciones de más de 5.000 habitantes.

Este perfil, contrasta con el perfil de las personas emprendedoras de España en general. En este caso, el emprendedor español es mayoritariamente varón, con una edad media de 41,68 años, una renta mensual media próxima a los 1.800 euros y un nivel de estudios que se sitúa habitualmente en grado medio, pero que cada vez tiende más hacia el grado superior (diplomados y licenciados).

3.1. Género

La importancia de este aspecto es determinante en los últimos años en las políticas activas de empleo en Navarra. Como es sabido, Navarra goza de una excelente situación laboral,

llegando a cotas de desempleo muy por debajo de las medias nacionales y europeas. En diciembre de 2005, según datos de la Encuesta de Población Activa, Navarra registró un índice de paro del 5,95%, siendo la tercera comunidad autónoma con menos paro registrado y muy por debajo de la media nacional situada en el 8,7%.

Sin embargo, dentro de esta buena tónica general, Navarra presenta un desequilibrio entre el desempleo masculino y el femenino. El paro masculino era del 4,84% y el femenino del 7,29%. No obstante, Navarra es la segunda comunidad autónoma con menor volumen de paro femenino. Esta situación podría explicarse porque en los últimos años la mayor parte de los esfuerzos desarrollados por las autoridades en materia laboral, han ido encaminados a combatir el desempleo femenino y entre esos esfuerzos hay que destacar los diferentes programas y acciones encaminados a la creación de empresas por parte de mujeres.

La relevancia de este asunto es prioritaria dentro del Consorcio GEM, por ello el próximo capítulo (capítulo 4) trata íntegramente sobre la mujer emprendedora.

Respecto a la distribución de la población emprendedora "Early stage" por género en Navarra vemos como prácticamente el 50% de las personas son mujeres y el otro 50% son hombres.

Estas cifras contrastan con los resultados a nivel de España ya que, en este caso, el 60,8% de las personas emprendedoras, en fase "Early stage", son hombres y el 39,2% son mujeres. Pese a que hay una diferencia importante entre Navarra y España, ha habido un avance considerable a nivel nacional, ya que ediciones anteriores del Estudio GEM reflejaban un estancamiento de la población femenina emprendedora en torno al 30%.

En lo referente a los emprendedores/as potenciales en Navarra aunque hay una importante presencia femenina (41,6%) es superior la masculina (58,4%). No obstante, este dato de emprendedoras potenciales, junto con el anterior de emprendedoras en fase de "Early stage" nos indica que la tendencia de "emprender en femenino" está consolidada y que, a buen seguro, se mantendrá en el futuro.

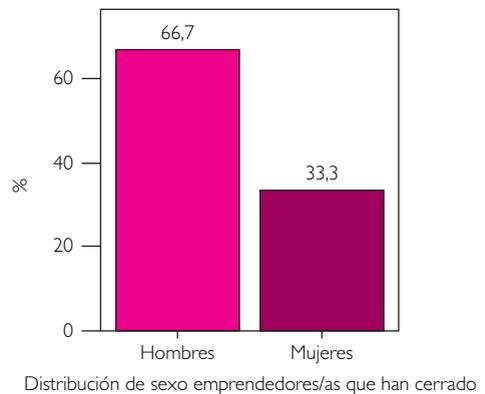
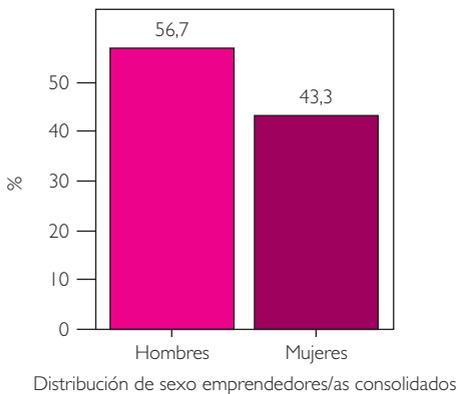
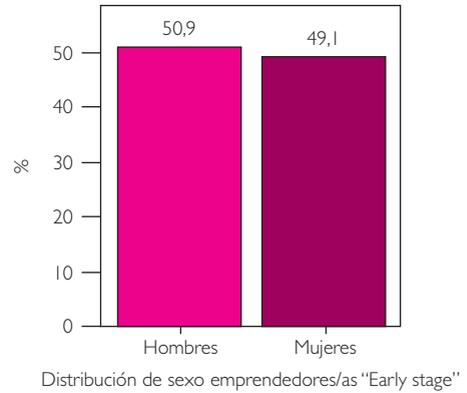
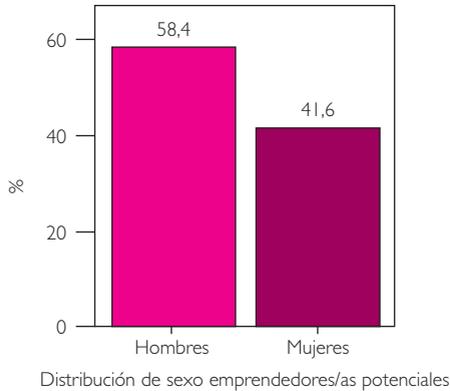
En el conjunto de emprendedores consolidados, que poseen un negocio que viene operando más de tres años y medio, la distribución entre sexos es similar al de las personas emprendedoras potenciales. Hay una mayor presencia de los negocios propiedad de hombres (56,7%) pero no aparece una gran diferencia con la cifra de negocios propiedad de mujeres (43,3%).

Con lo cual, se puede afirmar que en Navarra hay una importante presencia femenina tanto en la propiedad y gestión de pequeñas empresas, así como en el nacimiento de nuevas. Además, estas empresas creadas por mujeres, tienden a consolidarse en el tiempo como muestra el dato que sólo un tercio de las empresas cerradas en Navarra el año pasado eran propiedad de mujeres, frente a dos tercios que eran propiedad de hombres.

Aunque en números absolutos hay más empresas propiedad de hombres que de mujeres, como ya se ha comprobado, la proporción de propiedad y cierres por parte de hombres es muy superior al ratio propiedad/cierre por parte de mujeres.

Figura nº 21

Distribución del sexo de los emprendedores “Early stage”, potenciales, consolidados y que han cerrado un negocio en los últimos 12 meses en Navarra



3.2. Edad

La siguiente tabla muestra la edad media de los emprendedores y emprendedoras de la Comunidad Foral según la fase en la que se hallan en el proceso emprendedor. Los resultados indican que el navarro emprende más bien tarde y que los jóvenes todavía no captan esta alternativa profesional como la más atractiva tras finalizar los estudios. Esta situación se viene repitiendo desde que se inició el Proyecto GEM hace seis años.

Como se puede comprobar tanto en Navarra como en España la edad de las cuatro tipologías de personas que emprenden con las que estamos trabajando, supera los 40 años de media.

Sin embargo, también se puede observar cómo las desviaciones típicas también son muy importantes, por lo que estas medias hay que tomarlas con cierta precaución y por ello, hay que analizar los gráficos de distribución de las personas por tramos de edad, y así se podrá concluir con mayor acierto este apartado.

Tabla nº 11

Edad media de la persona emprendedora en Navarra según la fase activa en que se encuentra y comparación con España

Navarra							
<i>Emprendedor potencial</i>		<i>Emprendedor "Early stage"</i>		<i>Emprendedor consolidado</i>		<i>Emprendedor que ha cerrado</i>	
<i>Media</i>	<i>D. típica</i>	<i>Media</i>	<i>D. típica</i>	<i>Media</i>	<i>D. típica</i>	<i>Media</i>	<i>D. típica</i>
43,84	12,1	43,98	12,03	45,48	11,46	41,97	11,37

(D. típica = Desviación típica. Número que representa el alejamiento de una serie de números de su valor medio)

España							
<i>Emprendedor potencial</i>		<i>Emprendedor "Early stage"</i>		<i>Emprendedor consolidado</i>		<i>Emprendedor que ha cerrado</i>	
<i>Media</i>	<i>D. típica</i>	<i>Media</i>	<i>D. típica</i>	<i>Media</i>	<i>D. típica</i>	<i>Media</i>	<i>D. típica</i>
40,14	12,54	41,68	11,56	43,57	11,88	44,15	11,76

(D. típica = Desviación típica. Número que representa el alejamiento de una serie de números de su valor medio)

En lo referente a las personas emprendedoras potenciales se comprueba un reparto bastante homogéneo entre los principales tramos de edad. Cada uno de estos tramos de edad, entre 25 y 34 años, entre 35 y 44 años, entre 45 y 54 años y entre 55 y 64, aglutinan prácticamente al 25% de estas personas. Esta distribución contrasta con la de España en donde no hay una distribución tan homogénea entre los diferentes tramos de edad y la mayor parte de las personas se concentran en los tramos de edad entre 25 a 34 años y entre 35 a 44 años.

Respecto a las personas en procesos de "Early stage" toma mayor protagonismo la gente más joven aunque una vez más los cuatro tramos de edad aglutinan a la práctica totalidad de las personas emprendedoras. Además, estas personas se distribuyen homogéneamente en los cuatro tramos de edad, como muestran los gráficos correspondientes.

Similar comportamiento manifiestan las personas emprendedoras consolidadas.

A la vista de estos datos, se puede afirmar que, en Navarra, las personas emprendedoras no se encuentran agrupadas significativamente en ningún tramo de edad. Muy al contrario, hay prácticamente el mismo número de personas emprendedoras entre 25 y 34 años, entre 35 y 44 años, entre 45 y 54 años y entre 55 y 64. Esto parece indicar que, pese a que sería deseable que más personas jóvenes liderasen procesos de puesta en marcha o posesión y gestión de pequeñas empresas, parece que el reemplazo generacional en este sentido queda garantizado.

Que la media de edad de los emprendedores y emprendedoras de la Comunidad Foral sea superior a los 40 años puede responder a varias razones. Por una parte, una de las recomendaciones más habituales que se realizan a la hora de trabajar con personas emprendedoras es que antes de crear su empresa haya "rodado" con anterioridad en otro tipo de tra-

bajo que le permita conocer la realidad del mercado y aspectos relevantes como clientes, competencia, proveedores, etc.

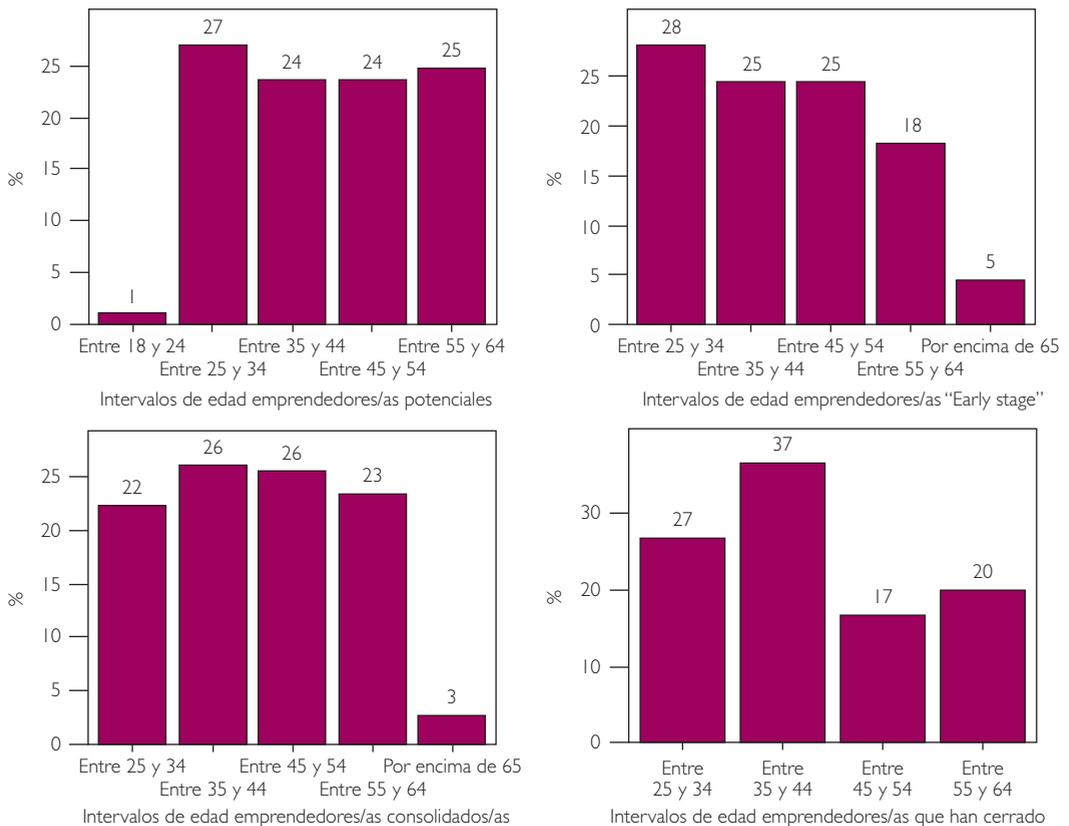
Por otra parte, como ya se ha comentado, en Navarra, muchas de las políticas activas de creación de empleo tanto por cuenta ajena como propia han ido dirigidas al colectivo de mujeres, ya que sus tasas de paro son mucho más elevadas que las masculinas. Este impulso ha logrado generar gran cantidad de pequeños negocios liderados por mujeres, las cuales, en muchas ocasiones, son mujeres ya maduras que salieron del mercado laboral anteriormente para atender funciones maternas y de ama de casa y que una vez los hijos/as han crecido deciden reincorporarse a la actividad laboral y lo hacen mediante la creación de pequeñas empresas.

Esta realidad puede explicar, en parte, estas características tan diferentes de las personas emprendedoras en Navarra frente al resto de España.

No obstante, tanto en Navarra como para el resto de España, se da una circunstancia muy diferente a otros países del entorno más desarrollado. En ambos casos, es muy bajo el porcentaje de personas entre 25 y 34 años que están envueltas en procesos de puesta en marcha de pequeñas empresas.

Figura nº 22

Distribuciones de edad de los emprendedores en Navarra según la fase del proceso emprendedor en que se hallan: potencial, “Early stage”, consolidada o cierre

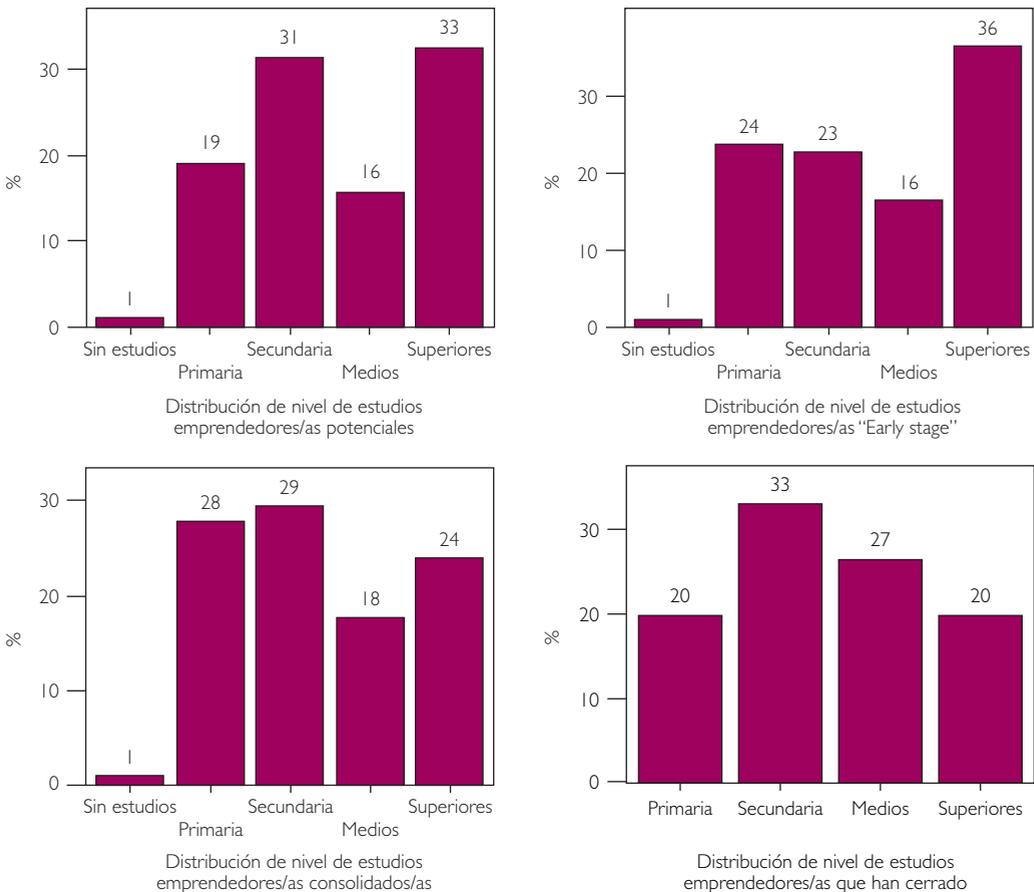


Por otro lado, el aumento de la importancia del colectivo mayor de 55 años podría responder en parte al aumento que se viene observando en España en el número de jubilaciones anticipadas. Parece lógico suponer que el autoempleo es una de las formas contempladas por estos trabajadores para permanecer activos en el mercado laboral.

3.3. Educación

Figura nº 23

Nivel de estudios de los emprendedores según la fase en que se hallan del proceso emprendedor: potenciales, "Early stage", consolidados, o que han cerrado



El nivel educativo de las personas emprendedoras de Navarra ha tenido la misma evolución que el resto de la sociedad Navarra. Es decir, tanto el nivel formativo de los/as emprendedores/as navarros/as como el del resto de la sociedad ha mejorado de manera considerable en los últimos años. Por ejemplo, según datos del Departamento de Educación del Gobierno de Navarra, uno de cada tres navarros entre 25 y 64 años es titulado universitario o de Formación Profesional Superior.

La presencia de personas sin estudios es casi inexistente representando un 1% en el grupo de las personas emprendedoras potenciales, en las “Early stage” (en funcionamiento menos de 42 meses) y en las consolidadas. En el caso de las empresas que han cerrado a lo largo de 2005 no hay ningún caso de persona sin estudios.

Estas cifras son similares al resto de España, aunque en este caso los porcentajes son sensiblemente mayores: 2% en el caso de los potenciales, 2% para los emprendedores “Early stage”, 3% en las empresas consolidadas y 2% en las que han cerrado.

Cabe la posibilidad de que en próximos años esta cifra de emprendedores/as sin estudios sufra un repunte al alza debido al fenómeno de la inmigración, ya que muchas de las personas que inmigran hacia España no han tenido las mismas oportunidades educativas en sus países de origen o sus titulaciones no son válidas en el Estado español.

Siguiendo esta lógica de, más y mejor acceso a estudios y durante mayor espacio de tiempo, se observa cómo entre los potenciales emprendedores/as y quienes están en la fase de “Early stage” las personas con estudios superiores representan el 33% y el 36% respectivamente. Cifras que contrastan con el 24% del grupo de personas con empresas consolidadas que tienen estudios superiores y el 20% de quienes han cerrado. Estas cifras demuestran que las empresas más jóvenes están creadas por personas con mayor nivel de estudios.

Las cifras relativas a España son: el 42% tienen estudios superiores en el caso de los emprendedores potenciales, el 38% en los “Early stage”, el 32% en los consolidados y el 30% de las personas que han cerrado el negocio tenían este tipo de estudios.

En el caso de Navarra no hay mayor presencia de las personas con estudios medios y superiores frente a las personas con estudios primarios y secundarios. Al contrario de lo que se podría esperar, ambos grupos quedan bastante equilibrados en los cuatro perfiles de emprendedores/as estudiados, siguiendo el mismo comportamiento tanto en Navarra como en el resto de España tal y como refleja la Tabla nº 12.

Tabla nº 12
Nivel de estudios según tipología de persona emprendedora.
Comparativa entre Navarra y España

	Navarra	España
Potenciales emprendedores/as		
Estudios primarios y secundarios	50%	41%
Estudios medios y superiores	49%	58%
Emprendedores/as “Early stage”		
Estudios primarios y secundarios	47%	49%
Estudios medios y superiores	52%	49%
Emprendedores/as consolidados/as		
Estudios primarios y secundarios	57%	49%
Estudios medios y superiores	42%	48%
Emprendedores/as que han cerrado el negocio		
Estudios primarios y secundarios	53%	48%
Estudios medios y superiores	47%	50%

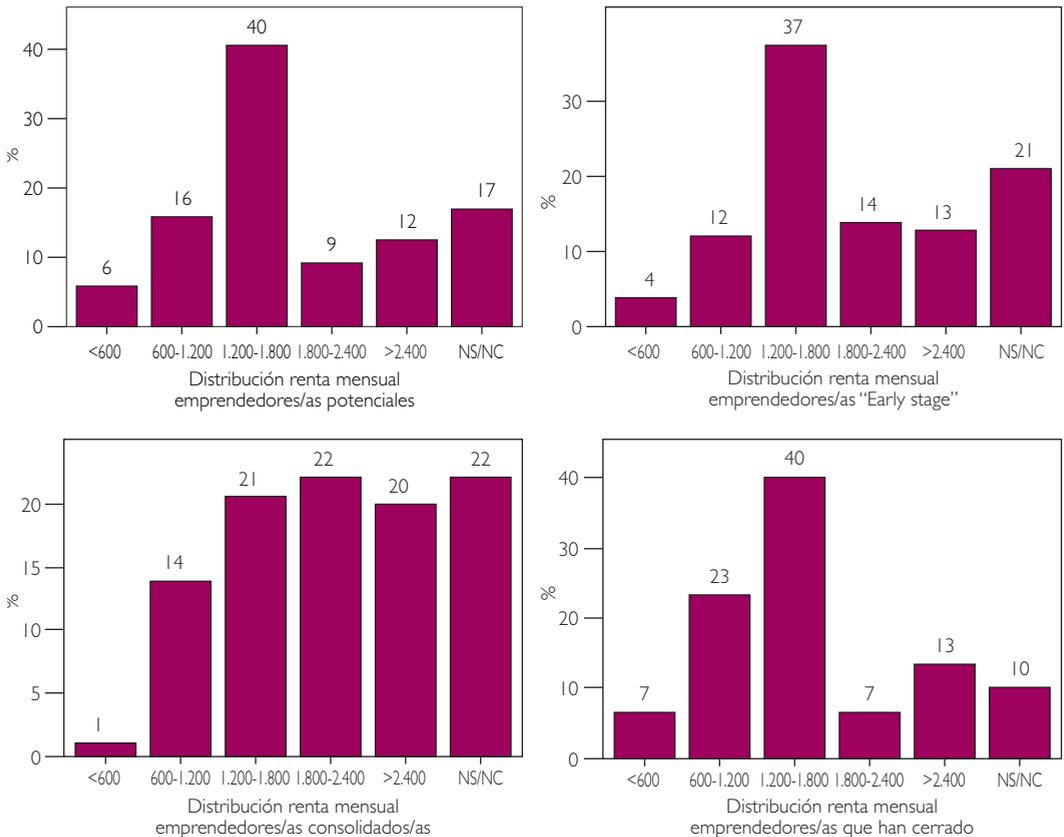
A este respecto, podemos observar cómo de forma general en Navarra hay mayor proporción de personas con estudios primarios y secundarios que deciden emprender que en el resto de España, aunque los comportamientos globales son bastante similares en ambos casos.

3.4. Nivel de renta

En todo estudio exploratorio las preguntas relacionadas con ingresos despiertan cierto recelo entre las personas entrevistadas, por lo que los datos que aparecen a continuación si bien son un interesante indicador, deben ser tomados con cierta cautela debido al alto porcentaje de no respuesta.

Figura nº 24

Distribuciones del nivel de renta mensual de los emprendedores españoles según la fase del proceso emprendedor en que se hallan: potencial, "Early stage", consolidada o cierre



El nivel de renta de las personas emprendedoras en Navarra es muy variable y se comprueba cómo a mayor consolidación de la empresa en el mercado, los niveles de renta aumentan. Se observa una clara y razonable evolución en el nivel de ingresos de las personas emprendedoras entre los primeros momentos del ciclo de vida de sus empresas y la fase de consolidación, como reflejan los siguientes gráficos.

En el momento de “Early stage”, prácticamente la mitad de las personas emprendedoras entrevistadas declaran que su renta media mensual se sitúa entre 600 y 1.800 euros.

Sin embargo, en el caso de las empresas consolidadas, este intervalo de renta engloba al 35% de estas personas. Además, entre los consolidados el 22% ingresa entre 1.800 y 2.400 euros y otro 20% por encima de esta cantidad. En el caso de las personas en “Early stage” estos porcentajes se reducen al 14% y 13% respectivamente.

3.5. El proceso emprendedor en zona rural y en zona urbana

Otra de las características del emprendedor/a navarro/a es la clara tendencia a ubicarse en zonas urbanas, en poblaciones de más de 5.000 habitantes.

En este caso, no hay grandes diferencias entre los diferentes tipos de personas emprendedoras con las que venimos trabajando.

No obstante, hay que señalar que en los casos de potenciales emprendedores, “Early stage” y emprendedores consolidados, más de un tercio de los integrantes de cada uno de estos grupos desarrollan o van a desarrollar su actividad empresarial en ámbito rural. Estas cifras indican que las zonas rurales de Navarra tienen un peso específico importante dentro del funcionamiento y desarrollo de la Comunidad Foral.

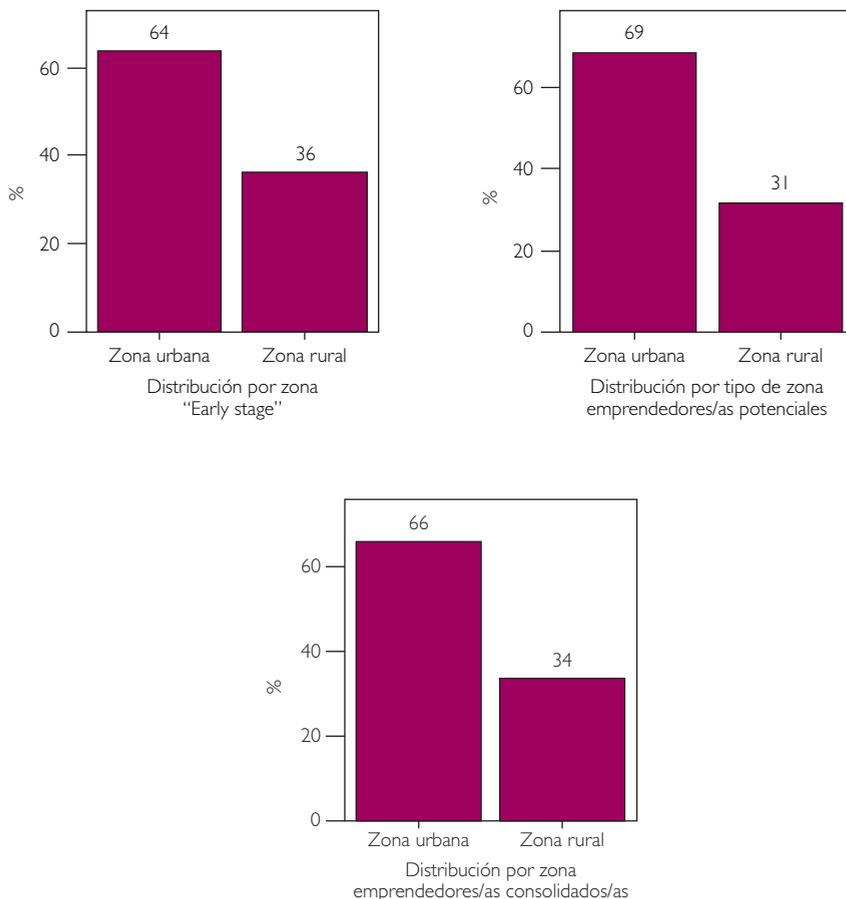
En la comparativa con España esta afirmación queda clara, ya que tan sólo el 12% de los potenciales emprendedores, el 16% de las personas en procesos de “Early stage” y el 13% de los consolidados provienen de zonas rurales.

Estos datos pueden explicarse por la estructura territorial de Navarra, por la cual hay importantes núcleos de población fuera de Pamplona y su comarca.

El hecho de que haya localidades de un tamaño mediano con buenas dotaciones y con empresas instaladas en ellas, conlleva que muchas zonas mantengan su volumen de población, con la excepción de la zona de la montaña Navarra que sí se ha despoblado en mayor medida.

Esto es debido a que Navarra presenta un equilibrio territorial, productivo y de dotación de servicios que posibilita que las personas se mantengan en sus lugares de origen y que, por tanto, decidan emprender en zonas rurales.

Figura nº 25

Distribución de los emprendedores en zona rural y urbana según el momento en que se hallan en el proceso emprendedor

3.6. Tipo de dedicación

La gran mayoría de las personas emprendedoras, se hallan en la fase que se hallen del proceso, trabajan con dedicación completa en la actividad emprendedora que están desarrollando.

Por consiguiente, tanto en el caso de Navarra como en el de España, hay que concluir que ese rasgo constituye una característica más a añadir al perfil de nuestros emprendedores.

Tabla nº 13
Porcentaje de emprendedores con dedicación plena y parcial según la fase en que se hallan del proceso emprendedor. Navarra

	<i>Emprendedores nacientes (SU)</i>	<i>Emprendedores nuevos (BB)</i>	<i>Emprendedores consolidados (EB)</i>
Dedicación parcial	2,6%	7,7%	1,7%
Dedicación completa	97,4%	92,3%	98,3%
Total	100%	100%	100%

Según los datos obtenidos en Navarra, es evidente que aquellas personas que emprenden una actividad económica lo hacen con dedicación completa, siendo esta actividad su empleo principal y único en casi todos los casos. Esto representa 48.674 empleos directos a tiempo completo sin contar el empleo generado dentro de sus empresas y el empleo a tiempo parcial.

Estas cifras inciden en la idea de la gran importancia que para Navarra tienen las pequeñas empresas y su impacto en la generación de empleos directos, lo cual nos indica que el fomento, promoción y consolidación de este tipo de creación de empleo debe seguir siendo sostenido y apoyado.

Es más, como indica la siguiente tabla, el volumen de empleo directo (autoempleo) generado en Navarra viene en un 70% de las empresas consolidadas, lo cual nos remarca la importancia y la relevancia de trabajar, no solamente, en pro de la creación de nuevas empresas sino en la consolidación, crecimiento y desarrollo de las ya establecidas.

Tabla nº 14
Autoempleo directo a tiempo parcial y completo que generan los emprendedores en las distintas fases del proceso emprendedor en Navarra

Autoempleo directo generado por los emprendedores sobre la población de Navarra de 18-65 años

	<i>Emprendedores nacientes (SU)</i>	<i>Emprendedores nuevos (BB)</i>	<i>Emprendedores consolidados (EB)</i>	<i>Total autoempleo directo</i>
Empleos a tiempo parcial (estimación)	194 personas (0,1%)	582 personas (0,2%)	582 personas (0,2%)	1.358 personas
Empleos a tiempo completo (estimación)	7.369 personas (1,9%)	6.981 personas (1,8%)	34.324 personas (8,9%)	48.674 personas

Un aspecto complementario referente a estos resultados es el análisis de la fuente de ingresos que representa la actividad emprendedora para los emprendedores con dedicación parcial.

En el estudio se distinguen dos tipos de emprendedores con dedicación parcial: aquellos para los cuales la actividad emprendedora es la fuente principal de ingresos y aquellos para los cuales es una fuente subsidiaria o secundaria.

Como se puede apreciar, en los resultados de la Tabla nº 15 la actividad emprendedora a tiempo parcial es fuente de ingresos secundarios para todos los emprendedores de Navarra que están en fase naciente. Esta cifra sigue una lógica por la cual durante el proceso de puesta en marcha de una empresa muchas personas tienen otro trabajo y empleo y es lógico que el ingreso que le pueda dar su "Start up" en ese momento sea un complemento.

Esta lógica varía cuando hablamos de empresas en proceso de consolidación. En este caso en más de un tercio de las ocasiones la actividad, aunque sea a tiempo parcial, representa la fuente de ingresos principal para las personas emprendedoras. Esta fase puede significar un paso de dedicación parcial a completa.

En lo referente a las personas emprendedoras con empresas consolidadas (más de 42 meses de actividad) es lógico que aquellos que tienen la actividad emprendedora a tiempo parcial confirmen que estos ingresos son fuente secundaria, ya que tras tres años de andadura, ponen de manifiesto que no se trata de una actividad principal y que es simplemente un complemento de ingresos a su actividad principal.

Analizando la motivación de estos empresarios, para haber emprendido, la mayoría manifiesta que fue para aumentar sus ingresos (66,7%), aunque también se refieren a su independencia (33,3%).

Tabla nº 15
Tipo de fuente de ingresos que representa la actividad emprendedora a tiempo parcial llevada a cabo por emprendedores nacientes, nuevos y consolidados

<i>Emprendedores que trabajan a tiempo parcial en su empresa</i>	<i>Emprendedores nacientes (SU)</i>	<i>Emprendedores nuevos (BB)</i>	<i>Emprendedores consolidados (EB)</i>
Fuente de ingresos principal	0%	33,3%	66,7%
Fuente de ingresos secundaria	100%	66,7%	33,3%
Totales	100%	100%	100%

Capítulo 4

El proceso emprendedor de la mujer en Navarra

4.1. La actividad emprendedora femenina desde una perspectiva internacional

Como ya se ha adelantado en el capítulo 3, Navarra pasa por una cómoda situación laboral de su población. La Comunidad Foral ha demostrado contar con un mercado de trabajo dinámico y flexible llegando, prácticamente, al pleno empleo técnico.

Si recordamos, en los últimos datos de la Encuesta de Población Activa (diciembre de 2005) Navarra refleja una tasa de paro del 5,95% en global. Pero según sexos, la tasa de paro masculina es del 4,84% y la femenina del 7,29%. Pese a que Navarra es la segunda comunidad autónoma con menor paro femenino en términos porcentuales tras Madrid, la diferencia sigue siendo apreciable.

No obstante, la distancia entre las tasas de paro masculina y femenina en Navarra han ido acortándose en los últimos años gracias a los esfuerzos realizados en materia de políticas activas de empleo. Los datos demuestran que se ha invertido mucho trabajo y dinero apostando por el autoempleo y la creación de empresas a todos los niveles, pero en especial entre el sector femenino de la población.

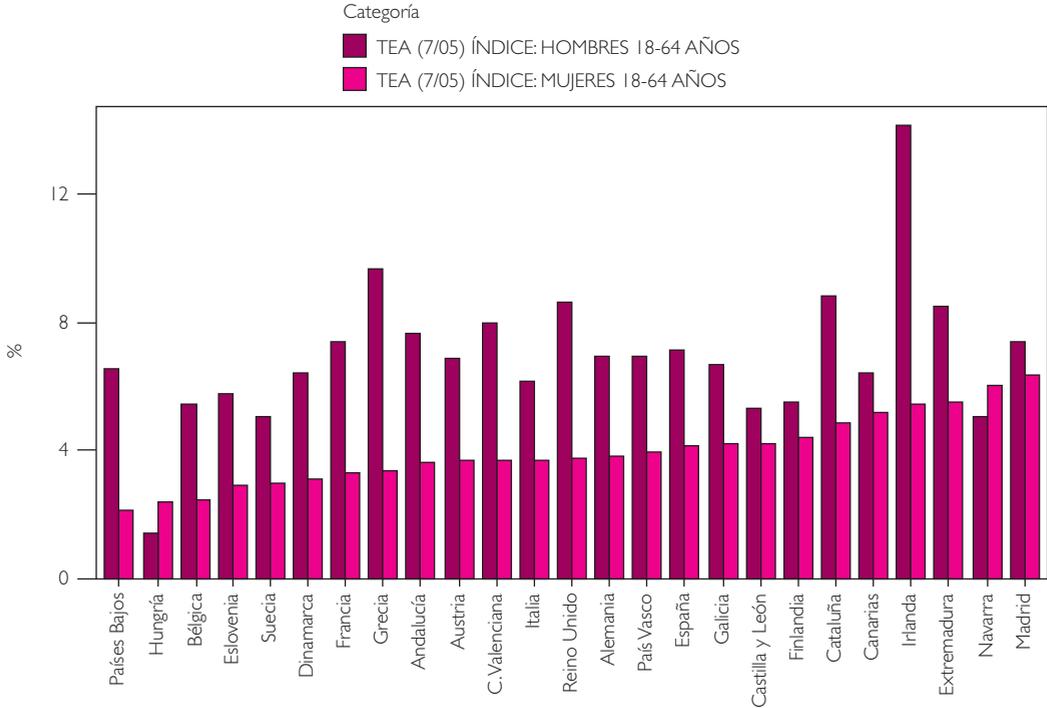
Sin embargo, hay más factores e ingredientes a tener en cuenta a la hora de hablar de la creación de empresas y generación de autoempleo por parte de mujeres.

El análisis de la situación de Navarra en el contexto internacional y respecto al resto de regiones españolas en función del TEA femenino (ver Figura nº 26) muestra una posición privilegiada que sitúa a Navarra en la cabeza de Europa en lo referente a TEA femenino. Como ya se ha visto en capítulos anteriores, el TEA de Navarra es del 5,49%. Es decir, el 5,49% de la población navarra estaba en procesos de "Early stage" en el momento de realizar el trabajo de campo del estudio. También se ha analizado cómo de ese 5,49%, el 50,9% son hombres y el 49,1% son mujeres.

Si embargo, si se tiene en cuenta el número de hombres emprendedores respecto al total de hombres en Navarra entre 18 y 65 años y si tenemos en cuenta el número de mujeres emprendedoras respecto del total de mujeres en Navarra entre 18 y 65 años observamos que el TEA masculino es del 5,09% frente al femenino que asciende al 6,05%.

Por tanto, se puede afirmar que, proporcionalmente hay más mujeres que emprenden y crean empresas que hombres que apuestan por el autoempleo en la Comunidad Foral. Y además, tal y como queda reflejado en el siguiente gráfico, esta circunstancia hace que Navarra esté a la vanguardia europea en lo relativo a TEA femenino.

Figura n° 26
Actividad emprendedora “Early stage” de ambos sexos
en los países GEM 2005

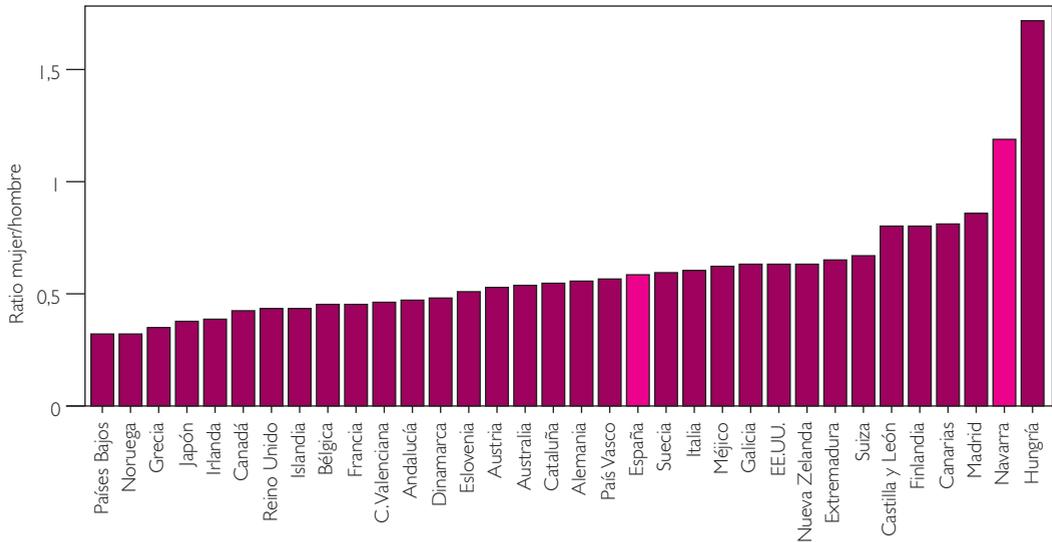


Tea masculino vs TEA femenino
 en países de la UE y regiones españolas. GEM 2005

Esta posición de desarrollo del autoempleo femenino en Navarra y la importancia del caso a nivel europeo queda nuevamente reforzado en la siguiente figura. Este gráfico representa el ratio mujer/hombre del TEA de Navarra dentro del amplio contexto que representa la OCDE y el resto de regiones españolas. Según este ratio, Navarra vuelve a ser una región destacada en lo referente a la creación de empresas por parte de mujeres.

Así, la Figura n° 27 revela que el ratio mujer/hombre del TEA Navarra para este año es 1,19 colocando a Navarra en la segunda mejor posición de los países de la OCDE, tan sólo por detrás de Hungría (1,72) y muy por encima de países de referencia en cuanto a sistemas de igualdad de género como Dinamarca u Holanda, por ejemplo.

Figura nº 27
Número de mujeres emprendedoras en fase “Early stage”
por cada hombre emprendedor en la misma fase
en el contexto europeo y de la OCDE

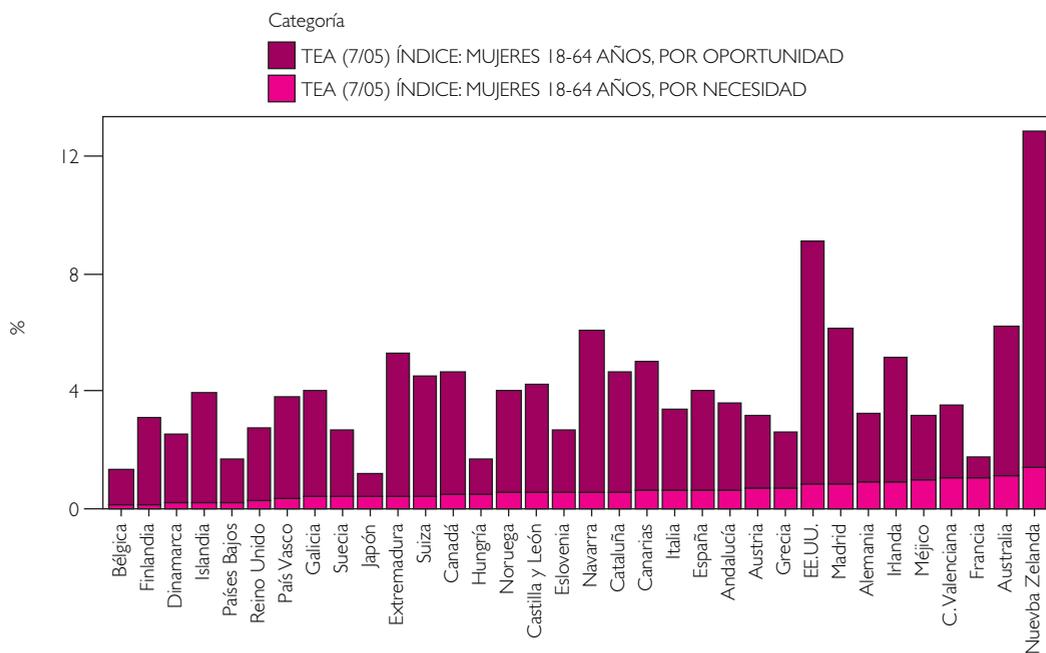


A nivel de España, se observa una evolución del ratio mujer/hombre por la cual la tradicional distancia entre el TEA masculino y el TEA femenino va acortándose de modo sostenido. Según los datos de los estudios GEM nacionales de años anteriores, se observa de manera nítida una estrecha relación entre el aumento o descenso del TEA total y el TEA femenino. Así, un descenso en el ritmo de creación de empresas afecta de forma mucho más acusada a la actividad emprendedora femenina que a la masculina. Del mismo modo, los periodos de recuperación han beneficiado y mejorado el TEA femenino.

Por otra parte, se puede afirmar que las mujeres emprendedoras en Navarra comienzan su actividad empresarial impulsadas por la detección de oportunidades en el mercado en mucha mayor medida que por razones de necesidad. Ya que el TEA femenino por necesidad es de 0,56 y el TEA femenino por oportunidad en Navarra es de 5,49.

Como ya se ha comprobado anteriormente el TEA femenino de Navarra para 2005 es de 6,05. Es decir, el 6,05% de las mujeres entre 18 y 65 años de Navarra están implicadas en procesos de creación. Pues bien, el 91% de estas emprendedoras navarras han emprendido por oportunidad, frente a un 80% para el total de España. Por tanto, se puede concluir que una amplia mayoría de las mujeres han emprendido en la Comunidad Foral en el año 2005 lo han hecho porque ha comprobado que había una buena oportunidad en el mercado para desarrollar una actividad empresarial y no impulsadas por la pura necesidad de tener un empleo.

Figura nº 28
Comparación internacional de TEA femenino por necesidad y oportunidad



Por otra parte, en términos generales, existen diferencias entre géneros a la hora de emplear las diferentes opciones de asesoramiento y orientación para la puesta en marcha de un negocio.

El estudio GEM para Navarra apunta que pese a haber gran cantidad de organismos y entidades, tanto privadas como públicas, dedicadas al asesoramiento a personas emprendedoras tanto para la puesta en marcha de la empresa como para la gestión, su uso es escaso por parte de las personas emprendedoras.

Las entidades a las cuales más se acude en busca de apoyo y asesoramiento son las instituciones y organismos oficiales y las entidades financieras, tanto por parte de hombres como de mujeres. No obstante, es un uso no habitual.

Un análisis un poco más profundo del comportamiento de las mujeres y hombres emprendedores en Navarra refleja algunas diferencias.

Tal y como refleja la siguiente tabla, son las mujeres quienes han recibido y han disfrutado de más asesoramiento que los hombres, justo al contrario que lo sucedido a nivel nacional. Además, en según qué tipo de entidad y servicio hay diferencias importantes entre el uso de hombres y mujeres.

De este modo, las mujeres han usado el asesoramiento de los ayuntamientos en un 10,5% más que los hombres, o las instituciones y organismos estatales en un 7,2% más, por ejemplo.

Tabla nº 16
El uso de asesoramiento en creación de empresas
en función del género en Navarra

Tipo de institución	Mujer				Hombre			
	Sí (%)	No (%)	No sabe (%)	Total (%)	Sí (%)	No (%)	No sabe (%)	Total (%)
Instituciones y Organismos Estatales	22,1	78,1	0,8	100	14,9	85,1	0	100
Consejería de su Comunidad	14,3	84,3	1,4	100	8,6	90,9	0,5	100
Cámara de Comercio	16,4	82,1	1,4	100	10,3	89,1	0,6	100
Universidad	9,3	88,6	2,1	100	4	96	0	100
Parque Científico y Tecnológico	3,6	92,9	3,6	100	2,3	95,4	2,3	100
Asociaciones Empresariales	10	87,1	2,9	100	7,4	92	0,4	100
Ayuntamiento	17,9	80,7	1,4	100	7,4	91,4	1,1	100
Cajas de ahorro	17,9	80,7	1,4	100	11,4	87,4	1,1	100
Bancos	15,7	81,4	2,9	100	12	86,9	1,1	100
Entidades de Capital Riesgo	5,7	90,7	2,9	100	4,6	93,7	1,7	100
Consultoras	13,6	82,9	3,5	100	7,4	91,4	1,1	100
Empresas de servicios	10,7	87,1	2,2	100	5,1	93,1	1,7	100

Otro aspecto diferencial de las emprendedoras navarras frente al resto de personas emprendedoras a nivel nacional es que han recibido mucho más asesoramiento que los hombres en todas las áreas y apartados de la empresa, a excepción de la elaboración de planes de empresa. En este apartado, los emprendedores se han asesorado casi un punto porcentual más que las mujeres.

Sin embargo, en el resto de aspectos, de nuevo las mujeres emprendedoras demuestran haber empleado más los servicios a su alcance. Una de cada cuatro emprendedoras navarras se ha asesorado sobre el proceso de constitución y los trámites administrativos, y casi una de cada tres lo ha hecho en materia de financiación.

Tabla nº 17
Tipo de asesoramiento recibido en función del género en Navarra

Tipo de institución	Mujer				Hombre			
	Sí (%)	No (%)	No sabe (%)	Total (%)	Sí (%)	No (%)	No sabe (%)	Total (%)
Orientación y análisis de la idea empresarial	14,3	82,9	2,8	100	9,7	89,7	0,6	100
Elaboración Plan de Empresa	12,9	83,6	3,5	100	13,7	84	2,3	100
Proceso de constitución y trámites administrativos	25	70,7	4,3	100	14,5	82,3	2,3	100
Financiación	27,9	67,9	4,2	100	18,9	79,4	1,7	100
Ayuda o subvenciones públicas	12,9	84,3	2,8	100	12	86,3	1,7	100
Análisis de mercado y producto	6,9	92	1,1	100	7,9	89,3	2,8	100
Asesoramiento jurídico	19,3	77,1	3,6	100	15,4	82,3	2,3	100
Servicios I+D+i	6,4	90,7	2,8	100	4,6	93,1	2,3	100
Asesoramiento tecnológico	9,3	86,4	4,3	100	6,9	90,9	2,2	100
Formación	19,3	77,9	2,8	100	9,7	87,4	2,9	100

En conclusión, se puede afirmar que en Navarra sí existen diferencias en lo relativo al uso de ayudas y asesoramiento de cualquier tipo o en referencia a los diferentes ámbitos de creación de empresas entre hombres y mujeres. Es claro que las mujeres navarras hacen mayor uso de estos servicios que los hombres, aspecto que contrasta con el resto de España, en donde no hay casi diferencias entre hombres y mujeres en lo relativo al uso y acceso al asesoramiento.

A este respecto ha habido una evolución muy importante en los últimos años, ya que se han ido desarrollando de modo constante e intenso diferentes programas e iniciativas encaminadas a fomentar la creación de empresas y el fomento del espíritu emprendedor por parte de mujeres como se puede observar en el análisis de los diferentes planes de acción de la Unión Europea o de los diferentes planes nacionales y regionales en España para la igualdad de género.

4.2. Género y los determinantes psicológicos y sociales de la actividad emprendedora

En el proceso de creación de empresas concurren gran cantidad de factores de diversa índole. Aparecen factores externos y de entorno, tales como la estabilidad en el empleo, las políticas de apoyo y promoción a la creación de empresas, la evolución de los sectores de la economía, por citar algunos. Pero también intervienen, y además de manera importantísi-

ma, otro tipo de factores internos o personales, inherentes a la propia persona emprendedora, lo que podemos denominar como factores psicológicos o psicosociales, de los cuales también depende el comportamiento emprendedor de las personas.

Es evidente, que ambas esferas de la realidad de la persona emprendedora están interrelacionadas y una influye sobre la otra dando forma a la realidad emprendedora de cada país o región.

El examen de estos factores en el caso de Navarra y en función del género arroja algunos resultados interesantes que se detallan a continuación.

4.2.1. El temor al fracaso

El temor al fracaso es un aspecto que incide de modo muy relevante en las personas a la hora de plantearse iniciar una actividad empresarial. Este factor, de corte profundamente social, responde a factores diversos que conforman el entramado de los universos simbólicos colectivos. El fracaso y el miedo al mismo, es un factor que en nuestra cultura tiene mucho peso y que provoca actitudes más conformistas y menos arriesgadas comparadas con otras sociedades.

Este entorno hace que muchas personas tengan interiorizado el recelo a arriesgarse o dar nuevos pasos ya que la propia autocensura y las normas sociales hacen que el riesgo, el dar un paso adelante, el proponer cosas innovadoras nos sea un valor en sí mismo, más bien todo lo contrario.

Como se comprueba en el Capítulo 8, capítulo relativo al análisis de las condiciones del entorno y cómo influyen en el proceso de creación de empresas, los expertos entrevistados están de acuerdo en proponer un cambio en las normas sociales y culturales en el caso de la Comunidad Foral. Ya que, a su entender, en la sociedad navarra se promueven y fomentan comportamientos y valores poco emprendedores como son la seguridad frente al riesgo, y el ser un buen trabajador frente a ser creativo, por ejemplo.

En cuanto a los géneros, llama la atención la posición de las mujeres navarras respecto al del total de España. De este modo, en el total nacional las mujeres declaran tener miedo al fracaso en mayor medida que los hombres, mientras que en Navarra la cosa varía. Entre las mujeres que no han emprendido, el 45% declaran que tendrían miedo a fracasar al crear una empresa, cifra que se eleva hasta el 50% de los hombres. Dato muy relevante, respecto a la media nacional que se sitúa en el 51% para las mujeres y el 46% para los hombres.

El asunto se iguala más entre el grupo de personas emprendedoras. Así, de las mujeres que han emprendido en Navarra el 26% dicen que tienen miedo al fracaso al haber creado su empresa, un punto por debajo de la media nacional, por el 23% de los hombres, tres puntos por debajo de la media nacional.

Por tanto, podemos afirmar que si bien el miedo al fracaso es algo que está presente entre la población navarra, las mujeres navarras presentan cifras por debajo de la media nacional en este sentido. Cabe pensar que esto puede responder a todo el trabajo que durante años se ha ido desarrollando con mujeres en programas regionales de fomento del espíritu emprendedor y creación de empresas.

Tabla nº18
Comparación de los factores psico-sociales en función del género
y comparación con España

Navarra					
		<i>Emprendedores (%)</i>		<i>No emprendedores (%)</i>	
		<i>Mujer</i>	<i>Hombre</i>	<i>Mujer</i>	<i>Hombre</i>
Temor al fracaso le frena a crear empresa	Sí	26	23	45	50
	No	74	77	55	50
	Total	100	100	100	100
Tiene habilidades para la creación de empresas	Sí	77,8	75	42	38,5
	No	22,2	25	58	61,5
	Total	100	100	100	100
Conoce emprendedor	Sí	63	50	29,2	27,6
	No	37	50	70,7	72,4
	Total	100	100	100	100
Percibe oportunidades empresariales en su zona	Sí	33,3	39,3	28,4	27,3
	No	66,7	60,7	71,6	72,7
	Total	100	100	100	100
España					
		<i>Emprendedores (%)</i>		<i>No emprendedores (%)</i>	
		<i>Mujer</i>	<i>Hombre</i>	<i>Mujer</i>	<i>Hombre</i>
Temor al fracaso le frena a crear empresa	Sí	27	26	51	46
	No	73	74	49	54
	Total	100	100	100	100
Tiene habilidades para la creación de empresas	Sí	86	90	45	48
	No	14	10	55	52
	Total	100	100	100	100
Conoce emprendedor	Sí	48	59	26	40
	No	52	41	74	68
	Total	100	100	100	100
Percibe oportunidades empresariales en su zona	Sí	45	55	35	37
	No	56	45	65	63
	Total	100	100	100	100

4.2.2. Habilidades y conocimientos para la creación de empresas

Diversos estudios reflejan que una de las mayores diferencias entre los hombres y las mujeres emprendedoras se puede encontrar en su formación y en las habilidades y capacidades para crear una empresa.

Si bien es cierto que los niveles formativos en una región como Navarra no presentan diferencias entre hombres y mujeres, en lo referente al acceso a los mismos, sí que aparecen diferencias, habitualmente entre el tipo de formación recibida. De este modo, es muy habitual que las mujeres se hayan formado en áreas de conocimiento como las Humanidades o estudios de corte asistencial, mientras que los hombres lo hayan hecho en áreas de conocimiento como la administración de empresas, ingenierías u otro tipo de disciplinas técnicas, es decir, estudios más aplicables a la gestión y puesta en marcha de un negocio.

Si esto es una realidad, no es menos cierto que se trata de una realidad que está cambiando a pasos agigantados, al menos en Navarra. Según el INE y el Instituto Navarro de Estadística, ya en el año 2004, había más mujeres diplomadas y licenciadas que hombres en Navarra. Otro dato significativo es que entre 1991 y 2001 el acceso femenino a la Formación Profesional Superior se incrementó en un 1.623% por parte de las mujeres.

Una vez más las impresiones de las mujeres de Navarra varían significativamente sobre las del resto del país, en comparación con las impresiones de los hombres a este respecto. Entre el grupo de mujeres no emprendedoras, el 42% de las mujeres navarras consideran que tienen las habilidades necesarias para crear empresas. Aunque para el resto de España este porcentaje suba hasta el 45%, la gran diferencia y el dato a resaltar, es que en Navarra los hombres no emprendedores consideran en menor medida que tengan esas capacidades y habilidades (38,5%) respecto a las mujeres.

Lo mismo sucede con las personas que sí han emprendido. En Navarra, las mujeres superan en tres puntos a los hombres en respuesta afirmativa a la pregunta de si consideran que tienen las habilidades necesarias para poner en marcha una empresa, mientras que para el total nacional, son los hombres quienes superan en cuatro puntos a las mujeres.

Finalmente cabe destacar las importantes diferencias entre los y las personas navarras y el total de España. En todos los casos (hombre o mujer, emprendedor o no) los porcentajes de Navarra son sensiblemente inferiores a los porcentajes de España en lo relativo a la afirmación "Tiene habilidades para la creación de empresas".

4.2.3. Conocer a una persona emprendedora

Para cualquier persona conocer de cerca un referente facilita el acercamiento y hace más comprensible cualquier fenómeno o situación. En el asunto que nos ocupa, el emprender, sucede lo mismo. Es innegable que el conocimiento y cercanía a personas que han creado su propia empresa tiene una influencia positiva sobre las impresiones y opiniones del resto de personas sobre la creación de empresas y sobre las personas emprendedoras.

El emprendedor ejerce a menudo como un modelo en su entorno cercano, y los que le rodean suelen tener una mejor percepción en temas relacionados con la creación de empresas.

En su estudio de la actividad emprendedora en 34 países del GEM, Minniti, Arenius y Langowitz (2004) demostraron la existencia de una relación positiva entre el porcentaje de mujeres que conocían un emprendedor y la tasa de actividad emprendedora femenina.

Esto podría explicar, en alguna medida, el elevado TEA femenino de Navarra, así como su sorprendente ratio mujer/hombre emprendedor/a, ya que las mujeres navarras declaran conocer a personas emprendedoras en mucha mayor medida que las mujeres del resto de España. Entre las mujeres que no han emprendido, más de un 29% de las navarras conocen algún emprendedor/a, tres puntos por encima de España. Pero la gran diferencia viene en las mujeres emprendedoras, ya que el 63% de las navarras afirman conocer a alguien emprendedor frente al 48% de España.

Pero hay más. Mientras que en el caso nacional los hombres, sean emprendedores o no, conocen a emprendedores en mayor medida que las mujeres, en Navarra, una vez más es, al contrario, las mujeres conocen a personas emprendedoras en mucha mayor medida que los hombres.

Estos datos, llevan a confirmar la utilidad y la bondad de actividades y acciones dirigidas a la motivación hacia el emprender, como puede ser dar a conocer experiencias de personas emprendedoras, en especial mujeres, desde sus vivencias personales. Actividades que quizás a corto plazo no den frutos en forma de empresas creadas, pero que sirven para crear un clima propicio en el entorno social hacia el autoempleo y facilitan que nuevos/as emprendedores/as potenciales se animen a dar el salto.

4.2.4. Percepción de oportunidades para la creación de empresas

Los resultados para Navarra nos indican que las mujeres no emprendedoras perciben más oportunidades de negocio que los hombres no emprendedores. Sin embargo, entre las personas emprendedoras son los varones quienes mejores percepciones tienen a este respecto.

Lo que realmente llama la atención es la baja percepción de oportunidades de las personas navarras respecto a las del resto de España. Las diferencias en cada uno de los cuatro perfiles de personas con los que estamos trabajando (emprendedoras, emprendedores, mujeres no emprendedoras y hombres no emprendedores) son sustanciales, llegando a haber diferencias de doce puntos entre las mujeres emprendedoras de Navarra con las del resto del Estado.

Capítulo 5

Características de las actividades resultantes del proceso emprendedor en Navarra

5.1. Introducción

Las empresas creadas en Navarra no se distinguen por tener un gran tamaño. De hecho, se caracterizan por ser mayoritariamente micropymes. Pero, además del tamaño de las empresas, hay otra serie de indicadores fundamentales a la hora de conocer el tejido empresarial, su situación actual y sus perspectivas de desarrollo.

Para entender correctamente cómo son estas empresas, es necesario tener en cuenta la nueva definición de empresas de la UE, que las clasifica según su tamaño en número de empleados/as y por volumen de negocio. Esto significa que la tradicional categorización de las empresas por número de empleados/as ya no es válida, y hay que tener presente la nueva dimensión de volumen de negocio. Según estos criterios, la nueva clasificación queda de la siguiente manera:

- Microempresa: Empresa de menos de 10 trabajadores/as y hasta 2 millones de euros de volumen de negocio.
- Pequeña empresa: Empresas entre 10 y 49 trabajadores/as y un volumen de negocio entre 2 y 10 millones de euros.
- Mediana empresa: Entre 50 y 249 trabajadores/as y un volumen de negocio entre 10 y 50 millones de euros.

Debido a esta nueva clasificación, lo más lógico parecía preguntar a las personas empresarias por el tamaño de su empresa tanto en términos de número de trabajadores como en volumen de negocio.

De este modo el estudio GEM y sus versiones regionales estarían elaborados de manera acorde con esta nueva clasificación.

Antes de nada, es necesario advertir que estos datos con los que se va a trabajar a continuación hay que tomarlos con cautela, ya que no son consistentes estadísticamente hablando al ser datos tomados de las empresas detectadas dentro de la muestra inicial de 2.000 entrevistas a la población en general y no son provenientes de una muestra robusta de empresas.

No obstante, son indicadores de tendencia y pueden ser tomados como referencia para este análisis.

Tabla nº 19
Distribución de las actividades emprendedoras en cada fase por su tramo de volumen de negocio en Navarra

Tramos de volumen de negocio	Emprendedores nacientes (SU)	Emprendedores nuevos (BB)	Emprendedores "Early stage" (SU y BB)	Emprendedores consolidados (EB)
Hasta 2 mill. eu	76,9%	94,7%	87,5%	95%
2-10 mill. eu	23,1%	0%	9,3%	1,7%
10-50 mill. eu	0%	0%	0%	0,6%
Más de 50 mill. eu	0%	1,8%	1,06%	1,1%
No sabe	0%	0%	0%	1,7%
Rechaza	0%	3,5%	2,14%	0%
Total	100%	100%	100%	100%

En el caso de Navarra, la gran mayoría de las empresas detectadas durante el estudio están por debajo de los dos millones de euros de facturación en cualquiera de las fases de la empresa, lo que hace que directamente sean encuadradas como microempresas.

No obstante hay un dato que llama la atención en lo referente a los/as emprendedores/as nacientes, ya que casi un cuarto de los mismos dice ingresar entre 2 y 10 millones de euros, algo que no se repite en las demás tipologías de empresarios/as. Además, sorprende más, si cabe, ya que debemos recordar que estamos hablando de los/as emprendedores/as que llevan menos de tres meses con su empresa.

Esta cifra no es exclusiva de Navarra, ya que según el informe nacional GEM de España 2005 un 15,5% de los/as emprendedores/as nacientes afirman facturar entre 2 y 10 millones de euros.

En términos generales, las empresas navarras son más pequeñas en volumen de facturación respecto a la media de España en todas las tipologías de emprendedores/as.

De este modo, el 77% de los emprendedores nacientes factura hasta 2 millones de euros en Navarra, por un 66% en España. De entre los emprendedores/as nuevos/as son más de un 90% quienes están en este tramo de facturación en Navarra, por un 80% en España. Y finalmente los empresarios/as consolidados/as en Navarra que facturan hasta 2 millones de euros son el 95%, frente al 84% en el resto de España.

El otro aspecto que hay que tener en cuenta para valorar el tamaño de un negocio es el número de empleados. A este respecto, la gran mayoría de las empresas de la muestra tienen de 1 a 9 trabajadores/as. Llama, nuevamente, la atención que entre los emprendedores/as nacientes hay casi un 13% de empresas que cuentan con más de 10 trabajadores/as. La cifra de volumen de negocio junto con la de empleados nos pueden indicar una tendencia a que se crean empresas nuevas más fuertes que las asentadas en sus orígenes, pero habrá que esperar a futuros informes para ver si esto es una tendencia real o cuestión de la muestra.

Más lógico parece el resto de resultados que reflejan que, a más tiempo de la empresa en el mercado y mayor consolidación en el mismo, las empresas crecen.

No obstante, hay que afirmar que las empresas en Navarra son de pequeño tamaño, tanto en volumen de ingresos como en número de trabajadores/as.

Tabla nº 20
Distribución de las actividades emprendedoras en cada fase por tramo de número actual de empleados

Tramos de empleo incluyendo al emprendedor	Emprendedores nacientes (SU)	Emprendedores nuevos (BB)	Emprendedores "Early stage" (SU y BB)	Emprendedores consolidados (EB)
1-9 empleados	87,2%	93%	90,06%	85,6%
10-49 empleados	12,8%	7%	9,94%	14,4%
50-249 empleados	0%	0%	0%	0%
250 y más empleados	0%	0%	0%	0%
Total	100%	100%	100%	100%

Una vez conocidos los datos de volumen de negocio y número de trabajadores/as de cada empresa, las agrupamos según la clasificación de la UE comentada al inicio del capítulo. No obstante, como se puede observar en la siguiente tabla, hay un importante porcentaje de casos que no entran en ninguna de las categorías propuestas, ya que hay empresas que no cumplen uno de los dos criterios de cada categoría, o no han contestado a uno de esos dos criterios.

Sin embargo, los datos obtenidos confirman una tendencia clara por la creación de microempresas entre los/as emprendedores/as de la Comunidad Foral, que además se sitúa por encima de los porcentajes del resto de España.

Tabla nº 21
Distribución de las actividades emprendedoras en cada fase según la clasificación de dimensión que obtienen en la escala recomendada por la Comisión Europea para Navarra

Dimensión	Emprendedores nacientes (SU)	Emprendedores nuevos (BB)	Emprendedores "Early stage" (SU y BB)	Emprendedores consolidados (EB)
Microempresa	66,7%	84,5%	82,8%	82,2%
Pequeña	0%	0%	0%	0%
Mediana	0%	0%	0%	0%
Grande	0%	0%	0%	0%
Otro caso	33,3%	15,5%	17,2%	17,8%
Total	100%	100%	100%	100%

5.2. Potencial de crecimiento en empleo de las empresas integradas en el proceso emprendedor

A la hora de entender el proceso de puesta en marcha y funcionamiento de una empresa es importante tener en cuenta la proyección de futuro que éstas puedan tener. Aspectos como la previsión de crecimiento, tanto en plantilla como en ingresos y en aspectos emprendedores dentro de la propia empresa, son señales de importancia a la hora de diagnosticar la “salud” de las empresas de una región.

A este respecto, el estudio GEM pregunta a las personas emprendedoras por su previsión de crecimiento en número de empleados desde el momento de la entrevista a 5 años vista. Evidentemente, tratamos con impresiones y no con datos validados, pero sirven perfectamente para conocer la percepción que estos/as empresarios/as tienen acerca del futuro y sus empresas.

Los datos demuestran, siempre hablando de promedios, que de manera general todas las tipologías de empresas tratadas en el estudio tienen tendencia a crecer en sus previsiones.

No obstante, es preciso ser prudentes ya que las desviaciones típicas son muy elevadas, lo cual nos indica gran disparidad de previsiones de crecimiento dentro de cada grupo.

Con todo, cabe destacar cómo las empresas en fase de “Early stage” (entre 1 y 42 meses funcionando) tienen una previsión de crecimiento del 37%, cifra nada desdeñable.

Tabla nº 22

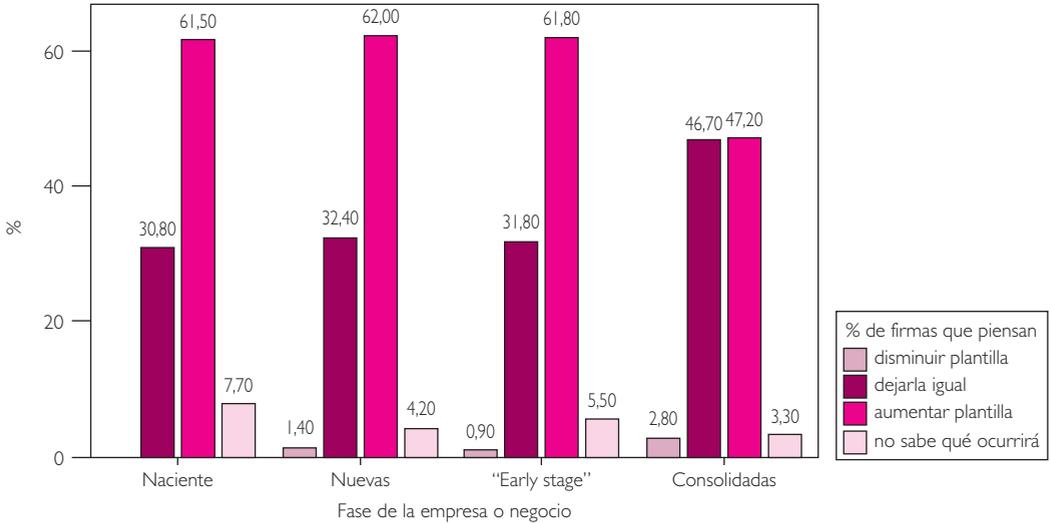
Tamaño promedio de las plantillas actuales y esperada para dentro de 5 años en las actividades que configuran nuestro proceso emprendedor

Fase del proceso	Empleo actual (personas)		Empleo en 5 años (personas)	
	Media	D. típica	Media	D. típica
Empresas nacientes	4,71	4,74	5,94	5,76
Empresas nuevas	5,64	8,63	8	10,4
Empresas “Early stage”	5,31	7,5	7,28	9,12
Empresas consolidadas	4,96	6,84	6,45	7,95

Otra manera de presentar estas tendencias es mediante el siguiente gráfico. En él podemos ver las expectativas de crecimiento, en cuanto a número de empleados/as, de las empresas entrevistadas. A este respecto se observa cómo las empresas en fase de “Early stage” demuestran optimismo y tendencia a crecer; en los mismos términos que la media nacional. Este dato es importante, ya que parece que las empresas nuevas nacen con la fuerza y la perspectiva de futuro suficiente para su crecimiento.

Figura nº 29

Expectativas de situación de las plantillas a 5 años vista en todos los tipos de empresas que integran el proceso emprendedor en Navarra

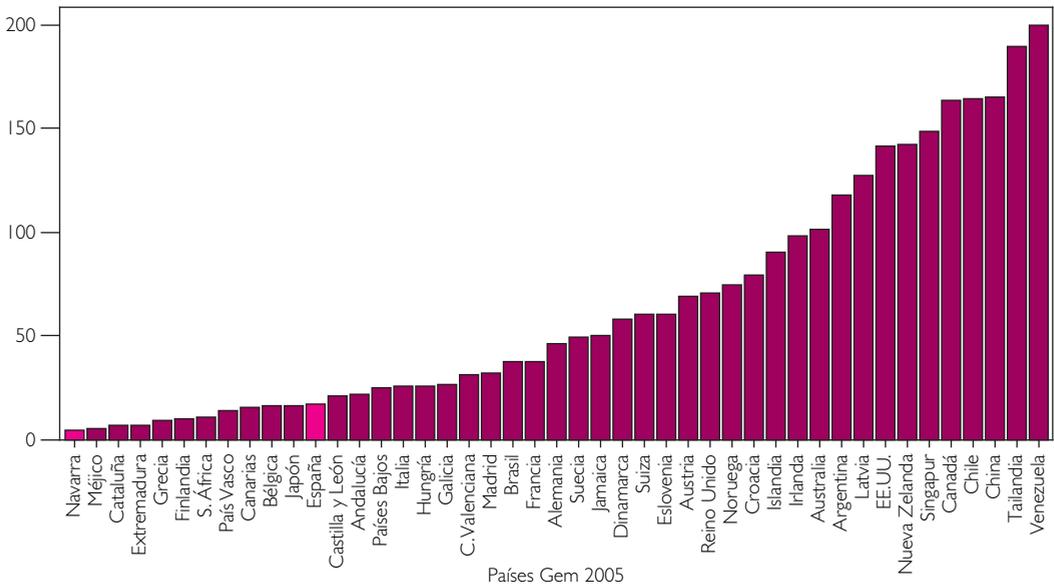


Aunque, como señala el gráfico anterior, la mayor parte de las personas con una empresa manifiestan que crecerán en el futuro, se observa un panorama de empresas con un muy bajo potencial de crecimiento, tal y como refleja el siguiente gráfico.

Figura nº 30

Empresas en fase "Early stage" con alto potencial de crecimiento

Empresas en fase "Early stage" con alto potencial de crecimiento en empleo (más de 19 puestos de trabajo creados en 5 años)



El concepto de empresa de alto potencial de crecimiento es definido, por la comunidad científica, como aquella empresa que va a ser capaz de generar al menos 20 puestos de trabajo en los próximos 5 años. Atendiendo a esta definición, las empresas navarras son las de menor potencial de crecimiento de todo el estudio GEM 2005.

5.3. Actividad emprendedora de las empresas integradas en el proceso emprendedor

La actividad emprendedora tiene diferentes dimensiones y actores. Habitualmente hablamos de personas emprendedoras refiriéndonos a aquellas personas que deciden comenzar una actividad económica en solitario o con asociados/as. No obstante, hay otros tipos de actividad emprendedora.

Una de ellas, fundamental para el desarrollo y consolidación de las economías avanzadas, es el intraemprender. Intraemprender significa que las propias empresas ya constituidas y en marcha emprenden generando nuevas líneas de negocio y/o diversificando su actividad.

Según los resultados obtenidos en el estudio en Navarra, el 10% de las empresas son emprendedoras. No obstante, tan sólo emprenden las empresas consolidadas.

De estas empresas consolidadas el 1,3% han creado una empresa naciente o “Start up” (empresa que lleva menos de 3 meses funcionando) y un 8,7% una empresa nueva o “Baby business” (empresas que llevan en funcionamiento entre 3 y 42 meses).

Nuevamente, se recomienda cautela con estos datos, ya que son estimaciones sobre la muestra a estudio.

Un perfil aproximado de estas empresas que emprenden sería el siguiente. Estos datos han sido obtenidos de cruces entre variables y de análisis ANOVA:

- Su propietario es indistintamente hombre o mujer; aunque con un matiz más femenino (un 2% más de mujeres emprendedoras con empresa que hombres emprendedores con empresa).
- No hay casi diferencia entre los/as propietarios/as de empresas que emprenden y los que no respecto a la edad.
- Tampoco se muestran diferencias importantes en relación al nivel de estudios entre el empresario que emprende y el que no. No obstante, el grupo de empresarios/as emprendedores demuestra tener un mayor nivel formativo, no determinante para establecer una clara diferencia.
- En lo referente a la creación de empleo, las empresas emprendedoras y que crecen tienen casi el doble de empleados que las que no crecen. Además, tienen previsión de seguir creciendo en los 5 próximos años más del doble que lo que prevén que van a hacerlo aquellas empresas no emprendedoras.

- Si se habla de ser “Business angel”, las empresas emprendedoras y que crecen demuestran ser tendentes a este aspecto en mucho mayor medida que las empresas no emprendedoras y que no crecen.
- Las empresas emprendedoras son de transformación o de orientación al cliente final (comercios, tiendas, hostelería, etc.) y en mucho menor medida de servicios.

5.4. Innovación en las empresas nacientes, nuevas y consolidadas

La medición de la innovación es un aspecto complejo a la hora de hablar de creación y consolidación de empresas. No obstante, es un aspecto fundamental para comprender la realidad y el futuro del tejido productivo y económico de una región o país.

En una comparación internacional, España no destaca por ser un país especialmente innovador según los diferentes criterios e indicadores empleados internacionalmente para medir este ámbito.

En cualquier caso, dentro de España, Navarra presenta una posición privilegiada en términos de innovación según el Índice de Innovación Regional (RRSII) de la UE. Este índice de medición de la capacidad innovadora fue desarrollado en el año 2003 por la Comisión Europea aunando aspectos relacionados con los recursos humanos, creación de conocimiento, innovación de productos, finanzas y mercado y difusión y transferencia del conocimiento. Según este índice Navarra es la tercera en el ranking de regiones españolas en cuanto a innovación, tras Madrid y el País Vasco.

El estudio GEM ofrece un acercamiento a la innovación de las empresas entrevistadas en la muestra de referencia basada en cuatro aspectos:

1. Nuevos productos o servicios.
2. Nivel de competencia esperado.
3. Disponibilidad de tecnologías nuevas.
4. Capacidad de expansión en el mercado.

Una vez más, se aconseja prudencia a la hora de interpretar los datos, ya que hay que recordar que el estudio GEM se basa en entrevistas a la población en general y, posteriormente, se hace una prospección de las personas emprendedoras y sus empresas que surgen de esas entrevistas. No se trata de un estudio centrado exclusivamente en una muestra representativa de empresas.

Respecto a los nuevos productos o servicios, las empresas en fase de nacimiento o “Start up” son las más innovadoras en Navarra, ya que el 7,7% de estas empresas afirman que sus productos y servicios son innovadores del todo. Este porcentaje baja hasta el 1,8% para las empresas nuevas y se estabiliza en un 3,9% en las empresas consolidadas. Casi una de cada cuatro empresas de las tres categorías estudiadas declara que sus productos o servicios son

algo innovadores, pero en todos los casos, más del 70% de las empresas entrevistadas afirman que sus productos o servicios no son nada innovadores.

En lo relativo al nivel de competencia esperado, tanto las empresas de menos de 3 meses como las nuevas y consolidadas esperan encontrar mucha competencia en el mercado. Más del 70% de estas empresas apuntan en esta dirección. En lo referente al nivel de competencia esperado no hay casi diferencias entre tipologías de empresas y alrededor de un 7% dice no encontrar nada o casi nada de competencia.

En el apartado de disponibilidad de tecnologías nuevas, se puede comprobar cómo, de modo general, las empresas entrevistadas en Navarra tienen tecnologías con más de 5 años de antigüedad. Más del 92% de los casos de las empresas "Start up" y más del 98% de los casos de las empresas nuevas y consolidadas.

Si hablamos de la capacidad de expansión en el mercado, se observa que las empresas de la muestra navarra presentan un mínimo nivel de expansión. Nuevamente no hay grandes diferencias entre las tres tipologías de empresas a estudio y en torno al 80% de las empresas de la muestra afirman no desarrollar expansión en el mercado mediante creación de nuevos nichos de mercado o diversificación.

5.5. Internacionalización de las empresas navarras

El estudio GEM no arroja datos sobre la actividad de internacionalización de las regiones a estudio. No obstante, empleando otras fuentes y los datos referentes a España se puede ofrecer un bosquejo acerca de la situación de las empresas navarras en este ámbito.

Según el informe: *La Empresa exportadora española 1999-2004* (publicado por el Consejo Superior de Cámaras de Comercio y la Agencia Estatal de Administración Tributaria), el número de empresas exportadoras ha crecido hasta un 34% en Navarra en el periodo 1999-2004, aunque en los últimos años esta tendencia ha ido a la baja. En concreto, en el año 2004 las exportaciones navarras se redujeron en un 1,9% respecto al ejercicio anterior.

La atonía económica de países como Francia, Alemania e Italia ha lastrado las ventas de las empresas navarras, que tienen en estos países sus principales clientes.

Otra característica muy importante de las exportaciones navarras es la alta concentración de las mismas en unas pocas empresas. De este modo, durante 2004 el 42,7% de todas las exportaciones navarras fueron realizadas por tan sólo 4 empresas. Sin embargo, si se observa este fenómeno con una mayor perspectiva temporal vemos cómo la tendencia está cambiando poco a poco, ya que en 1999 estas mismas 4 empresas representaban el 48,4% del total de las exportaciones navarras.

A nivel nacional cabe destacar que el 10,7% de las exportaciones españolas se concentran en 4 compañías y el 18% en 10 empresas. Si no se tiene en cuenta la influencia de estas cuatro compañías líderes, la exportación media más elevada se encuentra en País Vasco, Navarra, Cantabria y Asturias.

Por países receptores de las exportaciones navarras, Francia es el principal cliente, seguido de Portugal y Alemania.

Las principales cifras comparativas entre el comportamiento exportador de las empresas navarras y el total de España se pueden observar en este cuadro:

Tabla nº 23		
Indicadores de internacionalización en Navarra y comparación con España		
Indicadores básicos. Año 2004		
	<i>Navarra</i>	<i>España</i>
Exportación media por empresa (miles de euros)	3.307,3	1.894,1
Exportación media sin las 4 mayores exportadoras (miles de euros)	1.900	1.692
Grado de concentración en las 4 mayores exportadoras	42,7%	10,7%
Grado de concentración en las 10 mayores exportadoras	52,5%	17,9%
Tasa de cobertura (exportaciones/importación x 100)	110%	66%
Países de destino con mayor número de empresas exportadoras	Francia (312) Portugal (230) Alemania (169)	Portugal (11.214) Francia (10.664) Andorra (5.458)
Países de destino con mayor volumen de exportaciones. Exportación media 2001-2004 (miles de euros)	Alemania (4.346,7) Reino Unido (3.576,9) Turquía (2.201,6)	Francia (2.290,8) Turquía (3.394,8) Reino Unido (1.976,1)
Sectores con mayor número de empresas exportadoras	Máquinas y aparatos mecánicos Vehículos automóviles, tractores Materias plásticas	Máquinas y aparatos mecánicos Vehículos automóviles, tractores Aparatos y material eléctrico

El comercio exterior de las empresas de la Comunidad Foral sigue estando muy concentrado en los 25 países de la UE. De hecho, han representado el 80,3% de las exportaciones navarras en 2004, y así parece que seguirá siendo a medio plazo debido al potencial de crecimiento de los nuevos países miembros y el fuerte peso relativo del comercio con Francia, Alemania, Reino Unido o Italia.

Capítulo 6

Financiación del proceso emprendedor español

6.1. Introducción

La necesidad de recursos económicos para la puesta en marcha de una idea de negocio es una de las grandes preocupaciones de muchas personas emprendedoras. En muchas ocasiones, esta necesidad pasa de ser una preocupación a ser una verdadera barrera que impide echar a rodar un nuevo proyecto empresarial.

El estudio GEM intenta arrojar luz sobre factores relacionados con el proceso de financiación de las actividades empresariales teniendo en cuenta diferentes aspectos: la autofinanciación, la financiación bancaria, la financiación informal, el capital riesgo, etc.

6.2. Capital semilla, medio necesario para poner en marcha una empresa naciente en 2005 en Navarra

Según los datos, resultados que deben ser tomados con cautela, obtenidos en la muestra de empresas para Navarra, el capital medio para la puesta en marcha de una empresa en la Comunidad Foral fue de 41.487,18 euros, bastante menor a la media de España, situada en 54.886. Pero, debido a la gran desviación típica que acompaña a esta media, es más prudente emplear otras estadísticas.

De este modo, si se analiza la mediana de esta distribución de datos, se puede comprobar que ésta se sitúa en 30.000 euros. Es decir, el 50% de las personas que estaban en proceso de creación de empresas necesitaron un capital inicial máximo de 30.000 euros, cifra bastante inferior a la mediana de España que se sitúa en 40.000 euros. Pese a que no hay datos de años anteriores para Navarra, sí que en la evolución de los datos de España se observa claramente que la cantidad mínima necesaria para crear una nueva empresa tiende a aumentar.

En el caso de Navarra, la concentración en torno a estos 30.000 euros es muy importante, ya que el percentil 70 es igual a la mediana. Es decir, el 70% de las personas que estaban en proceso de creación de empresas necesitaron un capital inicial máximo de 30.000 euros.

Por término medio, en Navarra las personas emprendedoras de la muestra dicen aportar el 51% del dinero necesario para la puesta en marcha, claramente inferior al 64% en España.

Por otra parte, en Navarra el 38,5% de los emprendedores de la muestra han financiado sus empresas al 100% por sus propios medios, diez puntos por encima de lo reflejado por la media española.

6.3. Las fuentes de financiación que se utilizan en el proceso emprendedor

Aunque ya se ha puesto de manifiesto que muchos de los fondos necesarios para la puesta en marcha de una empresa son aportados por el propio emprendedor; hay otras fuentes de financiación que el estudio GEM explora, dentro de las limitaciones que los datos nos ofrecen.

El siguiente cuadro recoge las diferentes fuentes de financiación:

Tabla nº 24				
Fuentes de financiación empleadas por los emprendedores nacientes y nuevos para el “Start up”				
	<i>Emprendedores nacientes</i>		<i>Emprendedores nuevos</i>	
¿Ha recibido o espera recibir dinero para el “Start up” de...?	<i>% Sí</i>	<i>% No</i>	<i>% Sí</i>	<i>% No</i>
Su familia directa	15,4	84,6	21,1	78,9
Otras relaciones familiares menos directas	2,6	97,4	3,5	96,5
Compañeros de trabajo	7,7	92,3	5,3	94,7
Amigos o vecinos	5,1	94,9	12,3	87,7
Bancos e instituciones financieras	56,4	43,6	42,1	57,9
Programas del Gobierno	10,3	89,7	5,3	94,7

Los resultados muestran cómo la financiación proveniente de bancos y otras instituciones financieras es la principal fuente de ingresos de las personas emprendedoras tanto para los emprendedores nacientes como para los nuevos. En segundo lugar, aparecen las vías “más informales”, que suman un 30,8%.

Llama la atención el hecho de que en Navarra la financiación proveniente de programas gubernamentales es muy inferior al del resto de España. Según los datos obtenidos en el estudio sólo el 10,3% de los emprendedores nacientes en Navarra declaran haber recibido dinero de estas fuentes frente al 22,6% en el resto de España. En el caso de los emprendedores nuevos, los porcentajes son de un 5,3% frente a un 14%.

Esta diferencia puede ser debida a varias causas.

1. Se ha constatado anteriormente que la persona emprendedora en Navarra es bastante autónoma en cuanto a la financiación (el 38,5% asumió el 100% de los costes de puesta en marcha de su empresa), y que la inversión de puesta en marcha de una empresa en Navarra es inferior al resto de España. Estas y otras pistas, de capítulos anteriores, nos muestran que las empresas en Navarra de reciente creación son muy pequeñas, muchas de ellas se fundamentan en el autoempleo, por lo que no es necesario tanto capital inicial.
2. El modelo de apoyo institucional en cuanto a financiación directa en Navarra parece bastante inferior a los modelos financiadores de otras comunidades autónomas. En este ámbito, acceden a financiación del Gobierno de Navarra menos personas emprendedoras comparativamente con otras comunidades autónomas.
3. Es habitual que los/as emprendedores/as accedan a diferentes fuentes de financiación de modo simultáneo. Anteriormente ya hemos comprobado que más del 38% de las personas en procesos de "Start up" en Navarra habían financiado la puesta en marcha de su empresa ellos mismos al 100%. No obstante, hay casi un 30% de emprendedores que afirman haber empleado una fuente de financiación externa y un 17% ha empleado simultáneamente dos fuentes de financiación de las propuestas.

En Navarra, entre las diferentes combinaciones de financiación, destaca la compuesta por entidades financieras y compañeros y la de bancos y familiares directos.

6.4. El retorno de la inversión realizada por el emprendedor

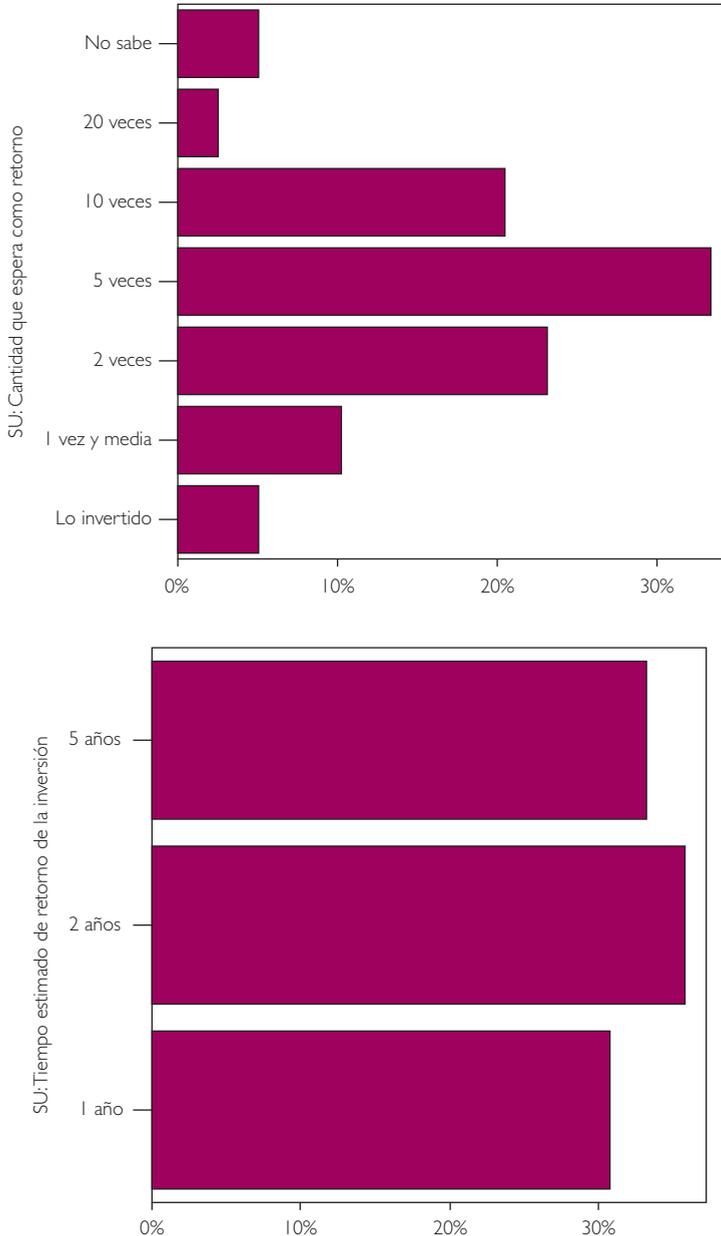
Las razones por las que una persona opta por crear su propia empresa pueden ser variadas, como se ha observado en capítulos anteriores, pero sea la razón que sea la que impulsa a una persona a dar este paso, el beneficio económico es algo común a todas ellas.

Como se ha observado, la mayoría de las personas emprendedoras en Navarra aporta la mayor parte del capital necesario para la puesta en marcha, si no todo, de su propio bolsillo. Conocer qué esperan obtener de esta inversión nos ayudará a comprender en cierta medida la motivación que les impulsa a emprender:

Según los resultados obtenidos, todas las personas emprendedoras deciden crear su propia empresa con expectativa de obtener algún beneficio económico. Esta afirmación se apoya en el dato de que ninguna de las personas emprendedoras, cuando se le pregunta cuánto dinero espera de retorno tras la inversión para la puesta en marcha, dice no esperar ningún beneficio o tener pérdidas. Las expectativas de beneficio varían, como podemos ver en el siguiente gráfico.

Figura nº 31

Cantidad de retorno de la inversión que espera conseguir el emprendedor naciente y tiempo en que espera lograrlo



Según las figuras anteriores, más del 30% de las personas emprendedoras esperan recuperar cinco veces la inversión inicial, y casi un 25% el doble de lo que invirtió. Tan sólo el 5% espera recuperar solamente lo invertido.

Si comparamos estas cifras con los resultados globales para España, la persona emprendedora navarra es bastante más optimista en lo relativo a la cantidad de dinero de retorno. También lo es en lo referente al tiempo necesario que tiene que transcurrir; ya que el 36% espera retornar ese dinero en tan sólo 2 años y el 100% antes del transcurso de 5 años.

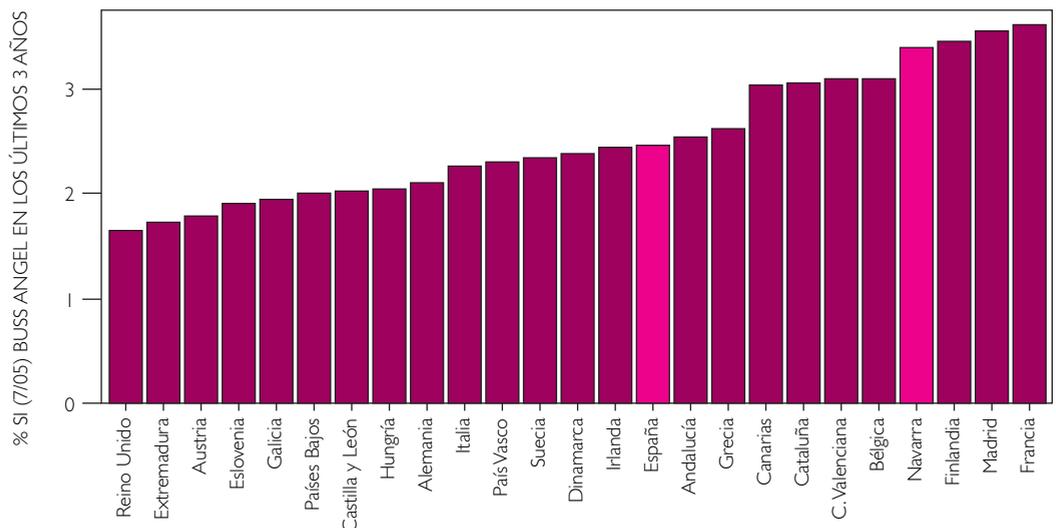
6.5. El papel del inversor informal tipo “Business angel” en Navarra y en el entorno GEM

Aunque, como se ha observado con anterioridad, muchas de las personas emprendedoras se autofinancian o acuden a las entidades bancarias, el papel y la importancia de la financiación informal como medio que posibilita la puesta en marcha de nuevos negocios es cada vez mayor:

En Navarra la figura del inversor informal tiene una presencia muy importante, ya que el 3,4% de la población navarra fue “Business angel” durante 2005. A este respecto, Navarra junto con la Comunidad Autónoma de Madrid, son las regiones españolas con mayor porcentaje de personas que durante 2005 desempeñaron este papel. Ambas comunidades superan ampliamente la media española, situada en el 2,4%.

Además, Navarra está en las posiciones más elevadas en lo que se refiere a este aspecto, tan sólo superada por Francia y Finlandia, y muy cerca del comportamiento de Estados Unidos, tal y como refleja el siguiente gráfico.

Figura nº 32
Porcentaje de la población adulta que actúa como “Business angel” informal en las regiones españolas y los países de la UE 2005



Aunque en el caso de Navarra no podamos establecer una evolución temporal de este dato ya que este informe es el primero de esta naturaleza en nuestra comunidad, el informe de España pone de manifiesto la importancia de este modelo de financiación informal.

Según las series temporales correspondientes al TEA anual y al porcentaje de inversores informales, se observa que a mayor índice TEA mayor inversión informal y viceversa. Es decir, en épocas recesivas este modelo de inversión ha sido determinante para un menor nacimiento de empresas, y en épocas de bonanza esta inversión ha colaborado de modo activo en la recuperación de la actividad emprendedora.

6.6. El perfil del inversor informal tipo “Business angel” en Navarra

La escasa muestra de “Business angel” en Navarra hace imposible determinar un perfil para esta tipología de persona, ya que estamos hablando de tan sólo ocho observaciones. Por tanto, trazaremos el perfil del inversor informal para la totalidad de España.

De este modo, podríamos establecer que el inversor informal en España es preferentemente un emprendedor varón, en torno a los 43 años, con estudios universitarios, renta familiar media, que invierte preferentemente en negocios orientados al consumo una cantidad media en torno a los 19.000 euros y al que le une una relación familiar directa con el beneficiario de la inversión.

Tampoco es posible profundizar en otros aspectos relevantes de este colectivo en la Comunidad Foral, como son con el retorno de la inversión en cantidad y tiempo esperado, etc.

En el caso de España, a la hora de aportar fondos destinados a iniciar un proyecto empresarial, para una importante proporción de los inversores informales prima más la relación con el emprendedor que las expectativas de beneficios futuros del proyecto que se va a poner en marcha. Esto se refleja en que muchos de estos inversores no esperan retorno de su inversión.

También, en el ámbito nacional, se puede observar que así como la gran mayoría de emprendedores esperaban beneficios (en Navarra todos) provenientes de sus inversiones personales, cuando hablamos de inversiones informales los familiares de los emprendedores no esperan casi nunca réditos de su aportación y, si los esperan, es a largo plazo.

6.7. El papel de las entidades bancarias y de ahorro en el proceso emprendedor

Como ya se ha comprobado anteriormente, la financiación de las entidades bancarias es el principal modo de financiación externo empleado por las personas emprendedoras de Navarra. Por eso el GEM en esta edición del año 2005 profundiza en este apartado con nuevas preguntas.

De hecho se ha preguntado a las personas emprendedoras por aquellos aspectos principales mediante los cuales las entidades financieras apoyan en el proceso de puesta en marcha y desarrollo de su empresa. En concreto, son dos preguntas realizadas a las personas emprendedoras sobre dos temas concretos.

Por un lado, se les pregunta a estas personas de qué modo apoyan las entidades financieras a las personas emprendedoras y después se les pregunta qué valoran más de estas entidades.

Las respuestas a la primera pregunta muestran claramente que el emprendedor navarro considera mayoritariamente que el principal apoyo que ofertan las entidades financieras es mediante facilidades de pago a la puesta en marcha y al desarrollo de la empresa. En este aspecto, los/as emprendedores/as navarros/as coinciden con los del resto de España.

Tabla nº 25
Factores que más apoyan el proceso emprendedor
por parte de la banca y entidades financieras

¿De qué forma cree que realizan su apoyo a la puesta en marcha de nuevos negocios las entidades financieras?			
% de Respuesta de emprendedores navarros			
	Nacientes	Nuevos	Consolidados
Facilidades de pago	51,3	52,1	50
Asesoramiento	23,1	29,6	27,8
Precios	7,7	2,8	10
No sabe	10,3	2,8	1,1
Rechaza	7,7	12,7	10,6
Total	100	100	100

Sin embargo, llama la atención que este servicio no sea el más valorado por parte de los emprendedores, ya que ellos valoran por delante del tema monetario el servicio de asesoramiento que estas entidades puedan ofrecer como se comprueba en la siguiente tabla. Este dato nos indica la importancia y el valor que para una persona emprendedora tiene la información y orientación, ya que el desconocimiento de muchos emprendedores, en esta materia, muchas veces es un obstáculo importante para la puesta en marcha y en las etapas iniciales.

Tan sólo los emprendedores/as consolidados de Navarra anteponen el tipo de interés cobrado y las cuestiones monetarias al asesoramiento, exceptuando este aspecto, los emprendedores nacientes y nuevos opinan del mismo modo que en el resto de España. Para estos dos colectivos, el asesoramiento es más importante que las cuestiones monetarias.

Tabla nº 26
Factores que más valoran los emprendedores en la ayuda prestada por parte de la banca y entidades financieras en el proceso emprendedor

¿Qué valora más de los bancos, cajas y entidades financieras?

% de Respuesta de emprendedores navarros

	Nacientes	Nuevos	Consolidados
Asesoramiento	28,2	35,2	28,9
Precio (financiación tipo de interés)	23,1	21,1	32,2
Precio comisiones	12,8	14,1	11,7
Disponibilidad horaria (vía acceso a nuevas tecnologías)	0	2,8	0,6
Otros	0	2,8	0
No sabe	35,9	22,5	26,7
Rechaza	0	1,4	0
Total	100	100	100

También se preguntó a la población en general acerca de las entidades financieras que consideraban apoyaban más a las personas emprendedoras. Éste es un dato meramente orientativo acerca de las impresiones de las personas sobre este aspecto, que no nos da información relevante para entender el proceso financiador, pero sí nos indica una percepción de la población.

A este respecto caben destacar dos resultados. Casi el 40% de la población no contestó esta pregunta cayendo en la categoría de No sabe/No contesta, y para el 10% todas las entidades financieras son iguales a este respecto.

De entre las entidades mencionadas por la población destaca Caja Navarra seguida de Caja Laboral y Caja Rural.

6.8. El papel del capital riesgo en el proceso emprendedor en Navarra

La falta de capital disponible constituye una de las dificultades más comunes con que se encuentra toda iniciativa empresarial de nueva creación o aquella que debe afrontar un proceso de expansión. En particular, las empresas de contenido innovador o tecnológico, o que inciden en mercados nuevos, encuentran mayores dificultades dado el periodo más largo de maduración que experimenta el proceso de su negocio.

En Europa, al contrario de los Estados Unidos, ha existido tradicionalmente una endémica carencia de instrumentos de financiación alternativos para la creación y desarrollo de empresas de corte innovador. Los fondos y sociedades de capital riesgo han venido centrándose casi de modo exclusivo en inversiones para el desarrollo de empresas ya consolidadas que comportaban un riesgo moderado y aseguraban unos rendimientos leves pero constantes.

Estos instrumentos alimentan los fondos propios de empresas de nueva creación en su fase de desarrollo de un nuevo producto o servicio (seed capital), y de empresas que inician su andadura, ya con el producto desarrollado y están en la primera fase de comercialización del mismo (start up capital). El riesgo que comportan estas inversiones es mucho mayor, puesto que el producto o servicio no ha tenido tiempo de asentarse en el mercado ni experimentar sus reacciones a medio plazo, y la incertidumbre sobre los modos de gestión, los efectos de la competencia y la evolución del mercado son aún importantes.

Este factor de riesgo es precisamente el que motiva que los proyectos empresariales muchas veces no puedan obtener una financiación por las vías clásicas del circuito financiero (préstamos, líneas de crédito) o que si las consiguen produzcan un efecto de apalancamiento en el corto plazo, paralizando las actividades de la sociedad por falta de liquidez. Para esta fase es esencial que se cuenten con unos fondos propios adecuados que proporcionen esa liquidez a medio plazo, y complementen de manera equilibrada la financiación ajena.

6.8.1. La historia del capital riesgo en Navarra

El recorrido del capital riesgo en Navarra es relativamente corto como en otros muchos lugares de España. En los últimos años, han ido apareciendo diferentes iniciativas y sociedades de promoción de empresas con el objetivo de generar movimiento de capital hacia inversiones de este tipo.

SODENA (Sociedad de Desarrollo de Navarra), nace en 1984 como el primer instrumento para el desarrollo empresarial de Navarra impulsada por el Gobierno de Navarra y Caja Navarra, e invierte en cualquier tipo de empresa que no tenga competencia en Navarra. Tienen especial interés en que se desarrollen nuevos sectores empresariales en Navarra: energías renovables, equipamiento médico, nuevas tecnologías y biotecnología.

En 1998, la Sociedad Arista Viva, que llevaba varios años realizando operaciones de inversión en empresas, se convierte en la primera sociedad de Capital Riesgo de Navarra.

En el año 2000, se crea Start Up Capital Navarra, con la participación de diferentes sociedades públicas, empresas privadas, entidades financieras y las dos universidades de Navarra. Es la primera Sociedad de Capital Riesgo de Navarra especializada en invertir en proyectos empresariales innovadores en fase semilla y puesta en marcha.

En el año 2001 aparece Genera que se posiciona como “empresa de empresas” y en el año 2002 Clave Mayor la primera Sociedad Gestora de Entidades de Capital Riesgo de Navarra. Tiene un enfoque claramente diferenciado de Genera, la otra S.C.R. privada, en que su primer objetivo es optimizar la rentabilidad de los fondos que gestiona, por lo que el aspecto fiscal cobra mucha importancia, y condiciona su estrategia.

En los últimos tiempos han aparecido nuevos actores en este ámbito como son MCC Navarra SPE, Fondetur: fondo especializado en invertir en establecimientos hoteleros pequeños en Navarra y en otras comunidades autónomas, Talde y otras S.C.R. de comunidades limítrofes, las S.G.R. Sonagar y Elkargi ubicadas en Navarra, mediante la concesión de préstamos participativos, entidades nacionales, como Enisa con sus préstamos participativos y CDTI-Neotec con sus préstamos para EIBT en creación o Fundación Genoma y la sociedad de explotación de resultados de investigación del CIMA.

6.8.2. El capital riesgo en Navarra en el año 2005

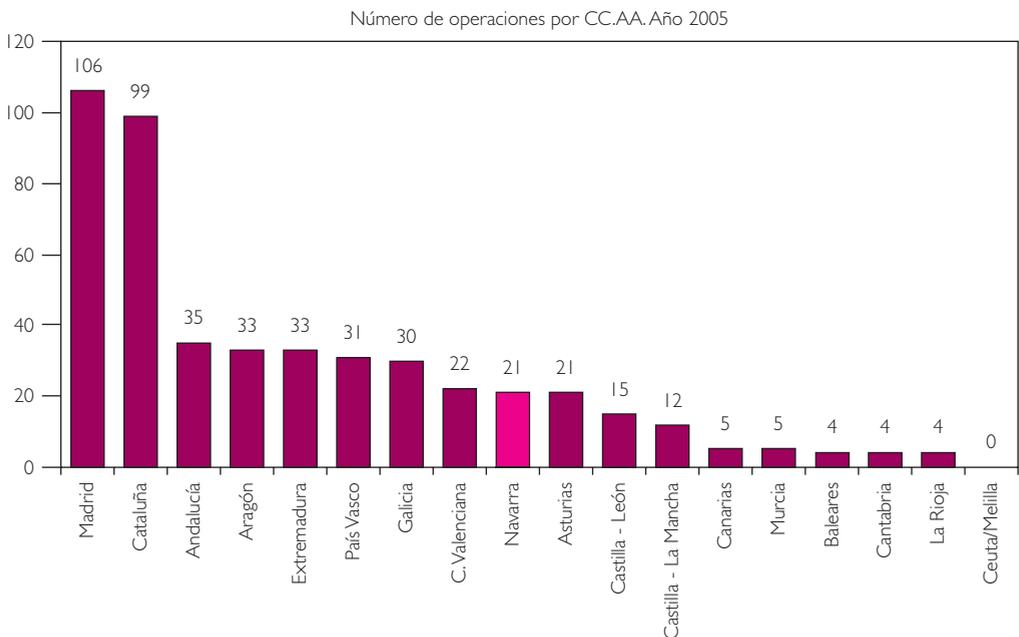
Según la ASCRI (Asociación Española de Capital Riesgo) en Navarra durante el año 2005 se invirtieron 13,3 millones de euros, en un total de 21 operaciones. Estas 21 operaciones representan al 4,4% del total de operaciones realizadas en España durante el 2005. El valor medio invertido en estas operaciones fue de 0,6 millones de euros por operación.

A este respecto, en Navarra se desarrollaron un número de operaciones similar al de otras regiones como Asturias o Valencia y por encima de otras comunidades como las dos Castillas, Canarias o Murcia.

No obstante, Navarra queda bastante por debajo de otras comunidades autónomas como Galicia, País Vasco, Extremadura, Aragón o Andalucía. Madrid y Cataluña, las cuales quedan muy por encima del resto.

Figura nº 33

Número de operaciones de capital riesgo por comunidades autónomas en 2005



Tan importante o más que el mero número de operaciones es el dato del volumen de dinero invertido en cada comunidad. Este dato nos ofrece el verdadero calado del capital riesgo ya que nos muestra realmente el dinero invertido.

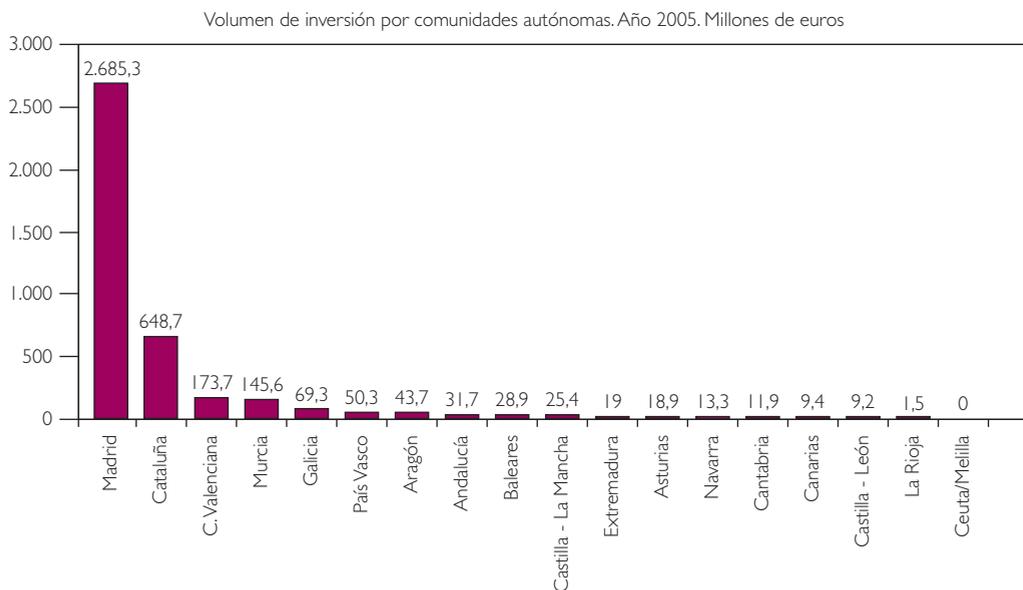
Hay que tener en cuenta el peculiar comportamiento de este tipo de operaciones y los flujos de inversión y desinversión, ya que, en el caso de Navarra, en el año 2004 se desarrollaron 43 operaciones y fue la tercera región de España en número de operaciones. Según los datos obtenidos este comportamiento irregular es bastante habitual.

A la vista del siguiente gráfico, en la Comunidad de Madrid se concentra el 67% del total de la inversión realizada en España. Hay que tener en cuenta que en esta comunidad se concentran las sedes centrales de grandes corporaciones y, además, durante el año 2005 se han hecho operaciones de gran calado con gran seguimiento mediático.

Analizando los volúmenes de inversión, observamos cómo tras Madrid destacan Cataluña, Valencia, Murcia y Galicia. Llama la atención, especialmente, la comunidad murciana, ya que con tan sólo cinco operaciones movilizó 145,6 millones de euros.

Navarra, invirtió 13,3 millones de euros representando el 0,3% del total de inversión de capital riesgo de España. Estas cifras distan bastante de las que Navarra tuvo en el año 2003, año en el cual Navarra invirtió 87,7 millones de euros, siendo la cuarta comunidad autónoma de España a este respecto y representando el 7% del total invertido en España.

Figura nº 34
Volumen de inversión en operaciones de capital riesgo
por comunidades autónomas en 2005



Capítulo 7

La percepción de buenas oportunidades para emprender

Además de conocer las características de las personas emprendedoras es importante conocer las impresiones de la población en general hacia el emprender.

De este modo, se puede sondear el clima social en torno a la creación de empresas, aspecto fundamental para entender este tipo de procesos dentro de unas sociedades y otras. A priori, parece lógico que en aquellos países y comunidades autónomas que tienen un índice TEA (sobre todo por oportunidad) mayor, las motivaciones y las condiciones del entorno deben ser más proclives a la generación de actividades empresariales.

En el caso de Navarra, cuando se le ha preguntado a la población adulta si percibe buenas oportunidades para crear empresas en los próximos 6 meses, el 29% contestó que sí frente al 44,7% que dijo que no. Estas cifras son similares a los datos totales para España, aunque levemente favorables para Navarra, ya que el 27,8% de la muestra española considera que sí hay buenas oportunidades, y el 47,2% consideran que no las hay.

Sobre otros aspectos relacionados con las impresiones de la población en general acerca de emprender, cabe destacar la gran sintonía entre las opiniones de la población navarra y la del resto de España.

Así las cosas, para la mitad de la población el miedo al fracaso seguiría siendo un obstáculo para emprender. Por tanto, hay que trabajar en esta dirección, ya que el miedo al fracaso es tradicionalmente una de las principales barreras culturales que hay en España y por extensión, en Navarra.

Pero, por otra parte, para el 65% de la población, tanto navarra como española, poner en marcha una empresa es considerada como una buena elección profesional, así como, para la mayor parte de la población navarra (el 65%) triunfar al poner en marcha una empresa proporciona buen estatus social.

7.1. Motivación para emprender en la población adulta navarra

Según la Tabla nº 27, podríamos afirmar que el “ambiente” hacia la creación de empresas es favorable en Navarra, ya que las dos cuestiones planteadas a este respecto (si poner en marcha una empresa es una buena elección profesional y si poner en marcha una empresa proporciona un buen estatus social) han sido contestadas positivamente por el 65% de la población. Estos resultados apuntan hacia una motivación al emprender en positivo de los 2.000 encuestados.

Tabla nº 27
Resultados de las entrevistas sobre motivación
para emprender en la población de Navarra

Preguntas a la población adulta relacionadas con la motivación para emprender	% de la población de 18-64 años	
	España	Navarra
El miedo al fracaso no sería un obstáculo para emprender	50,4	50,3
Poner en marcha una empresa o negocio es una buena elección profesional	64,8	65
Le gustaría que todo el mundo tuviese un nivel de vida similar	51,0	50
Triunfar al poner en marcha una nueva empresa o negocio proporciona un buen estatus social	55,2	65
Los medios de comunicación proporcionan buena cobertura en noticias relacionadas con nuevos empresarios	39,0	36,8

Además, el 61% de los encuestados en Navarra considera deseable crear una empresa. A este respecto nos encontramos con una situación en la que para muchas personas crear una empresa puede ser algo positivo e interesante, incluso deseable, pero cuando se baja al terreno de las percepciones reales acerca de las oportunidades, la cuestión cambia. Por un lado, tan sólo el 29% de la población percibe buenas oportunidades para crear empresas en los próximos 6 meses y, por otro, el 40% entiende que es más difícil crear una empresa ahora que hace 10 años.

Una nueva variable da más luz acerca de este aspecto, ya que se preguntó a la población en general si tiene previsto ser emprendedor/a en los próximos 3 años. De este modo se podría hablar de personas emprendedoras potenciales. También se midió si estas impresiones tienen diferencias según el sexo, edad, nivel de renta y nivel de estudios.

La población entrevistada no presenta diferencias según el sexo. Es decir, el sexo no es un factor determinante que marque diferencias en este aspecto. En lo referente a la edad, conforme menos edad más probabilidades de ser emprendedor. Por otro lado, el nivel educativo también influye, a mayor nivel educativo mayor probabilidad de ser emprendedor en tres años.

Sin embargo, en el caso de la Comunidad Foral, el nivel de renta no ofrece una pauta determinante sobre la intencionalidad o no de ser emprendedor/a. Ni las rentas más altas ni las más bajas, ni las centrales, destacan en su intención de ser emprendedores en los próximos años.

7.2. La opinión de los expertos de las oportunidades y la motivación para emprender

Al grupo de expertos seleccionado también se les preguntó acerca de sus percepciones sobre oportunidades para emprender:

De forma general, los expertos navarros son más escépticos que la media del total de expertos de España. Sólo dos de las afirmaciones propuestas llegan al 3, número que corresponde a la categoría “Ni cierto/Ni falso”.

Por tanto, los expertos navarros son más pesimistas que la población en general. Destaca su posicionamiento ante la afirmación “en Navarra, es fácil para las personas dedicarse a explotar oportunidades empresariales”. Como se puede comprobar en la siguiente tabla, es el factor con menor puntuación de todos los propuestos (2,14 en una escala de 1 a 5) y, además, es el factor en el que mayor acuerdo tienen.

Tabla nº 28
La percepción de oportunidades desde el punto de vista de los expertos

Percepción de oportunidades	Navarra	España
En Navarra, hay muchas y buenas oportunidades para la creación de nuevas empresas	3,03	3,18
En Navarra, hay más oportunidades buenas para crear nuevas empresas que gente preparada para explotarlas	2,91	2,98
En Navarra, las buenas oportunidades para la creación de nuevas empresas han aumentado considerablemente en los 5 últimos años	3,06	3,39
En Navarra, es fácil para las personas dedicarse a explotar oportunidades empresariales	2,14	2,51
En Navarra, hay muchas y buenas oportunidades para crear nuevas empresas de rápido crecimiento	2,58	2,67
Factores medidos en escalas de 1 = Totalmente falso a 5 = Totalmente cierto		

También resalta el hecho de que, en las afirmaciones propuestas en el cuadro anterior, las respuestas de los expertos de Navarra están todas por debajo de la media de España, en la misma dirección. Es decir, los expertos navarros opinan como el resto de expertos de España, aunque son un poco más pesimistas o reservados a la hora de posicionarse ante las afirmaciones propuestas.

Según los datos de ediciones anteriores del estudio GEM, parece habitual que el colectivo de expertos/as presente mayores reservas frente al fenómeno emprendedor que la población en general.

Tabla nº 29
Evaluación media de expertos navarros sobre factores que influyen en la motivación para emprender

<i>Motivación para emprender</i>	<i>Navarra</i>	<i>España</i>
La creación de empresas es una forma de hacerse rico	2,69	3,16
Convertirse en empresario es una opción profesional deseable	2,5	2,87
Los empresarios de éxito gozan de gran reconocimiento y prestigio social	3,08	3,55
Es frecuente ver noticias en los medios de comunicación sobre empresarios de éxito	3,22	3,3
La mayoría de la gente piensa que los empresarios son individuos competentes e ingeniosos	3	3,12
Factores medidos en escalas de 1 = Totalmente falso a 5 = Totalmente cierto		

Los expertos y expertas navarros ven también peor horizonte que el resto de expertos de España. En todos los casos propuestos siguen la misma tendencia, pero los expertos navarros lo hacen siempre con puntuaciones más bajas. No obstante, destacan un aspecto que para la media de España se acerca a la categoría de “Cierto” y en el caso de Navarra está dentro de la “Falso”: la afirmación “la creación de empresas es una forma de hacerse rico”. Los expertos regionales consideran la creación de empresas como un medio para ganarse la vida huyendo de estereotipos ligados, tradicionalmente, a la imagen de empresario de “éxito”. De ahí que no estén de acuerdo con la afirmación propuesta.

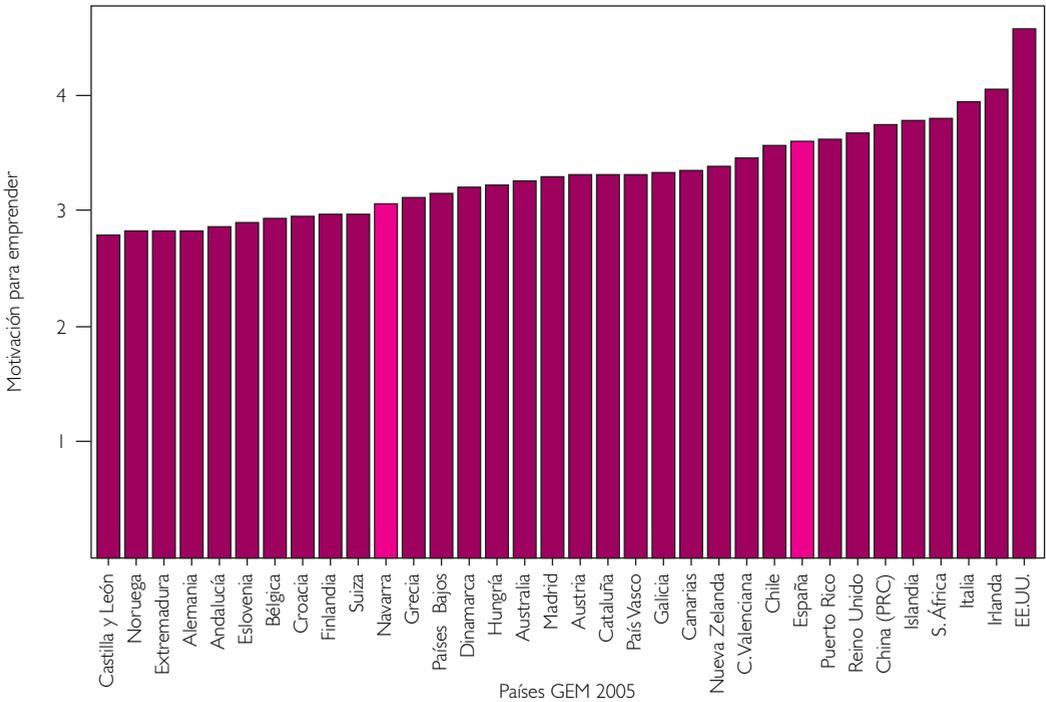
Otro asunto llamativo es el contraste con las opiniones de la población en general. En el caso concreto de la afirmación “convertirse en empresario es una opción social deseable” esta diferencia es, si cabe, más sorprendente, ya que los expertos están en desacuerdo con esa afirmación (2,5 de puntuación), mientras que el 61% de la población estaba de acuerdo con ella.

La siguiente figura muestra la media de las opiniones de los expertos respecto a estos indicadores de motivación hacia el emprender percibidos en un contexto internacional.

Como ya se ha apuntado, los expertos/as de la Comunidad Foral son moderadamente optimistas, ya que la media de los cinco factores propuestos llega al tres (sobre cinco), pero bastante por debajo de los expertos de la media de España y de los expertos de otras comunidades autónomas y países europeos del entorno.

Según se ha visto en el Capítulo 1, Navarra tiene un índice TEA y un comportamiento emprendedor por encima de la media española y muy acorde con los países más desarrollados de su entorno, pero en lo que respecta a la visión de los expertos, Navarra “pierde posiciones”.

Figura nº 35
Opinión media de los expertos acerca de la motivación de la población para emprender en sus respectivos países o regiones



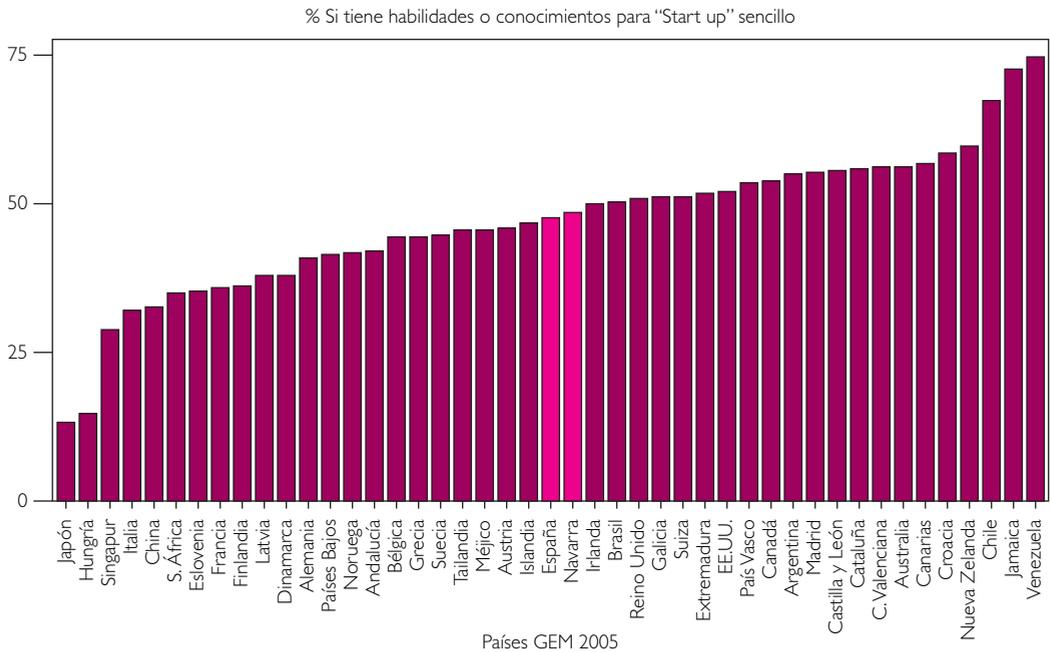
7.3. Habilidades y conocimientos para emprender en la población navarra

El 42,1% de la población de 18 a 64 años de la Comunidad Foral afirma tener las habilidades y conocimientos necesarios para acometer un “Start up” sencillo, cuatro puntos por debajo de la media nacional del año 2005, pero dos puntos por encima del dato de España de 2004. Una vez más, la población en general es más optimista, a este respecto, que el colectivo de expertos.

Como se puede observar en la figura siguiente, en el contexto internacional la población navarra se sitúa en posiciones similares a las de regiones y países de su entorno en cuanto a percepción de tener habilidades y conocimientos para emprender una pequeña empresa. A este respecto, la población navarra se posiciona por delante de países como Francia, Finlandia, Dinamarca, Alemania o la media de España (recordemos que para las comparativas internacionales se trabaja con los datos del US Census) y muy cerca de otros países como Irlanda, Reino Unido o Estados Unidos.

Al tratarse de percepciones de la población sobre sus propias capacidades, hay que tener prudencia a la hora de interpretar estos datos, ya que existen muchos aspectos culturales, sociales y de entorno que influyen y moldean la percepción personal y colectiva en torno a un fenómeno. No obstante, estas percepciones son un indicador interesante para ver en qué punto está y hacia dónde va el espíritu emprendedor de una sociedad, porque cabe suponer que si las personas de un determinado país o región se sienten capacitadas para crear una empresa, significa que en su entorno se percibe que hay medios suficientes, buenos apoyos, etc.

Figura nº 36
Clasificación de los países GEM 2005
según la habilidad de la población para emprender



Por su parte, una vez más, los expertos y expertas tienen una visión diferente al global de la población. En Navarra no creen que la mayoría de la gente piense que crear una empresa de rápido crecimiento sea tarea fácil, y menos aún creen que muchas personas tengan experiencia en la creación de empresas. Tampoco consideran que las personas tengan capacidad de reacción frente a buenas oportunidades de negocio, aunque opinan positivamente que en Navarra hay muchas personas capacitadas para reunir los recursos necesarios para montar una empresa.

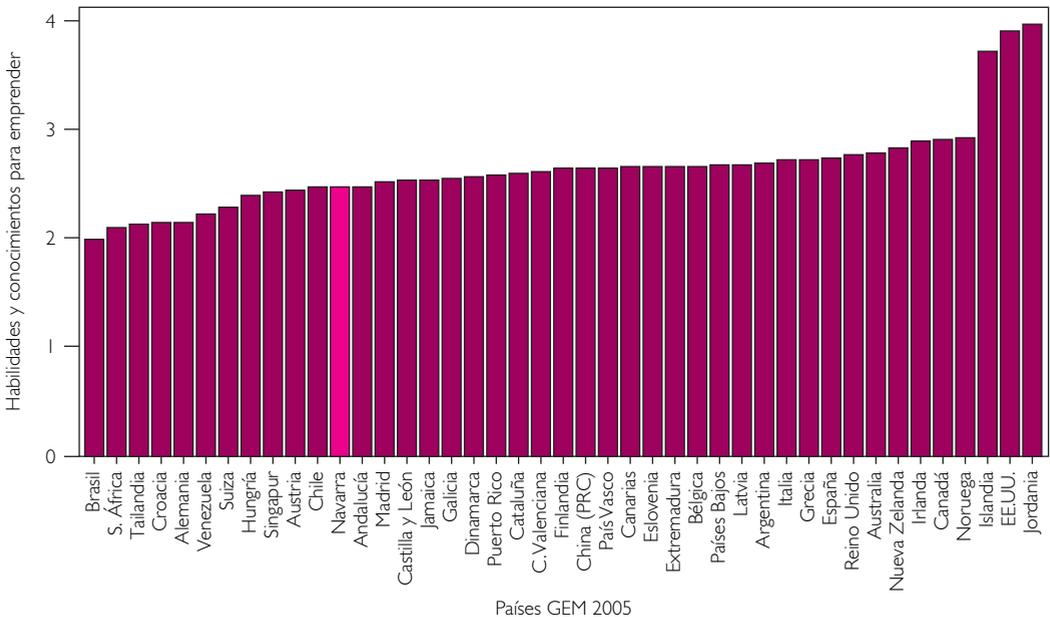
Lo que sí creen es que en Navarra mucha gente está preparada para dirigir una pequeña empresa. Varios de los expertos/as entrevistados afirmaron que Navarra al haber sido una comunidad que ha acogido inversión exterior; y al haberse asentado en ella importantes multinacionales, ha sido capaz de generar buenos directivos y directivas, más que buenos emprendedores y emprendedoras.

Tabla nº 30
Opinión de los expertos acerca de las habilidades y conocimientos que posee la población adulta de la Comunidad Foral para emprender

Habilidades y conocimientos	Navarra	España
La mayoría de la gente piensa que crear una nueva empresa o un negocio de rápido crecimiento es fácil	2,49	2,31
Mucha gente está capacitada para dirigir una pequeña empresa	3,06	2,79
Mucha gente tiene experiencia en la creación de nuevas empresas	2,03	2,34
Mucha gente tiene una gran capacidad de reacción ante buenas oportunidades de negocio	2,17	2,51
Mucha gente está capacitada para organizar los recursos necesarios para crear una empresa	2,75	2,67
Factores medidos en escalas de 1 = Totalmente falso a 5 = Totalmente cierto		

En la comparativa internacional, los expertos y expertas navarras opinan que sus poblaciones de referencia no poseen suficientes capacidades y habilidades para emprender, como en la gran mayoría de países y comunidades autónomas. Tan sólo los expertos de Jordania, EE.UU. e Irlanda consideran que sus poblaciones poseen estas capacidades

Figura nº 37
Opinión media de los expertos internacionales acerca de la posesión de habilidades y conocimientos para emprender por parte de sus respectivas poblaciones



Capítulo 8

Las condiciones específicas de entorno para emprender en Navarra en el 2005

8.1. Introducción

Dentro del modelo GEM de creación y generación de empresas confluyen diferentes factores e ingredientes que explican el fenómeno emprendedor. En capítulos anteriores se han analizado una gran cantidad de factores internos, inherentes al propio proceso emprendedor y de la persona emprendedora, sus características y necesidades, sus procesos y su situación dentro de un marco regional.

Sin embargo, hay gran cantidad de factores externos que rodean al fenómeno emprendedor y que lo condicionan de un modo muy importante. El entorno y sus características son fundamentales cuando hablamos de creación de empresas. En este apartado se analiza el estado de los factores o condiciones de entorno que, determinadas por la literatura académica, mayor incidencia tienen en la actividad emprendedora como apoyo o freno a la misma y que son:

Apoyo financiero, Políticas gubernamentales, Programas gubernamentales, Educación y formación, Transferencia de I+D, Estructura comercial y profesional, Apertura de mercado interno, Acceso a la infraestructura física y Normas sociales y culturales.

Este análisis de condiciones específicas de entorno se realiza mediante la entrevista a 36 personas expertas de Navarra, cuatro expertos por cada una de las 9 condiciones de entorno señaladas anteriormente. Pese a que puedan parecer pocas observaciones para obtener conclusiones fiables, los análisis de las Alfas de Cronbach demuestran que todas las condiciones de entorno son robustas, estadísticamente hablando, exceptuando la condición “Motivación para crear una nueva empresa”. Es decir, todas las condiciones del entorno, excepto la recién mencionada, tiene Alfas de Cronbach por encima de 0,5 lo cual dota a estos resultados de la solvencia estadística suficiente.

El trabajo con las personas expertas se basa en la valoración de una serie de afirmaciones sobre cada condición de entorno, expresadas en Escala Likert de 1 a 5 (1 significa totalmente falso y 5 totalmente de acuerdo), así como la identificación de tres factores que, regionalmente, favorecen en Navarra la actividad emprendedora, así como tres factores que la frenan. Por último, se insta al experto a que identifique tres recomendaciones de políticas públicas dirigidas al ámbito emprendedor y su mejora.

8.2. Análisis general del entorno en que se desarrolla la creación empresarial en Navarra

Para conseguir un análisis mejor de las 9 condiciones de entorno mencionadas anteriormente, varias de ellas se disgregan en diferentes subcondiciones, de este modo los ex-

peritos evalúan un total de 15 apartados los cuales se subdividen, a su vez, en diferentes ítems.

Podemos agrupar las valoraciones en dos grupos. Por un lado aquellos aspectos con valoración positiva, por tanto, puntos fuertes en Navarra (promedios por encima de 3) y por otro, aspectos con valoración negativa, por tanto, puntos débiles en Navarra (promedios por debajo de 3).

Así, en el lado positivo, aparecen por orden de más valorado a menos los siguientes aspectos: Acceso a infraestructura física, Infraestructura comercial y de servicios, Política gubernamental: Trámites y leyes, Apoyo a la mujer, Programas gubernamentales, Apoyo a la creación y desarrollo de empresas y Apoyo financiero.

Por el contrario, en el lado negativo aparecen por orden de menos valorado a más, los siguientes aspectos: Educación primaria y secundaria, Apertura de mercado interno, Capacidad de reacción, Educación postsecundaria, Normas sociales y culturales, Política gubernamental: Apoyos, medidas, transferencia de I+D.

Detrás de estas valoraciones podemos comprobar cómo los expertos perciben que la estructura, el esqueleto, de la creación de empresas en Navarra es sólido. Aspectos como las infraestructuras físicas, las infraestructuras comerciales y de servicios, la normativa regional, los programas y acciones gubernamentales e incluso el apoyo financiero conforman la base necesaria de entorno y de cobertura y apoyo legal que toda persona emprendedora necesita.

El armazón y los cimientos del edificio son sólidos, aunque en aspectos como la financiación es mejorable. Lo que falta por apuntalar, en opinión de los expertos, son los aspectos más difusos e intangibles que propician un clima y un ambiente favorable para la creación de empresas. Aspectos como el impulso del espíritu emprendedor en el sistema educativo, en especial en Educación Primaria y Secundaria o las Normas sociales y culturales.

Estos dos aspectos de mejora coinciden plenamente con la impresión media de las casi 380 personas expertas entrevistadas en total en España. A estas personas les preocupa enormemente la gran carencia de los sistemas educativos en lo relativo al fomento del espíritu emprendedor, en especial en edades tempranas, en Educación Primaria y Secundaria prioritariamente. A este respecto, la UE se posicionó claramente en el año 2003 mediante la publicación del Libro Verde: El Espíritu Empresarial en Europa.

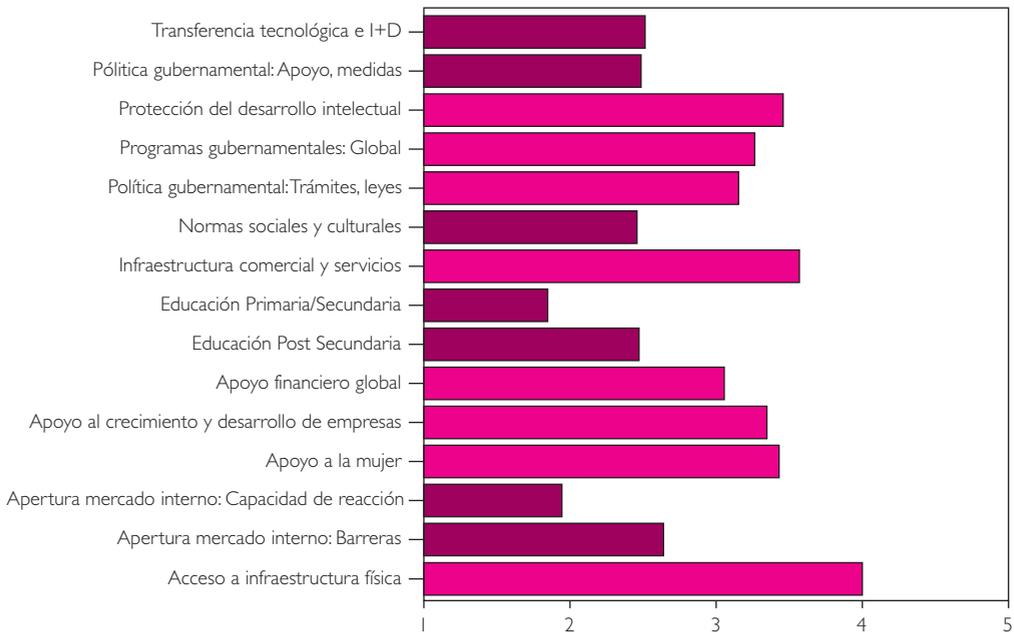
Parece lógico que si la creación de empresas y la generación de autoempleo es algo positivo para una sociedad, se fomente e impulse acciones encaminadas a obtener este objetivo y cuanto más temprano se haga mejor. En la actualidad existen diferentes programas y metodologías encaminadas a trabajar con escolares estos aspectos, pero en España aún es un trabajo incipiente, voluntarista y muy poco coordinado.

Por otra parte, además de la necesidad de trabajar en edades tempranas temas emprendedores, los expertos abogan por invertir esfuerzos en generar un clima favorable en torno a la creación de empresas y a la figura de las personas empresarias.

Los dos puntos de mejora más urgentes para los expertos en Navarra conllevan trabajo y esfuerzos de inversión de cara al futuro con escasos resultados inmediatos. Cambiar un clima o una visión social respecto a un asunto es trabajo de años, así como intervenir en ámbitos educativos tempranos, ya que los frutos se recogen pasados bastantes años. No obstante, hay experiencias que confirman la bondad de trabajar estos aspectos en aras de conseguir una sociedad más emprendedora.

A continuación se pueden comprobar las tablas de medias de cada uno de los ítems evaluados por las personas expertas.

Figura nº 38
Valoración media de las condiciones de entorno para emprender en Navarra



8.3. Aspectos favorables, desfavorables y recomendaciones: hablan los expertos

8.3.1. Obstáculos

Al preguntarle a los expertos por los tres obstáculos o frenos principales en Navarra, para la creación de empresas, destacan 3 con claridad: Las normas sociales y culturales, el clima económico y el apoyo financiero. Tanto el primer factor como el tercero tienen una correspondencia bastante similar con el ranking total de expertos de España que ascienden a 379 individuos, sin embargo, el que cambia bastante es el segundo factor, el denominado "clima económico".

Tabla nº 31
Obstáculos a la creación empresarial en el 2005,
según la opinión de los expertos de Navarra

<i>Clasificación de los factores citados por los expertos como obstáculos a la creación de empresas en Navarra, ordenados por orden de gravedad</i>	<i>%</i>	<i>Ranking en Navarra</i>	<i>Ranking para el total de España</i>
Normas sociales y culturales	50	1	2
Clima económico	36,11	2	8
Apoyo financiero	36,11	3	1
Políticas gubernamentales	27,78	4	3
Capacidad emprendedora	25	5	7
Educación y formación	25	6	4
Programas gubernamentales	13,89	7	5
Contexto político, institucional y social	11,11	8	9
Infraestructura comercial y profesional	11,11	9	12
Mercado laboral	8,33	10	13
Infraestructura física	8,33	11	6
Apertura del mercado	8,33	12	11
Composición de la población	2,78	13	14
Transferencia I+D	0	14	10
Total	100		

Este aspecto, “clima económico”, se muestra como un factor “contradictorio” ya que, como se puede ver en la siguiente tabla relativa a los factores que apoyan o impulsan la creación de empresas en Navarra, aparece como el segundo factor que más ayuda a la puesta en marcha de nuevos negocios en Navarra. La respuesta a esta cuestión es que para este asunto, los expertos parecen agruparse en dos grupos, según se extrae de los comentarios más cualitativos. Unos abogan por la salud de la economía navarra avalada por sus tasas de crecimiento, de empleo, los bajos tipos de interés, etc. y otro grupo de expertos recurre en su argumentario a aspectos como el riesgo de deslocalización, la inestabilidad en Volkswagen Navarra, que el excesivo bienestar de Navarra “adormece” las vocaciones emprendedoras, etc. En ocasiones la misma persona experta ha situado el clima económico como freno para la creación de empresas en Navarra y como apoyo con este tipo de razonamiento.

Un aspecto fundamental a corregir en Navarra, siempre en opinión de los expertos es lo relativo a las Normas sociales y culturales. La mitad de las respuestas de los expertos se han centrado en este aspecto que ya se ha comentado con anterioridad. Gran número de expertos considera que una vez que ya están afianzadas las bases de servicio e infraestructu-

ras para la creación de empresas en Navarra, hay que centrar los esfuerzos en crear un clima propicio y una sociedad más emprendedora.

Por otra parte, la percepción de falta de Apoyo financiero es una constante que se da tanto a nivel regional como nacional, así como entre la población en general y los expertos. De forma habitual hay ayudas y apoyos a inversiones o a gastos realizados mediante ayudas institucionales, pero son percibidas como pocas y escasas. Los expertos afirman que no hay un apoyo real a la puesta en marcha por parte de las administraciones. Apoyos que se podrían materializar en medidas como exención de pago de cuotas a la seguridad social, dulcificar la presión fiscal los primeros años cuando hay muchos gastos y pocos ingresos, etc.

Además, las entidades financieras no acaban de entrar en firme a financiar a las personas emprendedoras y se están dando los primeros pasos, a este respecto, por parte de contadas entidades. Hay pocas financiaciones blandas y el capital riesgo, como ya se ha comentado en el capítulo correspondiente, es realmente muy escaso.

Los expertos dicen textualmente:

En lo referente a **Normas sociales y culturales** podemos citar:

- “Arrastramos la cultura del empresario igual a malo. Todos los chavales quieren trabajar para otros porque es lo que se les ha dicho toda la vida”.
- “Insistir en la sensibilización social a través de una buena imagen del emprendedor: Sensibilizar en lo positivo de la asunción del riesgo y el fracaso. Ver el fracaso como algo positivo. Algo que sirve para aprender. La sensibilización debe hacerse no sólo en las personas que van a emprender, también en la sociedad. Porque emprender genera riqueza y empleo”.
- “Culturalmente no se fomenta nada que conlleve riesgo. Hay una herencia franquista por la cual se induce a los jóvenes a buscarse un trabajo para toda la vida y si es de funcionario mejor”.
- “Freno cultural: En Navarra no hay cultura de hacer empresa por uno mismo. El desarrollo industrial ha sido inducido y sigue siendo inducido por Gobierno de Navarra. En Navarra hay unas 130 empresas multinacionales, pero sólo son fábricas y no empresas, no hay estrategia, ni I+D. En las empresas navarras sólo se ejecutan estrategias. Los navarros somos responsables, disciplinados, trabajadores, cumplidores, pero no nos sentimos llamados a ser creativos”.

Respecto a **Clima económico**:

- “El alto desarrollo económico de Navarra, la falta de paro, hace que haya una situación acomodada y por eso no hay un estímulo para crear empresas”.
- “El propio bienestar y nivel de vida de Navarra. El bienestar lleva implícito el no asumir riesgos. La necesidad es el factor fundamental como catalizador para moverse. Cuando más ha crecido Navarra y España es cuando más se le ha sometido a la necesidad, entendida como competencia en mercados abiertos”.
- “Bonanza económica: No hay falta de empleo. El ejemplo social de triunfador es el de ser empleado de Caja o de Diputación, y como humanos, por inteligencia aplicada imitamos. En Guipúzcoa, el modelo que se imita es el del que crea empresa, que está bien visto”.

Si hablamos de **Apoyo financiero**:

- “Dificultades de financiación. En el arranque de la actividad todo son pagos y muy pocas ventas, ahí es donde hace falta el dinero. Las ayudas son pocas y llegan tarde cuando ya se ha lanzado la empresa, ahí no son tan necesarias. Lo bancos no ayudan lo suficiente y las empresas de capital riesgo apoyan un proyecto de cada 100”.
- “Factores económicos. Hay necesidades de inversión para desarrollar proyectos que no son soportables por los emprendedores. Hay pocas subvenciones y se cobran demasiado tarde”.
- “No hay financiación para emprendedores. Los 2 primeros años de actividad son básicos y no hay ayudas para la subsistencia. Tanto bancos como entidades públicas deberían de implicarse más. En algunos mercados la entrada es lenta. A veces las empresas se van a pique porque no pueden subsistir hasta que empiezan a vender. Si no tienes dinero para crear la empresa, tampoco consigues financiación. Hay veces en las que la única opción es ‘meter’ un socio y no siempre sale bien. Nadie se arriesga por una nueva empresa, excepto quien la pone en marcha”.

8.3.2. Apoyos

Tabla nº 32

**Apoyos a la creación empresarial en el 2005,
según la opinión de los expertos de Navarra**

<i>Clasificación de los factores citados por los expertos como apoyos a la creación de empresas en Navarra, ordenados por orden de importancia</i>	<i>%</i>	<i>Ranking en Navarra</i>	<i>Ranking para el total de España</i>
Programas gubernamentales	52,8	1	1
Clima económico	41,7	2	3
Políticas gubernamentales	36,1	3	2
Educación y formación	22,2	4	4
Apoyo financiero	22,2	5	5
Apertura del mercado	19,4	6	7
Normas sociales y culturales	16,7	7	6
Contexto político, institucional y social	11,1	8	13
Mercado laboral	11,1	9	12
Infraestructura comercial y profesional	11,1	10	10
Capacidad emprendedora	8,3	11	9
Infraestructura física	8,3	12	8
Composición de la población	8,3	13	14
Transferencia I+D	8,3	14	11
Total	100		

Otro de los factores explorados con las personas expertas fueron los factores que, a su entender, están favoreciendo en Navarra la creación de empresas. En este apartado destacan tres razones claramente por orden de importancia: los Programas gubernamentales, el Clima económico, y las Políticas gubernamentales.

En lo relativo a Programas y Políticas gubernamentales, los expertos reconocen la labor de las autoridades regionales en pro del fomento del espíritu emprendedor, el asesoramiento y el apoyo a la creación de empresas. El Servicio Navarro de Empleo ha tomado una posición de liderazgo, en este ámbito, promoviendo y financiando a gran número de entidades y diversos programas relacionados con la creación de empresas y el autoempleo. En Navarra hay una importante red de agentes que trabajan en apoyo del emprendedor de modo estable, se podrían citar entre otras: CEIN, Agencias de Desarrollo, Cámara de Comercio, ANEL, CEN, AJE, Gaztelan, AMEDNA, etc.

Todas estas entidades cuentan con el apoyo y la financiación del Gobierno de Navarra, lo cual ha dotado a la región de un nutrido e interesante entramado de apoyos a la persona emprendedora tanto en el proceso de creación y puesta en marcha, como en el de consolidación y desarrollo de la innovación.

Por otra parte, tal y como se ha comentado en el bloque anterior, el aspecto Clima económico está valorado como un apoyo por muchos expertos. Ya hemos visto las razones por las que se puede considerar un freno. No obstante, hay un argumento de peso que dice que el bienestar de Navarra permite tanto al sector público, como al privado y a las personas individuales pensar e invertir en otros aspectos que en otras comunidades autónomas no pueden hacerlo, porque tienen que solventar temas más “urgentes”.

Hay una bonanza económica, de tipos de interés bajos, con un PIB elevado. En capítulos anteriores se ha comprobado que muchas de las personas emprendedoras en Navarra han autofinanciado el proceso de puesta en marcha de su empresa. Todo esto son pistas que indican que el clima económico es adecuado para la puesta en marcha de nuevas iniciativas empresariales.

Los expertos dicen textualmente:

En lo relativo a **Programas gubernamentales y Políticas gubernamentales:**

- “Hay mucho apoyo en diferentes áreas: I+D con el Plan Tecnológico, desarrollo plan de empresa, etc”.
- “La realización de dos Planes Tecnológicos en Navarra, está apoyando y favoreciendo la creación de empresas y generando nuevos proyectos innovadores”.
- “Apuesta decidida de la Administración en temas como: CEIN, Cámara de Comercio, Agencias de Desarrollo y Plan Tecnológico”.
- “La gran red de agentes intermediarios y gubernamentales que están trabajando en este ámbito (CEIN, Agencias de Desarrollo, etc.) para una comunidad tan pequeña, el tejido de apoyo es muy considerable”.
- “La existencia de CEIN y de otras entidades intermediarias. Los servicios que se ofrecen de apoyo hace que mucha gente se anime y se atreva a dar, al menos, los primeros pasos. Hay un sitio al que acudir y eso es ya una oportunidad”.

- “Institucionalmente se estaba apoyando a empresas extranjeras o a multinacionales antes que a empresas locales. Actualmente esto está cambiando y se está dando más apoyo a las empresas locales ya que su control es mayor”.

En lo referente al **Clima económico** de Navarra como apoyo a la actividad emprendedora:

- “La situación económica de los últimos años favorece la creación de empresas, ya que tienen más acceso a créditos y métodos de financiación ajenos”.
- “El buen clima económico en general. En el 92 no se vendía ni una parcela industrial y desde hace 5 ó 6 años se firman casi 200 por año. Las demandas de suelo industrial crecen en épocas de euforia económica”.
- “Navarra es una región muy rica, con un PIB por encima de la media europea. Este ambiente facilita que se pueda invertir, más fácilmente, en algo propio que en otras partes”.
- “El alto nivel de vida hace que Navarra sea una pequeña Suiza. Navarra es una sociedad avanzada con mercado para casi todo”.

8.3.3. Recomendaciones de políticas públicas para mejorar el entorno de la creación empresarial

Tabla nº 33

Temas tratados por los 36 expertos consultados en Navarra, en las recomendaciones que hacen de políticas públicas para mejorar el entorno de la creación empresarial

<i>Clasificación de los factores citados por los expertos al hacer recomendaciones que pueden favorecer la creación de empresas en Navarra, ordenados por orden de importancia</i>	<i>%</i>	<i>Ranking en Navarra</i>	<i>Ranking para el total de España</i>
Programas gubernamentales	50	1	3
Políticas gubernamentales	41,7	2	2
Apoyo financiero	41,7	3	4
Educación y formación	36,1	4	1
Normas sociales y culturales	27,8	5	5
Capacidad emprendedora	22,2	6	11
Transferencia I+D	16,7	7	6
Contexto político, institucional y social	11,1	8	10
Mercado laboral	5,6	9	12
Clima económico	5,6	10	14
Infraestructura física	5,6	11	7
Apertura del mercado	5,6	12	9
Infraestructura comercial y profesional	2,8	13	8
Composición de la población	0	14	13
Total	100		

Por último, a las personas expertas se les solicitó que aportasen tres medidas concretas que ellos desarrollarían para fomentar y favorecer la creación de empresas y el autoempleo. A este respecto hay cuatro ámbitos que destacan claramente sobre los demás (más del 35% de respuesta). Además, estos cuatro ámbitos ocupan los cuatro primeros puestos en el ranking nacional, también.

Pese a que los Programas y Políticas gubernamentales han sido señalados por los expertos como dos de los principales apoyos para los emprendedores/as en Navarra, siguen siendo asuntos fundamentales para los expertos, quienes recomiendan y proponen que este aspecto se mantenga y mejore.

Los expertos/as señalan la necesidad de seguir invirtiendo desde lo público en este ámbito mediante políticas activas que se desarrollen mediante diferentes programas y actuaciones. Las personas entrevistadas nos han señalado que se están haciendo cosas importantes, pero indican que hay que seguir en esa línea de trabajo e incluso intensificarla.

En segundo lugar, el 41,7% del total de medidas sugeridas, van encaminadas en términos de Apoyo financiero. Para las personas expertas éste es un ámbito a desarrollar todavía. Señalan que es escaso aún el apoyo financiero real a las personas emprendedoras. Las entidades financieras van entrando poco a poco en este ámbito, pero es aún algo residual y también se denuncia que el Capital Riesgo es excesivamente conservador y enfocado a grandes empresas y no a emprendedores/as. Por otra parte, la política de ayudas también se percibe como escasa.

Tanto expertos como emprendedores/as consultados coinciden en señalar que aspectos como la presión fiscal, la concesión de créditos y ayudas deberían ser más flexibles al comienzo de la actividad cuando hay mucho gasto y poco ingreso.

Por último, más de un tercio de las medidas sugeridas se encuadrarían dentro del ámbito de los cambios en el ámbito de la Educación y formación. Si se quiere obtener una sociedad más emprendedora en la que la opción del autoempleo y la creación de empresas sea tenida en cuenta como una opción profesional real y si se quiere generar un clima favorable en torno a la figura de los empresarios/as, parece que comenzar a trabajar estos aspectos desde edades tempranas es lo más adecuado.

Muchos de los expertos hablan de la necesidad de comenzar a trabajar todo tipo de metodologías en la Educación Primaria y Secundaria. En el ámbito nacional ésta es la primera prioridad. También hay duras críticas al modelo universitario ya que éste, según los expertos, no es capaz de generar personas adecuadamente formadas para afrontar el reto de crear y gestionar un negocio.

Los expertos dicen textualmente:

En lo relativo a **Programas gubernamentales y Políticas gubernamentales:**

- “Desarrollar la administración cercana. Navarra tiene ventaja competitiva en esto. Ser líderes mundiales en cercanía de la administración. La administración Navarra podría ser como la banca on line, que en tu casa puedes acceder a todo: Suelo, Hacienda, Ayudas, Financiación. Competir en agilidad”.

- “Cambiar la fiscalidad de los primeros años. Medidas como por ejemplo: Progresividad en el impuesto de sociedades por tramos según beneficios o eximir los dos primeros años del pago de impuestos o progresivo. En el inicio financiaciones blandas”.
- “Nuevas fórmulas para las medidas impositivas. Por ejemplo, exención en el pago de impuestos los primeros años, ventajas legales. Si las empresas tienen que esperar 3 ó 5 años para ser rentables..., a muchas se les ahoga impositivamente antes de empezar a carburar de verdad. Si tu empresa funciona es bueno para ti y para el estado. No tiene sentido que los gobiernos ahoguen a las empresas incipientes”.
- “Desde las propias administraciones deberían fomentar que entre sus empleados se generen empresas. Éstas deberían crear sinergias con la propia administración para asegurarse volumen de ventas durante un periodo concreto (por ejemplo, 2 años como proveedor de la propia administración)”.

Si hablamos **de Apoyo financiero**:

- “Que las ayudas sean más concretas y reales, para que el nuevo empresario tenga un poco de oxígeno para sacar adelante su negocio”.
- “Ampliar las subvenciones a proyectos que se muestran viables y que tengan desarrollos de I+D en el proyecto. Cobrarlas antes de empezar, sino no sirven de nada”.
- “Facilitar capital-riesgo público. Incluso transformar subvenciones en Capital Riesgo”.
- “Incentivar la inversión privada en microproyectos con la fórmula de capital riesgo uno de los principales problemas de la pyme navarra es la descapitalización, esta situación se agrava en los emprendedores”.

En lo referente a **Educación y formación**:

- “Crear cultura emprendedora, montar y realizar concursos de premios anuales dentro de los programas formativos, en Primaria, Secundaria y Universidad dirigidos a revalorizar la idea del emprendedor”.
- “Generar en las Universidades un programa de emprendedores tanto para detectar como para formarles, motivarles y situarles ante esas oportunidades de negocio de alto crecimiento”.
- “Fomento de la cultura emprendedora desde los primeros momentos. Se debe impulsar más el fomento del espíritu emprendedor en FP o en los primeros años de las carreras universitarias”.
- “Cambios radicales en el sistema educativo. Formación participativa en la que el alumno tenga que salir del aula y ver la realidad”.
- “Trabajar desde edades muy tempranas. Presentar el tema como una aventura interesante, con un riesgo que se puede controlar; no como una caída en el abismo”.

8.4. Información detallada relativa a las condiciones de entorno

Las siguientes tablas muestran la respuesta media detallada de todas las preguntas relacionadas con cada uno de los apartados sobre entorno en que se ha solicitado información a los expertos. Sus respuestas se basan en escalas de Likert de 5 puntos en que 1 = totalmente falso y 5 = totalmente cierto y se han ordenado de peor a mejor.

Tabla nº 34		
Información detallada relativa a las condiciones de entorno		
<i>Afirmaciones valoradas por los expertos</i>	<i>Media Navarra</i>	<i>Media total España</i>
Financiación		
En Navarra, hay suficientes fuentes de financiación propia para financiar las empresas nuevas y en crecimiento	3,11	2,71
En Navarra, hay suficientes medios de financiación ajena para las empresas nuevas y en crecimiento	3,56	3,11
En Navarra, hay suficientes subvenciones públicas disponibles para las empresas nuevas y en crecimiento	3,03	2,9
En Navarra, hay suficiente financiación disponible procedente de inversores privados, distintos de los fundadores, para las empresas nuevas y en crecimiento	3,25	2,36
En Navarra, hay una oferta suficiente de capital riesgo para las empresas nuevas y en crecimiento	3,66	2,47
En Navarra, hay suficiente financiación disponible a través de la salida a bolsa para las empresas nuevas y en crecimiento	2,09	1,72
Políticas gubernamentales		
En Navarra, las políticas del Gobierno favorecen claramente a las empresas de nueva creación (por ejemplo, licitaciones o aprovisionamiento públicos)	2,31	2,36
En Navarra, el apoyo a empresas nuevas y en crecimiento es una prioridad en la política del Gobierno estatal	2,26	2,72
En Navarra, el apoyo a empresas nuevas y en crecimiento es una prioridad en la política de la Administración autonómica	3,03	2,99
En Navarra, las nuevas empresas pueden realizar todos los trámites administrativos y legales (obtención de licencias y permisos) en aproximadamente una semana	2,7	2,13

<i>Afirmaciones valoradas por los expertos</i>	<i>Media Navarra</i>	<i>Media total España</i>
En Navarra, los impuestos y tasas no constituyen una barrera para crear nuevas empresas e impulsar el crecimiento de la empresa en general	3,09	3,01
En Navarra, los impuestos, tasas y otras regulaciones gubernamentales sobre la creación de nuevas empresas y el crecimiento de las establecidas son aplicados de una manera predecible y coherente	3,46	3,17
En Navarra, las políticas gubernamentales de fomento y ayuda a las empresas nuevas y en crecimiento son efectivas	2,85	2,69
Programas gubernamentales		
En Navarra, puede obtenerse información sobre una amplia gama de ayudas gubernamentales a la creación y al crecimiento de nuevas empresas contactando con un solo organismo público. (Ventanilla única)	3,78	3,19
En Navarra, los parques científicos e incubadoras aportan un apoyo efectivo a la creación de nuevas empresas y al desarrollo de las que están en crecimiento	3,56	3,22
En Navarra, existe un número adecuado de programas que fomentan la creación y el crecimiento de nuevas empresas	2,86	2,98
En Navarra, los profesionales que trabajan en agencias gubernamentales de apoyo a la creación y al crecimiento de nuevas empresas son competentes y eficaces	3,85	3,23
En Navarra, casi todo el que necesita ayuda de un programa del Gobierno para crear o hacer crecer una empresa, puede encontrar algo que se ajuste a sus necesidades	2,83	2,69
En Navarra, los programas gubernamentales que apoyan a las empresas nuevas y en crecimiento son efectivos	3,09	2,79
Educación y formación		
En Navarra, en la enseñanza primaria y secundaria, se estimula la creatividad, la autosuficiencia y la iniciativa personal	2,09	2,03
En Navarra, en la enseñanza primaria y secundaria, se aportan unos conocimientos suficientes y adecuados acerca de los principios de una economía de mercado	1,97	1,95

Afirmaciones valoradas por los expertos	Media Navarra	Media total España
En Navarra, en la enseñanza primaria y secundaria se dedica suficiente atención al espíritu empresarial y a la creación de empresas	1,5	1,68
En Navarra, las universidades y centros de enseñanza superior proporcionan una preparación adecuada y de calidad para la creación de nuevas empresas y el crecimiento de las establecidas	1,94	2,36
En Navarra, la formación en administración, dirección y gestión de empresas, proporciona una preparación adecuada y de calidad para la creación de nuevas empresas y el crecimiento de las establecidas	2,85	3,13
En Navarra, los sistemas de formación profesional (FP) y formación continua proporcionan una preparación adecuada y de calidad para la creación de nuevas empresas y el crecimiento de las establecidas	2,68	2,8
Transferencia tecnológica y de I+D		
En Navarra, las nuevas tecnologías, la ciencia, y otros conocimientos se transfieren de forma eficiente desde las universidades y los centros de investigación públicos a las empresas nuevas y en crecimiento	2,28	2,34
En Navarra, las empresas nuevas y en crecimiento tienen el mismo acceso a las nuevas investigaciones y tecnologías que las ya establecidas	2,71	2,68
En Navarra, las empresas nuevas y en crecimiento se pueden costear las últimas tecnologías	2,14	2,1
En Navarra, las subvenciones y ayudas gubernamentales a empresas nuevas y en crecimiento para adquirir nuevas tecnologías son suficientes y adecuadas	2,57	2,54
En Navarra, la ciencia y la tecnología permiten la creación de empresas de base tecnológica competitivas a nivel global al menos en un campo concreto	3,44	3,02
En Navarra, existe el apoyo suficiente para que los ingenieros y científicos puedan explotar económicamente sus ideas a través de la creación de nuevas empresas	2,29	2,36
Acceso a infraestructura comercial y de servicios		
En Navarra, existen suficientes proveedores, consultores y subcontratistas para dar soporte a las empresas nuevas y en crecimiento	3,97	3,56

<i>Afirmaciones valoradas por los expertos</i>	<i>Media Navarra</i>	<i>Media total España</i>
En Navarra, las empresas nuevas y en crecimiento pueden asumir el coste de subcontratistas, proveedores y consultores	2,69	2,58
En Navarra, las empresas nuevas y en crecimiento tienen fácil acceso a buenos proveedores, consultores y subcontratistas	3,17	3,08
En Navarra, las empresas nuevas y en crecimiento tienen fácil acceso a un buen asesoramiento legal, laboral, contable y fiscal	3,67	3,05
En Navarra, las empresas nuevas y en crecimiento tienen fácil acceso a buenos servicios bancarios (apertura de cuentas corrientes, transacciones comerciales con el extranjero, cartas de crédito y similares)	3,83	3,55
Apertura de mercado interno		
En Navarra, los mercados de bienes y servicios para empresas cambian drásticamente de un ejercicio a otro	1,94	2,15
En Navarra, los mercados de bienes y servicios de consumo cambian drásticamente de un ejercicio a otro	1,94	2,18
En Navarra, las empresas nuevas y en crecimiento pueden entrar fácilmente en nuevos mercados	2,39	2,5
En Navarra, las empresas nuevas y en crecimiento pueden asumir los costes de entrada al mercado	2,72	2,52
En Navarra, las empresas nuevas y en crecimiento pueden entrar en nuevos mercados sin ser bloqueadas de forma desleal por las empresas establecidas	2,72	2,84
En Navarra, la legislación antimonopolio es efectiva y se hace cumplir	3,12	2,99
Infraestructura física, estado y acceso		
En Navarra, las infraestructuras físicas (carreteras, telecomunicaciones, etc.) proporcionan un buen apoyo para las empresas nuevas y en crecimiento	4,03	3,25
En Navarra, una empresa nueva o en crecimiento puede proveerse de servicios de telecomunicaciones en aproximadamente una semana (teléfono, Internet, etc.)	3,85	3,35

Afirmaciones valoradas por los expertos	Media Navarra	Media total España
En Navarra, no es excesivamente caro para una empresa nueva o en crecimiento acceder a sistemas de comunicación (teléfono, Internet, etc.)	3,81	3,67
En Navarra, una nueva empresa o en crecimiento puede tener acceso a los servicios básicos (gas, agua, electricidad, alcantarillado, etc) en aproximadamente un mes	4,08	3,89
En Navarra, las empresas de nueva creación y en crecimiento pueden afrontar los costes de los servicios básicos (gas, agua, electricidad, etc.)	4,26	3,92
Normas sociales y culturales		
En Navarra, las normas sociales y culturales estimulan la asunción del riesgo empresarial	2,14	2,42
En Navarra, las normas sociales y culturales estimulan la creatividad y la innovación	2,17	2,56
En Navarra, las normas sociales y culturales enfatizan la autosuficiencia, la autonomía y la iniciativa personal	2,42	2,82
En Navarra, las normas sociales y culturales enfatizan que ha de ser el individuo (más que la comunidad) el responsable de gestionar su propia vida	2,69	2,87
En Navarra, las normas sociales y culturales apoyan y valoran el éxito individual conseguido a través del esfuerzo personal	2,94	3,09
Legislación y estado de registros, patentes y similares		
En mi país, la venta ilegal de copias piratas de software, videos, CDs y productos registrados no está muy extendida	2,7	2,06
En mi país, la legislación sobre derechos de propiedad intelectual se hace cumplir de manera eficaz	3	2,69
En mi país, una nueva empresa puede confiar en que sus patentes, derechos de autor y marcas registradas serán respetadas	3,26	2,89
En mi país, la legislación sobre derechos de propiedad intelectual es muy completa	3	3,22
En mi país, se acepta en general que los derechos de los inventores sobre sus invenciones deberían ser respetados	3,84	3,41

<i>Afirmaciones valoradas por los expertos</i>	<i>Media Navarra</i>	<i>Media total España</i>
Apoyo a la mujer emprendedora		
En mi país, existen suficientes servicios sociales disponibles para que las mujeres puedan seguir trabajando incluso después de haber formado una familia	2,29	2,31
En mi país, se fomenta entre las mujeres el autoempleo o la creación de empresas	3,06	3,15
En mi país, las mujeres tienen igual acceso a buenas oportunidades para crear una empresa que los hombres	3,44	3,26
En mi país, crear una empresa es una opción profesional socialmente aceptada para la mujer	3,47	3,28
En mi país, las mujeres tienen el mismo nivel de conocimientos y habilidades para la creación de empresas que los hombres	4,42	4,24
Creación de empresas de alto potencial de crecimiento y desarrollo		
En mi país, existen muchas iniciativas que son especialmente diseñadas para apoyar a nuevas actividades empresariales con alto potencial de crecimiento y desarrollo	2,57	2,68
En mi país, los programas de ayuda al emprendedor desarrollados por las distintas administraciones aplican criterios de selección muy estrictos y rigurosos para escoger a los destinatarios de las ayudas	3,19	2,99
En mi país, los que diseñan las políticas públicas son conscientes de la importancia de la actividad empresarial con alto potencial de crecimiento y desarrollo	3,51	3,16
En mi país, la gente que trabaja en temas de apoyo a la creación de empresas tiene suficientes habilidades y competencias para proporcionar apoyo a nuevas empresas con alto potencial de crecimiento y desarrollo	3,68	3,18
En mi país, el potencial de rápido crecimiento y desarrollo de las empresas se usa a menudo como criterio de selección de las entidades que son susceptibles de recibir apoyos a la creación empresarial	3,43	3,21

8.5. Posición navarra en el ámbito internacional GEM 2005 acerca del estado de las condiciones de entorno evaluadas por los expertos

Los siguientes gráficos muestran la posición relativa de Navarra acerca de las condiciones evaluadas por los expertos en el entorno global de los países GEM y regiones españolas que participan en la edición 2005. Dichos gráficos son productos de la estandarización de las variables correspondientes, lo cual nos permite delimitar todas las valoraciones para cada ámbito entre -3 y $+3$, lo cual facilita la visión y la comprensión de estos gráficos.

Hay que tener presente en todo momento que estos resultados son fruto de las opiniones de cada grupo de expertos de cada país o región española, por tanto, son datos relativos a percepciones de entorno. Sin embargo, es bueno recordar, nuevamente, que los análisis previos de consistencia estadística confirman que son resultados muy fiables.

Las conclusiones que se extraen de su análisis se resumen a continuación:

Navarra ocupa un lugar de privilegio en lo relativo al **Apoyo financiero**. Aunque es el factor prioritario en el que los expertos/as navarros intervendrían para mejorarlo, como se ha visto anteriormente, Navarra ocupa un lugar de privilegio en lo referente al Apoyo financiero de la actividad emprendedora posicionándose muy cerca de países como Reino Unido o Bélgica y muy por encima de todas las regiones españolas y del total de España. Si considerásemos tanto las regiones españolas como países de la UE, Navarra estaría en cuarta posición del ranking europeo en cuanto a buena percepción por parte de los expertos del Apoyo financiero a la creación de empresas, tan sólo superada por los Países Bajos, Finlandia y Reino Unido.

Llama la atención el comportamiento de **las opiniones en lo referente a las Políticas gubernamentales**. En lo relativo a programas concretos, acciones diseñadas para la creación de empresas, Navarra se sitúa muy cerca de la media internacional aunque por el lado negativo. No obstante, sigue estando por encima de la percepción media de los expertos españoles. Tan sólo los expertos vascos y valencianos están claramente posicionados en la parte positiva del gráfico.

Sin embargo, en lo referente a **Asuntos legales, de mejora y facilidad de trámites**, Navarra, nuevamente, se posiciona en la parte alta del gráfico, posicionándose muy cerca de EE.UU.; Navarra y el País Vasco destacan muy por encima del resto de regiones españolas en este aspecto. Sus especiales regímenes fiscales, y su grado de autonomía a la hora de legislar en muchos aspectos económicos y de desarrollo regional dan como producto una buenísima percepción de los expertos.

Algo muy similar sucede con la percepción global de las **Políticas gubernamentales** en materia de emprendedores/as. Los expertos navarros consideran acertadas estas políticas, aunque con un amplio margen de mejora (se puede comprobar cómo en el gráfico correspondiente del rango posible entre -3 y $+3$, la opinión de los expertos navarros, supera escasamente el 1). Sin embargo, el hecho de que exista un margen de mejora no quita para

que Navarra se posicione al nivel de Alemania y por encima de Finlandia, Dinamarca o los EE.UU., entre otros. En este apartado llama la atención el comportamiento de las regiones españolas, ya que todas las regiones están en la media mundial o por encima de ella. Esto significa que tanto a nivel estatal como a nivel regional se está trabajando e impulsando la actividad emprendedora como medio de desarrollo regional.

Como ya se ha visto anteriormente, los expertos navarros son especialmente críticos con el **Ámbito educativo** y su labor a la hora de enseñar y fomentar valores, actitudes y comportamientos emprendedores. Tanto la educación primaria y secundaria como la postobligatoria están valorados en negativo. Los expertos, con estas valoraciones, apuntan que éste es un factor necesario e importante a abordar, una vez que otras condiciones del entorno ya están desarrolladas y asentadas.

La **Transferencia en I+D y el Acceso a infraestructura comercial y profesional** son aspectos esperanzadores dentro de un discreto panorama internacional. Aunque en especial, el primero de estos dos factores tiene un amplísimo margen de mejora que hay que abordar en opinión de los/as expertos/as.

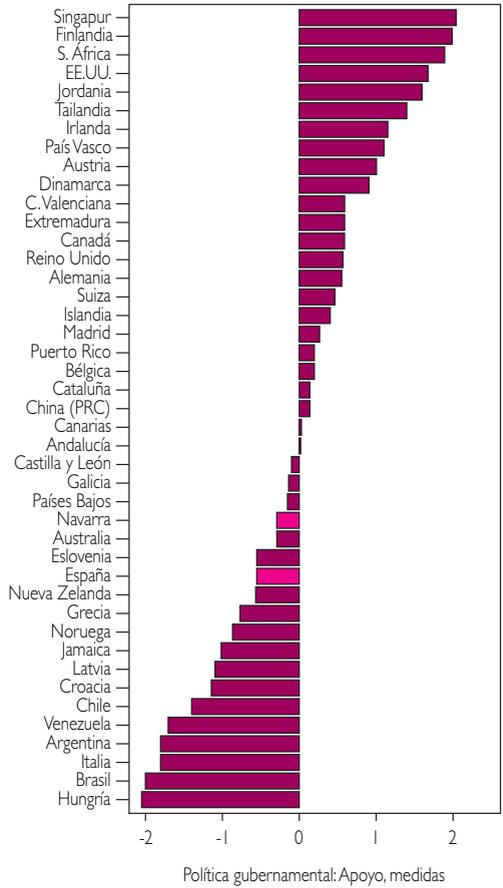
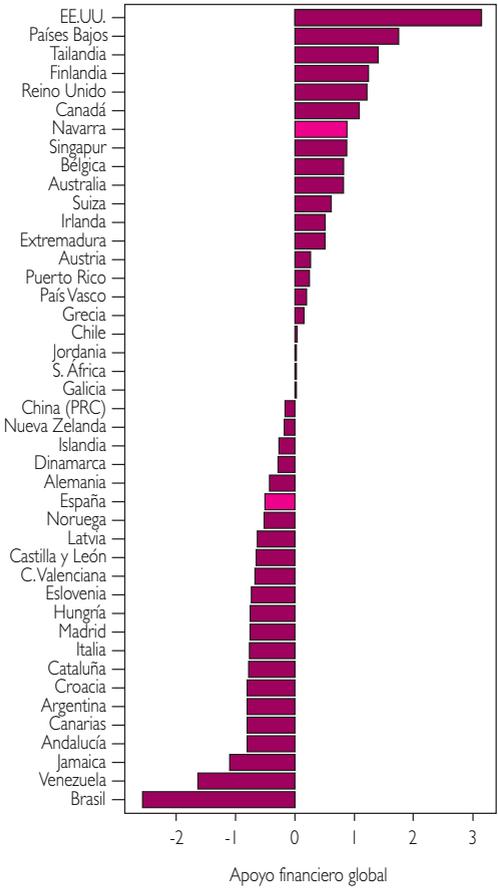
Uno de los aspectos peor percibidos en Navarra es la **Apertura al mercado**. Las empresas navarras son percibidas por las personas expertas como empresas muy limitadas y que no se plantean operar más allá de sus fronteras regionales o con provincias limítrofes. Es muy preocupante que Navarra se posicione en penúltimo lugar en cuanto a capacidad de reacción ante los cambios y la evolución del mercado. Éste es un aspecto que debe reclamar la atención de los diferentes agentes envueltos en la creación de empresas y en el desarrollo y crecimiento de las ya establecidas.

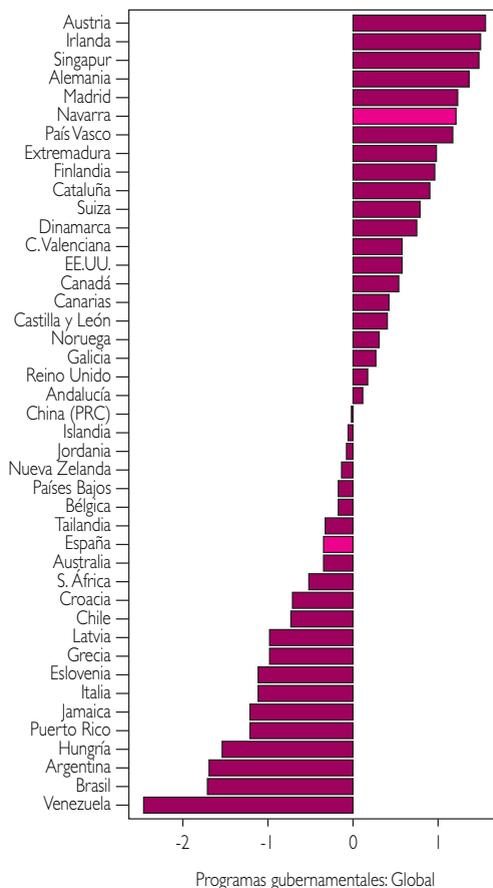
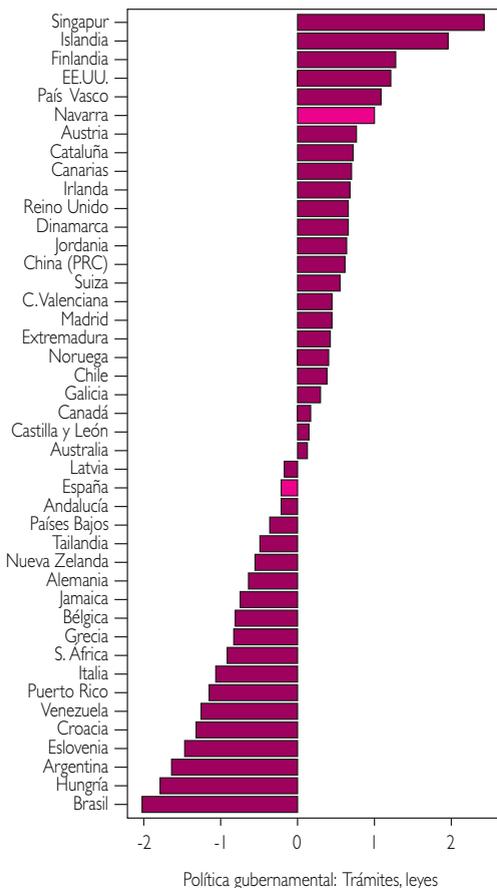
Como ya se ha visto con mayor profundidad anteriormente, Navarra presenta una posición precaria en lo relativo a las normas sociales y culturales. Está por encima de la media en lo referente a mujer y creación de empresa (ver Capítulo 4).

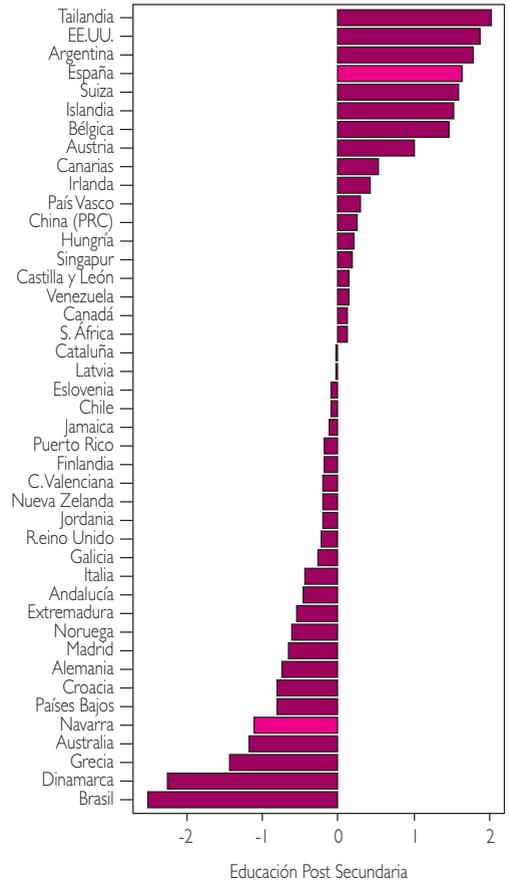
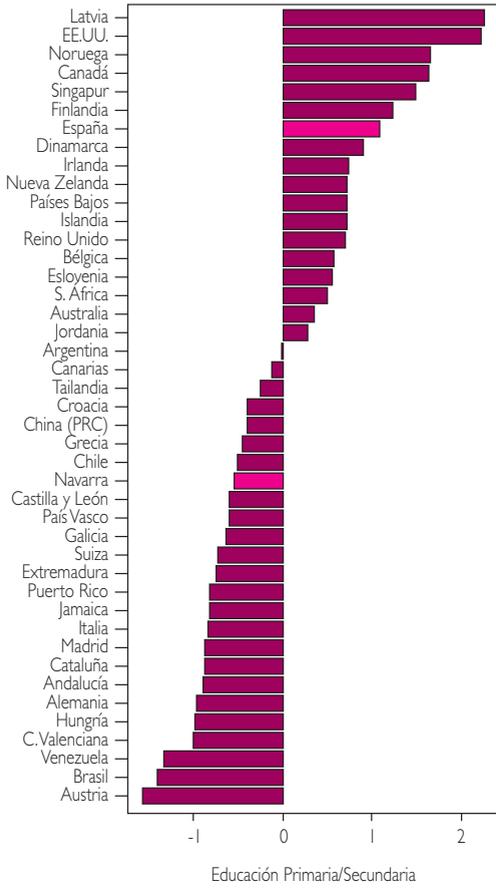
Por último, así como hay una buena percepción en lo referente al proceso de creación de empresas, el apoyo al crecimiento y desarrollo de las establecidas, también está en la parte positiva del gráfico correspondiente.

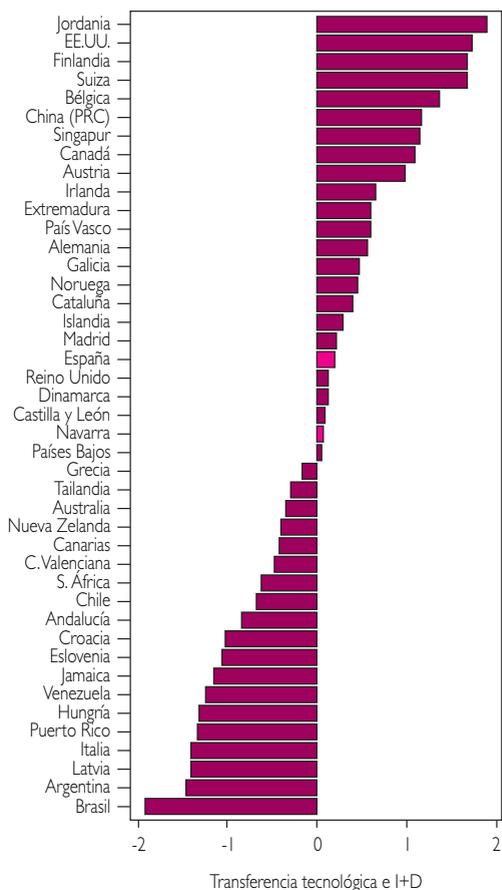
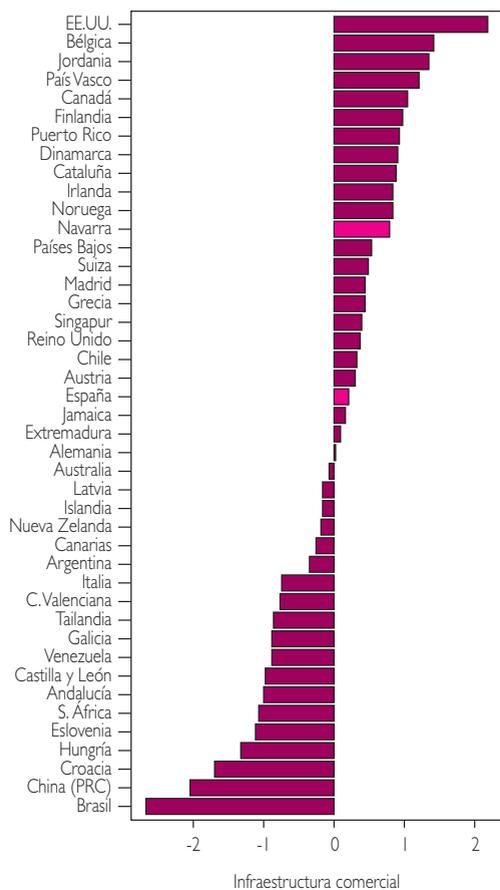
Figura nº 39

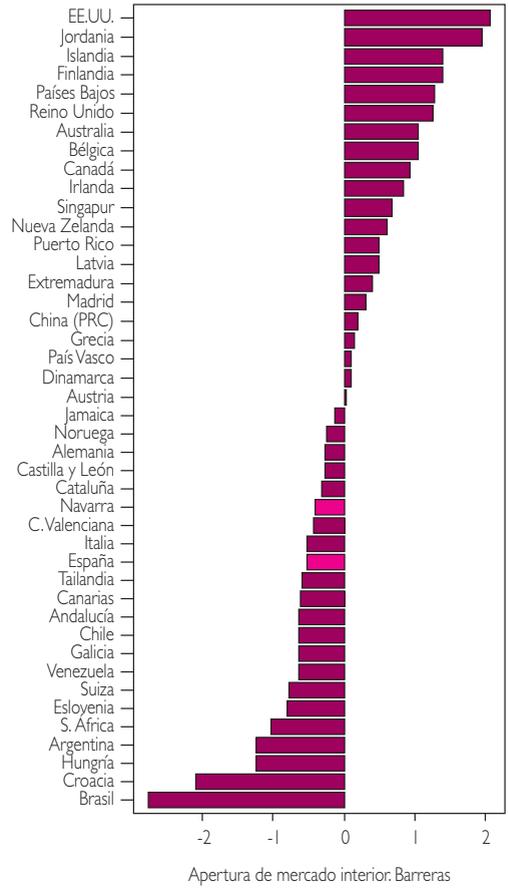
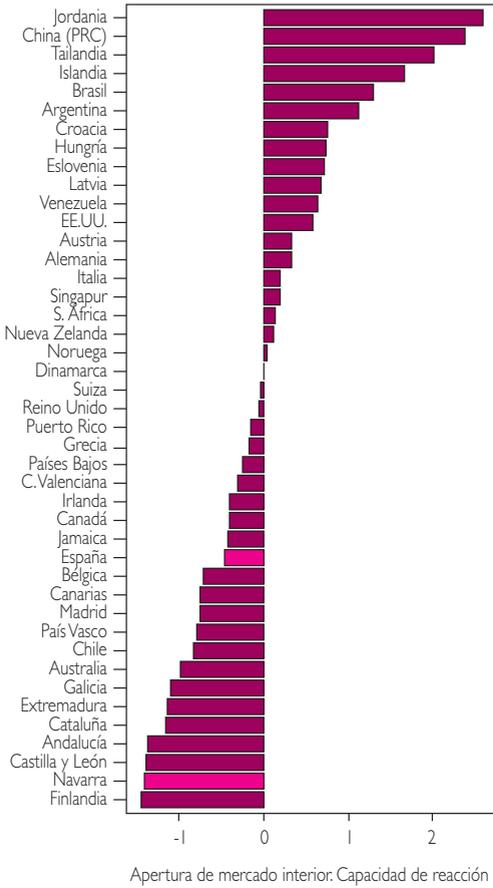
Situación internacional de Navarra respecto a las condiciones de entorno

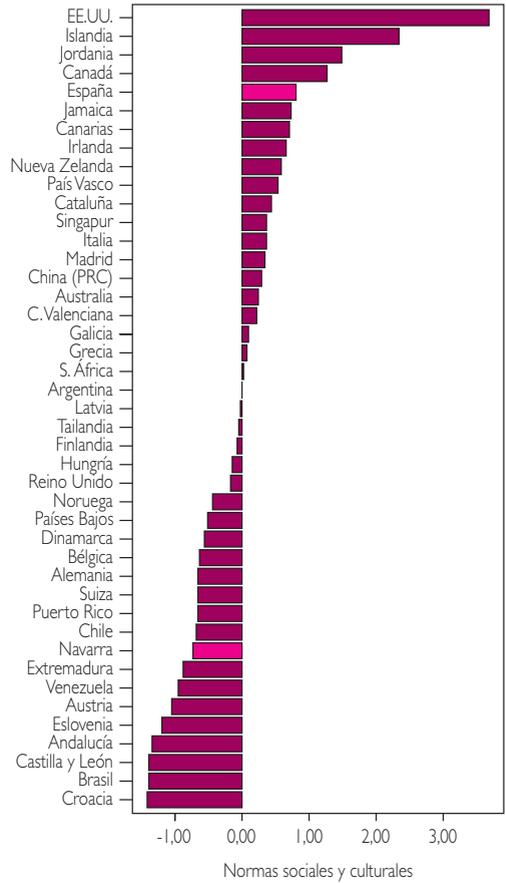
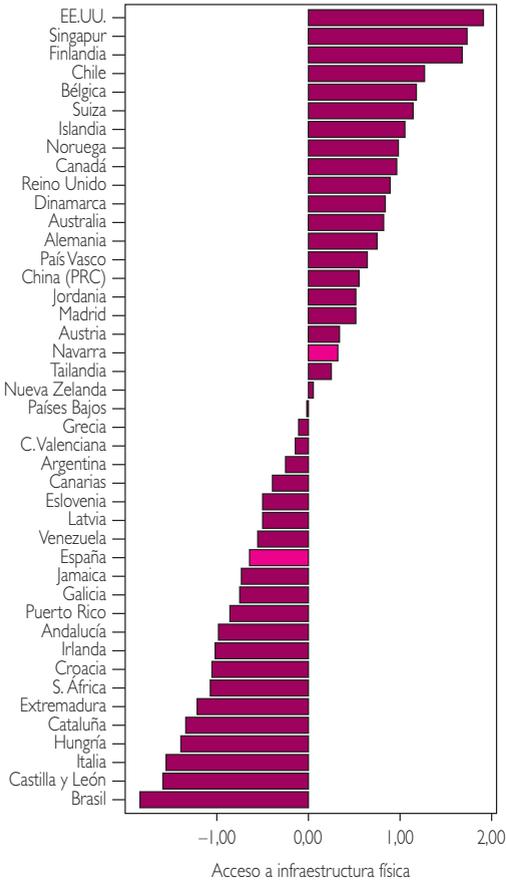


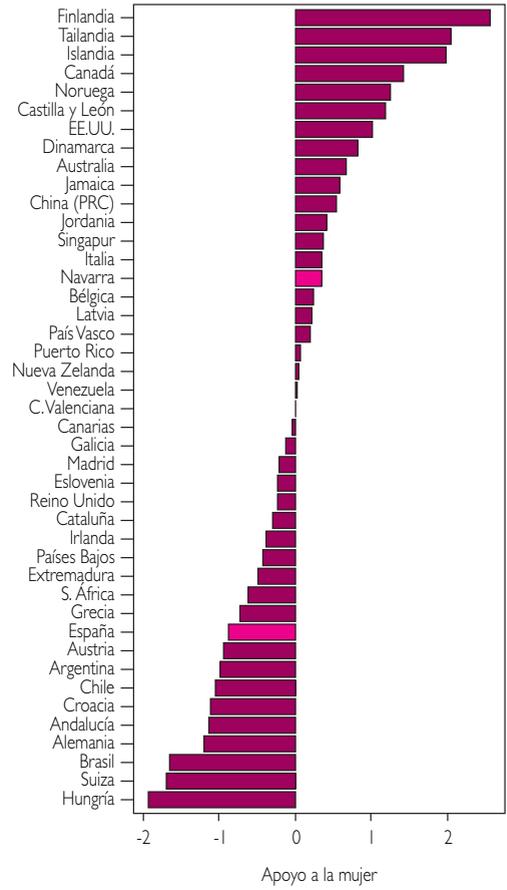
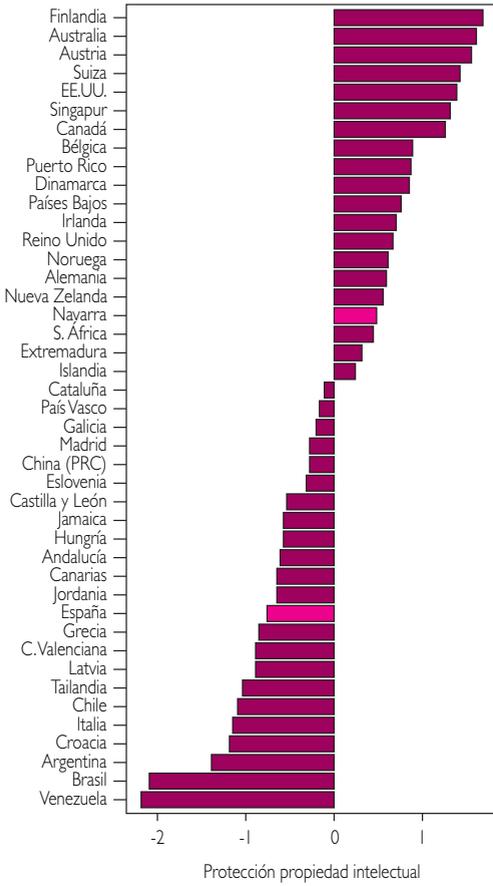


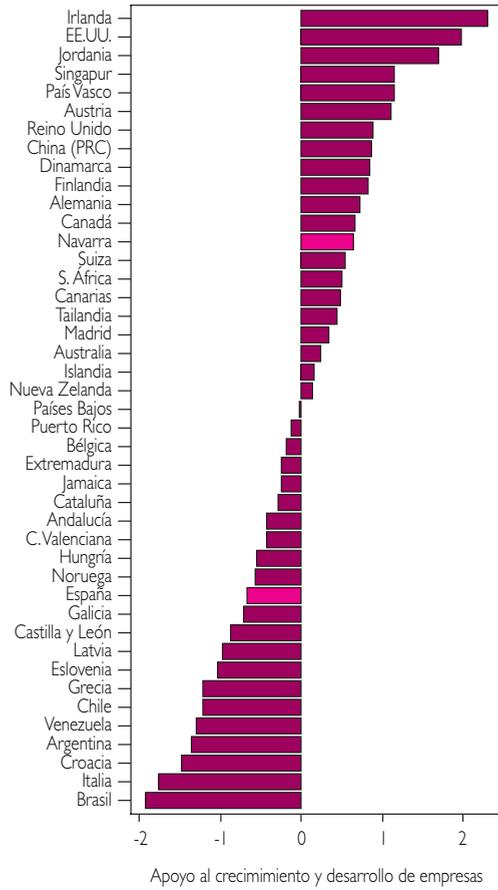












Capítulo 9

Conclusiones y líneas de actuación

Navarra tiene unos indicadores emprendedores que le posicionan dentro de los países y regiones más avanzados de su entorno económico. A este respecto, la Comunidad Foral muestra una tendencia similar a los indicadores del resto de España y de los países del entorno. Una tendencia de crecimiento sostenido en los índices TEA que muestran un asentamiento de la actividad emprendedora.

Además, las empresas creadas durante 2005, han sido creadas en su mayoría (el 85,5% de los casos) atendiendo a criterios de oportunidad. Oportunidades de negocio detectadas por las personas emprendedoras que han encontrado un hueco de mercado para desarrollar su actividad empresarial. Este indicador posiciona, nuevamente, a Navarra en el ámbito de regiones y países más desarrollados de la OCDE en los que se cumple la correlación de mayor desarrollo socioeconómico, mayor índice TEA por oportunidad.

Por eso mismo, es necesario seguir impulsando la creación de empresas ya que es un factor esencial de desarrollo para Navarra. Las Pymes y Micropymes en Navarra, generan empleo, participan activamente en la consecución del equilibrio territorial e impulsan nuevos servicios de calidad. A este respecto, el papel de las Administraciones está bien valorado, pero se le reclama mayor atención.

Tan importante o más, es trabajar en la consolidación de las empresas ya existentes, porque como ya se ha visto, en Navarra un 9% de la población tiene una empresa de más de 3 años de antigüedad (uno de los porcentajes mayores de todos los países y regiones a estudio). Estas empresas se caracterizan por ser muy pequeñas tanto en número de empleados como en volumen de facturación. Otro dato que apunta que las empresas navarras son muy pequeñas y, muchas de ellas, basadas en el autoempleo es el echo de que un porcentaje importante (38,5%) de las mismas ha financiado su puesta en marcha con capital propio de la persona emprendedora.

Todo esto hace que las empresas en Navarra presentan una clara debilidad, expresada por ellas mismas y por los/as expertos/as, en lo relativo a apertura de mercados y en la internacionalización de su actividad, aunque según la Comisión Europea las empresas de Navarra sitúan a la Comunidad Foral en el tercer puesto del ranking de comunidades autónomas en las que más se innova tras Madrid y País Vasco.

Además, las empresas navarras son las que menos potencial de crecimiento declaran tener de todo el estudio GEM (se entiende por empresas de alto potencial de crecimiento aquellas empresas que prevén crear al menos veinte puestos de trabajo en los próximos 3 años). Esto es debido a que la gran mayoría de estas empresas son micropymes, las cuales tienen menos de diez empleados/as y facturan menos de dos millones de euros al año. Sin embargo, el porcentaje de empresas cerradas durante el 2005 es similar al del resto de España.

Por otra parte, no aparece un perfil claro de la persona emprendedora en Navarra. Lo cual indica diversidad de todo tipo entre las personas emprendedoras. Cabe destacar el alto índice de empresas lideradas por mujeres. En este aspecto Navarra destaca dentro del estudio. Esto puede responder al intenso trabajo realizado por las administraciones competentes en materia de empleo, las cuales fomentan la creación de empresa y el autoempleo como un modo de generar nuevos puestos de trabajo.

La financiación del proceso emprendedor tiene unas características particulares en Navarra, acorde con la tipología de empresa que se viene comentando. De este modo, el capital inicial para la puesta en marcha es bastante inferior al de la media del resto de España (41.487,18 euros en Navarra frente a 54.886 para el total de España) y un 10% más de las personas emprendedoras en Navarra financia la puesta en marcha con fondos propios que en el resto de España. La financiación ajena, además de la proveniente de las entidades financieras, tiene un claro componente informal en nuestra comunidad. Por su parte, la financiación proveniente de la administración es muy inferior a la realizada por otras comunidades autónomas.

Todos estos datos concuerdan con el perfil de empresa en Navarra, pequeña en tamaño y en volumen de negocio que no requiere de grandes inversiones iniciales.

En este proceso de financiación de la puesta en marcha de iniciativas empresariales, las entidades financieras están llamadas a tomar un papel más activo y de compromiso con los proyectos empresariales. Tanto las personas emprendedoras entrevistadas, así como los potenciales emprendedores y el grupo de expertos/as reclaman mayor atención y mejor adecuación a las necesidades de financiación de las personas que crean sus empresas. Se les solicita que mejoren su asesoramiento y asistencia para poder evaluar más proyectos que puedan convertirse en realidad, así como mayor flexibilidad en sus fórmulas de financiación.

Además, surge la necesidad de dar a conocer la figura del inversor informal, explicar el importante papel que desempeña en la proporción de capital semilla en muchos tipos de iniciativas empresariales, y tratar de profesionalizar esta figura para poder aumentar su presencia e intervención en el proceso emprendedor.

El Capital Riesgo necesita ser impulsado y ser realmente una inversión de "riesgo" si se quiere fomentar y apoyar a aquellas iniciativas más innovadoras y con mayor capacidad de crecimiento. Según los datos obtenidos, este modo de financiación es aún bastante marginal en Navarra y es un modo de financiación necesario para aquellas iniciativas más innovadoras y de base científica y tecnológica.

La percepción acerca de las oportunidades para emprender y la deseabilidad social sobre la creación de empresas es diferente entre la población en general y las personas expertas, siendo, estas últimas, más escépticas y críticas. Las personas expertas señalan que para conseguir un mayor y mejor desarrollo emprendedor, Navarra necesita un impulso en el fomento y desarrollo de la cultura emprendedora. Para conseguir el desarrollo de una sociedad más emprendedora es necesario acometer, con seriedad, el trabajo en edades tempranas incidiendo en la Educación Primaria y Secundaria.

Ésta no es una carencia exclusiva de Navarra. Todas las regiones españolas, participantes en la edición 2005 de GEM, han detectado este ámbito como crucial para el futuro emprendedor.

En relación con lo anterior, en Navarra, en mucha mayor medida que en otras regiones, las Normas sociales y culturales son un importante freno para el desarrollo de vocaciones empresariales, por lo que parece recomendable desarrollar acciones y actividades encaminadas a cambiar la imagen social del concepto de empresario y empresaria, por una parte. Y trabajar sobre el estigma del fracaso y el concepto de riesgo, por otro.

Las personas emprendedoras y los expertos/as coinciden en solicitar de las administraciones competentes una regulación específica en cuanto al Apoyo financiero para las personas emprendedoras. Apoyo que no se solicita en modo de aportación de capital, sino en forma de normativas más flexibles en cuanto a cargas impositivas y de exenciones fiscales y de seguridad social durante los primeros años que son los más complicados.

El apoyo no se pide tanto vía ayudas económicas a la puesta en marcha o a la inversión inicial, que también es importante, sino desahogando los primeros años de actividad de cargas fiscales en los que, en muchas ocasiones, las ventas y, por tanto, los beneficios no son muy elevados, pero, sin embargo, los gastos fijos y corrientes están siempre ahí sea cual sea la situación de la empresa.

El papel de la Administración regional es percibido como un gran apoyo gracias a sus programas y políticas, así como la labor de la red de entidades dedicadas a dar soporte a las personas emprendedoras en sus fases iniciales y de consolidación. Sin embargo, las principales demandas se centran también en este ámbito. El reducido tamaño de la Comunidad Foral y la posibilidad de cercanía de la Administración al ciudadano de a pie debe ser un factor facilitador de la puesta en marcha y desarrollo de las pequeñas empresas.

ÍNDICE DE FIGURAS

INTRODUCCIÓN

Figura nº 1.	El proceso emprendedor: las definiciones operacionales del Proyecto GEM	15
--------------	---	----

CAPÍTULO I

Figura nº 2.	Distribución de las respuestas obtenidas acerca del principal motivo que ha impulsado el cierre de actividades de negocio, empresariales y autoempleo	19
Figura nº 3.	Actividad emprendedora en el contexto de la Unión Europea	22
Figura nº 4.	Actividad emprendedora en el contexto de la OCDE	23
Figura nº 5.	Actividad emprendedora en países no integrados en la OCDE	24
Figura nº 6.	Relación de dependencia del TEA respecto del nivel de desarrollo de los países GEM 2005 como conjunto total	24
Figura nº 7.	Actividad emprendedora como porcentaje de la población adulta que desarrolla actividades en fase de "Early stage" en los países GEM05, sin analizar su calidad y dimensión	25
Figura nº 8.	Empresas consolidadas detectadas como porcentaje de la población en el contexto de la Unión Europea	26
Figura nº 9.	Empresas consolidadas detectadas como porcentaje de la población en el contexto de la OCDE	27
Figura nº 10.	Empresas consolidadas detectadas en la población de todos los países y regiones españolas GEM 2005	27
Figura nº 11.	Porcentaje de cese de actividades en la población de los países de la UE y regiones españolas que participan en GEM 2005	28
Figura nº 12.	Porcentaje de cese de actividades en la población de los países de la OCDE y regiones españolas que participan en GEM 2005	28
Figura nº 13.	Porcentaje de cese de actividades en la población de todos los países que participan en GEM 2005	29
Figura nº 14.	Porcentaje de emprendedores/as potenciales en la población de las regiones españolas GEM 2005	30

CAPÍTULO 2

Figura nº 15.	Porcentaje de emprendedores/as potenciales en la población de los países de la UE y regiones españolas GEM 2005	31
Figura nº 16.	Actividad emprendedora por oportunidad y necesidad en la UE	35
Figura nº 17.	Actividad emprendedora por oportunidad y necesidad en la OCDE	37
Figura nº 18.	Actividad emprendedora por oportunidad y necesidad fuera de la OCDE	38
Figura nº 19.	Principal motivación subyacente en el aprovechamiento de oportunidades para emprender en los países GEM en su conjunto	40
Figura nº 20.	Forma en que se desarrolla el proceso emprendedor para emprendedores en fase de "Early stage" y consolidada en los diversos países GEM 2005	42

CAPÍTULO 3

- Figura nº 21. Distribución del sexo de los emprendedores "Early stage", potenciales, consolidados y que han cerrado un negocio en los últimos 12 meses en Navarra 47
- Figura nº 22. Distribuciones de edad de los emprendedores en Navarra según la fase del proceso emprendedor en que se hallan: potencial, "Early stage", consolidada o cierre 49
- Figura nº 23. Nivel de estudios de los emprendedores según la fase en que se hallan del proceso emprendedor: potenciales, "Early stage", consolidados, o que han cerrado 50
- Figura nº 24. Distribuciones del nivel de renta mensual de los emprendedores españoles según la fase del proceso emprendedor en que se hallan: potencial, "Early stage", consolidada o cierre 52
- Figura nº 25. Distribución de los emprendedores en zona rural y urbana según el momento en que se hallan en el proceso emprendedor 54

CAPÍTULO 4

- Figura nº 26. Actividad emprendedora "Early stage" de ambos sexos en los países GEM 2005 58
- Figura nº 27. Número de mujeres emprendedoras en fase "Early stage" por cada hombre emprendedor en la misma fase en el contexto europeo y de la OCDE 59
- Figura nº 28. Comparación internacional de TEA femenino por necesidad y oportunidad 60

CAPÍTULO 5

- Figura nº 29. Expectativas de situación de las plantillas a 5 años vista en todos los tipos de empresas que integran el proceso emprendedor en Navarra 71
- Figura nº 30. Empresas en fase "Early stage" con alto potencial de crecimiento 71

CAPÍTULO 6

- Figura nº 31. Cantidad de retorno de la inversión que espera conseguir el emprendedor naciente y tiempo en que espera lograrlo 80
- Figura nº 32. Porcentaje de la población adulta que actúa como "Business angel" informal en las regiones españolas y los países de la UE 2005 81
- Figura nº 33. Número de operaciones de Capital Riesgo por comunidades autónomas en 2005 86
- Figura nº 34. Volumen de inversión en operaciones de Capital Riesgo por comunidades autónomas en 2005 87

CAPÍTULO 7

- Figura nº 35. Opinión media de los expertos acerca de la motivación de la población para emprender en sus respectivos países o regiones 93
- Figura nº 36. Clasificación de los países GEM 2005 según la habilidad de la población para emprender 94
- Figura nº 37. Opinión media de los expertos internacionales acerca de la posesión de habilidades y conocimientos para emprender por parte de sus respectivas poblaciones 95

CAPÍTULO 8

- Figura nº 38. Valoración media de las condiciones de entorno para emprender en Navarra 99
- Figura nº 39. Situación internacional de Navarra respecto a las condiciones de entorno 115

ÍNDICE DE TABLAS

CAPÍTULO I

Tabla nº 1. Actividad emprendedora total registrada en la población navarra en el 2005 en comparación con España	17
Tabla nº 2. Empresas consolidadas en la población adulta navarra 2005	18
Tabla nº 3. Cierre de negocios, empresas o cese de autoempleo en la población adulta navarra 2005	19
Tabla nº 4. Variación del Índice TEA según variación de fuente de referencia	21
Tabla nº 5. Emprendedores/as Potenciales en la población adulta navarra 2005 y su comparación con España	30

CAPÍTULO 2

Tabla nº 6. Tipos de comportamiento emprendedor en Navarra tomando como base el total de la población adulta de Navarra y su comparación con España	34
Tabla nº 7. Tipo de comportamiento emprendedor "Early stage" en Navarra y en comparación con España como porcentaje de la población adulta y como porcentaje de la actividad emprendedora total "Early stage"	35
Tabla nº 8. TEA por oportunidad vs TEA por necesidad en el contexto internacional	36
Tabla nº 9. Principal motivación subyacente en el aprovechamiento de oportunidades para emprender en Navarra y su comparación con España	39
Tabla nº 10. ¿Qué surge antes: la idea de negocio o el deseo de emprender? Datos de Navarra y comparación con España	41

CAPÍTULO 3

Tabla nº 11. Edad media de la persona emprendedora en Navarra según la fase activa en que se encuentra y comparación con España	48
Tabla nº 12. Nivel de estudios según tipología de persona emprendedora. Comparativa entre Navarra y España	51
Tabla nº 13. Porcentaje de emprendedores con dedicación plena y parcial según la fase en que se hallan del proceso emprendedor: Navarra	55
Tabla nº 14. Autoempleo directo a tiempo parcial y completo que generan los emprendedores en las distintas fases del proceso emprendedor en Navarra	55
Tabla nº 15. Tipo de fuente de ingresos que representa la actividad emprendedora a tiempo parcial llevada a cabo por emprendedores nacientes, nuevos y consolidados	56

CAPÍTULO 4

Tabla nº 16. El uso de asesoramiento en creación de empresas en función del género en Navarra	61
Tabla nº 17. Tipo de asesoramiento recibido en función del género en Navarra	62

Tabla nº 18. Comparación de los factores psico-sociales en función del género y comparación con España	64
--	----

CAPÍTULO 5

Tabla nº 19. Distribución de las actividades emprendedoras en cada fase por su tramo de volumen de negocio en Navarra	68
Tabla nº 20. Distribución de las actividades emprendedoras en cada fase por tramo de número actual de empleados	69
Tabla nº 21. Distribución de las actividades emprendedoras en cada fase según la clasificación de dimensión que obtienen en la escala recomendada por la Comisión Europea para Navarra	69
Tabla nº 22. Tamaño promedio de las plantillas actuales y esperada para dentro de 5 años en las actividades que configuran nuestro proceso emprendedor	70
Tabla nº 23. Indicadores de internacionalización en Navarra y comparación con España	75

CAPÍTULO 6

Tabla nº 24. Fuentes de financiación empleadas por los emprendedores nacientes y nuevos para el "Start up"	78
Tabla nº 25. Factores que más apoyan el proceso emprendedor por parte de la banca y entidades financieras	83
Tabla nº 26. Factores que más valoran los emprendedores en la ayuda prestada por parte de la banca y entidades financieras en el proceso emprendedor	84

CAPÍTULO 7

Tabla nº 27. Resultados de las entrevistas sobre motivación para emprender en la población de Navarra	90
Tabla nº 28. La percepción de oportunidades desde el punto de vista de los expertos	91
Tabla nº 29. Evaluación media de expertos navarros sobre factores que influyen en la motivación para emprender	92
Tabla nº 30. Opinión de los expertos acerca de las habilidades y conocimientos que posee la población adulta de la Comunidad Foral para emprender	95

CAPÍTULO 8

Tabla nº 31. Obstáculos a la creación empresarial en el 2005, según la opinión de los expertos de Navarra	100
Tabla nº 32. Apoyos a la creación empresarial en el 2005, según la opinión de los expertos de Navarra	102
Tabla nº 33. Temas tratados por los 36 expertos consultados en Navarra, en las recomendaciones que hacen de políticas públicas para mejorar el entorno de la creación empresarial	104
Tabla nº 34. Información detallada relativa a las condiciones de entorno	107

