

GLOBAL ENTREPRENEURSHIP MONITOR

INFORME EJECUTIVO 2006-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.

CENTRO EUROPEO DE EMPRESAS E INNOVACIÓN DE NAVARRA

DIRECCIÓN DEL PROYECTO:
Equipo Observatorio de Empleo del SNE y CEIN

DIRECCIÓN TÉCNICA Y DE INVESTIGACIÓN:
Iñaki Mas

INVESTIGADORES:
Martín Larraza e Ignacio Contín

Los datos que se han utilizado en la confección de este informe pertenecen al Proyecto Global Entrepreneurship Monitor (GEM) que es un Consorcio compuesto, en la edición 2006, por equipos investigadores de las siguientes naciones: Alemania, Argentina, Australia, Bélgica, Brasil, Canadá, Colombia, Croacia, Chile, China, Dinamarca, Emiratos Árabes Unidos, Eslovenia, España, EE.UU., Filipinas, Finlandia, Francia, Grecia, Holanda, Hungría, India, Indonesia, Irlanda, Islandia, Italia, Jamaica, Japón, Letonia, Malasia, Méjico, Noruega, Perú, R. Unido, R. Checa, Rusia, Singapur, Sudáfrica, Suecia, Tailandia, Turquía y Uruguay. Asimismo, son componentes regionales del Proyecto, los equipos de: Andalucía, Asturias, Canarias, Castilla La Mancha, Castilla y León, Cataluña, Comunidad Valenciana, Escocia, Extremadura, Gales, Galicia, Irlanda del Norte, Madrid, Murcia, Navarra y País Vasco. Los nombres de los miembros de todos los equipos españoles están publicados en el Informe Nacional Español. Asimismo, existe el Informe Global Entrepreneurship Monitor y los Informes del resto de naciones participantes que pueden obtenerse en: www.gemconsortium.org. GEM Global agradece a todos los investigadores del proyecto y a sus patrocinadores, su trabajo y su apoyo, que son los que hacen posible que esta investigación vea la luz cada año.

Aunque los datos utilizados en la confección de este informe han sido recopilados por el Consorcio GEM, su análisis e interpretación es solamente responsabilidad de los autores.

Global Entrepreneurship Research Association

PROYECTO GEM-ESPAÑA: EQUIPOS INVESTIGADORES Y PATROCINADORES 2006

EQUIPO INVESTIGADOR	INSTITUCIÓN	MIEMBROS	PATROCINADORES
Nacional	Instituto de Empresa	Ignacio de la Vega García-Pastor (Director del Proyecto GEM España) Alicia Coduras (Dirección Técnica) Cristina Cruz Rachida Justo Isabel González	Instituto de Empresa Fundación Cultural Banesto Fundación INCYDE Cámaras de Comercio
Andalucía	Universidad de Cádiz	José Ruiz Navarro (Director del Proyecto GEM Andalucía) José Aurelio Medina Daniel Lorenzo Álvaro Rojas Vázquez Antonio Rafael Ramos Salustiano Martínez David Urbano Pulido	CENTRA (Fundación Centro de Estudios Andaluces) Consejería de Innovación, Ciencia y Empresa de la Junta de Andalucía UNICAJA Endesa Sevillana
Asturias	Universidad de Oviedo	Juan Ventura Victoria (Director del Proyecto GEM Asturias) Esteban Fernández Sánchez (Director Técnico) Montserrat Entrialgo Suárez Enrique Loredo Fernández	Consejería de Economía y Administración Pública Gobierno del Principado de Asturias
Canarias	Universidad de Las Palmas de Gran Canaria Universidad de La Laguna	Rosa M. Batista Canino (Directora del Proyecto GEM Canarias) Alicia Bolívar Cruz Esther Hormiga Pérez Desiderio García Almeida Agustín Sánchez Medina Domingo Verano Tacoronte Silvia Sosa Cabrera Alicia Correa Rodríguez	Caja Insular de Ahorros de Canarias
Castilla La Mancha	Universidad de Castilla La Mancha	Miguel Ángel Galindo (Director del Proyecto GEM Castilla La Mancha) Agustín Álvarez Herranz Juan Carlos López Francisco Escribano Sotos Inmaculada Carrasco Monteagudo M. Soledad Castaño Martínez José Miguel Olmeda Isabel Pardo	Universidad de Castilla La Mancha Caja de Castilla La Mancha Instituto Municipal de Promoción Empresarial, Formación y Empleo (IMPEFE), Ayuntamiento de Ciudad Real Ayuntamiento de Cuenca (Patronato de Promoción Económica, Formación y Empleo)

Castilla y León	Universidad de León	Mariano Nieto Antolín (Director del Proyecto GEM Castilla y León) Nuria González Álvarez Constantino García Ramos Vanesa Solís Rodríguez Claudia Roure Villalobos Noemi Huerga Pérez	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	Universitat Autònoma de Barcelona Institut d'Estudis Regionals i Metropolitans de Barcelona	Carlos Guallarte (director del Proyecto GEM Cataluña) Teresa Obis Alex Rialp Josep M. Surís Yancy Vaillant Anais Tarragó	Departament de Treball de la Generalitat de Catalunya IRBM de la Diputació de Barcelona
Comunidad Valenciana	Universidad Miguel Hernández	José M ^a Gómez Gras (Director del Proyecto GEM C.Valenciana) Ignacio Mira Solves Jesús Martínez Mateo Antonio J. Verdú	Air Nostrum LAM, S.A.
Extremadura	Fundación Xavier de Salas-Universidad de Extremadura	Ricardo Hernández Mogollón (Director del Proyecto GEM Extremadura y Coordinador Regional) J. Carlos Díaz Casero M ^a de la Cruz Sánchez Escobedo M ^a Victoria Postigo Jiménez	Junta de Extremadura Universidad de Extremadura Federación Empresarial Cacereña Sodix Sofix Pinilla E. Constructora Arram Consultores CCOO 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	Confederación de Empresarios de Galicia (CEG) CEEI Galicia SA (BIC Galicia)	Fausto Santamarina Fernández Araceli de Lucas Sanz (Directora equipo) Marta Amate López José Antonio Neira Cortés Enrique Vila Sánchez Enrique Gómez Fernández Mariela Pérez-Rasilla Bayo	Confederación de Empresarios de Galicia (CEG) CEEI Galicia SA (BIC Galicia) Grupo de Investigación "Métodos y Gestión de Empresas" de la Universidad de Santiago de Compostela

		<p>José Alberto Díez de Castro Guillermo Sánchez Vilariño Emilio Ruza Sanmartín Begoña Barreiro Fernández Fernando Losada Pérez Miguel Freire Neira</p>	
Madrid	Universidad Autónoma de Madrid	<p>Eduardo Bueno Campos (Director del Proyecto GEM Madrid) Carlos Merino Moreno Lidia Villar Mártil Miguel Palacios Javier Tafur</p>	<p>Instituto Madrileño de Desarrollo - IMADE Fundación General de la Universidad Autónoma de Madrid - FGUAM</p>
Murcia	Universidad de Murcia	<p>Antonio Aragón Sánchez (Director del Proyecto GEM Murcia) Alicia Rubio Bañón (Directora) Nuria Nevers Esteban Lloret José Andrés López Yepes María Feliz Madrid Garre Mercedes Palacios Manzano Gregorio Sánchez Marín</p>	<p>Fundación Cajamurcia Fundación de Estudios Económicos Región de Murcia Instituto de Fomento de la Región de Murcia Centro Europeo de Empresas e Innovación de Murcia Confederación Regional de Organizaciones Empresariales Universidad de Murcia</p>
Navarra	<p>Servicio Navarro de Empleo</p> <p>CEIN</p> <p>UPNA</p>	<p>Observatorio de Empleo del Servicio Navarro de Empleo (Dirección del Proyecto GEM Navarra) Cristina Arcaya Sánchez Iñaki Lavilla Quilez Fermín Sáez Erro Iñaki Mas Erice (Dirección Técnica) Ignacio Contín Martín Larraza</p>	<p>Gobierno de Navarra Servicio Navarro de Empleo Centro Europeo de Empresas e Innovación de Navarra Universidad Pública de Navarra</p>
País Vasco	<p>Universidad de Deusto</p> <p>Universidad del País Vasco</p> <p>Instituto Vasco de Competitividad</p>	<p>Iñaki Peña Legazkue (Director del Proyecto GEM País Vasco) Juan José Gibaja Saioa Arando José Luis González</p> <p>María Saiz Arturo Rodríguez Yon Hoyos</p> <p>Xavier De la Maza Nahikari Irastorza</p>	<p>Eusko Ikaskuntza Instituto Vasco de Competitividad SPRI Diputación Foral de Bizkaia Diputación Foral de Gipuzkoa Diputación Foral de Araba FESIDE</p>

El trabajo de campo para todos los equipos de GEM España ha sido realizado por la empresa INSTITUTO OPINÒMETRE, S.L.

PRESENTACIÓN AL ESTUDIO GEM-NAVARRA 2006

A nadie se le escapa la importancia y la relevancia estratégica de la actividad emprendedora en el desarrollo de una región. La creación de nuevos negocios y el impulso del espíritu emprendedor en las sociedades avanzadas, hacen que estas sociedades sean más desarrolladas, equilibradas y fuertes.

Tampoco podemos olvidar que el espíritu empresarial es crucial para la competitividad. Las nuevas iniciativas empresariales, impulsan la productividad y aumentan la presión competitiva. El aumento de la eficacia y la innovación en las empresas, mejora la fuerza competitiva de una economía en conjunto.

Por esta razón, el Estudio GEM se ha convertido en una herramienta imprescindible ya que se trata del primer estudio fiable científicamente que permite conocer el diagnóstico emprendedor de una región y, lo que es más importante, su comparación con otras regiones y países del entorno.

Esta edición del Estudio GEM representa la segunda participación de Navarra en este proyecto mediante el cual el Gobierno de Navarra, a través de la financiación del Servicio Navarro de Empleo y el trabajo investigador de técnicos del Centro Europeo de Empresa e Innovación de Navarra, de la Universidad Pública de Navarra y el propio Servicio Navarro de Empleo, sigue apostando por trabajar por el desarrollo de una sociedad más emprendedora y por tener un diagnóstico preciso que permita la toma de decisiones de cara al futuro.

En esta línea de trabajo es en la que el Centro Europeo de Empresas e Innovación de Navarra ha coordinado el desarrollo de este informe que arroja luz sobre la realidad emprendedora de Navarra y los nuevos retos a abordar de cara al futuro en la Comunidad Foral.

Carmen Leza Villar
Directora-Gerente del
Centro Europeo de Empresas e Innovación de Navarra

ÍNDICE DE CONTENIDOS

Sumario ejecutivo	11
Introducción al REM Navarra (Regional Entrepreneurship Monitor)	11
El Proyecto GEM: Conceptualización y modelo teórico	12
Ficha técnica	13
Capítulo 1	
Actividad emprendedora y dinámica empresarial en Navarra	15
1.1. Actividad emprendedora registrada en la población adulta navarra	15
1.2. Dinámica empresarial en la población adulta navarra	18
1.3. Actividad emprendedora en el contexto internacional	19
1.4. Dinámica empresarial en el contexto internacional GEM	22
1.5. Potencial emprendedor de la población adulta navarra en el contexto nacional e internacional	26
Capítulo 2	
Tipos de comportamiento emprendedor	29
2.1. Introducción	29
2.2. Oportunidad y necesidad en el proceso emprendedor	29
2.3. Principales motivos que están impulsando la decisión de emprender por oportunidad	35
Capítulo 3	
Perfil socioeconómico de la persona emprendedora navarra	37
3.1. Introducción	37
3.2. Género	37
3.3. Edad	39
3.4. Educación	41
3.5. Nivel de renta	43
3.6. El proceso emprendedor en zona rural y zona urbana	44
3.7. La situación laboral del emprendedor	45
Capítulo 4	
El proceso emprendedor de la mujer en Navarra	47
4.1. La actividad emprendedora femenina desde una perspectiva internacional	47
4.2. Género y los determinantes psicológicos y sociales de la actividad emprendedora	51
Capítulo 5	
Características de las actividades resultantes del proceso emprendedor en Navarra	55
5.1. Introducción	55
5.2. Potencial de crecimiento en empleo de las empresas integradas en el proceso emprendedor	56
5.3. Actividad emprendedora de las empresas integradas en el proceso emprendedor	57
5.4. Innovación en las empresas nacientes, nuevas y consolidadas	58
5.5. Internacionalización de las empresas navarras	59

Capítulo 6

Financiación del proceso emprendedor en Navarra	61
6.1. Introducción	61
6.2. Capital semilla, medio necesario para poner en marcha una empresa naciente en 2006 en Navarra	61
6.3. El retorno de la inversión realizada por el emprendedor	63
6.4. Las fuentes de financiación que se utilizan en el proceso emprendedor	64
6.5. El papel del inversor informal tipo "Business angel" en Navarra, España y en el entorno GEM	64
6.6. El perfil del inversor informal en Navarra	66
6.7. El retorno de la inversión esperado por los inversores informales	66
6.8. El papel del Capital Riesgo	67

Capítulo 7

La percepción de buenas oportunidades para emprender	71
7.1. La percepción de buenas oportunidades para emprender	71
7.2. Motivación para emprender en la población adulta navarra	74
7.3. La opinión de los expertos acerca de las oportunidades y la motivación para emprender	76
7.4. Habilidades y conocimientos para emprender en la población navarra	77

Capítulo 8

Las condiciones específicas de entorno para emprender en Navarra en el 2006	81
8.1. Introducción	81
8.2. Análisis general del entorno en que se desarrolla la creación empresarial en Navarra	81
8.3. Aspectos favorables, desfavorables y recomendaciones: hablan los expertos	85
8.4. Información detallada relativa a las condiciones de entorno	92
8.5. Posición de Navarra en el ámbito internacional GEM 2006 acerca acerca del estado de las condiciones de entorno evaluadas por los expertos	99

Capítulo 9

Conclusiones	109
9.1. Emprendimiento en Navarra	109
9.2. Características de los emprendedores	109
9.3. Características de las nuevas iniciativas empresariales	110
9.4. Perspectivas de la población y de los expertos	110
9.5. Evaluación de las condiciones para emprender por parte de los expertos	111

Índice de Figuras	113
--------------------------------	-----

Índice de Tablas	115
-------------------------------	-----

INTRODUCCIÓN AL REM NAVARRA (REGIONAL ENTREPRENEURSHIP MONITOR)

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

De este modo, Navarra se involucra, con otros quince equipos regionales, en la elaboración de informes regionales o REM. La elaboración de 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 CCAA 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 2006, está situada en el tercer puesto en el ranking de CCAA en lo referente a media salarial, acabó el 2006 con una tasa de paro de 4,58% (tres puntos porcentuales por debajo de la media europea y cuatro mejor que la tasa de España). Según Eurostat, Navarra ocupó el puesto 41 en nivel de desarrollo dentro de las 254 regiones de la UE, siendo la segunda de España, etc.

La aportación de nuevos indicadores de desarrollo, como es el caso del Índice TEA, da más luz sobre la realidad del desarrollo empresarial y del crecimiento económico y social de las regiones europeas y, por tanto, también de Navarra. Y en el caso que nos ocupa, esto 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.

A este respecto, el Proyecto GEM sigue fiel a los objetivos originales planteados por sus creadores, el Babson College y la London Business School, 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.

Las instancias gubernamentales, así como la comunidad científica están de acuerdo en la relevancia de la creación de nuevas empresas. Relevancia proveniente de su impacto en el crecimiento económico y en la creación de empleo. De ahí, la necesidad de tener herramientas fiables e indicadores consistentes a la hora de abordar el fenómeno emprendedor.

Entre estos indicadores, destaca sobremanera, el 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.

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 1.877 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.

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.

Dentro del modelo GEM se distinguen diferentes perfiles de personas y empresas:

“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 todavía 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

Universo: Población adulta de Navarra de entre 18 y 65 años (387.838 personas).

Muestra: 1.877 encuestas telefónicas realizadas durante el mes de junio de 2006.

Muestreo: Polietápico. Selección aleatoria de ciudades y municipios de Navarra según cuotas de población residente en municipios mayores de 5.000 habitantes (población urbana) y municipios menores de 5.000 habitantes (población rural). En una segunda etapa se toman aleatoriamente números de teléfono según municipios y posteriormente se selecciona el individuo respetando cuotas de edad y sexo.

Grado de confianza: 95%

Porcentaje de error: $\pm 2,53\%$

Hipótesis: 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 navarra

El observatorio GEM estima la actividad emprendedora de las naciones participantes en el Proyecto a partir de diversos indicadores, el más conocido de los cuales es el TEA o “Total Entrepreneurial Activity Index”. Antes de ofrecer esta estimación, es importante conocer la definición de emprendedor adoptada en el entorno GEM.

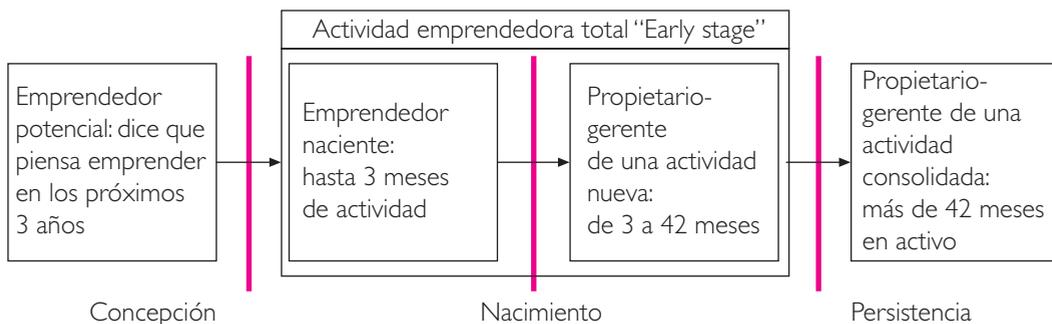
Definición de emprendedor en el entorno GEM:

En el Proyecto GEM se considera que son emprendedores activos todos los adultos (entre 18 y 64 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.

La definición es amplia debido a que trata de satisfacer a las corrientes académicas internacionales, más significativas en el ámbito de la investigación sobre actividad emprendedora. Siguiendo la misma, GEM estima la actividad emprendedora “Early stage” (incipiente en adelante) de los países y regiones participantes como el porcentaje de personas que cumplen las premisas anteriores en una muestra representativa de la población adulta que es encuestada en cada nación.

La Figura nº I describe las principales fases de la actividad emprendedora: desde la etapa previa, en que el negocio a establecer sólo es una idea y una intención, respaldada por la posesión de unas habilidades y conocimientos, hasta la etapa de consolidación en que la empresa ha superado el período crítico (42 meses en GEM) y se considera que ya forma parte del tejido empresarial del país o región.

Figura nº I
El proceso emprendedor según el Proyecto GEM



A partir de los datos obtenidos de los 1.877 cuestionarios realizados a la población adulta de Navarra, se estima que en el año 2006 se desarrollaron 23.503 iniciativas empresariales en fase temprana en la Comunidad Foral, de las cuales, 10.236 eran nacientes y 13.267, nuevas (ver Tabla nº 1a).

El índice TEA ha pasado de 5,5% en 2005 a 6,2% en 2006. Dicho aumento se debe íntegramente al incremento del porcentaje de iniciativas nacientes sobre la población adulta, que en 2006 fue del 2,7% frente al 2% de 2005.

A diferencia de lo ocurrido en el año 2005, en el que los TEA de España y Navarra fueron muy similares, en 2006 observamos que el TEA de España (7,3%; ver Tabla nº 1b) es un punto superior al de Navarra. El TEA observado a nivel de España es el mayor de los obtenidos desde que empezó a realizarse el estudio REM en nuestro país y confirma la recuperación observada el año pasado. No obstante, el ritmo de crecimiento del TEA en Navarra es inferior al del conjunto de España.

Asimismo, el peso de las iniciativas nacientes sobre el total de iniciativas en fase incipiente es del 43,5% para el caso de Navarra, y del 41% para el de España, lo que muestra un mayor peso de las iniciativas nacientes en el emprendimiento en Navarra que en España.

Tabla nº 1a
Actividad emprendedora incipiente total registrada
en la población adulta navarra de 18 a 64 años de edad en el 2006

Iniciativas nacientes entre la población adulta	2,7%
Iniciativas nuevas ("Baby business") entre la población adulta (18-64 años)	3,5%
Iniciativa emprendedora en fase incipiente o "Early stage": TEA06	6,2%
Estimación del número de iniciativas nacientes (hasta 3 meses)	10.236
Estimación del número de iniciativas nuevas (3-42 meses)	13.267
Estimación del total de iniciativas en fase incipiente (hasta 42 meses)	23.503
Intervalo de confianza al 95% para las iniciativas nacientes	(644, 19.826)
Intervalo de confianza al 95% para las iniciativas nuevas	(3.677, 22.859)
Intervalo de confianza al 95% para el total de iniciativas incipientes	(13.912, 33.094)

Tabla nº 1b
Actividad emprendedora incipiente total registrada
en la población adulta española de 18 a 64 años de edad en el 2006

Iniciativas nacientes ("Start up") entre la población adulta (18-64 años)	3,0%
Iniciativas nuevas ("Baby business") entre la población adulta (18-64 años)	4,3%
Iniciativa emprendedora total en fase incipiente o "Early stage":TEA06	7,3%
Estimación del número de iniciativas nacientes (hasta 3 meses)	785.397
Estimación del número de iniciativas nuevas (3-42 meses)	1.125.132
Estimación del total de iniciativas en fase incipiente (hasta 42 meses)	1.911.132
Intervalo de confianza al 95% para las iniciativas nacientes	(663.553, 937.240)
Intervalo de confianza al 95% para las iniciativas nuevas	(973.892, 1.277.578)
Intervalo de confianza al 95% para el total de iniciativas incipientes	(1.759.288, 2.062.975)

A partir del conocimiento del número de propietarios de cada una de las iniciativas registradas por el observatorio GEM en el 2006, se estima que el número total de emprendedores de esta edición para el caso de Navarra y España respectivamente es el que se muestra en las Tablas nº 2a y nº 2b. Los emprendedores navarros suponen el 1,1% de los emprendedores españoles.

Tabla nº 2a
Emprendedores incipientes totales registrados
en la población adulta navarra (PA) de 18 a 64 años de edad en el 2006

Estimación del número de emprendedores nacientes	17.502 personas
Estimación del número de emprendedores nuevos	21.095 personas
Estimación del número total de emprendedores incipientes	39.015 personas

Tabla nº 2b
Emprendedores incipientes totales registrados
en la población adulta española (PA) de 18 a 64 años de edad en el 2006

Estimación del número de emprendedores nacientes	1.468.308 personas
Estimación del número de emprendedores nuevos	2.030.455 personas
Estimación del número total de emprendedores incipientes	3.498.763 personas

En resumen, podemos concluir que el TEA de Navarra crece pero a un ritmo menor que el de España, concentrándose el crecimiento en nuestra comunidad exclusivamente en las iniciativas nacientes.

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 para Navarra y España es el siguiente:

Tabla nº 3a		
Empresas consolidadas en la población adulta navarra 2006		
<i>Estimación al 95% de confianza, error $\pm 2,53\%$</i>	<i>Número</i>	<i>Porcentaje de PA</i>
Empresas consolidadas o "Established business"	30.705	8,1%
Intervalo de confianza al 95%	(21.115, 40.296)	

Tabla nº 3b		
Empresas consolidadas en la población adulta española 2006		
<i>Estimaciones al 95% de confianza, error $\pm 0,58\%$</i>	<i>Número</i>	<i>Porcentaje de PA</i>
Empresas consolidadas o "Established business"	1.413.714	5,4%
Intervalo de confianza al 95%	(1.261.871, 1.565.557)	

En Navarra, las empresas consolidadas representaban el 8,1% de la población adulta (PA), porcentaje superior en más de 3 puntos al medio de España. Esta misma diferencia fue en 2005 solamente de 1,3 puntos porcentuales, por lo que podemos afirmar que el tejido empresarial consolidado es claramente mayor en Navarra que en España, lo que podría ser explicado por una mayor consolidación de las iniciativas nacientes y nuevas en el caso de Navarra que en el de España.

Es importante señalar que este indicador ha caído en 2006 en 2,3 puntos porcentuales con respecto al de 2005 a nivel de España, frente sólo a una caída de 0,9 puntos a nivel de Navarra.

Por otra parte, y como puede observarse en las tablas siguientes, el número de empresas cerradas en Navarra representa el 1% de la población adulta, porcentaje inferior al español (1,2%). Con respecto a 2005 este indicador ha descendido tanto a nivel de Navarra como de España.

Tabla nº 4a
Cierre de negocios, empresas o cese de autoempleo
en la población adulta navarra 2006

<i>Estimaciones al 95% de confianza, error $\pm 2,53\%$</i>	<i>Número</i>	<i>Porcentaje de PA</i>
Iniciativas que han cerrado o cesado	3.790	1%
Intervalo de confianza al 95%	(0, 13.382)	

Tabla nº 4b
Cierre de negocios, empresas o cese de autoempleo
en la población adulta española 2006

<i>Estimaciones al 95% de confianza, error $\pm 0,58\%$</i>	<i>Número</i>	<i>Porcentaje de PA</i>
Iniciativas que han cerrado o cesado	314.159	1,2%
Intervalo de confianza al 95%	(162.315, 466.002)	

1.3. Actividad emprendedora en el contexto internacional

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.

Seguidamente, se presentan los resultados comparativos acerca del nivel de actividad emprendedora en las naciones y regiones participantes en el Proyecto GEM 2006, atendiendo a diversas agrupaciones regionales y siempre teniendo en cuenta que se ofrece el porcentaje de población adulta inmerso en actividades en fase de "Early stage", es decir, nacientes (menos de 3 meses en activo) y nuevas (entre 3 y 42 meses en activo). Tradicionalmente, en el Proyecto GEM, a este porcentaje se le conoce como índice TEA (Total Entrepreneurial Activity).

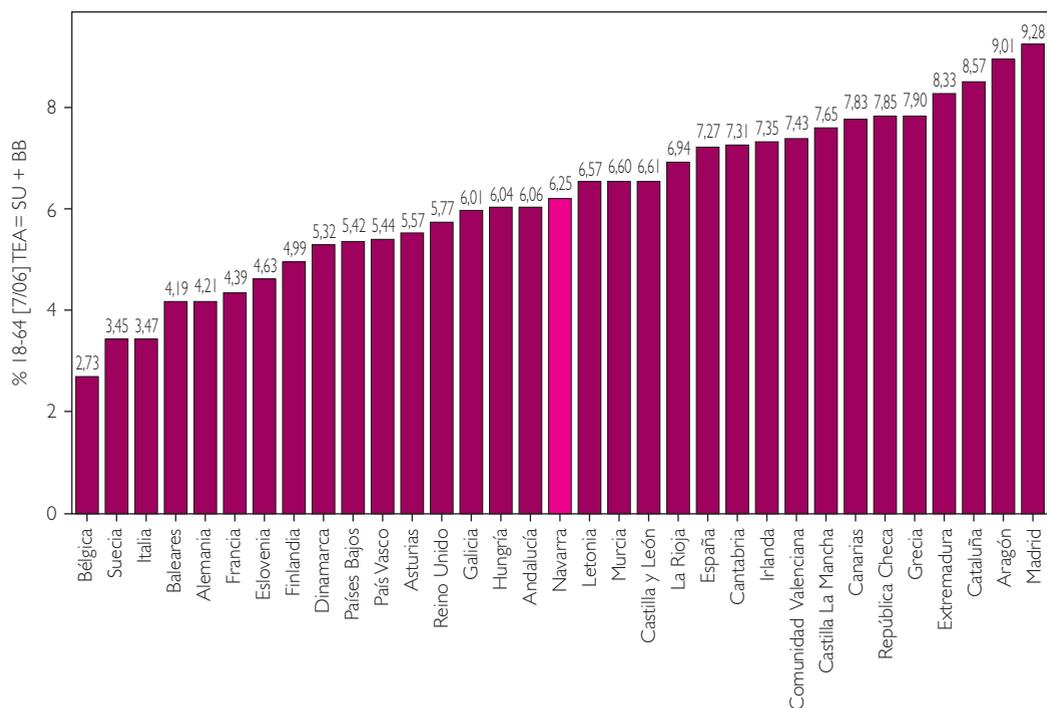
En la Figura nº 2 se muestra la posición relativa de Navarra entre los principales países que componen la Unión Europea y las demás regiones españolas participantes en el GEM 2006.

El índice TEA de Navarra en 2006, y como ya hemos señalado anteriormente, ha sido menor que el de España, aunque se sitúa por encima de países como el Reino Unido, Holanda y Francia. A su vez, el índice TEA de España se asemeja al de Irlanda, el país desarrollado europeo que suele encabezar la clasificación año tras año. Los países menos desarrollados muestran, como es de esperar, índices más elevados, proporcionalmente más sustentados en las iniciativas emprendedoras por necesidad. Grecia, Letonia, Croacia, la República Checa y Hungría se hallan en este caso. Finalmente, Bélgica y los Países Bajos, tienen índices discretos, especialmente la primera, cuya economía está muy condicionada por la ubicación de las instituciones gubernamentales de la UE y en la que hay un gran contingente funcional.

En cuanto a las regiones españolas, destacan los índices TEA de Madrid, Aragón, Cataluña y Extremadura, los mayores, junto con Croacia, de la Unión Europea. Es evidente que tanto Cataluña como la Comunidad de 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. Por último Aragón también destaca por su dinamismo empresarial.

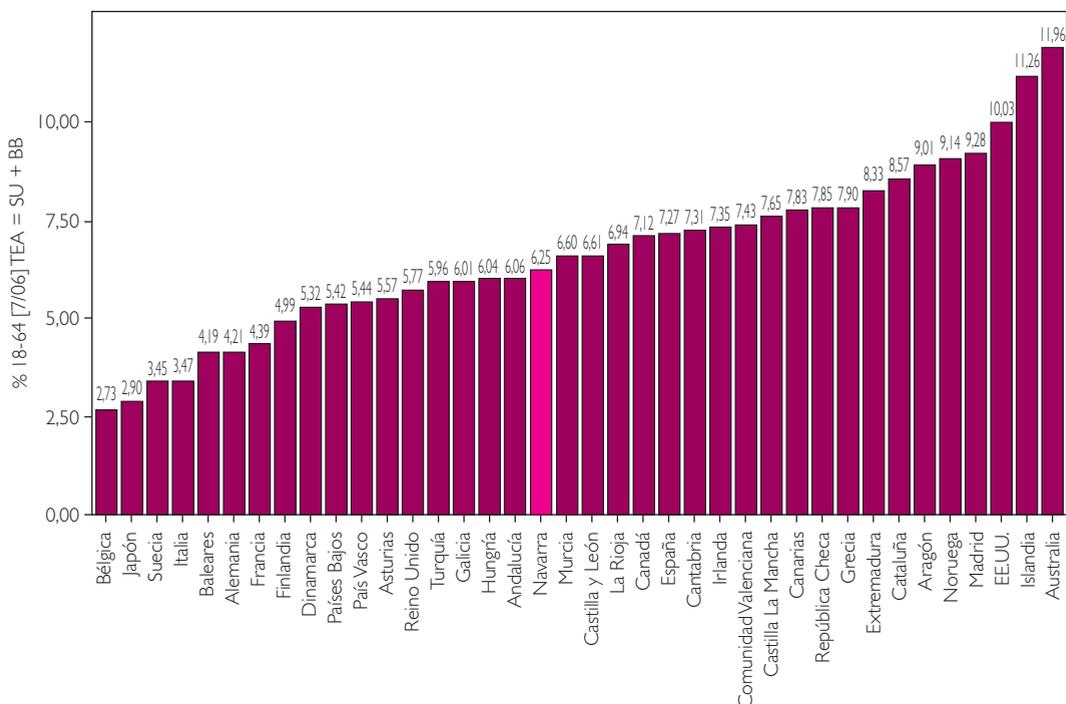
Figura nº 2

Actividad emprendedora incipiente en el contexto de la Unión Europea



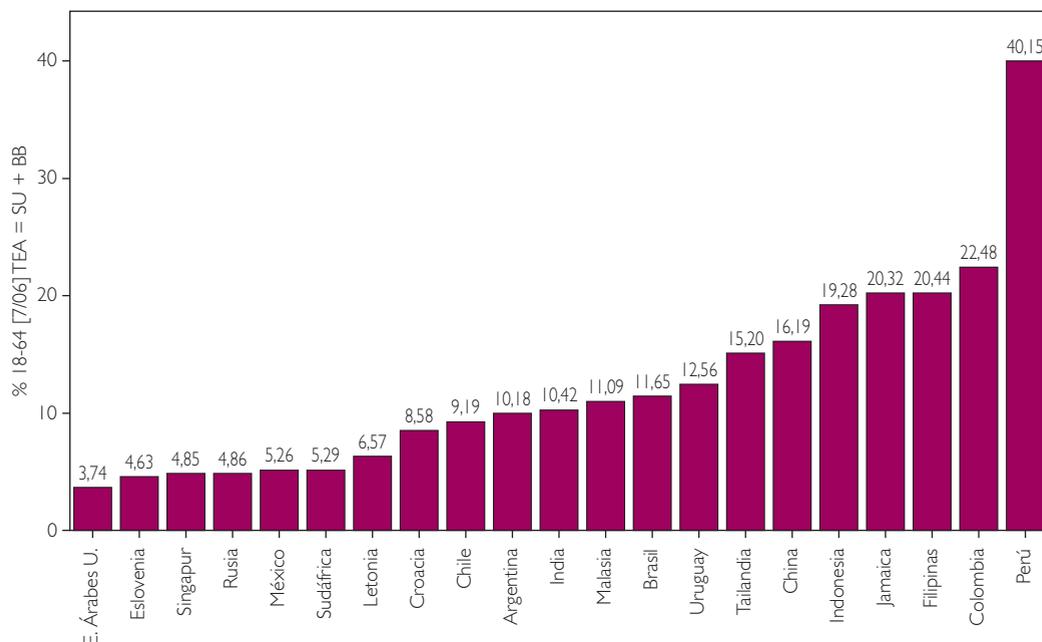
Seguidamente, se muestra la posición relativa de Navarra en el contexto de la OCDE, siempre teniendo en cuenta que, en este apartado, no se analiza la calidad y dimensión de las actividades emprendedoras de los países, sino simplemente se muestra la tasa bruta de participación de la población adulta en las mismas. Como se puede apreciar, Navarra se sitúa por debajo de la media con una tasa muy alejada de la de algunos países anglosajones (Australia, Irlanda, Estados Unidos); si bien estos últimos se han caracterizado tradicionalmente por tener una población muy emprendedora.

Figura nº 3
Actividad emprendedora incipiente en el contexto de la OCDE



Hace varios años que 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 en términos brutos. El siguiente gráfico muestra la situación en los países que no están en el seno de la OCDE. En él se ve claramente que el conjunto de países que se inicia con Croacia, tiene tasas que oscilan entre el 8% y el 41%. Estas elevadas tasas se sustentan gracias a la necesidad de gran parte de esa población de emprender para poder tener trabajo. Los negocios que subyacen a esta actividad tienen, por lo general, una menor calidad en términos de dimensión, innovación, creación de empleo, internacionalización y otras características relevantes, con respecto a los de los países más desarrollados.

Figura nº 4
Actividad emprendedora
en países no integrados en la OCDE



1.4. Dinámica empresarial en el contexto internacional GEM

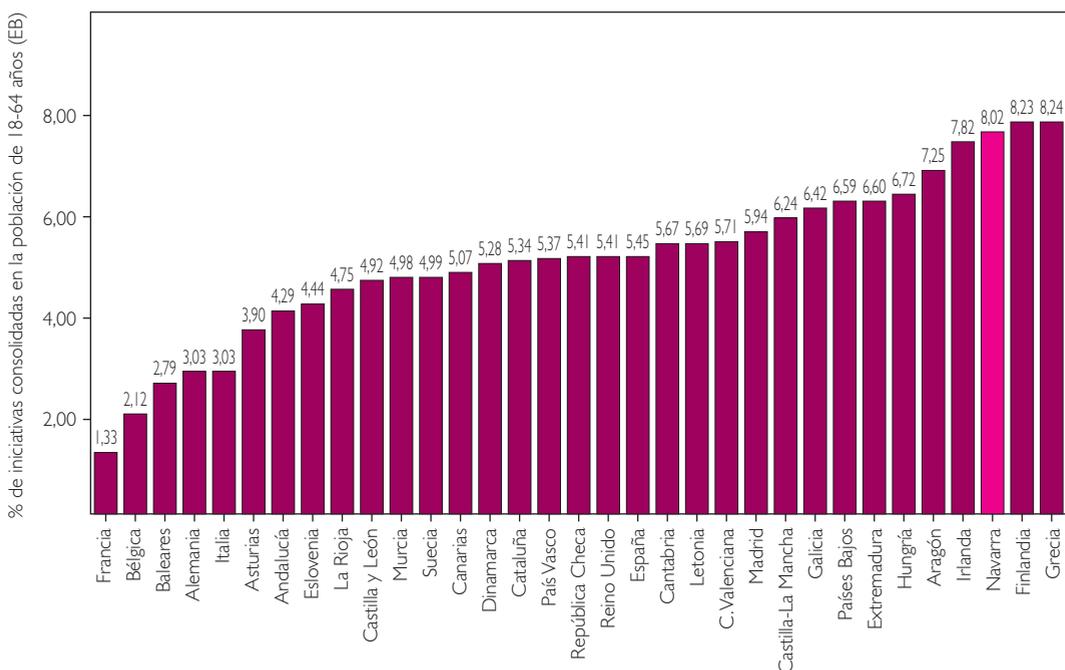
La siguiente figura muestra el porcentaje de empresas consolidadas (“Established business”) estimado en la población adulta de los países y regiones participantes. Se trata de empresas, negocios y autoempleos que llevan operando más de 42 meses y se corresponde aproximadamente con lo que en España entendemos por empresas dadas de alta, por término medio, desde hace aproximadamente 3,5 años y que prosiguen su dinámica.

Al igual que en el apartado anterior, es necesario mostrar estos resultados para la UE y la OCDE antes de hacerlo de forma global, para evitar errores de interpretación, pues la calidad y dimensión de la dinámica empresarial no es comparable entre determinados grupos de países. El diferente grado de desarrollo económico y algunas de sus características culturales y macroeconómicas generan, como se ha señalado previamente, diferentes modelos de comportamiento emprendedor y empresarial con diferentes implicaciones sobre el crecimiento. Así, por ejemplo, en la UE, se puede apreciar cómo Grecia encabeza la gráfica porque proporcionalmente hay más negocios y empresas consolidados entre su población que en las restantes pero debemos tener en cuenta su menor de-

sarrollo y que la dimensión, expectativas y potencial de estas empresas no es comparable con las de otros países como, por ejemplo, Alemania, que ocupa una de las últimas posiciones.

De manera análoga a lo observado en el estudio del año 2005, Navarra presenta uno de los mayores porcentajes de empresas consolidadas de toda la Unión Europea. Si el año 2005 era la quinta, con un porcentaje del 8,77%, este año se sitúa en tercer lugar con un porcentaje del 8,02%. Este ligero descenso en el porcentaje de negocios consolidados es extensible a la gran mayoría de los países y regiones GEM. En el contexto de las comunidades españolas cubiertas por el estudio (17), Navarra aparece como la comunidad española con un mayor índice de consolidación de empresas.

Figura nº 5
Empresa consolidada detectada como porcentaje
de la población en el contexto de la Unión Europea

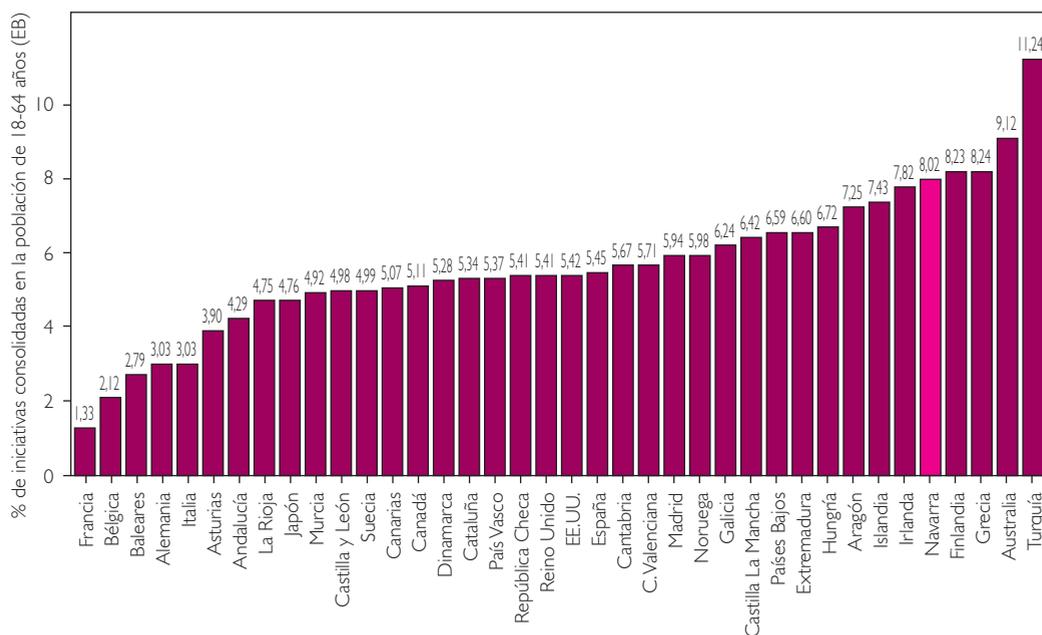


Esta posición cabecera puede trasladarse al conjunto de países de la OCDE con representación en el Proyecto GEM. Tal y como muestra la Figura nº 6 la Comunidad Foral ocupa la quinta posición por encima de países de referencia en el contexto económico mundial como Estados Unidos, Alemania o Reino Unido. Tal y como se apuntaba al inicio de este apartado, el dato sobre el porcentaje de negocios consolidados, sin duda positivo, debe ser considerado conjuntamente con información sobre la calidad (dimensión, expectativas y potencial) de estas iniciativas empresariales. El modelo de crecimiento de la Co-

munidad Foral se ha fundamentado, en un porcentaje significativo, en su capacidad para atraer inversiones extranjeras y para desarrollar un tejido productivo que se ha mantenido estable en el tiempo. El futuro parece demandar un crecimiento económico basado en mayor medida en la creación de empresas con fuerte potencial de crecimiento e innovación tanto en el sector industrial como, sobre todo, en el sector servicios. En la medida en que se consiga generar las condiciones adecuadas para la aparición y consolidación de este tipo de negocios seguiremos observando buenos porcentajes de empresa consolidada en Navarra.

Finalmente, se presenta la gráfica de todos los países que integran el GEM 2006, incluidas las regiones que integran el REM-España 2006. El país con mayor proporción de negocios, empresas y autoempleo consolidado es el de Islas Filipinas. A la vista del gráfico hay que advertir que, al no hablar en términos absolutos, estas cifras no significan nunca que Tailandia tenga más empresas que, por ejemplo, EE.UU., puesto que las respectivas poblaciones adultas están integradas por números de personas muy distintos. Simplemente se pone de manifiesto que, proporcionalmente hablando, existe un mayor tejido empresarial en la población de Tailandia, aunque conviene volver a señalar que la dimensión, expectativas y potencial de las empresas que conforman este tejido no es comparable con el de las empresas de EE.UU.

Figura nº 6
Empresa consolidada detectada como porcentaje
de la población en el contexto de la OCDE



La descripción de la dinámica empresarial, se completa con el estudio del cierre de negocios detectado en forma de porcentaje en la población adulta de los países GEM y de las regiones REM-España 2006.

Navarra presenta un porcentaje del 1,04%, menor que el detectado el año anterior (1,59%). Tal y como muestra la Figura nº 8 Navarra se sitúa dentro del conjunto de países y regiones con un menor índice relativo de cierre de negocios. Este dato es consistente con el referido al porcentaje de negocios consolidados que acabamos de comentar, y en el que recordemos Navarra ocupaba un lugar destacado. En términos globales España ocupa un lugar favorable con respecto a este indicador, tanto en el seno de la UE como en el de la OCDE, ya que 9 regiones españolas (Navarra entre ellas) están entre los 10 países/regiones con menor porcentaje de cierre de negocios.

En general, al observar el conjunto total de países GEM, se aprecia que tanto la natalidad como la mortalidad de iniciativas son, en términos porcentuales, muy superiores en los países en vías de desarrollo que en los países desarrollados, por lo que la dinámica emprendedora sufre, en general, una mayor rotación en aquellas naciones.

Figura nº 7
Empresa consolidada detectada en la población
de todos los países GEM 2006
y regiones REM-España 2006

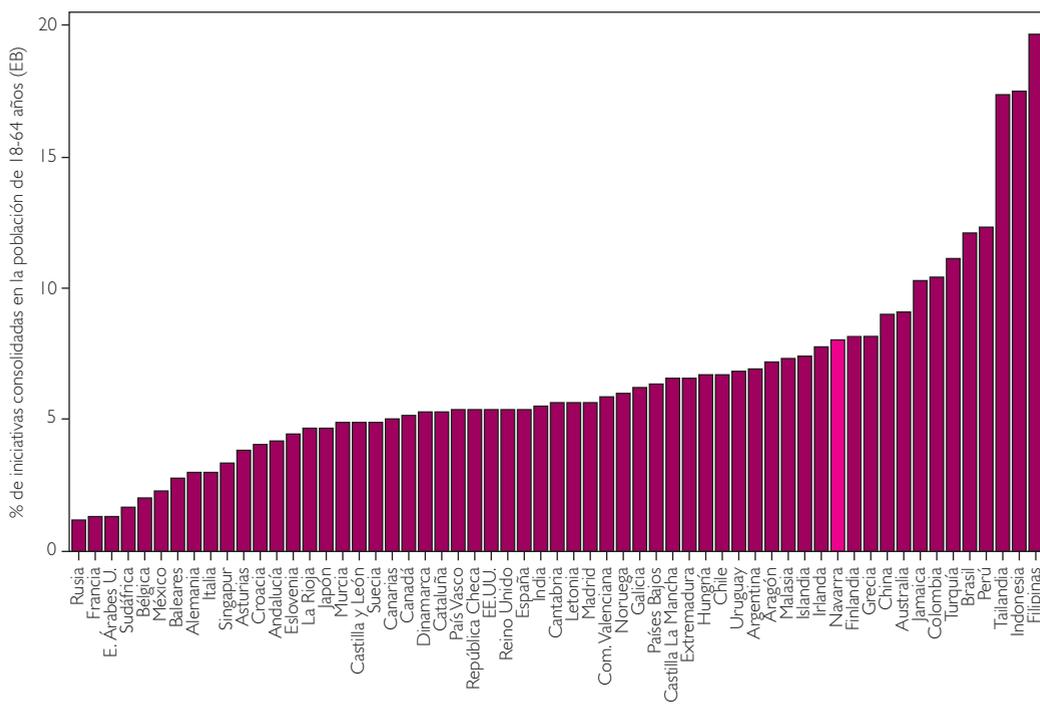
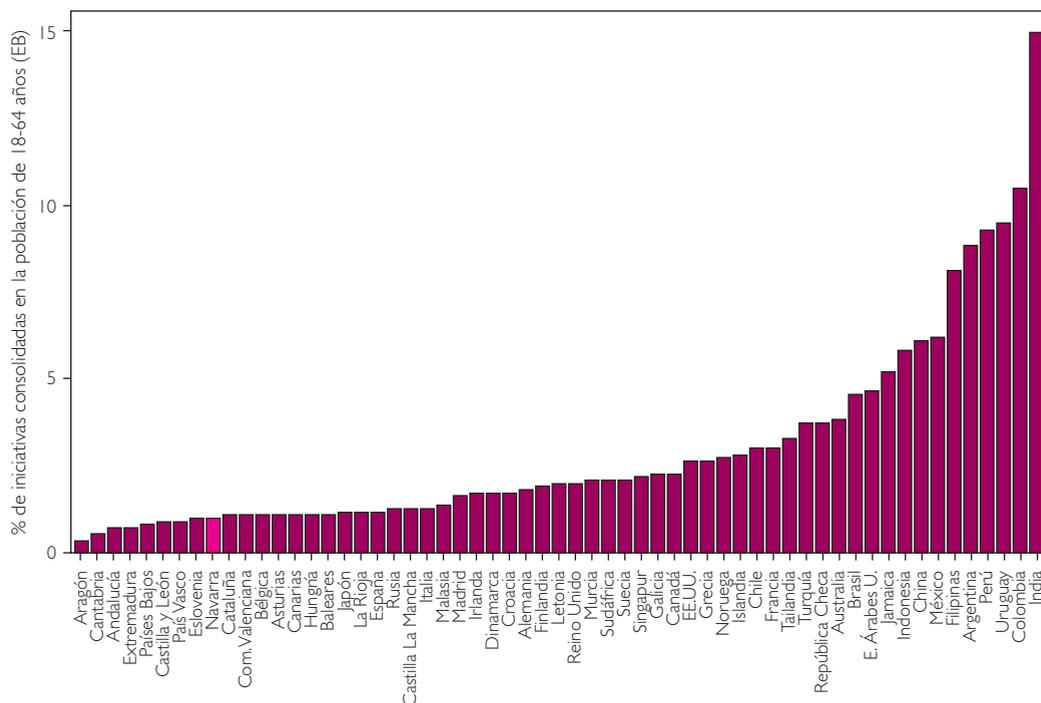


Figura nº 8

Porcentaje de cese de actividades en la población de los países que participan en GEM 2006 y regiones participantes en REM-España 2006



I.5. Potencial emprendedor en la población adulta navarra en el contexto nacional e internacional

En este apartado se ofrece una síntesis de los datos referidos a los emprendedores potenciales, es decir, a aquellos que tienen en mente la idea de poner en marcha un negocio o autoempleo en los próximos 3 años. Se trata por tanto de proyectos empresariales potenciales y no, como en los casos anteriores, de iniciativas en marcha.

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 nº 5

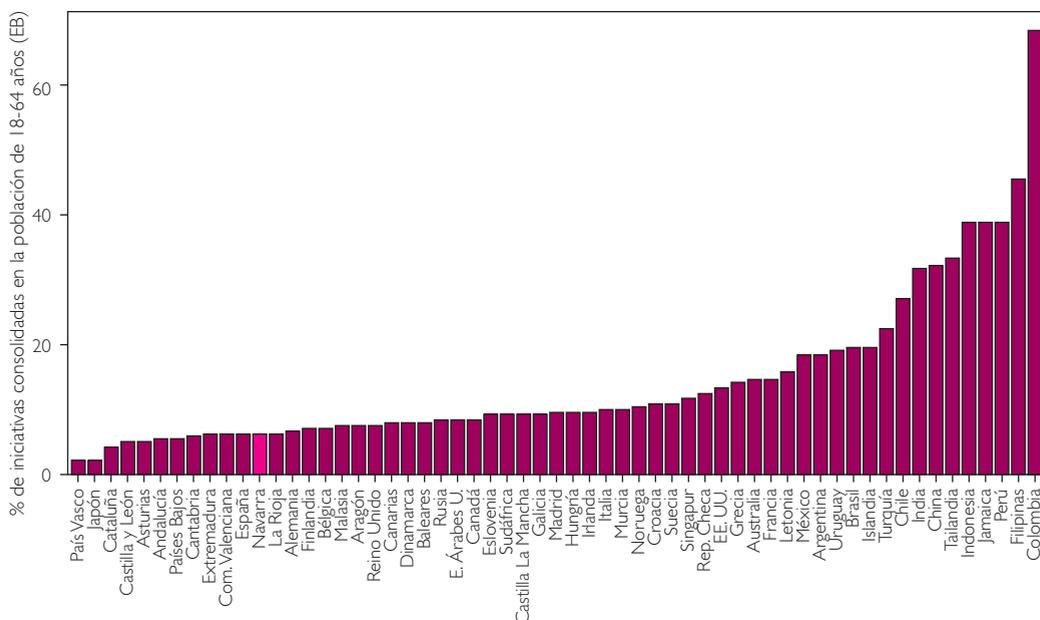
Emprendedores potenciales en la población adulta navarra y española 2006

	Número	Intervalo de confianza	% de PA
Emprendedores potenciales Navarra*	24.261	(14.640, 33.852)	6,4%
Emprendedores potenciales España**	1.649.333	(1.497.490, 1.801.176)	6,3%

* Estimaciones al 95% de confianza, error \pm 2,53%

** Estimaciones al 95% de confianza, error \pm 0,58%

Figura nº 9
Porcentaje de emprendedores potenciales en la población de todos los países GEM y regiones REM-España 2006



El porcentaje de la población que tiene en mente emprender negocios en los próximos 3 años se sitúa en el 6,4%, un porcentaje prácticamente igual al registrado para el conjunto de España. Este porcentaje es muy similar al porcentaje de la población adulta navarra involucrada activamente en negocios de menos de 3,5 años de vida (índice TEA = 6,2). Existen por tanto indicios que sugieren que de no modificarse sustancialmente el panorama económico y social, la tendencia a emprender en Navarra tendería a mantenerse o a aumentar ligeramente. Los futuros informes REM permitirán valorar si efectivamente estas intenciones se plasman en negocios y por lo tanto si la actividad emprendedora realmente consolida la tendencia apuntada.

En el plano internacional, si se observan los resultados para todo el conjunto de países GEM, se aprecian grandes disparidades, motivadas, como se viene explicando, por los diversos niveles de desarrollo, la necesidad ante la falta de alternativas de trabajo, etc. Navarra, al igual que España en su conjunto, está bastante alineada con los países de la Unión Europea.

Capítulo 2

Tipos de comportamiento emprendedor

2.1. Introducción

La actividad emprendedora registrada en los países y regiones participantes en el Proyecto GEM obedece 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. En el lenguaje GEM la primera motivación se denomina emprender por necesidad mientras que la segunda recibe el nombre de 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. Más aún cuando se ha podido comprobar la existencia de una relación entre los motivos para emprender y el desarrollo económico de los países.

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. Los entrevistados, 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), identifican 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. Los resultados que se extraen de esta consulta se exponen a continuación.

2.2. Oportunidad y necesidad en el proceso emprendedor

Las siguientes tablas resumen las cifras relativas a los diversos comportamientos emprendedores en Navarra y España, distinguiendo entre las personas que están en fase naciente ("Start up") y que poseen una empresa nueva ("Baby business").

Tabla nº 6a				
Tipos de comportamiento emprendedor en Navarra tomando como base el total de la población adulta navarra				
Tipo de motivación	"Start up"	"Baby business"	"Early stage" total (SU + BB)	
<i>Porcentaje sobre la población navarra y número de personas</i>				
Oportunidad pura	(1,8%) 6.823	(2,3%) 8.719	(4,1%) 15.542	
Oportunidad en parte	(0,7%) 2.654	(0,7%) 2.654	(1,3%) 4.928	
Necesidad	(0,2%) 758	(0,5%) 1.895	(0,8%) 3.033	

Tabla nº 6b
Tipos de comportamiento emprendedor en España
tomando como base el total de la población adulta española

Tipo de motivación	"Start up"	"Baby business"	"Early stage" total (SU + BB)
<i>Porcentaje sobre la población española y número de personas</i>			
Oportunidad pura	(1,8%) 471.238	(2,8%) 733.037	(4,5%) 1.178.095
Oportunidad en parte	(0,8%) 209.439	(0,8%) 209.439	(1,6%) 418.878
Necesidad	(0,4%) 104.720	(0,8%) 209.439	(1,1%) 287.979

Los resultados muestran, al igual que los años anteriores, el claro predominio de la motivación de emprender por oportunidad, típica de los países desarrollados. Este dato está en consonancia con resultados recientes que ponen de manifiesto la presencia de porcentajes muy significativos de emprendedores de necesidad, en detrimento del porcentaje de emprendedores de oportunidad, en países donde el desarrollo económico y social no ofrece alternativas de empleo estable ni genera un caldo de cultivo propicio para la aparición, descubrimiento y explotación de oportunidades de negocio.

A diferencia de lo que ocurre en España, donde en los dos últimos años se observa un progresivo aumento de iniciativas emprendedoras motivadas por la necesidad, en Navarra el porcentaje de iniciativas emprendedoras por necesidad apenas varía en relación al año 2005. Esto viene acompañado de un incremento de las iniciativas emprendedoras por oportunidad, en particular las de oportunidad pura entre las personas que están en fase naciente ("Start up") que pasarían de ser el 1,2% a suponer el 1,8% de la población adulta de Navarra. Estos datos indicarían que el aumento que ha experimentado el índice de actividad emprendedora total o TEA de Navarra en el año 2006 ha venido generado fundamentalmente por un incremento de la actividad emprendedora por oportunidad en fase naciente. Éste es un dato positivo en el sentido que indicaría un incremento de la actividad emprendedora sostenida en negocios que parecen estar asociados a tasas positivas de desarrollo económico regional.

En cualquier caso conviene ser cautos en la interpretación y vigilar en sucesivos informes la evolución de estos indicadores para valorar si el aumento de la actividad emprendedora por necesidad que se detecta en España tiene un reflejo en Navarra, o por el contrario la Comunidad Foral sigue manteniendo un perfil diferenciado en este aspecto. En este sentido puede ser interesante recoger que en el contexto de España el aumento de la actividad emprendedora por necesidad se viene explicando por el incremento de iniciativas de jóvenes y de inmigrantes que, en determinadas zonas del país no hallan empleos por cuenta ajena bien remunerados y acordes con su formación.

A continuación se muestra la evolución temporal del índice de actividad emprendedora total o TEA, diferenciando entre la actividad por oportunidad (TEA oportunidad) y la de ne-

cesidad (TEA necesidad). Estos indicadores proporcionan el porcentaje de iniciativas emprendedoras que se han creado por ambos motivos sobre la población activa de Navarra y España respectivamente.

Los valores confirman el análisis anterior en el que se observaba un estancamiento del porcentaje de las iniciativas emprendedoras por necesidad y un crecimiento de las de oportunidad, que estaría en la base del incremento del TEA observado este año. A nivel de España la actividad emprendedora por oportunidad asciende casi 2 puntos porcentuales respecto al año anterior y la actividad emprendedora por necesidad aumenta 0,4 puntos porcentuales, mientras descienden las iniciativas emprendedoras motivadas en otros casos. Parece por tanto también que el repunte en el índice TEA del año 2006 para el conjunto de España viene generado fundamentalmente por el incremento de la actividad emprendedora por oportunidad.

Tabla nº 7a

Evolución del tipo de comportamiento emprendedor “Early stage” en Navarra como porcentaje de la población adulta y como porcentaje de la actividad emprendedora total “Early stage” registrada cada año

Año de medición	TEA	TEA oportunidad	TEA necesidad	TEA otro caso
2005	5,49 (100%)	4,73 (85,5%)	0,76 (14,5%)	0,00 (0,0%)
2006	6,23 (100%)	5,46 (87,6%)	0,77 (12,4%)	0,00 (0,0%)

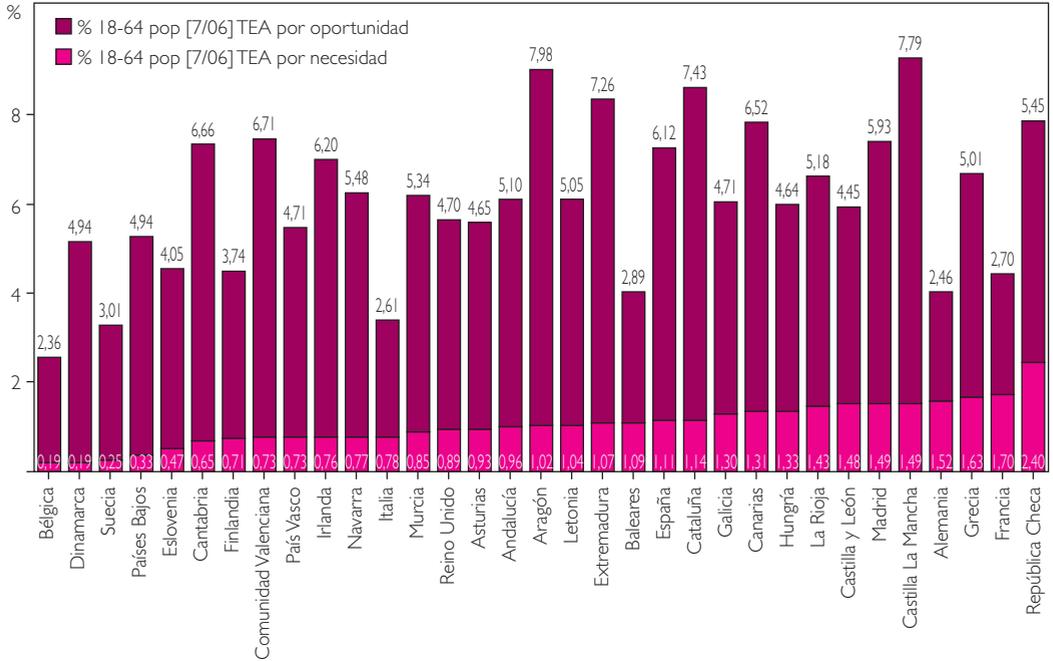
Tabla nº 7b

Evolución del tipo de comportamiento emprendedor “Early stage” en España como porcentaje de la población adulta y como porcentaje de la actividad emprendedora total “Early stage” registrada cada año

Año de medición	TEA	TEA oportunidad	TEA necesidad	TEA otro caso
2001	6,32 (100%)	4,46 (70,5%)	1,61 (25,5%)	0,25 (4,0%)
2002	4,59 (100%)	3,42 (74,5%)	1,02 (22,2%)	0,15 (3,3%)
2003	6,77 (100%)	6,05 (89,4%)	0,51 (7,5%)	0,21 (3,1%)
2004	5,15 (100%)	4,53 (88,0%)	0,62 (12,0%)	0,00 (0,0%)
2005	5,40 (100%)	4,40 (81,5%)	0,80 (14,8%)	0,20 (3,7%)
2006	7,27 (100%)	6,11 (84,1%)	1,10 (15,2%)	0,04 (0,6%)

Figura nº 10

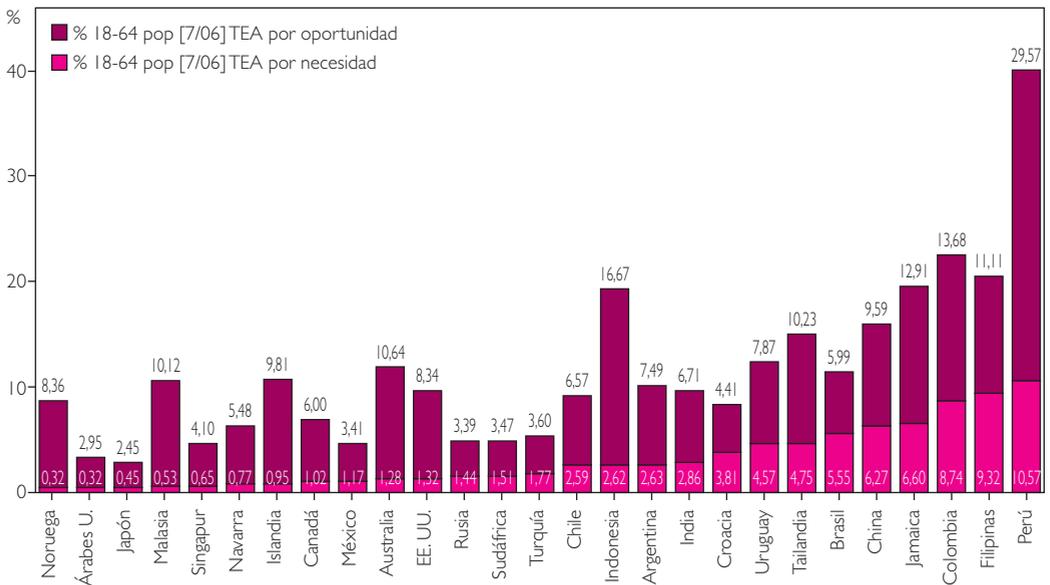
Actividad emprendedora por oportunidad y necesidad en la UE



Países GEM 2006 de la UE y Regiones españolas

Figura nº 11

Actividad emprendedora por oportunidad y necesidad fuera de la UE y en Navarra



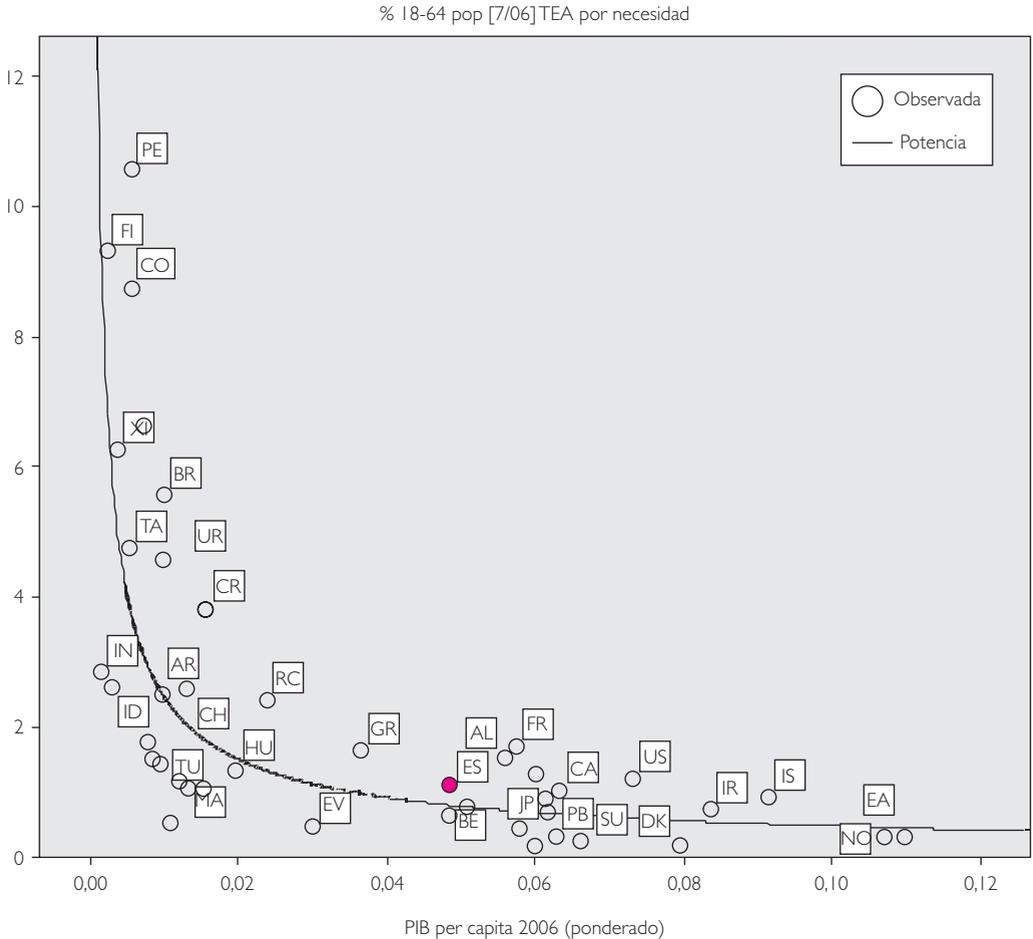
Países GEM 2006 fuera de la UE y Navarra

La posición relativa de Navarra en el contexto internacional sigue siendo positiva. Tal y como muestran los siguientes gráficos, Navarra presenta tasas de actividad emprendedora total similares a las de los países desarrollados. Análogamente, la proporción de iniciativas emprendedoras por oportunidad dominan claramente a las de necesidad. Si atendemos a estas últimas Navarra presenta niveles de actividad emprendedora por necesidad inferiores a países de referencia en el contexto de la Unión Europea como Reino Unido, Francia o Alemania, y también inferiores a la media española. El segundo gráfico muestra la actividad emprendedora por oportunidad y por necesidad para los países que participan en el Proyecto GEM y que no pertenecen a la Unión Europea. En términos globales podemos observar cómo Navarra ocupa una posición acorde con su nivel de desarrollo y características macroeconómicas, que no guarda relación con la distribución de actividad empresarial de Perú, Islas Filipinas, Colombia y otros países en vías de desarrollo en que la necesidad es muy notoria como motivación para emprender.

En este contexto donde se comparan los países GEM y las regiones españolas en función de su nivel de actividad emprendedora por necesidad es interesante mostrar la figura 12. En ella se relaciona la actividad emprendedora por necesidad y el nivel de desarrollo económico de los países participantes en el Proyecto GEM elaborada por el equipo encargado del informe nacional para España. Tal y como hemos señalado al comienzo del capítulo existe una relación inversa entre el grado de desarrollo económico y la actividad emprendedora por necesidad. Esto es, la actividad emprendedora por necesidad tiende a reducirse conforme aumenta el desarrollo económico del país. Este descenso se achaca a la presencia de mayores y mejores oportunidades de empleo por cuenta ajena. Estas oportunidades conducen a que muchas personas que no ven oportunidades reales de negocio ni se sienten preparadas para llevar adelante iniciativas emprendedoras novedosas, y que sólo las llevan a cabo cuando no hay otra alternativa, se decanten por el empleo por cuenta ajena. De este modo sólo las personas que intuyen oportunidades de negocio y que se sienten realmente preparadas para ello se embarcan en actividades emprendedoras, dando lugar normalmente a un incremento de la actividad emprendedora de oportunidad. Estos negocios tienen normalmente mayores probabilidades de supervivencia y de crecimiento y se consideran por tanto un factor positivo para el crecimiento económico. Todo ello, además, en un contexto donde debido al mayor grado de desarrollo económico existen más oportunidades de negocio y mayor capacidad de formación.

En el extremo izquierdo del gráfico se sitúa un amplio conjunto de países en vías de desarrollo, encabezados por Perú, Filipinas y Colombia, en los que el PIB per cápita está en niveles bajos y el índice de actividad emprendedora por necesidad, en niveles altos. Sin embargo, la relación entre el PIB y la actividad emprendedora por necesidad no es lineal, o en otras palabras, hay varios países con un PIB per cápita similar, pero su índice de actividad emprendedora por necesidad es variable, no alcanzando las cotas de los primeros. En este caso estarían China, Brasil, Uruguay y Tailandia.

Figura nº 12
Relación entre el índice de actividad emprendedora por necesidad
y el nivel de desarrollo de los países



También la India e Indonesia presentan los PIB per cápita más bajos, pero su índice de actividad emprendedora por necesidad se sitúa en niveles parecidos a los de Argentina, Chile y la República Checa. Este hecho debe interpretarse de forma que, a pesar de la pobreza del país, los emprendedores siguen considerando que su iniciativa de emprender responde a que han encontrado una oportunidad en su entorno, mientras que los emprendedores argentinos o chilenos, por el nivel de desarrollo de su país, no deberían de estar emprendiendo por necesidad o deberían estar colocados en un trabajo por cuenta ajena, cuando en realidad no pueden.

España y la mayoría de los países de la Unión Europea se sitúan en la parte intermedia de la curva, con un PIB per cápita más elevado y niveles muy moderados de actividad emprendedora por necesidad. Es en esa zona de la figura donde se situaría Navarra. La curva finaliza con Noruega y Emiratos Árabes Unidos, dos países con renta per cápita muy elevada en comparación con el resto y los niveles más bajos de actividad emprendedora por necesidad.

Capítulo 3

Perfil socioeconómico de la persona emprendedora navarra

3.1. Introducción

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 qué 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 rasgos del perfil del emprendedor incipiente o “Early stage” del año 2006 en Navarra. El emprendedor incipiente es aquel adulto que está inmerso en un negocio o empresa en fase de “Early stage”, es decir, naciente o nueva (menos de 42 meses de funcionamiento).

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), sobre aquellas personas con negocios consolidados (más de 42 meses en funcionamiento), y sobre aquellas otras que han cerrado recientemente sus empresas.

De este modo, los hombres representan el 64,2% de los emprendedores incipientes en el año 2006 en Navarra, frente al 50,9% del año 2005. La edad media del emprendedor incipiente es de 38 años frente a los 43 del año pasado. Su renta media mensual se sitúa mayoritariamente, y al igual que en 2005, entre los 1.200 y los 1.800 euros.

El perfil del emprendedor incipiente navarro en 2006 es muy similar al del español en edad y renta, si bien en España el 55% de estos emprendedores cuentan con estudios medios o superiores frente al 60% en el caso de Navarra.

3.2. Género

La distribución de la población emprendedora “Early stage” por género muestra que en el año 2006, el 64,2% de los emprendedores navarros son hombres y el 35,8%, mujeres. Estas cifras difieren considerablemente de las del año 2005, puesto que en dicho año el 50,9% de los emprendedores incipientes en Navarra fueron hombres y el 49,1%, mujeres. Estos datos sugieren que en 2006 se produjo un fuerte incremento de la actividad masculina en el campo del emprendimiento y un descenso de la femenina. En comparación con los resultados obtenidos a nivel de España, en Navarra el porcentaje de emprendedores incipientes hombres (64,2%) supera en 3,3 puntos porcentuales al del conjunto de España (60,9%).

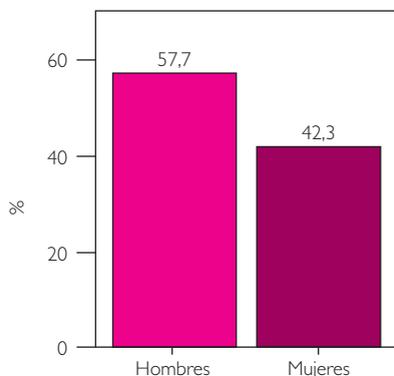
En el caso de los emprendedores potenciales, la presencia masculina (57,7%) de nuevo es superior a la femenina (42,3%). En comparación con España, Navarra presenta una situación más equilibrada en cuanto al peso de los sexos puesto que en España el 60,9% de los emprendedores potenciales son hombres.

En el conjunto de emprendedores consolidados, que son aquellos que poseen un negocio que viene operando más de tres años y medio, la distribución entre sexos se decanta de nuevo más hacia el género masculino. No obstante en Navarra casi el 40% de emprendedores consolidados son mujeres frente al 30,2% del caso español.

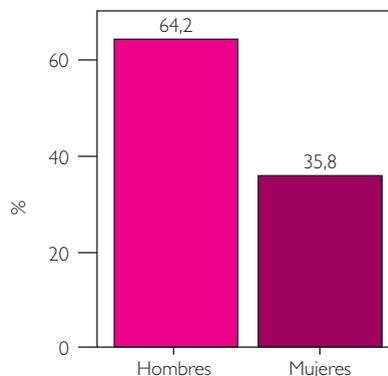
En el colectivo de empresas que han cerrado en los 12 meses anteriores al trabajo de campo, las mujeres representan en Navarra el 45,8% de los casos, frente al 33,3% del año anterior; hecho que pone de manifiesto que la supervivencia de iniciativas empresariales lideradas por mujeres puede haber sido más difícil en este último año.

Figura nº 13

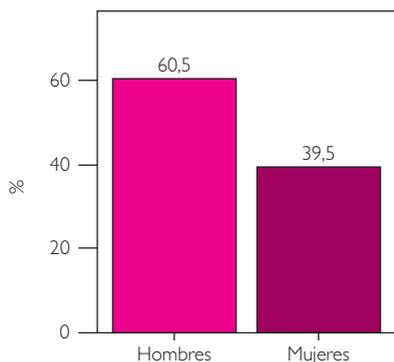
Distribución del sexo de los emprendedores potenciales, “Early stage”, consolidados y que han cerrado un negocio en los últimos 12 meses (07-05/07-06) en Navarra



Distribución de sexo emprendedores/as potenciales



Distribución de sexo de los emprendedores/as incipientes



Distribución de sexo de los empresarios consolidados



Empresarios que han cerrado en el último año

En conjunto, los datos anteriores sugieren un estancamiento de la actividad emprendedora femenina en Navarra frente a un fuerte incremento de la masculina. Como dato positivo destacaríamos un mayor porcentaje de mujeres que se declaran emprendedoras potenciales (42,3%) en Navarra en 2006 frente al obtenido en 2005, que fue del 41,6%, siendo dicho porcentaje superior al obtenido para el conjunto de España en 2006 (39,1%).

3.3. Edad

La siguiente tabla muestra la edad media de los emprendedores de Navarra y España en 2006 según la fase en la que se hallan en el proceso emprendedor. Los resultados son muy similares para ambos ámbitos geográficos, si bien la edad media de los emprendedores potenciales y nacientes es ligeramente superior en Navarra mientras que la de los emprendedores consolidados y la de los que han cerrado es ligeramente inferior.

La comparación con los resultados de 2005 muestra que se ha producido en Navarra una reducción muy significativa de la edad media de los emprendedores. Destacaríamos en concreto que la edad media del emprendedor potencial es 10 años menor en 2006 (fue de 43,5 años en 2005) y 5 años menor la del emprendedor naciente o "Early stage". Asimismo, la edad media del emprendedor consolidado es 3 años menor en 2006 y la del emprendedor que ha cerrado 1 año menor.

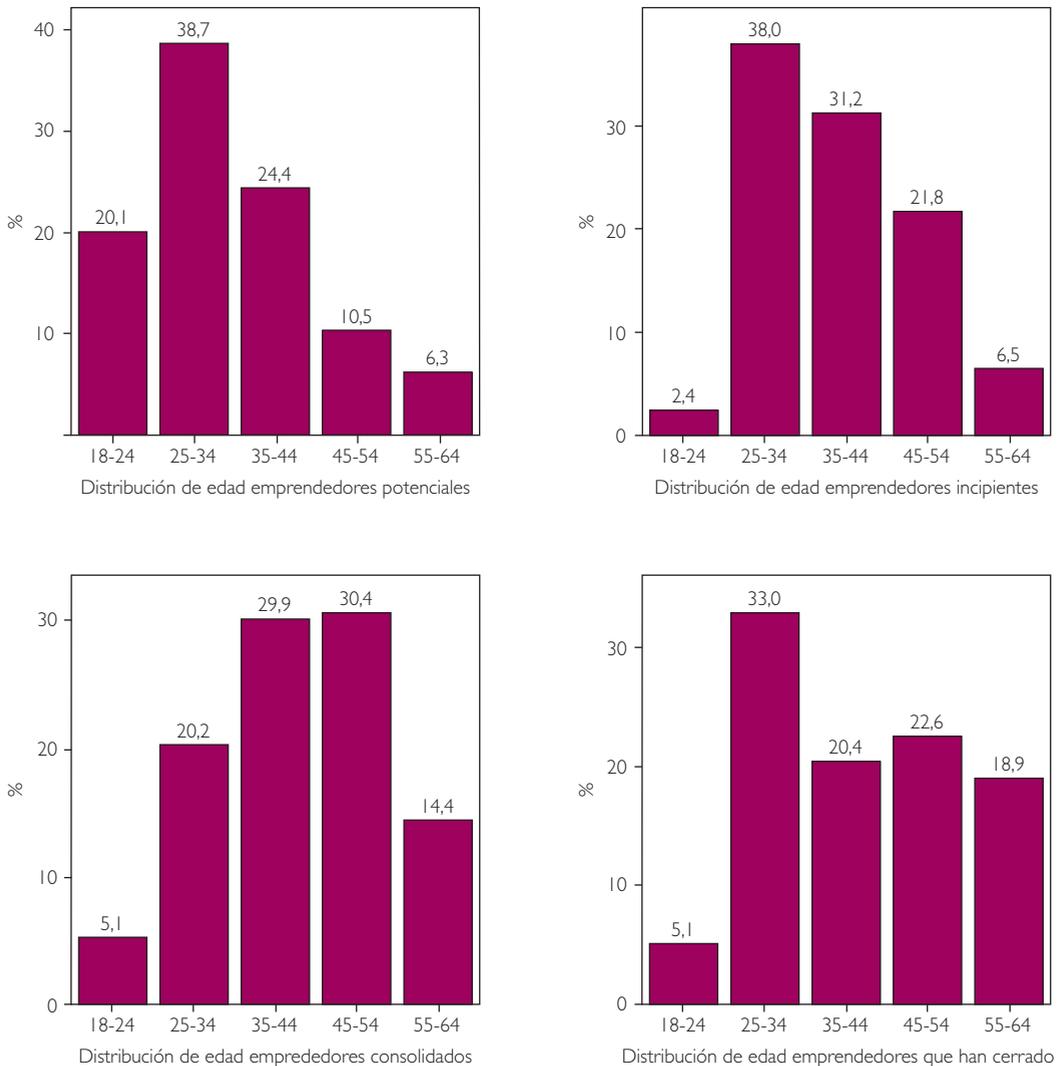
Tabla nº 9
Edad media de la persona emprendedora en Navarra según la fase activa en que se encuentra y comparación con España

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>
33,55	11,07	38,27	9,326	42,56	10,77	40,17	14,69
(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>
30,09	10,63	37,88	10,58	43,55	10,36	41,86	12,76
(D. típica = Desviación típica. Número que representa el alejamiento de una serie de números de su valor medio)							

Las distribuciones por tramos de edad en Navarra (ver Figura nº 14) para los cuatro colectivos considerados: emprendedores potenciales, "Early stage", consolidados y que han cerrado, eran similares entre sí el año 2005, mientras que ahora se aprecian asimetrías hacia la zona de jóvenes, especialmente de 25-34 años en los colectivos de emprendedores potenciales y "Early stage". De continuar esta tendencia podríamos comenzar a hablar de efectividad en las medidas de apoyo al espíritu emprendedor entre los jóvenes, que se vienen adoptando desde hace unos años, así como de un mejor impulso a esta opción profesional desde las universidades.

Figura nº 14

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



En la distribución de edad de los emprendedores consolidados vemos que más del 60% de los mismos tiene entre 35 y 54 años. En la distribución de edad de los emprendedores que han cerrado su negocio el peso del colectivo entre 18 y 34 años es el mayor; un 33% del total, lo que sugiere que muchas iniciativas empresariales constituidas por personas jóvenes fracasan.

Los datos de 2006, comienzan a estar en consonancia con los de la tendencia internacional que suele mostrar al grupo de jóvenes entre 25-34 años como el más activo en creación de empresas.

3.4. Educación

El nivel educacional del emprendedor navarra sigue mejorando al mismo ritmo que lo hace el nivel de estudios de nuestra sociedad en general. Como se puede apreciar en las siguientes distribuciones, apenas quedan reductos de emprendedores sin estudios, si bien no hay que descartar que estas cifras vuelvan a incrementarse en los próximos años por un efecto derivado de la actividad desarrollada por emprendedores inmigrantes, que no han tenido las mismas oportunidades que los navarros en este sentido.

La proporción de emprendedores potenciales e incipientes con estudios medios ha aumentado claramente entre 2005 y 2006, alcanzó este último año el 34,1% y el 36,6%, respectivamente, frente al 16% del año pasado. La mayoría de los emprendedores consolidados (29,9%) tienen estudios primarios y el 36,2% de emprendedores que han cerrado sus negocios eran universitarios.

Al comparar los niveles de estudios de los emprendedores navarros y de los del conjunto de España vemos cómo el porcentaje de emprendedores con estudios medios y superiores es superior en Navarra, tanto en el caso de emprendedores potenciales como en el de los incipientes. Lo mismo ocurre para el caso de emprendedores que han cerrado sus negocios. En el caso de los emprendedores consolidados, los resultados son muy similares.

Figura nº 15

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

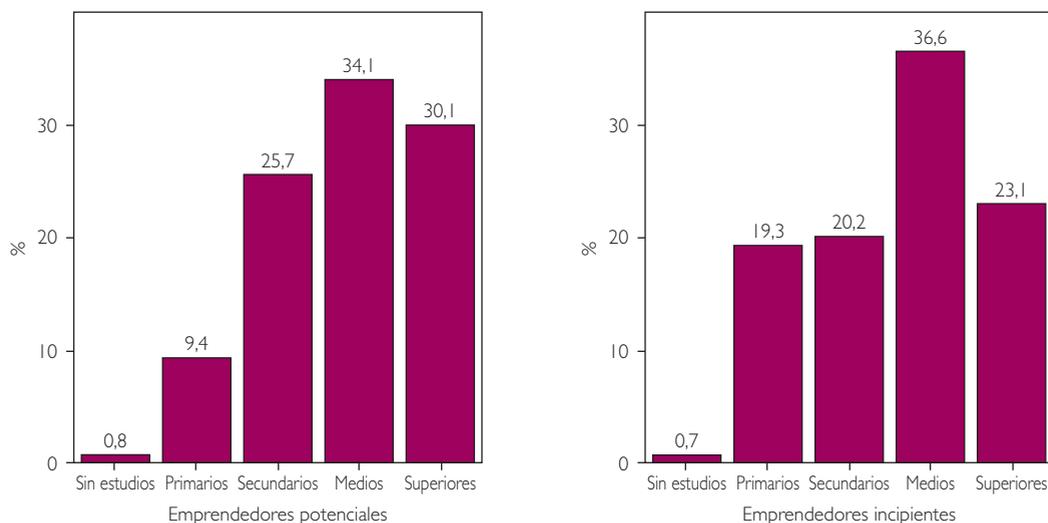
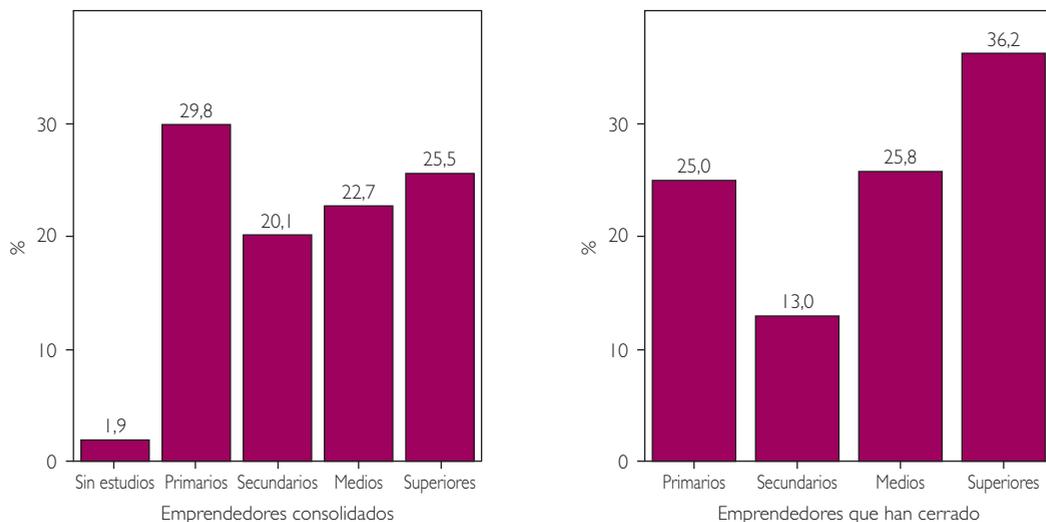


Figura nº 15 (Cont.)

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



En conjunto, estos datos sugieren un mayor peso de personas con estudios medios y universitarios en el mundo de la creación de empresas en la Comunidad Foral que en el conjunto de España.

Tabla nº 10

Nivel de estudios según tipología de persona emprendedora.
Comparativa entre Navarra y España. Año 2006

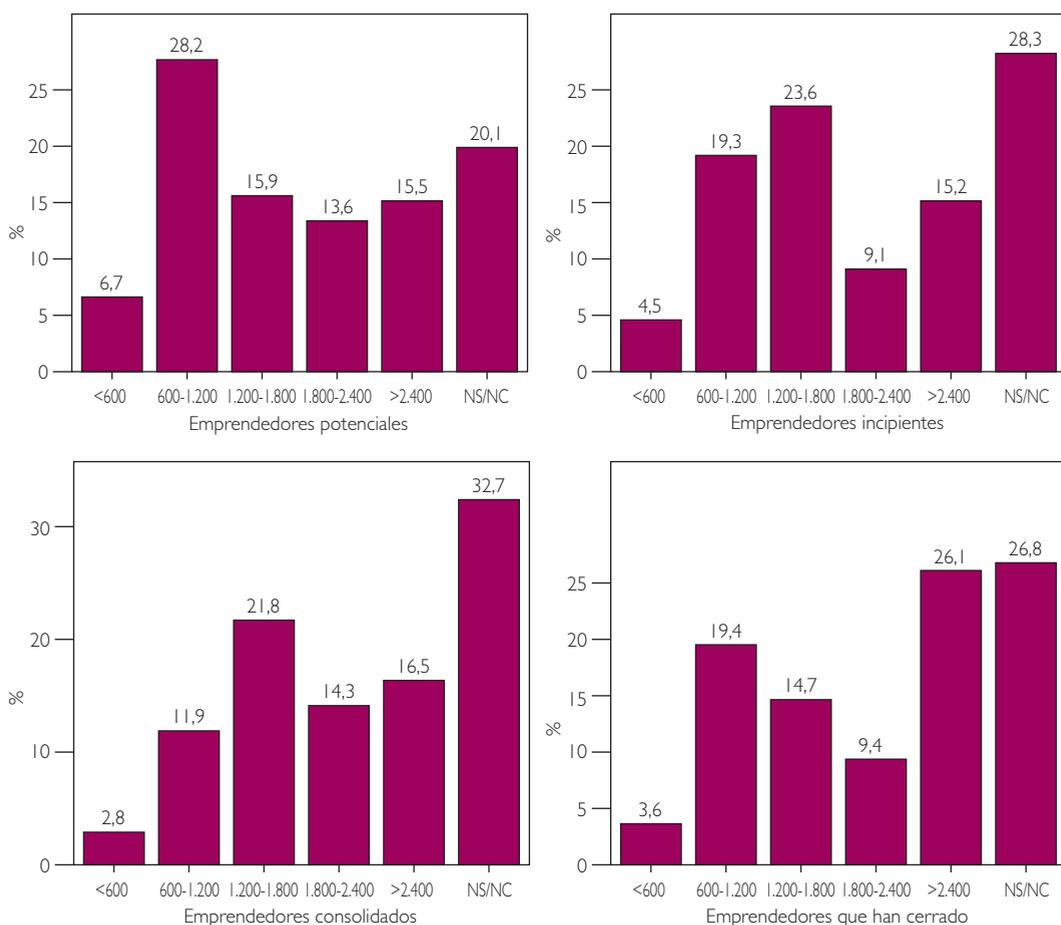
	Navarra	España
Potenciales emprendedores/as		
Estudios primarios y secundarios	36%	39%
Estudios medios y superiores	64%	61%
Emprendedores/as “Early stage”		
Estudios primarios y secundarios	41%	45%
Estudios medios y superiores	60%	55%
Emprendedores/as consolidados/as		
Estudios primarios y secundarios	32%	32%
Estudios medios y superiores	48%	48%
Emprendedores/as que han cerrado el negocio		
Estudios primarios y secundarios	38%	51%
Estudios medios y superiores	62%	49%

3.5. 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.

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.

Figura nº 16
Distribuciones del nivel de renta mensual de los emprendedores navarros según la fase del proceso emprendedor en que se hallan: potencial, “Early stage”, consolidada o cierre



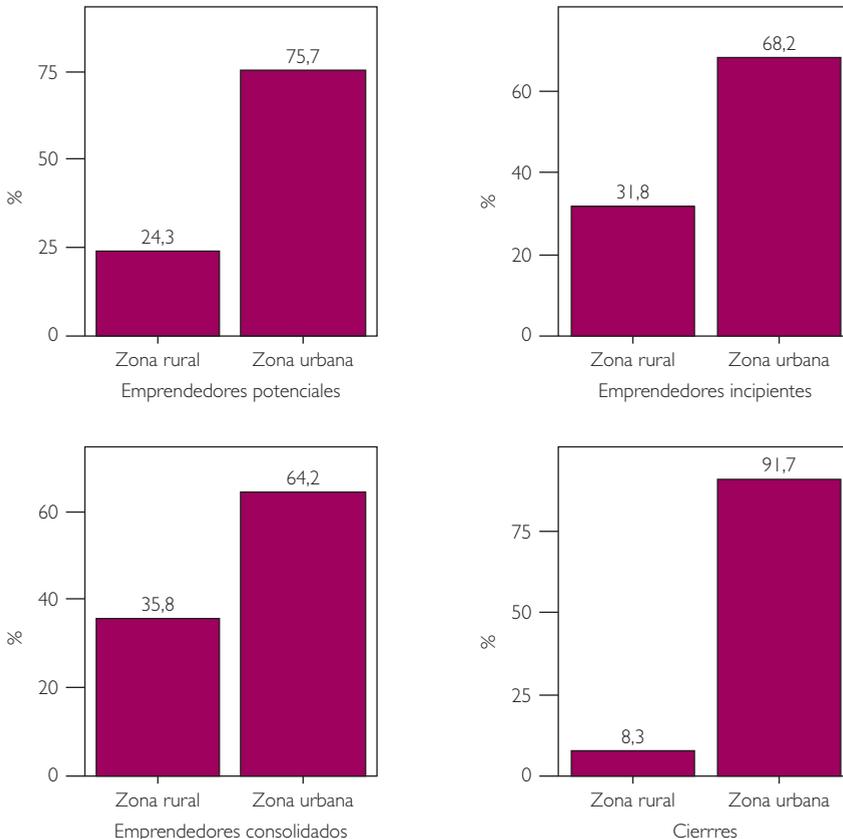
En el momento de “Early stage”, prácticamente el 43% de las personas emprendedoras entrevistadas declaran que su renta media mensual se sitúa entre 600 y 1.800 euros. Sin embargo en el caso de las empresas consolidadas, este intervalo de renta engloba al 34,2% de estas personas. Además, entre los consolidados el 14,3% ingresa entre 1.800 euros y 2.400, y el 16,5% por encima de esta cantidad. En el caso de las personas en “Early stage” estos porcentajes se reducen al 9,1 y al 15,2% respectivamente.

3.6. El proceso emprendedor en zona rural y zona urbana

Otra de las características de la persona emprendedora navarra es la clara tendencia a ubicarse en zonas urbanas. Esto es, 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.

Figura nº 17

Distribución de las iniciativas emprendedoras y cierres en zona rural y urbana según el momento en que se hallan en el proceso emprendedor



No obstante, hay que señalar que en los casos de los emprendedores incipientes y de los consolidados, más de un tercio de los integrantes de cada uno de estos grupos desarrollan su actividad empresarial en el 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 16% de las personas en procesos de "Early stage" y el 21% de los emprendedores consolidados provienen de zonas rurales. Asimismo, en el caso de los emprendedores potenciales navarros, el 24,3% de ellos están en el ámbito rural frente al 11% en el conjunto de España.

Estos datos pueden explicarse por la estructura territorial de Navarra, en la que 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 las últimas décadas.

El fuerte emprendimiento que se observa en Navarra en el mundo rural podría ser debido al equilibrio territorial, productivo y de dotación de servicios que se observa en la Comunidad Foral entre el mundo rural y el urbano. Esto haría que los habitantes de las zonas rurales de Navarra se encontrasen con menos dificultades a la hora de emprender que las que tendrían en otras zonas rurales de España.

3.7. La situación laboral del emprendedor

La gran mayoría de los emprendedores potenciales (75,2%) está empleado en la actualidad (ver Figura nº 18). Las personas que están en el paro (7,3%) son candidatas a emprender por necesidad, a falta de otras alternativas de trabajo. Los estudiantes (15,6%) pueden estar planteándose una idea de negocio para desarrollar cuando finalicen sus estudios. Por último, las amas de casa (1,3%) pueden responder a situaciones de cambio de estatus, pensando en el desarrollo de un negocio tras una etapa más familiar.

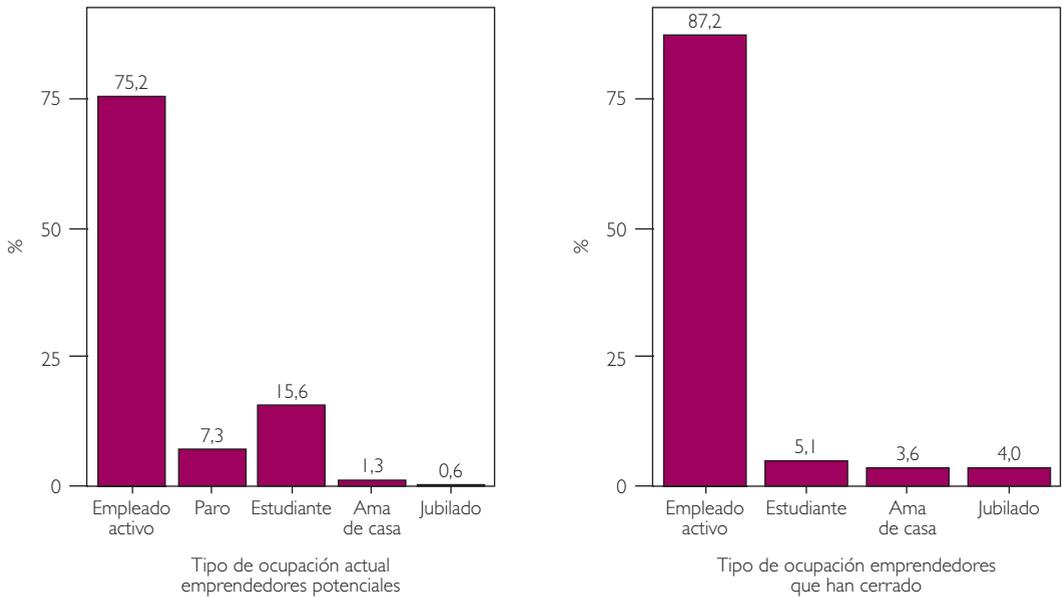
Por otro lado, como es lógico, los emprendedores incipientes y los consolidados están en situaciones activas en un 100% de los casos.

Finalmente, entre los que han cerrado una actividad, la gran mayoría (87,2%) están en activo, y tan sólo un 4% responde a una situación de jubilación. La implicación de este resultado es importante por cuanto significa que se han liquidado actividades pero no se han perdido empleos, salvo en el 3,6% que regresa a la posición de ama de casa. En otro capítulo se analiza la proporción de emprendedores que han cerrado actividades pero que siguen en activo en otras o que piensan emprender de nuevo.

Destacar que en Navarra la proporción de estudiantes entre los emprendedores potenciales es del 15,6% frente a sólo el 8,6% para el conjunto de España, lo que sugiere que el espíritu emprendedor va calando entre los jóvenes navarros. Como cabría esperar, dada la re-

ducida tasa de desempleo de Navarra, el porcentaje de parados dentro del apartado de emprendedores potenciales es menor en la Comunidad Foral (7,3%) que el observado para el conjunto de España (9,3%). Asimismo, el porcentaje de personas ocupadas entre aquellas que han cerrado su negocio es claramente mayor en Navarra (87,2%) que en España (82%).

Figura nº 18
Situación laboral de los emprendedores potenciales
y de los emprendedores que han cerrado



Capítulo 4

El proceso emprendedor de la mujer en Navarra

Navarra, en 2006, presenta, desde el punto de vista laboral, un punto de partida prácticamente igual que el del año 2005. Es decir, Navarra goza de una excelente salud en el empleo, siendo la Comunidad Autónoma con menor tasa de paro de España al finalizar el año, según la Encuesta de Población Activa (EPA). Esto es debido a que las empresas navarras son dinámicas y tienen capacidad para generar nuevas líneas de negocio y porque el mercado laboral es flexible y cualificado.

Los últimos datos de la Encuesta de Población Activa del año 2006, datos de diciembre, posicionan a Navarra como la Comunidad Autónoma con menor tasa de paro de España situándose ésta en el 4,58%, frente al 5,95% del año anterior y muy lejos de la media nacional situada en el 8,3%.

Pero las diferencias entre géneros vuelven a ser importantísimas ya que entre el colectivo masculino la tasa de paro fue del 2,29%, frente al 7,69% de las mujeres. Si en el año 2005 la brecha ya era importante, al final del año 2006 se acrecienta de modo considerable, ya que la tasa de paro masculina disminuye más de dos puntos porcentuales respecto al año anterior y la femenina aumenta casi medio punto porcentual.

Sin embargo a nivel nacional, Navarra junto con Aragón, Baleares y Cantabria, fueron las únicas regiones que terminaron el ejercicio de 2006 con una tasa de paro femenino por debajo del 8%.

Pese a estos datos, en Navarra se ha invertido, y se sigue haciendo, mucho dinero y esfuerzo en materia de políticas activas de empleo. Esfuerzos encaminados a la creación de nuevos empleos de calidad. Entre ellos se encuentran los autoempleos generados por la creación de nuevas empresas.

4.1. La actividad emprendedora femenina desde una perspectiva internacional

En lo referente al TEA femenino y su comparación con el masculino, encontramos una diferencia reseñable respecto al estudio de 2005. Este año se ha comprobado que el índice TEA de Navarra ha crecido en su globalidad. Pues bien, llegados a este punto podemos afirmar que ha sido un crecimiento de corte marcadamente masculino.

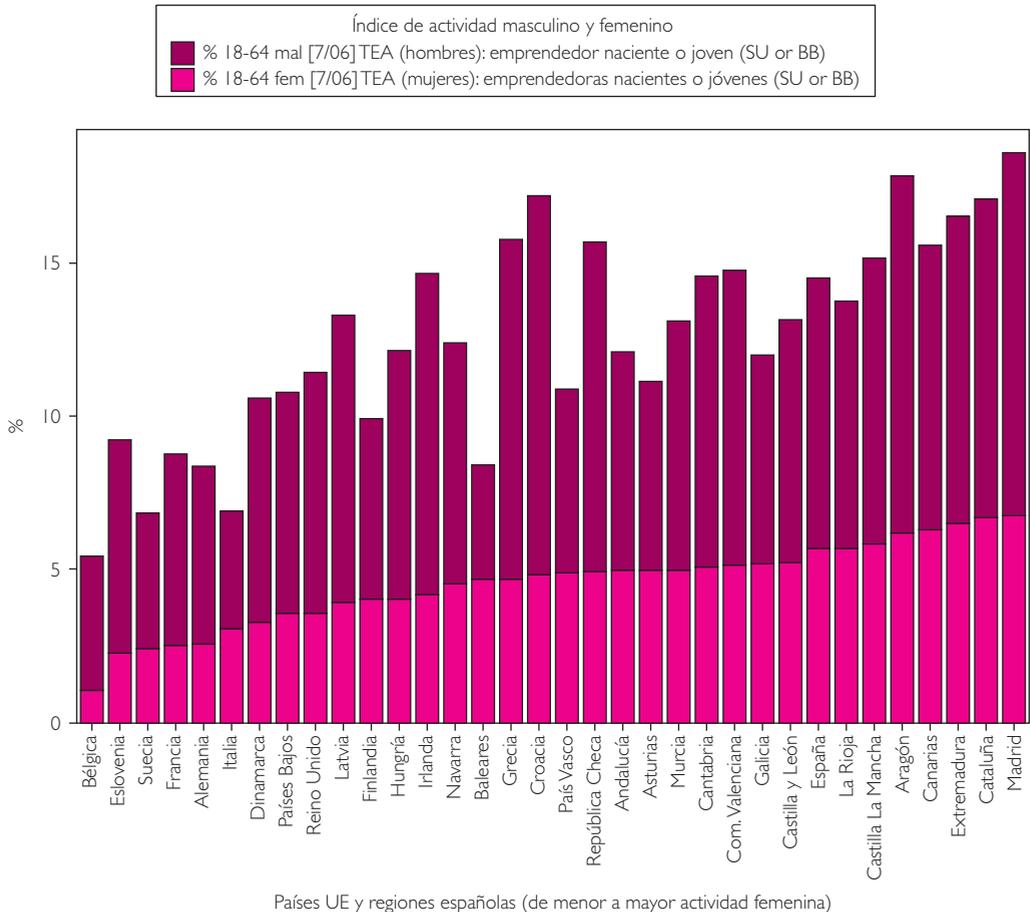
Si durante el análisis del año 2005 podíamos comprobar que el TEA masculino era de un 2,8% en porcentaje real, y un 5% en porcentaje válido, en el año 2006 ambos indicadores se han incrementado hasta un 4% y un 7,8% respectivamente.

Sin embargo, en el caso del comportamiento emprendedor femenino en Navarra se percibe un ligero descenso en la actividad. De este modo, en 2005, el porcentaje real era del 2,7% y el válido se disparaba hasta el 6,2% y en este año 2006 el porcentaje real se sitúa en el 2,2% y el válido en el 5%.

Por tanto, y debido al importante aumento de la actividad emprendedora masculina y el descenso de la femenina, la posición de Navarra en la comparativa internacional cambia ostensiblemente, pasando de ser una región española en la que la iniciativa empresarial femenina destacaba claramente, a situarse como una región más.

Realmente, esta nueva situación no debe conllevar un significado negativo, ya que en términos absolutos lo que indican las cifras es un leve descenso de la actividad emprendedora femenina (del 2,7% al 2,2%). Lo que ha ocurrido es que ha aumentado la actividad emprendedora masculina muy por encima de lo esperado.

Figura nº 19
Índice de actividad masculino y femenino
de las regiones españolas y países de la UE

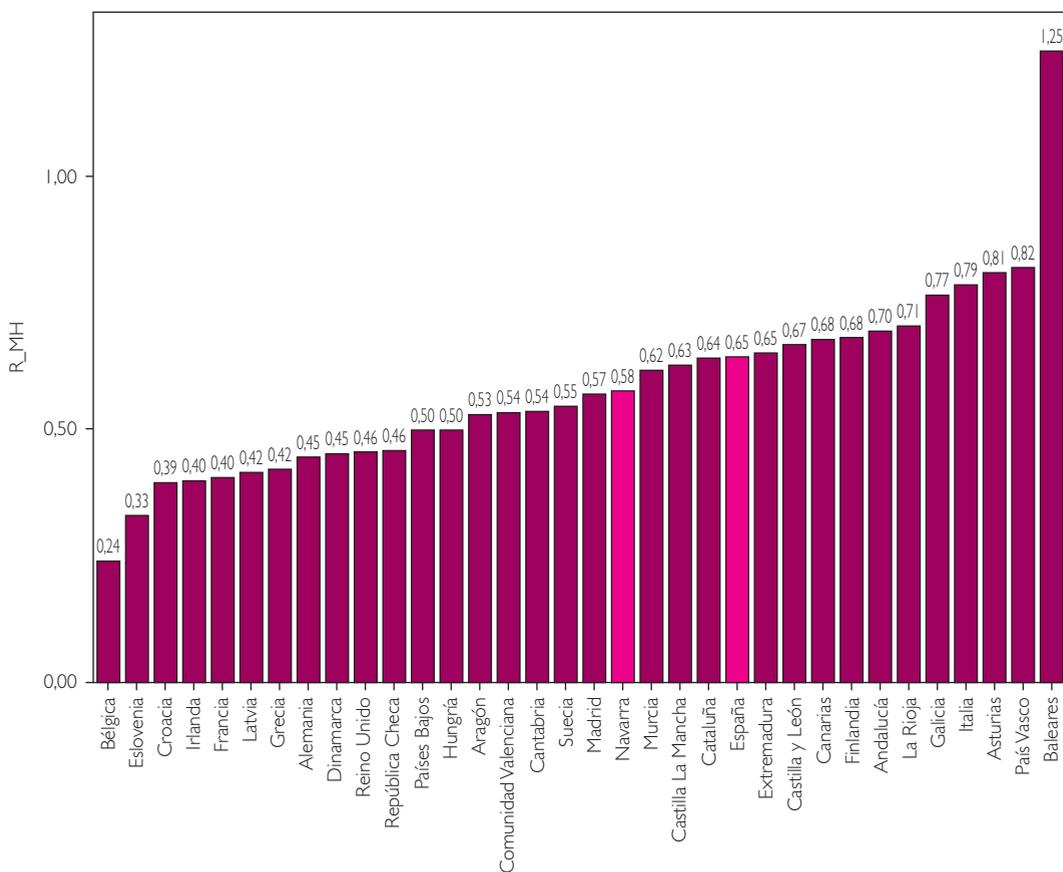


Habrà que esperar a futuros informes para ver si este descenso en la actividad femenina es una tendencia o es algo coyuntural. No obstante, parece que es algo coyuntural, ya que tomando la serie temporal de España y viendo las tendencias europeas, todo indica a un crecimiento progresivo de la actividad emprendedora femenina en nuestro entorno más cercano.

La comparativa internacional en lo referente al TEA femenino sitúa a Navarra por encima de países como Reino Unido, Irlanda, Alemania u Holanda y en el entorno de regiones como País Vasco o Andalucía. Cabe destacar la posición de varias regiones españolas en esta comparativa. De este modo, regiones como Madrid, Cataluña, Extremadura, Canarias o Aragón aparecen como las regiones con mayor actividad emprendedora femenina dentro de esta comparativa, que aúna a los países de la Unión Europea y las regiones españolas.

Debido a lo anteriormente comentado y como consecuencia de ello, el Ratio Emprendedora/Empleador cambia radicalmente respecto al año 2005 en el caso de Navarra, situándose en un 0,58 en el año 2006 tal y como se puede comprobar en la Figura nº 20. En el año 2005 este ratio, para Navarra fue de 1,19.

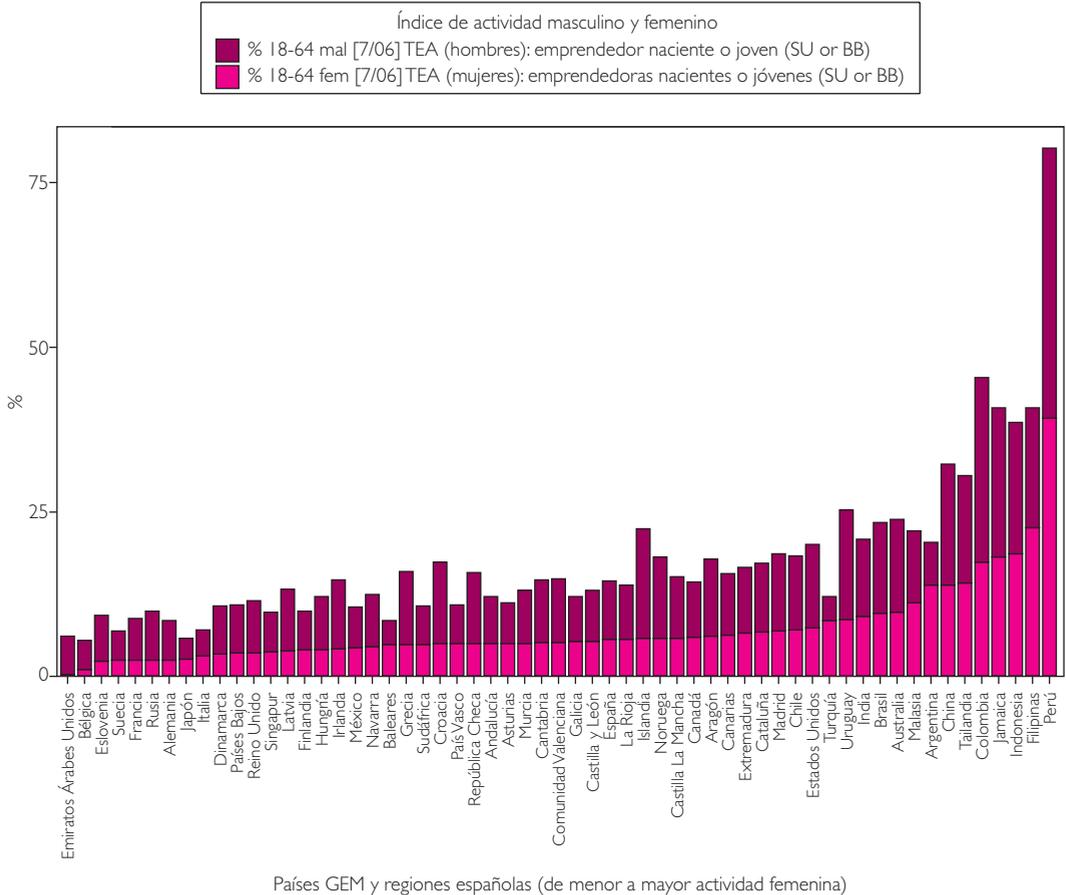
Figura nº 20
Ratio de actividad femenina sobre masculina



Como se puede comprobar, este indicador es muy sensible a aumentos o descensos de los correspondientes TEAS y las oscilaciones año a año pueden ser considerables. Por eso se recomienda emplear y ver este indicador con una perspectiva mayor que la mera comparación con el año anterior o posterior.

Figura nº 21

Actividad emprendedora en función del sexo en el contexto internacional



Como ya se ha comprobado anteriormente, debido a los aspectos comentados, Navarra ocupa una posición modesta dentro de la relación entre emprendedores y emprendedoras. Por un lado, es una de las regiones españolas que más baja tiene esta proporción junto a Baleares y País Vasco aunque se sitúa por encima de países tan importantes como Suecia, Francia, Alemania o Finlandia.

No obstante, parece adecuado recordar que en el caso de Navarra, para 2006, no es que haya habido un descenso excesivo de la actividad emprendedora femenina, sino que ha habido un gran aumento de la masculina. Por tanto, es lógico que los ratios, gráficos y demás

indicadores que ponen en relación el TEA femenino y el TEA masculino adopten estos resultados en esta edición.

A modo de recapitulación de lo expuesto anteriormente la siguiente tabla ofrece una visión de la actividad emprendedora desde una perspectiva evolutiva y comparativa.

Tabla nº 11
Evolución histórica del TEA femenino en Navarra

	2005	2006	
	% Válido	% Válido	Δ
TEA	5,5	6,2	12%
TEA mujer	6,2	5	- 24%
TEA hombre	5	7,8	56%
<i>Ratios TEA mujer/TEA hombre</i>			
Ratio para Navarra	1,19	0,58	

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.

Según diferentes expertos, la incorporación de la mujer al ámbito laboral en España, en general, ha sido muy importante en el sector público, más modesta entre las asalariadas y mucho menor en el caso de las emprendedoras.

Esto es así porque en el proceso de creación de una empresa intervienen 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.

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

En lo referente al miedo al fracaso, se ha constatado que la probabilidad de que una persona con miedo al fracaso sea emprendedora es muy baja, sea del sexo que sea. Además sucede que las mujeres son más sensibles a los cambios en su entorno, tanto externo como más cercano de corte personal o familiar, en lo referente al empleo. De este modo, se detecta que la menor representación de las navarras en el sector emprendedor se debe a que

el riesgo que implica este tipo de actividades es mayor que en el caso de los hombres tanto si son personas emprendedoras como si no lo son (ver Tabla nº 12a).

Este factor de riesgo añadido al papel secundario, desde el punto de vista económico que la mujer ha desarrollado y la predominancia de su rol en la esfera familiar, actúan como frenos a la presencia femenina en la actividad empresarial.

Llama la atención el aumento de la percepción de temor al fracaso entre los emprendedores y emprendedoras navarras respecto al año 2005, dándose un aumento, en torno al 10% de personas que son emprendedoras y afirman tener miedo al fracaso. Este aumento de la percepción del miedo al fracaso posiciona a las personas emprendedoras de Navarra por encima de la media de España en este aspecto.

En lo relativo a si se conoce o no a una persona emprendedora, es evidente que 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 el caso de Navarra se comprueba la bondad de esta afirmación, ya que el 62,5% de las mujeres y el 67% de los hombres que son emprendedores afirman conocer a alguien más que es emprendedor; frente a un 37,5% y un 33,3% de personas que no siendo emprendedores conocen a alguna persona que tenga su propia empresa.

Tabla nº 12a
Comparación de los factores psico-sociales en función del género en 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	37,5	33,0	50,8	41,4
	No	62,5	66,7	45,3	53,6
	No sabe/Rechaza	0,0	0,0	3,9	5,0
	Total	100,0	100,0	100,0	100,0
Conoce emprendedor	Sí	62,5	66,7	38,3	31,3
	No	37,5	33,3	59,4	67,0
	No sabe/Rechaza	100,0	100,0	2,2	1,7
	Total	100,0	100,0	100,0	100,0
Percibe oportunidades empresariales en su zona	Sí	33,3	40,0	19,0	27,1
	No	33,3	40,0	51,4	44,8
	No sabe/Rechaza	33,3	20,0	29,6	28,2
	Total	100,0	100,0	100,0	100,0

Acerca de la percepción de buenas oportunidades para emprender, los hombres, sean emprendedores o no, son más optimistas que las mujeres a este respecto tanto en el caso de Navarra como en el de España. Esto puede darse como consecuencia de los elementos psicológicos mencionados anteriormente. Una vez más los emprendedores/as navarros son un poco más pesimistas que la media nacional en este apartado, aunque no han variado los resultados en este apartado respecto al año anterior.

		<i>Emprendedores (%)</i>		<i>No emprendedores (%)</i>	
		<i>Mujer</i>	<i>Hombre</i>	<i>Mujer</i>	<i>Hombre</i>
Temo al fracaso le frena a crear empresa	Sí	35	28	48	41
	No	65	71	48	55
	No sabe/Rechaza	0	1	4	4
	Total	100	100	100	100
Conoce emprendedor	Sí	50	58	30	39
	No	49	41	69	59
	No sabe/Rechaza	1	1	1	2
	Total	100	100	100	100
Percibe oportunidades empresariales en su zona	Sí	36	43	22	27
	No	48	40	52	48
	No sabe/Rechaza	16	17	26	25
	Total	100	100	100	100

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 definición de empresas de la UE, que las clasifica según su número de trabajadores; lo que da lugar a la siguiente tipología de empresas:

- Microempresa: Empresa de menos de 10 trabajadores.
- Pequeña empresa: Empresas entre 10 y 49 trabajadores.
- Mediana empresa: Entre 50 y 249 trabajadores.

Antes de nada, es necesario señalar que los resultados que se muestran a continuación deben interpretarse con cierta cautela pues se han obtenido a partir de las respuestas proporcionadas por las empresas detectadas dentro de la muestra inicial de 1.877 entrevistas a la población en general. No obstante, son indicadores de tendencia y pueden ser tomados como referencia para este análisis.

Tabla nº 13
Distribución de las actividades emprendedoras en cada fase por tramo de número actual de empleados en Navarra

Tramos de empleo incluyendo al emprendedor	Emprendedores nacientes (SU)	Emprendedores nuevos (BB)	Emprendedores "Early stage" (SU y BB)	Emprendedores consolidados (EB)
1-9 empleados	91,4%	84,9%	82,35%	81,56%
10-49 empleados	8,6%	10,9%	11,76%	14,0%
50-249 empleados	0,0%	0,0%	0,00%	1,1%
250 y más empleados	0,0%	4,2%	5,88%	3,4%
Total	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Como puede verse claramente en la tabla anterior la gran mayoría de las empresas de la muestra tienen entre 1 y 9 trabajadores. Entre los emprendedores “Early stage”, hay casi un 18% de empresas que cuentan con más de 10 emprendedores, frente al 12% para el caso del conjunto de España. Asimismo, en el caso de emprendedores consolidados el peso de las empresas de 10 o más empleados es mayor en Navarra (18,44%) que en España (13,75%).

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 empresarios 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 nacientes tienen una previsión de crecimiento del 72%.

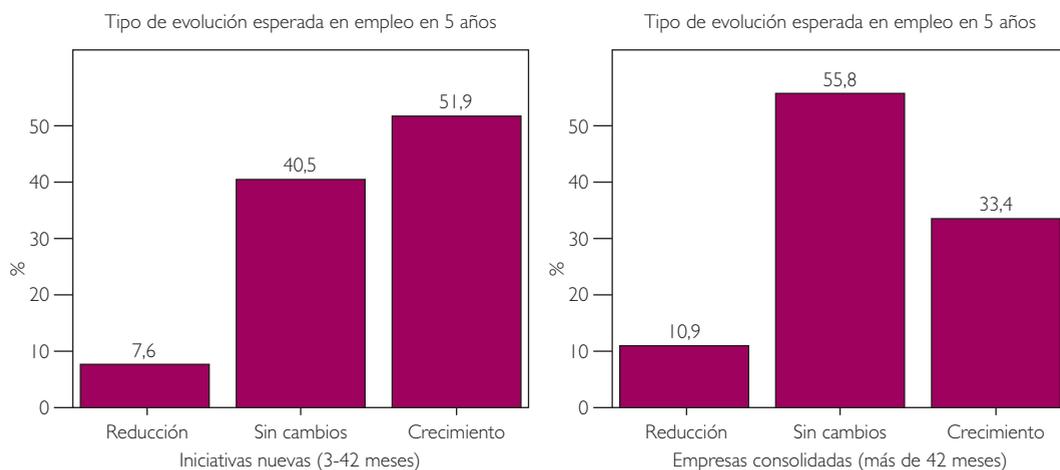
Tabla nº 14

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

Fase del proceso	Empleo actual (personas)		Empleo en 5 años (personas)	
	Media	D. típica	Media	D. típica
Empresas nacientes	4,12	4,21	7,09	8,45
Empresas nuevas	10,33	45,41	10,99	48,56
Empresas consolidadas	5,58	10,25	6,9	12,49

Es importante señalar que el 100% de las empresas nacientes manifiestan que esperan aumentar su número de empleados en los próximos 5 años. A continuación presentamos los gráficos de las expectativas de crecimiento de las empresas nuevas y consolidadas en los próximos 5 años. Los resultados indican claramente que, a medida que se consolidan las iniciativas, el porcentaje de las mismas que espera experimentar crecimientos en empleo se va reduciendo significativamente. Por consiguiente, los emprendedores nacientes son los que, independientemente del número de puestos de trabajo que vayan a generar, ponen en marcha sus ideas esperando crecer algo a corto plazo. El proceso inicial es, por consiguiente, optimista, y la realidad al cabo del tiempo es la que se impone a la hora de traducir las expectativas iniciales de crecimiento en lo que el emprendedor había pensado que podría lograr en este aspecto. Los resultados reflejan, asimismo, un proceso natural, pues las empresas que se consolidan también van alcanzando “techos” de crecimiento que en la mayoría de los casos es difícil superar. Con todo, desde el punto de vista de políticas de apoyo al empresario, no es un mal resultado el que un 33,4% de las iniciativas consolidadas aún tengan expectativas de crecimiento. Los resultados obtenidos para el caso de Navarra son muy similares a los obtenidos para el conjunto de España.

Figura nº 22
Tipo de evolución esperada en las distintas iniciativas
en cuanto a empleo para los próximos 5 años



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, sólo el 0,3% de las empresas nuevas generan "Start up", frente al 1,2% del conjunto de España. Asimismo, en Navarra y en 2006 el 1,4% de las empresas consolidadas han creado una empresa naciente ("Start up"), cifra superior al 1,2% del conjunto de España. En resumen, en Navarra la actividad emprendedora llevada a cabo por las empresas ya existentes la realizan fundamentalmente las empresas consolidadas.

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. A este respecto, hay diferentes índices e indicadores, basados en diferentes metodologías que miden la capacidad innovadora de una región y en todos ellos Navarra aparece en posiciones destacadas.

De este modo según el Índice de Innovación Regional (RRSII) de la UE (2003), Navarra es la tercera en el ranking de regiones españolas en cuanto a innovación, tras Madrid y el País Vasco. Según el European Innovation Scoreboard (2006) que estudia 203 regiones europeas, Navarra vuelve a ser la tercera región de España en cuestiones de innovación ocupando el puesto 76 por detrás de Madrid y el País Vasco que ocupan las posiciones 31 y 55 respectivamente.

Por otra parte, según el informe Cotec 2006, Navarra, en lo relativo a esfuerzo tecnológico es la primera región de España. También es la primera región de España en cuanto a personal técnico en las empresas dedicado a labores de I+D+i.

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 25,8% de estas empresas cuentan con productos o servicios completamente innovadores, frente al 18,4% para el caso del conjunto de España. Este porcentaje baja hasta el 20,7% para las empresas nuevas (17,7% para el conjunto de España) y se estabiliza en un 19% para las empresas consolidadas (10,7% para el conjunto de España). Más de una de cada cinco empresas de las tres categorías estudiadas declara que sus productos o servicios son algo innovadores, y en todos los casos, más del 42% de las empresas entrevistadas afirman que sus productos o servicios no son nada innovadores. No obstante, los datos obtenidos sugieren que las empresas navarras son más innovadoras que las españolas.

En lo relativo al nivel de competencia esperado, en Navarra el 54,2% de las empresas nacientes esperan encontrar mucha competencia en el mercado, porcentaje que se eleva casi al 70% tanto para las empresas nuevas como para las consolidadas. Estos porcentajes son muy similares a los obtenidos para las empresas españolas.

En el apartado de disponibilidad de nuevas tecnologías, de modo general y al igual que en el conjunto de España, las empresas entrevistadas en Navarra tienen tecnologías con más de 5 años de antigüedad. El 77,4% de las empresas “Early stage” navarras afirman que tienen tecnologías con más de 5 años de antigüedad frente al 82% del conjunto de España. Este porcentaje es muy similar al de España para el caso de las empresas consolidadas (73,4%). Estos resultados sugieren que las navarras más jóvenes cuentan con tecnologías más recientes que sus pares españolas.

Si hablamos de nivel de expansión en el mercado, los resultados son ligeramente favorables a las empresas navarras en comparación con las españolas. Así el 38,7% de las empresas navarras “Early stage” afirman haber realizado algún tipo de expansión, frente al 35,5% de las empresas españolas, porcentaje que se reduce al 29,9% en el caso de las empresas consolidadas navarras y al 27,7% en el caso de empresas consolidadas españolas.

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 la Cámara Navarra de Comercio, las empresas de Navarra exportaron, durante 2006, por valor de 5.404 millones de euros, representado un 12,1% de incremento respecto a la cifra de 2005. Por su parte, las importaciones ascendieron a 5.185,9 millones de euros, arrojando una balanza comercial positiva para Navarra de 218 millones de euros.

Además, las exportaciones representaron el 34% del PIB de la Comunidad y esto supone un considerable aumento respecto a años anteriores gracias a la actividad comercial con Alemania y América tanto del Norte como del Sur, principalmente. A este respecto, es reseñable que las exportaciones al continente americano crecieron un 87,7% respecto al año anterior.

En las siguientes tablas se puede comprobar los principales destinos de las exportaciones navarras y de dónde provienen las importaciones:

Tabla nº 15
Principales países a los que Navarra exportó durante 2006

	<i>Millones de euros</i>	<i>% sobre el total exportado</i>
Francia	1.208	22,4
Alemania	889	16,5
Reino Unido	570	10,5
Estados Unidos	383	7,1
Italia	367	6,8
Resto	1.987	36,7

Tabla nº 16
Principales países de los que Navarra importó durante 2006

	<i>Millones de euros</i>	<i>% sobre el total exportado</i>
Alemania	2.207	42,6
Francia	608	11,7
Italia	291	5,6
Reino Unido	221	4,3
Bélgica-Luxemburgo	208	4
Resto	1.650	31,8

Por capítulos exportadores, la automoción es la actividad que mayores importaciones generó en Navarra (41%) y a su vez es la actividad que mayores exportaciones generó (46%). Le sigue a distancia el capítulo de "Calderas y Maquinaria eléctrica" que generó el 14,3% de las importaciones y el 13,3% de las exportaciones.

Capítulo 6

Financiación del proceso emprendedor en Navarra

6.1. Introducción

Las necesidades de financiación de una empresa varían a lo largo del ciclo de vida de la misma. De estas etapas, en esta edición del Estudio GEM, nos vamos a centrar en el análisis de las necesidades de financiación de las empresas nacientes, es decir, de aquellas que llevan menos de tres meses en el mercado. En ediciones anteriores se analizaba la financiación tanto de las empresas nacientes como nuevas, pero en esta ocasión, se ha decidido centrarse en el momento de puesta en marcha por ser un momento especialmente delicado y relevante.

Por tanto, a lo largo de todo el capítulo, al hablar de los fondos necesarios para la creación de nuevas empresas estaremos implícitamente refiriéndonos al capital semilla o seed capital, que se destina a financiar el nacimiento de una empresa.

Los datos proporcionados por el GEM son únicos para este propósito, pues permiten explorar el fenómeno de la financiación de nuevas empresas en su aspecto más amplio, cubriendo todo el continuo de fuentes de financiación disponibles que iría desde la autofinanciación hasta los fondos aportados por el Capital Riesgo.

Adicionalmente, la metodología desarrollada permite analizar la problemática de la financiación tanto desde el punto de vista de los propios emprendedores, como desde la perspectiva de un colectivo muy importante de oferentes de fondos: los inversores informales.

6.2. Capital semilla, medio necesario para poner en marcha una empresa naciente en 2006 en Navarra

En este apartado hay que tener especial prudencia con los resultados ofrecidos por GEM. No debemos olvidar que este capítulo de financiación se hace tan sólo con la información ofrecida por los emprendedores nacientes. Y esto hace que se trabaje con pocas observaciones.

Según los datos de la Encuesta GEM en Navarra, la cantidad media necesaria para la puesta en marcha de un negocio, en el año 2006, es de 57.721,16 euros. El aumento respecto al año 2005 es significativo, ya que el pasado año esta cifra era de 41.487,18 euros. No obstante, respecto a la media de España, las empresas creadas en Navarra requieren menos inversión inicial ya que, en el global de España, son 66.157 euros los necesarios para la puesta en marcha de un nuevo negocio.

No obstante, hay que tener muy presente que la variabilidad es muy alta tanto en el caso de Navarra como en el de España (la desviación típica es altísima). Este dato nos determina que

hay que tener mucha cautela a la hora de hablar de la cantidad media necesaria para impulsar un nuevo negocio. Por esta razón, para poder analizar mejor esta dimensión es más recomendable fijarse en la mediana, o lo que es lo mismo, la cantidad máxima aportada por el 50% de los emprendedores de la muestra.

En el caso de Navarra, esta mediana, se sitúa en 33.666 euros, 3.666 euros más que en el año 2005 y unos 7.000 euros por debajo de la media española.

Otro buen indicador de esta variabilidad es la moda, es decir, el caso más frecuente, que para Navarra se sitúa en 20.000 euros, 10.000 menos que en el caso del total de España.

Estos datos, confirman el hecho de que en Navarra, las empresas creadas son más pequeñas que en el resto de España, como ya se apuntaba en el año 2005.

Tabla nº 17
Características y distribución del capital semilla en el 2006

Navarra		
	<i>Cantidad total</i>	<i>Cantidad invertida por el emprendedor</i>
Media	57.721,16	48.457,13
Mediana	33.666	20.000
Moda	20.000	10.000
España		
	<i>Cantidad total</i>	<i>Cantidad invertida por el emprendedor</i>
Media	66.157,52	40.379,41
Mediana	40.000	25.000
Moda	30.000	30.000

En cuanto a la procedencia de estos fondos, como en años anteriores, los datos señalan que en una gran parte de los casos éstos son aportados por el propio emprendedor en su totalidad o en una parte importante.

En el caso de Navarra, el 53% de las personas emprendedoras nacientes afirman haber aportado el 100% del capital necesario para la puesta en marcha de su nuevo negocio, mientras que en el total de España es el 40%.

Ésta es una pauta que se repite respecto al año 2005. En la Comunidad Foral las empresas necesitan menos capital inicial para su puesta en marcha, pero éste es asumido en mayor medida por los propios emprendedores/as.

6.3. El retorno de la inversión realizada por el emprendedor

Como se ha comprobado, las personas emprendedoras apuestan una importante parte de su propio patrimonio a la hora de crear su empresa. Esta aportación de capital debe ser entendida como una inversión y, por ello, parece interesante saber qué rendimiento esperan estas personas de dicha inversión y en cuánto tiempo esperan recuperar este dinero.

Tabla nº 18

Parte de recuperación de la inversión inicial esperada por el emprendedor

<i>Cantidad esperada</i>	<i>Porcentaje</i>
Ninguna	4,9
La mitad	7,3
Casi todo	12,3
Una vez y media	7,3
El doble	34,1
Cinco veces	17,1
Diez veces	7,3
Veinte veces	9,8
Total	100,0

Como en la pasada edición, casi nadie espera no recuperar la inversión inicial. La mayor parte de las personas emprendedoras esperan recuperar su dinero en mayor o menor medida. Más del 50% de los entrevistados espera recuperar esta inversión entre dos y cinco veces, dato bastante similar al reflejado en 2005. No obstante, en esta edición llama la atención que más de un cuarto de los emprendedores nacientes consideren que no van a poder recuperar el total de la inversión inicial.

Tabla nº 19

Tiempo medio de recuperación de la inversión inicial

<i>Tiempo esperado</i>	<i>Porcentaje</i>
6 meses	17,8
1 año	31,1
2 años	33,3
5 años	11,1
10 años	6,7
Total	100,0

En relación al tiempo esperado de recuperación de la inversión, la mayor parte de los emprendedores de Navarra estiman un periodo de recuperación muy corto. Casi la mitad de ellos esperan recuperar este dinero en un año o menos, y más del 80% en menos de dos años. Estos resultados contrastan con los resultados de España, ya que la cifra de retorno de la inversión en 2 años o menos se sitúa en el 41,4%, casi la mitad que en el caso de Navarra.

Estas cifras, junto con las anteriores y otros datos que vienen siendo analizados, no hacen más que confirmar el hecho de que las empresas creadas en Navarra son muy pequeñas teniendo en cuenta diferentes variables (tamaño, inversión necesaria, retorno de la misma, etc.).

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

El predominio de las empresas en las que todo el capital es aportado por el propio emprendedor no excluye que existan otras muchas en las que éste necesita recurrir a fuentes de financiación externas para completar el capital semilla necesario para iniciar su negocio.

No obstante, en el caso de Navarra predomina la autofinanciación y otros aportes tienen carácter excepcional. De este modo, tan sólo el 10% de los emprendedores nacientes han recibido ayuda de sus familiares más directos, o de programas gubernamentales. Por otra parte, el 20% ha recibido financiación de sus amigos o proveniente de entidades financieras. Estos resultados tienen cierta similitud con los del resto de España, aunque a nivel nacional los aportes realizados por amigos, instituciones y financieras y programas del gobierno son mayores.

Llama la atención que la aportación de las entidades financieras no sea más elevada, aunque conviene recordar, nuevamente, que para elaborar este capítulo se trabaja con pocas observaciones y, es posible, que este dato no sea del todo exacto. Con todo, se observa un descenso importante de las aportaciones de las entidades financieras tanto en el caso de Navarra (36%) como en el caso del total de España (casi el 30%).

La autofinanciación y la financiación informal siguen siendo las principales fuentes de financiación para las personas emprendedoras en Navarra y, en general, en España.

No obstante, hay otras vías de financiación que se esconden tras la categoría de "otros", que en Navarra ascienden a un 10%. Esta categoría podría estar reflejando las fuentes de financiación que aportan capital privado (private equity) al proceso emprendedor a partir de redes de "Business angel" profesionales o entidades de Capital Riesgo. En las ediciones anteriores se observaba un cierto retraso de este tipo de financiación en España con respecto a otros países de su entorno.

6.5. El papel del inversor informal tipo "Business angel" en Navarra, España y en el entorno GEM

Tal y como se ha visto anteriormente, ya sea procedente de amigos, familiares u otras personas que pertenecen al entorno más cercano del emprendedor (lo que se conoce co-

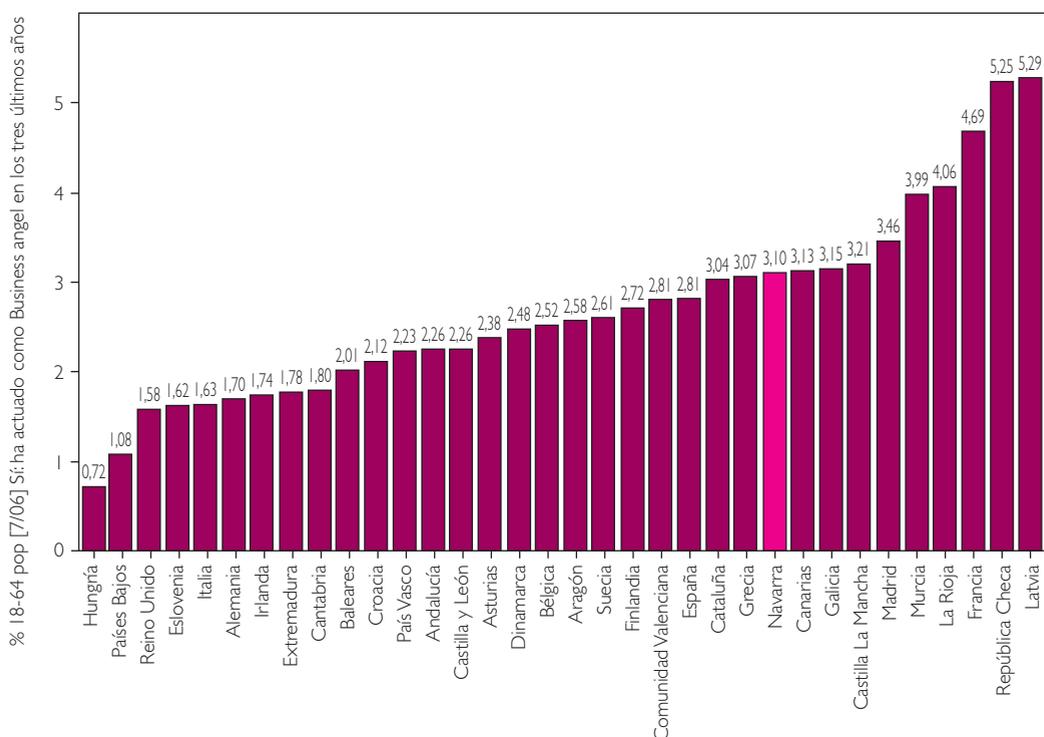
mo las 3Fs por sus siglas anglosajonas: Family, Friends & Foolhardy), o bien procedente de redes de “Business angel” profesionales, lo cierto es que la inversión informal supone una fuente de recursos muy importante para los emprendedores a la hora de financiar sus proyectos.

Conocedor de esta importancia, el Proyecto GEM quiso profundizar acerca de este fenómeno de la inversión informal, entendiendo por ésta a todo aquel que ha invertido dinero propio en un negocio ajeno en los últimos tres años.

En el caso de Navarra, ha sido un 3,1% de la población adulta quien afirma haber invertido dinero en un negocio ajeno al suyo o a su actividad laboral en los anteriores tres años. Este porcentaje es superior al de la media nacional que se sitúa en el 2,81% y posiciona a Navarra por encima de otros países europeos como Alemania, Italia, Finlandia, Suecia o Reino Unido.

A este respecto, la cifra para Navarra se mantiene respecto al año 2005, que fue del 3,4%.

Figura nº 23
Porcentaje de población adulta que ha actuado como “Business angel”



Respecto a la evolución temporal del indicador se puede observar, viendo la evolución general del caso de España, que hay una relación positiva y significativa entre el porcentaje de emprendedores “Early stage” en España y el porcentaje de “Business angel” que les apoyan

con su capital. Caídas del TEA están asociadas con caídas en el porcentaje de población que actuó como inversor informal y viceversa.

En el caso de Navarra, ha aumentado el TEA y el porcentaje de inversores informales se ha mantenido, como ya se ha comentado. Habrá que esperar a series temporales más largas para ver el comportamiento de Navarra en esta cuestión.

6.6. El perfil del inversor informal en Navarra

Curiosamente, pese a que el número de observaciones, para el caso de Navarra, sean pocas, el perfil del inversor informal coincide bastante con el perfil a nivel de toda España.

De este modo, se puede establecer el perfil del inversor informal en España como el de un varón, en torno a los 40 años, con estudios universitarios, renta familiar media-alta, que trabaja por cuenta ajena, que invierte preferentemente en negocios orientados al consumo una cantidad media en torno a los 21.800 euros, y al que le une una relación familiar directa con el beneficiario de la inversión.

Los pocos datos para Navarra encajan, con matices, respecto al perfil del inversor informal para España. De este modo, en Navarra, estas personas son mayoritariamente hombres, con estudios medios o superiores, con renta familiar media, que trabaja por cuenta ajena, y que invierte en torno a 21.300 euros y le une una relación directa de tipo familiar con la persona emprendedora.

La evolución positiva del indicador de la inversión informal viene acompañada, además, de la consolidación de ciertos aspectos cualitativos. Por una parte, se consolida el porcentaje de inversión informal en la población femenina en torno al 40% en España y el 45% en Navarra. Por otra, se mantiene la importancia de los inversores informales situados en el tramo de renta media. Por último, también muestran cierta estabilidad los porcentajes relativos a la proporción de inversores informales que han sido, son o serán emprendedores.

En cuanto a la relación con el beneficiario de la inversión, de nuevo los datos no dejan dudas de la importancia del inversor informal que pertenece al entorno cercano del emprendedor; pues la mayoría invierte en negocios de familiares o amigos.

6.7. El retorno de la inversión esperado por los inversores informales

Al igual que en el caso del emprendedor, el proyecto también analiza las expectativas de rendimiento del inversor informal en torno a la inversión realizada en la creación de la nueva empresa, teniendo en cuenta las dimensiones de tiempo y cantidad esperada de retorno sobre esa inversión.

En el caso de Navarra, las personas que han sido inversores informales afirman esperar recuperar su inversión en el intervalo comprendido entre 2 y 5 años una vez realizada dicha aportación. Además, el 13% espera recuperar el doble de lo invertido y el 23% se resigna a recuperar casi todo lo aportado.

A este respecto, cabe destacar, una vez más, la naturaleza de este tipo de inversión. Como ya se ha visto anteriormente, este tipo de financiación informal se basa, en gran medida, en el entorno más cercano de la persona emprendedora, en la familia y en los amigos/as. Por esta razón, no debe extrañar el hecho de que muchos de estos inversores informales no hayan hecho esta aportación pensando en el retorno. De hecho, el 35% de estas personas no esperan recuperar nada de su inversión y el 15% esperan en torno a la mitad.

Pese a que, nuevamente, hay pocas observaciones para Navarra, los resultados de la Comunidad Foral se alinean con los del resto de España, ya que se espera el retorno de la inversión en torno a los 2 años, de modo mayoritario y el 30% no espera retorno de su inversión.

Sin embargo, existen cambios significativos, respecto al año 2005 en el global de España, tales como el aumento en un 11% del porcentaje de inversores que esperan recuperar su inversión en un periodo muy corto, inferior a seis meses, o el porcentaje de inversores que esperan retornos superiores a cinco veces la inversión que, si bien en la edición anterior no superaban el 3,5%, en el 2006 suponen el 10% del total de inversores. Estos cambios parecen apuntar hacia la mayor presencia de los inversores profesionales, que esperan mayores rendimientos en un menor plazo de tiempo.

6.8. El papel del Capital Riesgo

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.

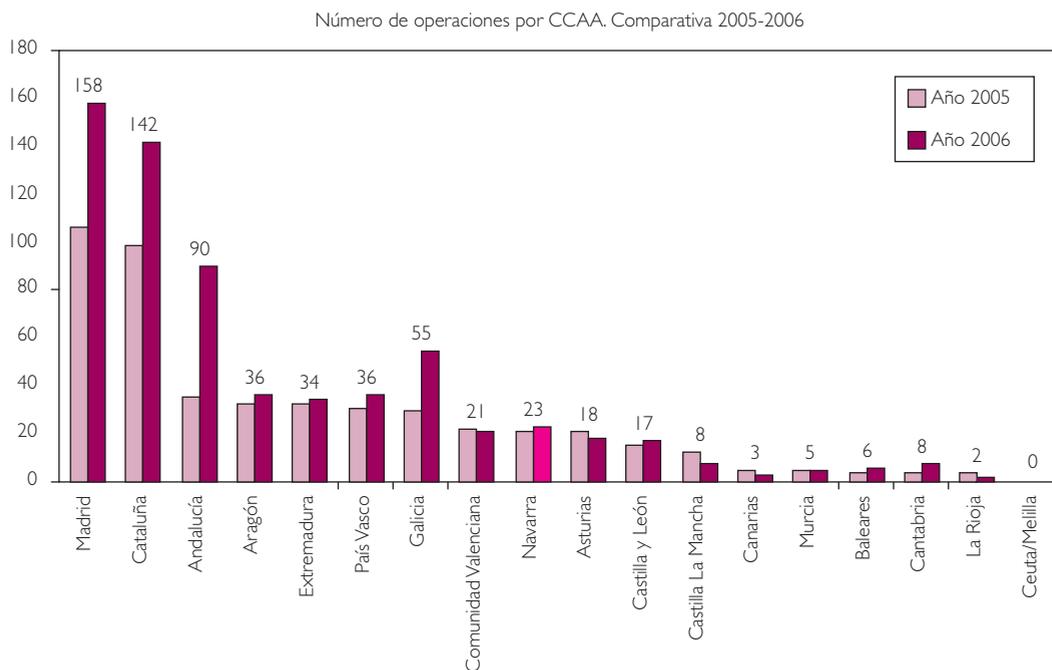
En Europa, al contrario de los Estados Unidos, ha existido tradicionalmente una endémica carencia de instrumentos de financiación alternativos para la creación y desarrollo de empresas de corte innovador. Los fondos y sociedades de Capital Riesgo han venido centrándose casi de modo exclusivo en inversiones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

Sin embargo, el verdadero Capital Riesgo comporta un riesgo 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 es aún importante.

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.

Según los datos aportados por la ASCRI (Asociación Española de Capital Riesgo) durante el año 2006 se invirtieron, en Navarra 20,9 millones, en un total de 23 operaciones de este tipo. Estos datos señalan un aumento tanto del volumen de inversión como del número de operaciones respecto al año anterior; en el cual se invirtieron 13,3 millones de euros en 21 operaciones. La evolución regional respecto del año 2005 se puede observar en el siguiente gráfico.

Figura nº 24
Número de operaciones de Capital Riesgo
por Comunidad Autónoma

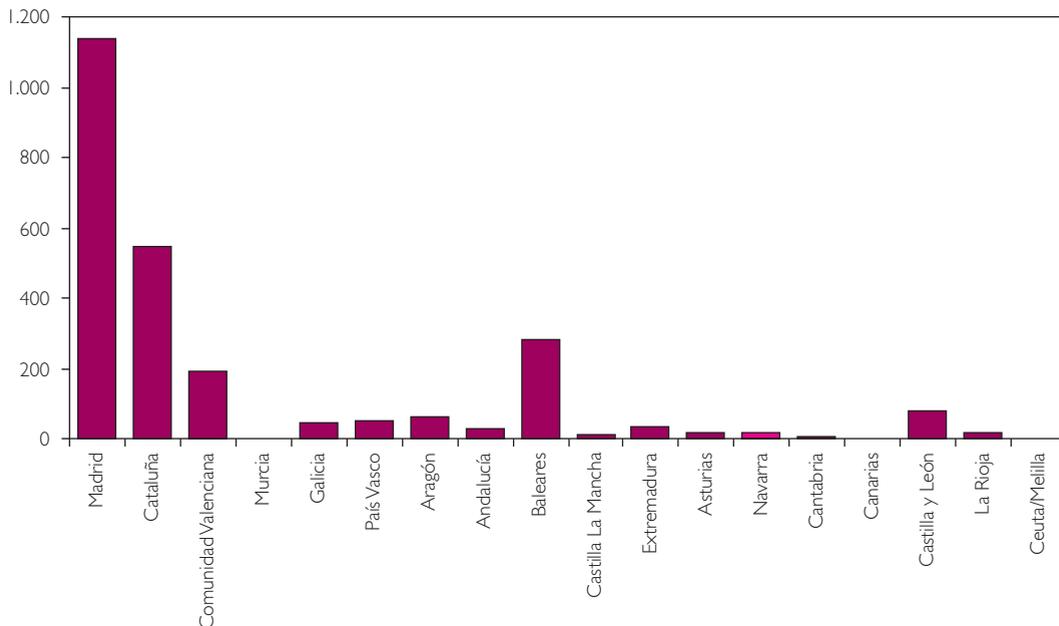


Navarra se encuentra en una situación incipiente respecto de otras CC.AA. porque el volumen de acciones y de capital invertido no es demasiado elevado. Como se puede observar en el siguiente gráfico la mayor parte de la inversión se concentra en Madrid (especialmente) y en otras regiones como Cataluña, Baleares o la Comunidad Valenciana.

De este modo, en Madrid se concentra el 45% del total de dinero invertido en Capital Riesgo en toda España, mientras que el volumen de capital aportado por Navarra es tan sólo del 0,8%.

Figura nº 25
Volumen de inversión de Capital Riesgo
por Comunidades Autónomas

Volumen de inversión en millones de euros. Año 2006



El volumen de inversión en Capital Riesgo en Navarra va aumentando año a año: 12,4 millones de euros en 2004, 13,3 en 2005 y 20,9 en 2006, lo cual señala una buena tendencia positiva y al alza pero que queda muy lejos de los grandes núcleos de este tipo de inversión.

Capítulo 7

La percepción de buenas oportunidades para emprender

Un informe sobre la actividad emprendedora en Navarra estaría incompleto si en él no se analizasen las impresiones de la población en torno al acto de emprender. Aspectos como la percepción de la población sobre las oportunidades para emprender, o sobre los condicionantes sociales y personales que influirían positivamente en la decisión de llevar adelante una iniciativa empresarial, son elementos de gran importancia a la hora de tomar el pulso al emprendimiento en Navarra.

Estos aspectos son los que se analizan en el presente capítulo, presentando y comentando la información ofrecida al respecto por la población y por el conjunto de 36 expertos que han colaborado en esta edición del observatorio GEM-REM.

7.1. La percepción de buenas oportunidades para emprender

Un aspecto clave del proceso de emprendimiento es la percepción de oportunidades para emprender. Preguntada directamente acerca de ello, el 23% de la población navarra de 18 a 64 años ha percibido buenas oportunidades para emprender en su zona para los seis meses siguientes al momento de la entrevista. Esta cifra, similar a la media española, se situaba en el pasado año en el 29%. Este descenso es paralelo al que se viene observando para el conjunto de España desde el año 2000. Dicho descenso no es achacable a una fuerte recesión económica o a acontecimientos adversos destacables, y más bien puede venir generada por la falta de necesidad de búsqueda de oportunidades en un contexto de estabilidad económica y social y con buenas perspectivas laborales por cuenta ajena.

Desde el punto de vista internacional, la población navarra es algo más optimista que la de nuestros vecinos más inmediatos de la UE, pero se aleja de los niveles alcanzados en los países nórdicos e Irlanda.

Junto a la opinión facilitada por la población adulta, proporcionamos la de los 36 expertos entrevistados, que trabajan en nueve ámbitos de influencia en la creación empresarial y que el año 2006 responden a la siguiente distribución para Navarra:

Figura nº 26

Comparación internacional del porcentaje de población de 18-64 años que ve buenas oportunidades para emprender en su respectivo país

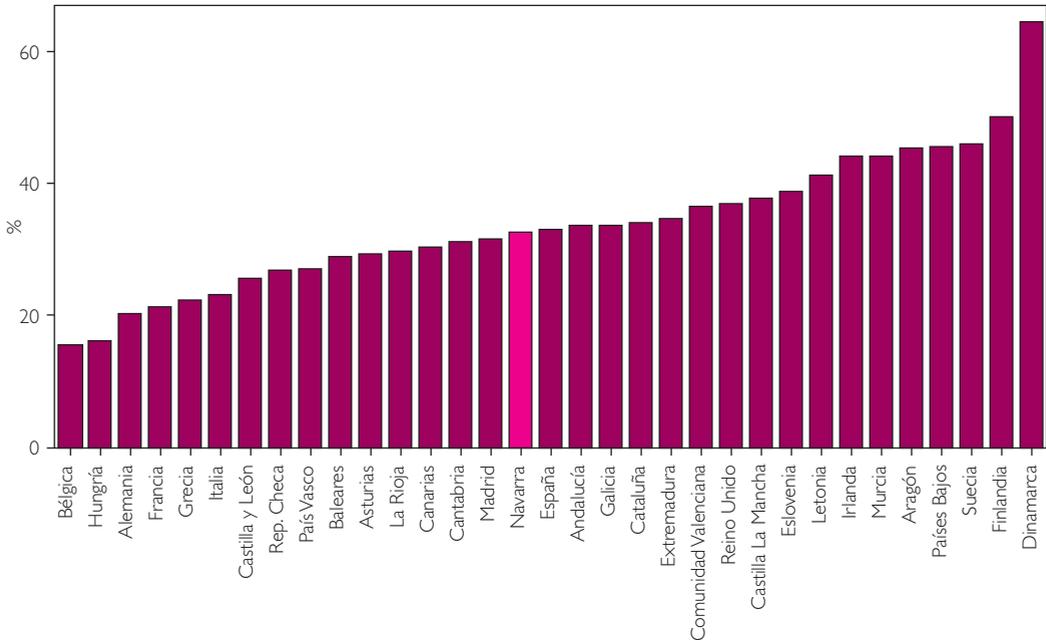


Tabla nº 20

Distribución de los expertos entrevistados en Navarra en el 2006

Ámbito de influencia	Nº expertos	Porcentaje
Apoyo financiero	4	11,1
Políticas gubernamentales	4	11,1
Programas gubernamentales	4	11,1
Educación y formación	4	11,1
Transferencia de I+D	4	11,1
Infraestructura comercial y profesional	5	13,9
Apertura del mercado	4	11,1
Acceso a infraestructura física	4	11,1
Normas sociales y culturales	3	8,3
Total	36	100,0

Con un elenco tan completo de personas conocedoras de los factores que influyen en la creación empresarial, los resultados del observatorio GEM-REM se enriquecen enormemente, a la par que se obtiene información de inestimable valor para matizar los resultados que se obtienen de las diversas fuentes consultadas. Tal es el caso de la percepción de oportunidades, cuyos datos poblacionales mostraban un descenso, cuando la opinión de los expertos consultados en 2006 es igual a la mostrada por los expertos participantes en el informe de 2005. La estabilidad es la nota predominante en las opiniones de los expertos en estos dos años. En efecto, las percepciones en torno a las restantes cuatro cuestiones de la Tabla nº 21 son similares a las de 2005. Se perciben mejoras en el conjunto de buenas oportunidades presentes en Navarra y una reducción en las barreras para su explotación, aunque en este último aspecto el valor medio sigue estando claramente por debajo del valor 3, que marcaría la frontera entre la aceptación y el rechazo de la afirmación correspondiente.

Por el contrario, se detecta un mayor desequilibrio entre el conjunto, creciente, de oportunidades y la preparación de la población para explotarlo correctamente. Asimismo disminuye un poco el grado de acuerdo con la afirmación sobre la existencia de oportunidades para crear empresas de rápido crecimiento en Navarra.

Tabla nº 21
La percepción de oportunidades
desde el punto de vista de los expertos en Navarra

<i>Valoración media de los expertos en escalas de 1 = completamente falso a 5 = completamente cierto, de las siguientes afirmaciones sobre existencia de oportunidades para emprender en España</i>	<i>Medias sobre un total de 36 entrevistas</i>	<i>Medias sobre un total de 36 entrevistas</i>
<i>Año en que se realiza la consulta</i>	<i>2006</i>	<i>2005</i>
En Navarra, hay muchas y buenas oportunidades para la creación de nuevas empresas	3,03	3,03
En Navarra, hay más oportunidades buenas para crear nuevas empresas que gente preparada para explotarlo	3,18	2,91
En Navarra, las buenas oportunidades para la creación de nuevas empresas han aumentado considerablemente en los 5 últimos años	3,34	3,06
En Navarra, es fácil para las personas dedicarse a explotar oportunidades empresariales	2,33	2,14
En Navarra, hay muchas y buenas oportunidades para crear nuevas empresas de rápido crecimiento	2,51	2,58
Factores medidos en escalas de 1 = totalmente falso a 5 = totalmente cierto		

En conjunto, de las afirmaciones de los expertos sobre las oportunidades para el emprendimiento detectadas en Navarra, se puede deducir que en contraste con la opinión del conjunto de la población existen cada vez más oportunidades para la creación de nuevas empresas, aunque no en sectores de rápido crecimiento. Sin embargo siguen siendo importantes las barreras para su explotación. Una parte de esas dificultades puede estar ligada a la ausencia de una preparación adecuada para la explotación.

Las opiniones de los expertos para el caso de Navarra son similares a las del conjunto de expertos de España, donde también se observan valores superiores a 3 para las primeras cuestiones (3,23, 3,03 y 3,53 respectivamente) e inferiores a 3 para las dos últimas (2,54 y 2,58 respectivamente). Esto es, existe una impresión que, salvo para las empresas de rápido crecimiento, podríamos calificar de positiva respecto a las oportunidades para emprender y su evolución, pero se perciben obstáculos para su explotación que podrían en parte relacionarse con la preparación para acometer la aventura empresarial.

7.2. Motivación para emprender en la población adulta navarra

El observatorio GEM-REM sigue prestando atención a diversas variables que describen el estado de la motivación para emprender en la población adulta de los países y regiones mediante una serie de preguntas relacionadas con el tema. Los resultados de 2006 son positivos en la mayoría de apartados, tendencia que es la que cabe esperar en función de las numerosas acciones que se están llevando a cabo para impulsar el espíritu emprendedor.

Por consiguiente, es positivo el incremento del porcentaje de población que ha conocido emprendedores en los dos últimos años, por el efecto mimético que ello puede causar; así como el que los medios de comunicación se perciban como más comprometidos con el cubrir noticias sobre emprendedores de éxito. También puede considerarse positivo el elevado porcentaje, similar al del pasado año, de personas para las cuales el miedo al fracaso no supone un obstáculo. En cambio empeoran otros indicadores.

Así se observa un descenso en la percepción de que poner en marcha una iniciativa empresarial es una buena elección profesional. Mucho más pronunciado es aún el descenso en la percepción de que triunfar como emprendedor proporciona un buen estatus social. Finalmente, más de la mitad de nuestra población adulta muestra una actitud menos competitiva que la que se da en países anglosajones, detectándose un incremento significativo respecto al año 2005.

Como muestra la Tabla nº 22 los valores medios para Navarra son similares a los del conjunto de España, observándose una mayor diferencia en términos absolutos en el deseo de que todo el mundo tuviese un nivel de vida similar:

Tabla nº 22
Resultados de las entrevistas sobre motivación
para emprender en la población de Navarra y España

Preguntas a la población adulta relacionadas con la motivación para emprender	% de la población de 18-64 años		
	Navarra 2006	Navarra 2005	España 2006
Ha conocido personalmente a un emprendedor en los 2 últimos años	36,5	30,3	35,8
El miedo al fracaso no sería un obstáculo para emprender	50,2	50,3	52,7
Poner en marcha una empresa o negocio es una buena elección profesional	61,0	65,0	62,1
Le gustaría que todo el mundo tuviese un nivel de vida similar	60,4	50,0	54,7
Triunfar al poner en marcha una nueva empresa o negocio proporciona un buen estatus social	51,0	65,0	53,4
Los medios de comunicación proporcionan buena cobertura en noticias relacionadas con nuevos empresarios	46,7	36,8	42,9

Para obtener una mayor información sobre la motivación para emprender en Navarra se preguntó a la población adulta 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, nivel de estudios y aversión al riesgo.

Los análisis realizados indican diferencias en el porcentaje de emprendedores potenciales en función de los rasgos anteriores. Estas diferencias sugieren que los hombres jóvenes, con estudios, sin miedo al fracaso y con un nivel de renta alto son los más propensos a emprender. Sin embargo, y en consonancia con el patrón observado en el análisis de la información correspondiente al año 2005, con excepción de la edad, estas diferencias no resultan ser estadísticamente significativas. Todo ello sugiere que pueden existir factores determinantes principales y secundarios que convendría identificar y analizar en detalle para poder dirigir con mayor eficacia las políticas de promoción del espíritu emprendedor.

Las diferencias de Navarra con el resto de España son, a tenor de la información recogida en el informe nacional, importantes. Así, para el conjunto de España son las mujeres, jóvenes, con estudios, sin miedo al fracaso y con rentas medias y bajas las que presentan una mayor propensión a emprender. Habrá que esperar a futuras ediciones de este informe para valorar si estamos ante una diferencia de carácter estructural o coyuntural, y si dicha dife-

rencia en los emprendedores potenciales se materializa en patrones de emprendimiento diferenciados entre las regiones.

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

La valoración de los expertos sobre las motivaciones para emprender que se recoge en la Tabla nº 23 es similar a la de 2005. Solamente se detecta un aumento relativamente importante en la valoración del prestigio social del empresario, lo que podría señalar un cambio en la concepción tradicional de esta figura que nos aproxima más a uno de los rasgos característicos de la cultura anglosajona, y que pudiera favorecer, de confirmarse en el futuro, un clima social favorable para el emprendimiento.

Tabla nº 23
Evaluación media de expertos navarros sobre factores que influyen en la motivación para emprender

<i>Motivación para emprender en Navarra</i>	<i>Navarra 2006</i>	<i>Navarra 2005</i>
La creación de empresas es una forma de hacerse rico	2,66	2,69
Convertirse en empresario es una opción profesional deseable	2,54	2,50
Los empresarios de éxito gozan de gran reconocimiento y prestigio social	3,54	3,08
Es frecuente ver noticias en los medios de comunicación sobre empresarios de éxito	3,17	3,22
La mayoría de la gente piensa que los empresarios son individuos competentes e ingeniosos	3,23	3,00
Factores medidos en escalas de 1 = totalmente falso a 5 = totalmente cierto		

Un aspecto llamativo que ya se detectó en el informe de 2005, 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 (2,54 de puntuación), mientras que el 61% de la población estaba de acuerdo con ella.

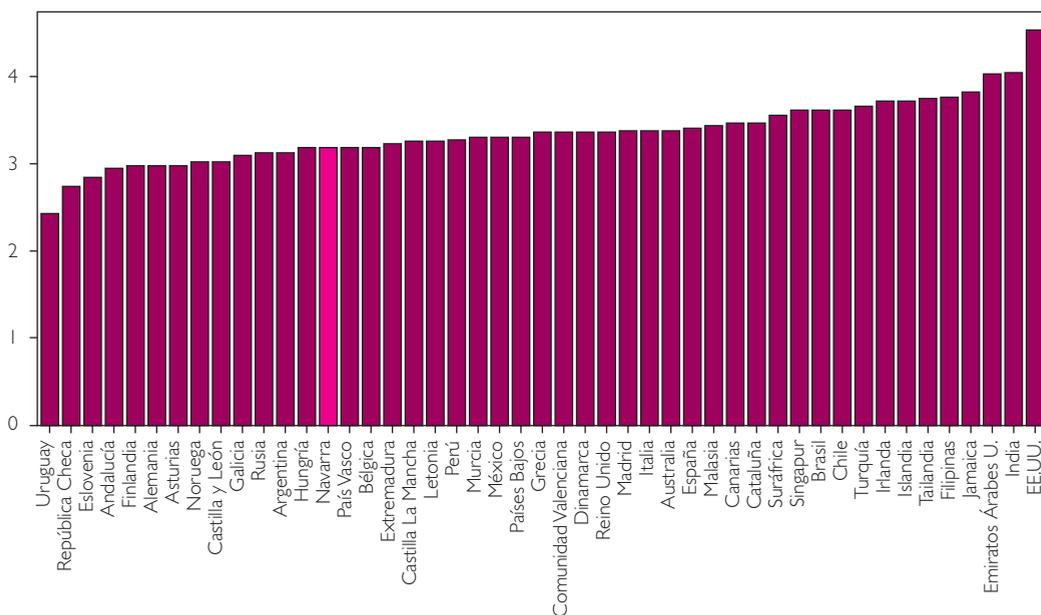
Comparado con España cabe señalar que, al igual que el pasado año, la valoración media de los expertos navarros se encuentra en todos los casos menos en uno por debajo de la media española. Sólo en el caso de la competencia de los empresarios la percepción en Navarra es ligeramente mejor que en el conjunto de España. Si bien las diferencias no son muy

fuertes parece denotar una imagen de la creación de empresas como un medio para ganarse la vida huyendo de estereotipos ligados, tradicionalmente, a la imagen de empresario de “éxito”.

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 por debajo del de los expertos de la media de España y de los expertos de otras CC.AA. y países europeos del entorno. Destaca sobre todo Estados Unidos, donde la media de los anteriores indicadores supera la puntuación de 4 (sobre un máximo posible de 5).

Figura nº 27
Opinión media de los expertos acerca de la motivación de la población para emprender en sus respectivos países o regiones



7.4. Habilidades y conocimientos para emprender en la población navarra

El porcentaje de población que afirma tener las habilidades y conocimientos necesarios para llevar a cabo un pequeño “Start up” ha aumentado un 15,7% entre el año 2005 y el 2006. Este fuerte incremento, superior al observado en España, donde se incrementa un 6,3% para situarse en el 48,6%, permite eliminar la brecha de cuatro puntos detectada para este aspecto en el informe de 2005. Desde el punto de vista de políticas públicas debe conside-

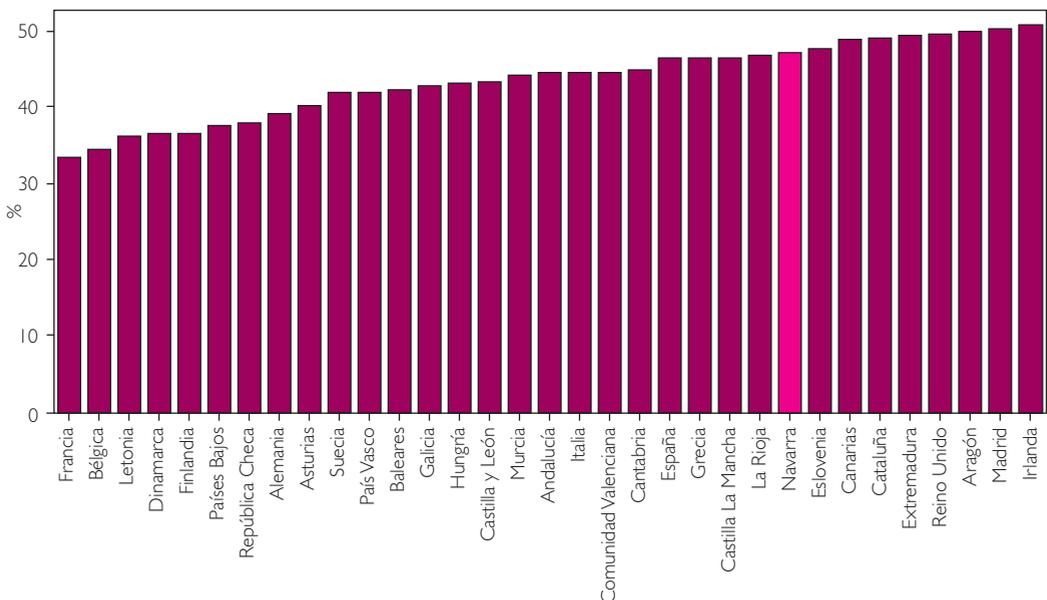
rarse esta tendencia como un éxito y como un elemento de gran importancia que ayuda a crear el ambiente necesario para impulsar la actividad emprendedora.

En relación a las habilidades y conocimientos para emprender es pertinente recordar que los expertos consultados en 2006 mostraban bastante acuerdo con la afirmación de que en Navarra existían más oportunidades para emprender que gente preparada para explotarlas. Este dato y el crecimiento del porcentaje de la población que cree tener habilidades para poner en marcha una iniciativa empresarial parecen sugerir que el incremento de la preparación sigue siendo insuficiente para explotar las cada vez mayores oportunidades que ofrecería el entorno.

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 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, el resultado es bastante estable a medida que se suceden las ediciones del proyecto y se sigue interpretando como el de una población que tiene mayor potencial que el que se refleja posteriormente en las cifras de actividad emprendedora.

Figura nº 28
Clasificación de los países GEM 2006
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 términos globales sus percepciones respecto a 2005 han mejorado a excepción nuevamente del caso de las empresas de alto crecimiento, donde los expertos son más críticos acerca de las posibilidades de creación y dirección exitosa de las mismas. En Navarra no creen que crear una empresa de rápido crecimiento sea tarea fácil, y menos aún creen que muchas personas tengan experiencia en la creación de empresas.

Si bien han mejorado respecto a la edición anterior tampoco consideran que las personas tengan capacidad de reacción frente a buenas oportunidades de negocio, aunque son de la opinión de que en Navarra hay 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. Al igual que en la edición de 2005 algunos expertos ligan este hecho con la política de atracción de la inversión exterior seguida históricamente en Navarra y que ha favorecido el asentamiento de importantes multinacionales, lo que ha permitido generar buenos directivos y directivas, más que buenos emprendedores y emprendedoras. La actividad formativa de las Universidades en este ámbito durante los últimos 20 años también ha favorecido el desarrollo de las habilidades directivas de la población navarra.

Tabla nº 24

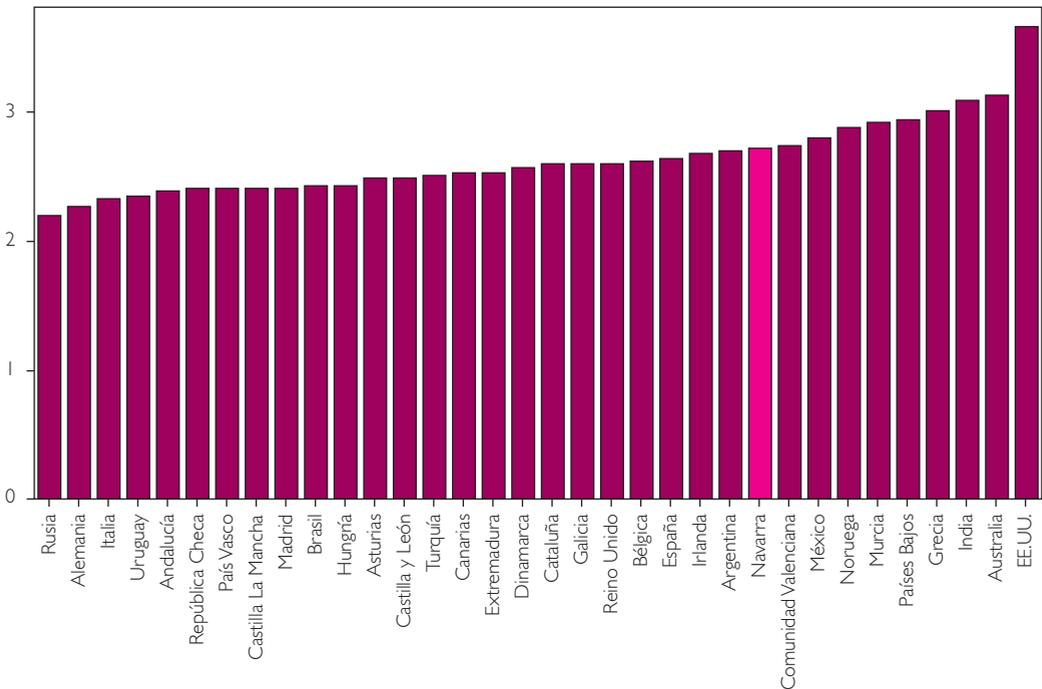
Opinión de los expertos acerca de las habilidades y conocimientos que posee la población adulta de la Comunidad Foral para emprender

<i>Habilidades y conocimientos</i>	<i>Navarra Media 2006</i>	<i>Navarra Media 2005</i>
En Navarra, mucha gente sabe cómo crear y dirigir una empresa de alto potencial de crecimiento	2,25	2,49
Mucha gente está capacitada para dirigir una pequeña empresa	3,36	3,06
Mucha gente tiene experiencia en la creación de nuevas empresas	2,39	2,03
Mucha gente tiene una gran capacidad de reacción ante buenas oportunidades de negocio	2,69	2,17
Mucha gente está capacitada para organizar los recursos necesarios para crear una empresa	2,94	2,75
Factores medidos en escalas de 1 = totalmente falso a 5 = totalmente cierto		

La comparación con las percepciones medias de los expertos en España señala, en consonancia con el dato extraído de la población, una habilidad media en Navarra ligeramente superior. En la comparativa internacional y regional Navarra se sitúa por encima de países y

CC.AA. cercanas como Alemania, Italia o País Vasco, y es sólo superada por un número reducido de países y las CC.AA. de Murcia y Valencia. Sin embargo es importante tener presente que sólo 4 de los países del gráfico (7 en el conjunto del Informe GEM) alcanzan y superan los 3 puntos en la calificación de las habilidades y conocimientos de la población para poner en marcha nuevos negocios. Al igual que Navarra ninguna CC.AA. española alcanza esa calificación media de 3.

Figura nº 29
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 2006

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 ha 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.

Hay una serie de factores que, según la literatura académica especializada, tienen una mayor incidencia 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, infraestructura comercial y profesional, apertura del mercado interno, acceso a 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 las condiciones "Políticas Gubernamentales: Trámites y Burocracia" y "Acceso a mercado interior". Es decir, todas las condiciones del entorno, excepto las mencionadas, tienen 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 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).

De este modo, las condiciones del entorno y su evolución respecto a 2005 se muestran de este modo, para la Comunidad Foral:

Tabla nº 25					
Evolución de las condiciones del entorno y comparativa con el total de España					
	<i>Puntos fuertes</i>		<i>Puntos débiles</i>		
	<i>Navarra</i>	<i>España</i>		<i>Navarra</i>	<i>España</i>
Acceso a infraestructura física	3,95	3,61	Educación Primaria y Secundaria	1,99	2,01
Programas Gubernamentales	3,46	3,17	Mercado interior: Dinámica	2,13	2,30
Políticas Gubernamentales: Trámites, ayudas.	3,45	2,79	Transferencia de I+D. Universidad - Empresa	2,60	2,51
Apoyo institucional y Derecho Intelectual	3,40	2,83	Normas sociales y culturales	2,64	2,70
Infraestructura comercial y de servicios	3,34	3,18	FP y Educación Superior	2,74	2,83
Apoyo a la mujer	3,29	3,19	Políticas Gubernamentales: Medidas de Apoyo	2,84	2,84
Fomento del alto crecimiento	3,20	3,07	Mercado interior: Acceso	2,95	2,98
Acceso a financiación	3,05	2,57			

Los resultados de las personas expertas en Navarra son prácticamente iguales a los del año 2005.

En el Informe GEM para Navarra del año 2005 los puntos fuertes fueron: 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.

Y los débiles: 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.

Como se puede comprobar, prácticamente igual. Esta situación es la lógica, ya que estamos hablando de impresiones de personas sobre conceptos genéricos y amplios. Sería sorprendente que hubiesen grandes cambios de un año a otro. Sin embargo, habrá que estar atento a la evolución de estos indicadores a lo largo de los años, porque son un excelente barómetro para conocer la situación de Navarra, su evolución y comparativa con España.

Un año más, se puede comprobar, en opinión de las 36 personas entrevistadas, que los aspectos relacionados con la estructura formal, legal e institucional de la creación de empresas, en Navarra, están muy bien valorados por los expertos, además bastante por encima de la media de España. Aspectos como: Acceso a infraestructura física, Programas del gobierno regional, lo relacionado con trámites y ayudas, el apoyo institucional e incluso el acceso a la financiación, indican que la base que posibilita la creación de empresas ya está consolidada, aunque siempre el asunto del apoyo financiero y acceso a financiación se queda en la frontera de la valoración 3.

No obstante, hay factores relacionados con este ámbito que salen entre los puntos débiles, como es el acceso al mercado interior y la dinámica del mismo y las medidas de apoyo provenientes de las políticas gubernamentales. A este respecto, llama la atención cómo aspectos de los Programas Gubernamentales o las Políticas Gubernamentales, en lo referente a trámites, ayudas, etc., están muy bien valorados, y lo relativo a las medidas de apoyo aparecen los dos años en la parte negativa. Esta tendencia se da también para el total de España. Por tanto, ésta puede ser una pista interesante para quienes diseñan políticas de apoyo a los emprendedores. Como lo es la transferencia de I+D de la Universidad a la empresa y viceversa. No obstante, pese a que este factor sigue estando valorado como punto débil, ha mejorado respecto al año 2005. Habrá que esperar a futuros informes para ver la evolución de este indicador tan importante.

No obstante, la principal asignatura pendiente, para los expertos, tanto de Navarra como de España, está relacionada con aspectos de trabajo a medio y largo plazo con el objeto de crear una cultura emprendedora y un entorno social favorable hacia emprender. Aspectos como el impulso del espíritu emprendedor en el sistema educativo, tanto en la Formación Profesional como en la Universidad, pero en especial en Educación Primaria y Secundaria o las Normas sociales y culturales. Estos aspectos de mejora coinciden plenamente con la impresión media del total de personas expertas entrevistadas en España. Ya que, éstas, son preocupaciones generalizadas a nivel nacional y regional.

Las personas expertas expresan su preocupación por 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. Bien es cierto que, en Europa, el impulso a estas cuestiones son de hace unos pocos años. La UE se posicionó claramente en el año 2003 mediante la publicación de "Libro Verde: El Espíritu Empresarial en Europa". A partir de ahí, los gobiernos naciones fueron instados a introducir materias relacionadas con el emprendizaje y en España la última ley de educación ya nombra el fomento del espíritu emprendedor de modo explícito. No obstante, la implantación y

desarrollo de acciones y actividades de este tipo en España, aún es un trabajo incipiente a nivel de comunidades autónomas.

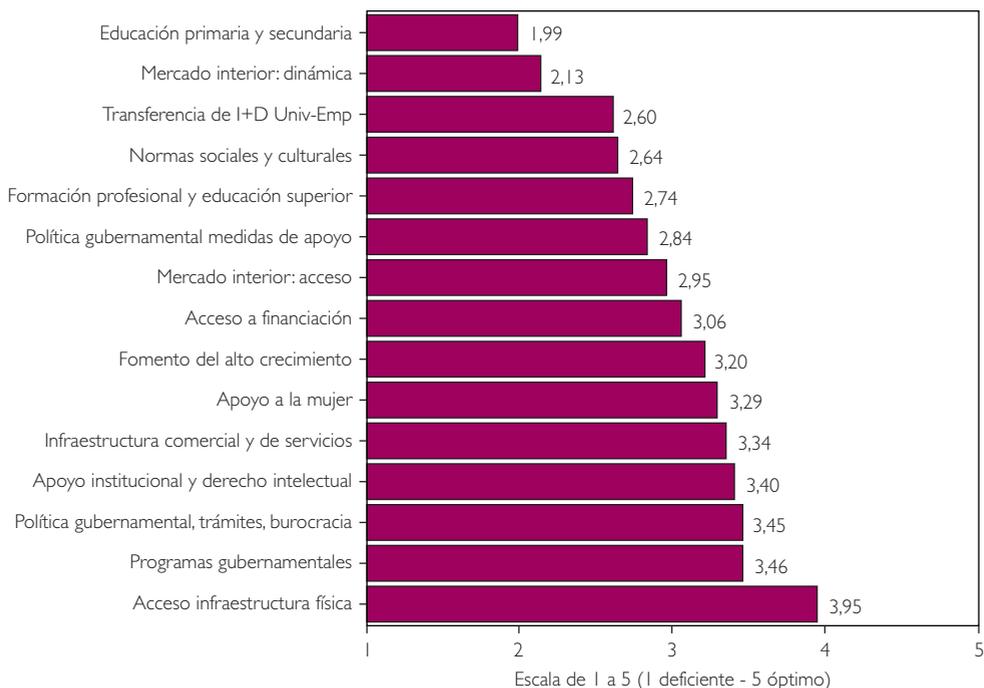
Navarra es pionera en España, a este respecto, gracias al desarrollo e implantación del Programa Aprender a Emprender impulsado y financiado por el Servicio Navarro de Empleo y desarrollado por CEIN desde hace 10 años.

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 30
Valoración media del estado de las condiciones de entorno
para emprender en Navarra
(escalas de 1 = deficiente a 5 = óptimo)



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

8.3.1. Obstáculos

Tabla nº 26
Obstáculos a la creación empresarial en el 2006,
según la opinión de los expertos de Navarra

	%	Ranking Navarra 2005	Ranking Navarra 2006	Ranking España 2006
Apoyo financiero	46,9	3	1	1
Normas sociales y culturales	43,8	1	2	2
Políticas gubernamentales	34,4	4	3	3
Capacidad emprendedora	31,3	5	4	5
Educación, formación	25,0	6	5	4
Transferencia de I+D	15,6	14	6	9
Contexto político, social e intelectual	12,5	8	7	6
Clima económico	12,5	2	8	10
Infraestructura comercial y profesional	12,5	9	9	11
Estado del mercado laboral	9,4	10	10	13
Apertura de mercado: Barreras	9,4	12	11	12
Programas gubernamentales	6,3	7	12	7
Composición percibida de la población	0,0	13	13	14
Acceso a infraestructura física	0,0	11	14	8
Total	100,0			

Las personas expertas de Navarra coinciden con la opinión del total de expertos/as de España en lo relativo a las barreras a la creación de empresas. En el año 2006 las cinco barreras principales detectadas en Navarra son las mismas que las detectadas para el total de España y, prácticamente, en el mismo orden.

De este modo el apoyo financiero, las normas sociales y culturales, las políticas gubernamentales, la capacidad emprendedora de la población y la educación y formación (estos dos

últimos íntimamente ligados) son percibidos como principales barreras. El caso del apoyo financiero es significativo ya que casi la mitad de los expertos de España y de Navarra señalan este ítem como principal freno.

Pese a que en los últimos tiempos se haya desarrollado una amplia gama de ayudas a la creación de empresas desde la administración, y las entidades financieras hayan construido productos bancarios a medida de las personas emprendedoras, este aspecto sigue fallando a criterio de las personas expertas, y también de la población en general. Por otra parte, este aspecto es recurrente en cualquier foro relativo a las personas emprendedoras.

Varios expertos, de la muestra de 36, son a su vez personas emprendedoras y en la mayor parte de las ocasiones coinciden en apuntar que la política de ayudas está mal enfocada, ya que de forma habitual hay ayudas y apoyos a inversiones o a gastos realizados.

Sin embargo, este colectivo demanda otro tipo de apoyos. 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.

Este aspecto sale de modo claro tanto para Navarra, como para el total de España. Quizás sería interesante replantearse la política de ayudas.

Por otra parte, pese a que las entidades financieras han comenzado a ver en el colectivo de personas emprendedoras un segmento interesante, tanto los expertos como los emprendedores de la muestra consideran que hay pocas financiaciones blandas y el Capital Riesgo, como ya se ha comentado en el capítulo correspondiente, es realmente muy escaso.

En lo referente a las Normas Sociales y Culturales, casi el 44% de las personas expertas consideran que es el siguiente freno en importancia. En el informe de 2005, este aspecto aparecía como el primer obstáculo y en el presente informe es considerado el segundo en importancia, al igual que en el global de España.

Estos expertos consideran que una vez que ya están afianzadas las bases de servicio e infraestructuras para la creación de empresas en Navarra, hay que centrar los esfuerzos en crear un clima propicio y una sociedad más emprendedora.

En los últimos años se están impulsando, desde diversos ámbitos, actuaciones dirigidas a la sociedad en general o a colectivos concretos con el objeto de hacer visible la actividad emprendedora y normalizar la visión sobre las personas que crean empresas, como, por ejemplo, el Día del Emprendedor.

Respecto a las políticas gubernamentales, éstas son consideradas el tercer freno tanto en Navarra como en el total de España. En ambos casos, casi el 34,5% de los expertos/as entrevistados señalan éste como uno de los principales frenos. Este freno tiene cierta ligazón con el primero (Apoyo financiero) ya que gran parte de los expertos entrevistados aluden a las políticas tanto nacionales como regionales en materia de apoyos a la inversión inicial y a la consolidación de la empresa ligadas a materia económica.

Según estas personas, el actual modelo de apoyo, basado en ayudas a la inversión y al gasto realizado no es el que necesita y demanda la persona emprendedora. Se demanda mucho

más rebajas en la Seguridad Social, reducción o aplazamiento de ciertas cargas impositivas, etc. Por eso se considera que las Políticas Gubernamentales frenan la actividad emprendedora. Por eso, y porque se considera que hay que orientar las políticas emprendedoras hacia la competitividad y la innovación, mejorar la competitividad a través de la innovación. Y esto aún está en un estado incipiente, aunque bien es cierto que Navarra es una de las Comunidades Autónomas que mayores esfuerzos está realizando a este respecto, como se ha comprobado en capítulos anteriores.

No obstante, no deja de llamar la atención que las Políticas Gubernamentales sean consideradas como un freno importante, pero, por el contrario, los Programas Gubernamentales no sean casi mencionados como freno.

Los expertos dicen textualmente, en lo referente **a Apoyo Financiero**:

- “Los fondos financieros disponibles no están dispuestos a asumir proyectos de riesgo y tampoco de aquellos que están en las fases iniciales”.
- “Hacen falta más instrumentos de apoyo desde el ámbito privado. El Capital Riesgo no entra casi en el capital semilla”.
- “Las entidades financieras decimos que apoyamos la creación de empresas pero la realidad es diferente. Analizamos a la persona emprendedora como si fuera una empresa más y es un error. Damos facilidades pero si hay un impago, por ejemplo, se acaba el apoyo por nuestra parte”.

Respecto a **normas Sociales y Culturales**:

- “Entorno social acomodado y poco dispuesto al riesgo. Cultura de ocio que lleva a diferenciar de forma radical el tiempo de ocio y el del trabajo”.
- “Escaso apoyo institucional y privado a la iniciativa privada. Gran conservadurismo y desconfianza en las capacidades de la gente joven. Comodidad en las apuestas seguras, como el sector de la construcción-inmobiliario”.
- “Falta de espíritu emprendedor. Todavía es necesario fomentar la cultura emprendedora y acabar con la mentalidad funcionaria”.

En lo relativo **a Políticas Gubernamentales**:

- “Desarrollar políticas de integración de la I+D+i de centros, universidades y empresas. Crear una red para orientar a la cultura emprendedora en todas sus fases y ámbitos. Conectar todas las entidades para facilitar el camino al emprendedor, una red regional orientada a la competitividad e innovación sobre la que el emprendedor se pueda mover”.
- “La falta de una política clara de apoyo a los emprendedores. Cuando un emprendedor crea una empresa está asumiendo un riesgo, pero la administración no le acompaña en asumir una parte de ese riesgo”.

8.3.2. Apoyos

Tabla nº 27
Apoyos a la creación empresarial en el 2006,
según la opinión de los expertos de Navarra

	%	Ranking Navarra 2005	Ranking Navarra 2006	Ranking España 2006
Clima económico	46,7	2	1	3
Programas gubernamentales	36,7	1	2	1
Políticas gubernamentales	33,3	3	3	2
Apoyo financiero	30,0	5	4	4
Capacidad emprendedora	23,3	11	5	9
Apertura de mercado, barreras	16,7	6	6	12
Educación, formación	16,7	4	7	5
Contexto político, social e intelectual	13,3	8	8	7
Normas sociales y culturales	13,3	7	9	6
Acceso a infraestructura física	10,0	12	10	8
Transferencia de I+D	6,7	14	11	10
Composición de la población percibida	3,3	13	12	14
Estado del mercado laboral	3,3	9	13	11
Infraestructura comercial y profesional	3,3	10	14	13
	100,0			

En lo referente a los ámbitos que están ayudando a la creación de empresas en Navarra, los tres principales son: Clima económico, Programas Gubernamentales y Políticas Gubernamentales. Como se puede comprobar, no varía demasiado respecto al año 2005 y al ranking global de España.

Las personas expertas consideran que el favorable clima económico, de la Comunidad Foral, es el principal impulso para la creación de empresas en Navarra. El bienestar y el nivel de vida de Navarra permiten, tanto al sector público como al privado y a las personas individuales, pensar e invertir en otros aspectos que en otras CC.AA. no pueden hacerlo, porque tienen que solventar temas más “urgentes”.

Hay 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.

Sin embargo, en el Informe GEM de Navarra del año 2005, el clima económico aparecía como freno en segunda posición. Ya que se argumentaba, que un buen clima económico, una buena situación laboral, con estabilidad en el empleo y en el entorno no favorecía las vocaciones empresariales. Sin embargo, en el presente informe, es el octavo factor en importancia como freno y el primero como apoyo. Esta situación es muy similar al total de España donde, este factor, es el tercer factor de apoyo y el décimo como freno.

Los siguientes factores de apoyo percibidos como importantes son los programas y políticas gubernamentales, dándose esta situación casi del mismo modo para el total de España y siendo muy similar a la situación del año 2005 en Navarra.

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 Gobierno de Navarra, mediante 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.

Las personas expertas apuntan textualmente, en lo relativo a **Clima Económico**:

- “Navarra es una comunidad dentro de España cercana a otros países europeos. Por su cercanía a otros países europeos adquiere de ellos una cultura empresarial que, por ejemplo, otras comunidades de España no la tienen”.
- “Existencia de un tejido industrial dinámico mayor que la media estatal europea que está generando nuevos proyectos dinámicos e incluso nuevos sectores como el de energías renovables”.
- “Nos encontramos en un ciclo de la economía expansivo lo que favorece la creación de empresas y el crecimiento de las existentes debido a que hay más mercado que en épocas de recesión. En épocas de recesión no hay confianza en el mercado y no se compra, hay menos movimiento económico y menos huecos de mercado para las empresas”.

Al hablar sobre Programas **y Políticas Gubernamentales**:

- “Una Administración cercana que ha impulsado y apoyado proyectos como EHN, GAMESA, etc.”.
- “Iniciativas de promoción de la administración autonómica, Departamento de Industria, CEIN, Agencia,... Están poniendo medios y haciendo difusión suficiente como para que la gente piense en que la creación de una nueva empresa es una oportunidad y socialmente deseable”.
- “Fuertes inversiones públicas en comunicación, infraestructuras, centros tecnológicos, ancho de banda, etc.”.

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

Tabla nº 28

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

	%	Ranking Navarra 2005	Ranking Navarra 2006	Ranking España 2006
Educación formación	58,6	4	1	1
Programas Gubernamentales	37,9	1	2	3
Apoyo financiero	37,9	3	3	4
Políticas gubernamentales	34,5	2	4	2
Normas sociales y culturales	24,1	5	5	5
Transferencia de I+D	13,8	7	6	6
Acceso a infraestructura física	10,3	11	7	8
Apertura de mercado, barreras	10,3	12	8	12
Infraestructura comercial y profesional	10,3	13	9	9
Clima económico	6,9	10	10	14
Estado del mercado laboral	3,4	9	11	11
Capacidad emprendedora	3,4	6	12	10
Contexto político, social e intelectual	0	8	13	7
Composición de la población percibida	0	14	14	13
	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 (en torno al 35% de respuesta o más). Además, estos cuatro ámbitos ocupan los cuatro primeros puestos en el ranking nacional y también lo hacían en el informe del año 2005, aunque en orden diferente.

La educación y formación aparece como principal asunto a impulsar, tanto en Navarra, como en el global de España. A este respecto, las personas expertas demandan una formación emprendedora desde edades tempranas basada en la adquisición y entrenamiento en capacidades y comportamientos emprendedores. Los expertos de Navarra no se refieren tanto a formación en adquisición de conocimientos para la creación y gestión de empresas, que también, sino a trabajar cuanto antes habilidades y capacidades emprendedoras útiles para la vida.

A este respecto, es digno de mención que este ámbito ocupaba el cuarto puesto en el año 2005 en Navarra, y en el presente informe pasa a ocupar el primer puesto entre las recomendaciones, al igual que en el informe global de España.

Los Programas y Políticas Gubernamentales han sido señalados por los expertos como dos de los principales apoyos para los emprendedores/as en Navarra. Sin embargo, 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 han señalado que se están haciendo cosas importantes, pero indican que hay que seguir en esa línea de trabajo e incluso intensificarla. Además, aparece una nueva variante relativa a la incidencia en aspectos relacionados con el I+D y la transferencia de tecnología.

La demanda de medidas en apoyo financiero es un clásico dentro de la historia de GEM y de las recomendaciones de las personas expertas en España y en Navarra en estos dos años de vida del informe. 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.

Los expertos dicen textualmente, en lo relativo a **Educación y Formación**:

- “Divulgar y fomentar, como salida profesional, la creación de empresas en las universidades, en la Formación Profesional así como en los Departamentos de las empresas”.
- “Fomento del espíritu emprendedor en los universitarios, de esta manera los jóvenes tendrán una mayor cultura empresarial y verán la creación de empresas como algo real y factible”.
- “Fomentar la relación entre la universidad, los centros de innovación, las empresas y los empresarios con el fin de fomentar la generación de ideas e iniciativas empresariales que aúnen el componente investigador de las universidades con la capacidad gestora de las empresas y empresarios”.
- “Fomentar en educación primaria y secundaria programas específicos sobre emprender y qué es ser emprendedor. Que acudan a las aulas empresarios, se hagan talleres, acudan profesores especializados, etc.”.

Cuando hablan acerca de **Programas y Políticas Gubernamentales**:

- “Diseñar políticas emprendedoras no sólo en el mundo empresarial, también en el social, educativo, sanitario... Por ejemplo, aprovechando la Ley de Dependencia se podrían orientar políticas que ayuden a cubrir esta demanda. Emprendedores que puedan salir de educación y sectores públicos, por ejemplo con el Ayuntamiento y el INAI para los servicios sociales”.
- “Puesta en marcha de ‘Planes Estratégicos Regionales de Innovación’ (Plan Tecnológico) ambiciosos donde se marquen líneas estratégicas y proyectos que impliquen a empresas, centros tecnológicos y administración”.

En lo referente a **Apoyo Financiero**:

- “Potenciación de la política de ayudas financieras o reducción de las barreras financieras”.
- “Mayor financiación privada para proyectos nuevos. Si las entidades financieras, bancos y cajas, o las sociedades de Capital Riesgo, aumentaran su apoyo a nuevos proyectos, sobre todo innovadores, incrementarían la actividad nueva, dado que la financiación es muy importante para crear empresas”.
- “Creación de más fondos de Capital Riesgo públicos o semi-públicos, con la vocación de que el fondo no sea rentable, sino que sea rentable la empresa”.

8.4. Información detallada relativa a las condiciones de entorno

Las siguientes tablas muestran la valoración 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 29
Valoración media de los expertos acerca de aspectos particulares
de cada condición de entorno

<i>Afirmaciones valoradas por los expertos</i>	<i>Navarra 06</i>	<i>España 06</i>	<i>Conclusión y evolución en Navarra</i>
Financiación			
En Navarra, hay suficientes fuentes de financiación propia para financiar las empresas nuevas y en crecimiento	3,55	2,81	Más bien cierto, mejora
En Navarra, hay suficientes medios de financiación ajena para las empresas nuevas y en crecimiento	3,53	3,22	Más bien cierto, se mantiene
En Navarra, hay suficientes subvenciones públicas disponibles para las empresas nuevas y en crecimiento	3,17	3,00	Más bien cierto, mejora
En Navarra, hay suficiente financiación disponible procedente de inversores privados, distintos de los fundadores, para las empresas nuevas y en crecimiento	3,00	2,32	Ni cierto ni falso, empeora
En Navarra, hay una oferta suficiente de Capital Riesgo para las empresas nuevas y en crecimiento	3,56	2,55	Más bien cierto, empeora
En Navarra, hay suficiente financiación disponible a través de la salida a bolsa para las empresas nuevas y en crecimiento	1,71	1,72	Falso, empeora
Políticas gubernamentales			
En Navarra, las políticas del gobierno favorecen claramente a las empresas de nueva creación (por ejemplo licitaciones o aprovisionamiento públicos)	2,58	2,44	Más bien falso, se mantiene
En Navarra, el apoyo a empresas nuevas y en crecimiento es una prioridad en la política del gobierno estatal	2,58	2,81	Más bien falso, se mantiene
En Navarra, el apoyo a empresas nuevas y en crecimiento es una prioridad en la política de la administración autonómica	3,26	3,22	Más bien cierto, mejora
En Navarra, las nuevas empresas pueden realizar todos los trámites administrativos y legales (obtención de licencias y permisos) en aproximadamente una semana	2,88	2,21	Más bien falso, se mantiene

Afirmaciones valoradas por los expertos	Navarra 06	España 06	Conclusión y evolución en Navarra
En Navarra, los impuestos y tasas no constituyen una barrera para crear nuevas empresas e impulsar el crecimiento de la empresa en general	2,58	3,04	Más bien falso, empeora
En Navarra, los impuestos, tasas y otras regulaciones gubernamentales sobre la creación de nuevas empresas y el crecimiento de las establecidas son aplicadas de una manera predecible y coherente	2,58	3,19	Más bien falso, empeora
En Navarra, llevar a cabo los trámites burocráticos y obtener las licencias que marca la ley para desarrollar empresas nuevas y en crecimiento no representa una especial dificultad	3,26	2,73	Más bien cierto, mejora
Programas gubernamentales			
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	3,19	2,87	Más bien cierto, mejora
En Navarra, los programas gubernamentales que apoyan a las empresas nuevas y en crecimiento son efectivos	3,17	2,91	Más bien cierto, se mantiene
En Navarra, existe un número adecuado de programas que fomentan la creación y el crecimiento de nuevas empresas	3,33	3,23	Más bien cierto, mejora
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)	2,88	3,31	Más bien falso, empeora
En Navarra, los profesionales que trabajan en agencias gubernamentales de apoyo a la creación y al crecimiento de nuevas empresas son competentes y eficaces	3,97	3,33	Cierto, mejora
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	3,38	3,39	Más bien cierto, mejora

Afirmaciones valoradas por los expertos	Navarra 06	España 06	Conclusión y evolución en Navarra
Educación y Formación			
En Navarra, en la enseñanza primaria y secundaria se dedica suficiente atención al espíritu empresarial y a la creación de empresas	1,63	1,82	Se mantiene, falso
En Navarra, en la enseñanza primaria y secundaria, se aportan unos conocimientos suficientes y adecuados acerca de los principios de una economía de mercado	2,17	2,07	Mejora, más bien falso
En Navarra, en la enseñanza primaria y secundaria, se estimula la creatividad, la autosuficiencia y la iniciativa personal	2,30	2,17	Mejora, más bien falso
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	2,35	2,53	Mejora, más bien falso
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	2,79	2,89	Mejora, más bien falso
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	3,03	3,04	Mejora, más bien cierto
Acceso a Infraestructura Comercial y de Servicios			
En Navarra, las empresas nuevas y en crecimiento pueden asumir el coste de subcontratistas, proveedores y consultores	2,51	2,57	Más bien falso, se mantiene
En Navarra, las empresas nuevas y en crecimiento tienen fácil acceso a buenos proveedores, consultores y subcontratistas	3,17	2,97	Más bien cierto, se mantiene
En Navarra, las empresas nuevas y en crecimiento tienen fácil acceso a un buen asesoramiento legal, laboral, contable y fiscal	3,56	3,45	Más bien cierto, se mantiene
En Navarra, existen suficientes proveedores, consultores y subcontratistas para dar soporte a las empresas nuevas y en crecimiento	3,85	3,47	Cierto, se mantiene

Afirmaciones valoradas por los expertos	Navarra 06	España 06	Conclusión y evolución en Navarra
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)	3,61	3,58	Más bien cierto, se mantiene
Apertura de mercado interno			
En Navarra, los mercados de bienes y servicios de consumo cambian drásticamente de un ejercicio a otro	2,11	2,16	Más bien falso, empeora
En Navarra, los mercados de bienes y servicios para empresas cambian drásticamente de un ejercicio a otro	2,12	2,18	Más bien falso, empeora
En Navarra, las empresas nuevas y en crecimiento pueden entrar fácilmente en nuevos mercados	2,41	2,52	Más bien falso, se mantiene
En Navarra, las empresas nuevas y en crecimiento pueden asumir los costes de entrada al mercado	2,83	2,58	Más bien falso, se mantiene
En Navarra, las empresas nuevas y en crecimiento pueden entrar en nuevos mercados sin ser bloqueadas de forma desleal por las empresas establecidas	2,97	2,83	Cierto, empeora
En Navarra, la legislación antimonopolio es efectiva y se hace cumplir	3,31	2,97	Cierto, se mantiene
Infraestructura Física, Estado y Acceso			
En Navarra, una empresa nueva o en crecimiento puede proveerse de servicios de telecomunicaciones en aproximadamente una semana (teléfono, Internet, etc.)	3,64	3,31	Más bien cierto, empeora
En Navarra, las infraestructuras físicas (carreteras, telecomunicaciones, etc.) proporcionan un buen apoyo para las empresas nuevas y en crecimiento	4,09	3,37	Cierto, se mantiene
En Navarra, no es excesivamente caro para una empresa nueva o en crecimiento acceder a sistemas de comunicación (teléfono, Internet, etc.)	3,92	3,66	Cierto, mejora

Afirmaciones valoradas por los expertos	Navarra 06	España 06	Conclusión y evolución en Navarra
En Navarra, una nueva empresa o en crecimiento puede tener acceso a los servicios básicos (gas, agua, electricidad, alcantarillado, etc.) en aproximadamente un mes	4,17	3,78	Cierto, mejora
En Navarra, las empresas de nueva creación y en crecimiento pueden afrontar los costes de los servicios básicos (gas, agua, electricidad, etc.)	4,08	3,86	Cierto, empeora
Normas sociales y culturales			
En Navarra, las normas sociales y culturales estimulan la asunción del riesgo empresarial	2,36	2,36	Más bien falso, mejora
En Navarra, las normas sociales y culturales estimulan la creatividad y la innovación	2,42	2,54	Más bien falso, mejora
En Navarra, las normas sociales y culturales enfatizan la autosuficiencia, la autonomía y la iniciativa personal	2,67	2,73	Más bien falso, mejora
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	2,89	2,88	Más bien falso, mejora
En Navarra, las normas sociales y culturales apoyan y valoran el éxito individual conseguido a través del esfuerzo personal	3,00	3,06	Ni cierto ni falso, se mantiene
Legislación y estado de registros, patentes y similares			
En Navarra, la venta ilegal de copias piratas de software, videos, CDs y productos registrados no está muy extendida	2,86	2,12	Ni cierto ni falso, mejora
En Navarra, la legislación sobre derechos de propiedad intelectual se hace cumplir de manera eficaz	3,13	2,76	Ni cierto ni falso, mejora
En Navarra, una nueva empresa puede confiar en que sus patentes, derechos de autor y marcas registradas serán respetadas	3,62	2,98	Más bien cierto, mejora
En Navarra, la legislación sobre derechos de propiedad intelectual es muy completa	3,24	3,02	Ni cierto ni falso, mejora
En Navarra, se acepta en general que los derechos de los inventores sobre sus invenciones deberían ser respetados	3,93	3,41	Cierto, mejora

Afirmaciones valoradas por los expertos	Navarra 06	España 06	Conclusión y evolución en Navarra
Apoyo a la mujer emprendedora			
En Navarra, existen suficientes servicios sociales disponibles para que las mujeres puedan seguir trabajando incluso después de haber formado una familia	2,33	2,42	Más bien falso, se mantiene
En Navarra, las mujeres tienen igual acceso a buenas oportunidades para crear una empresa que los hombres	3,37	3,20	Más bien cierto, se mantiene
En Navarra, se fomenta entre las mujeres el auto-empleo o la creación de empresas	3,36	3,23	Más bien cierto, mejora
En Navarra, crear una empresa es una opción profesional socialmente aceptada para la mujer	3,35	3,27	Más bien cierto, se mantiene
En Navarra, las mujeres tienen el mismo nivel de conocimientos y habilidades para la creación de empresas que los hombres	4,44	4,22	Cierto, se mantiene
Creación de empresas de alto potencial de crecimiento y desarrollo			
En Navarra, existen muchas iniciativas que son especialmente diseñadas para apoyar a nuevas actividades empresariales con alto potencial de crecimiento y desarrollo	2,91	2,75	Ni cierto ni falso, mejora
En Navarra, el apoyo a las empresas de rápido crecimiento es un tema prioritario de la política pública de creación de empresas	2,81	2,84	Más bien falso
En Navarra, 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	3,00	3,13	Ni cierto ni falso, empeora
En Navarra, 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	3,70	3,19	Más bien cierto, mejora
En Navarra, los que diseñan las políticas públicas son conscientes de la importancia de la actividad empresarial con alto potencial de crecimiento y desarrollo	3,55	3,28	Más bien cierto, se mantiene

8.5. Posición de Navarra en el ámbito internacional GEM 2006 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 2006. 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.

En lo referente a **Apoyo Financiero**, Navarra sigue ocupando un puesto privilegiado, como en el año 2005. Pese a que se considera el principal freno a la actividad emprendedora, y los expertos hayan señalado este aspecto como uno de los principales a impulsar, comparativamente sitúan a Navarra como la región de España en donde mejor está valorado este ámbito y en la órbita de países como Australia o Finlandia. Hay que resaltar que mientras Navarra se sitúa en el lado positivo del gráfico, la media de España lo hace en el negativo.

Si se habla de lo relativo a **Políticas y Programas Gubernamentales**, una vez más Navarra destaca sobre el total de España y se sitúa entre una de las regiones mejor valoradas por sus expertos. En programas gubernamentales, los expertos sitúan a Navarra en segundo lugar del ranking de países y regiones españolas participantes en el estudio, tras el País Vasco.

Respecto a las políticas gubernamentales, llama la atención que si se habla de lo referente a trámites y burocracia Navarra está muy bien considerada, pero en lo relativo a medidas de apoyo, los expertos posicionan a Navarra por debajo de la media española. No obstante, se mejora bastante respecto del año 2005.

Un año más, llama la atención el comportamiento de las regiones españolas, ya que casi 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 comprobado con anterioridad, los expertos de Navarra son especialmente críticos con la **Educación y Formación** dirigida al fomento del espíritu emprendedor y el impulso de los valores emprendedores desde el sistema educativo. A este respecto, tanto Navarra, como el total de España, están en valoraciones negativas desde la Educación Primaria hasta la Universidad. En este caso la situación de Navarra no ha variado respecto al año 2005.

La **Transferencia de Tecnología e I+D en Navarra** está mejor valorada por sus expertos, que la media de España. Además, es un ámbito en el que Navarra ha mejorado claramente respecto del informe del año 2005. En este ámbito, los expertos de Navarra valoran a Navarra al mismo nivel que lo hacen expertos de países como Australia, Dinamarca, Reino Unido o Alemania.

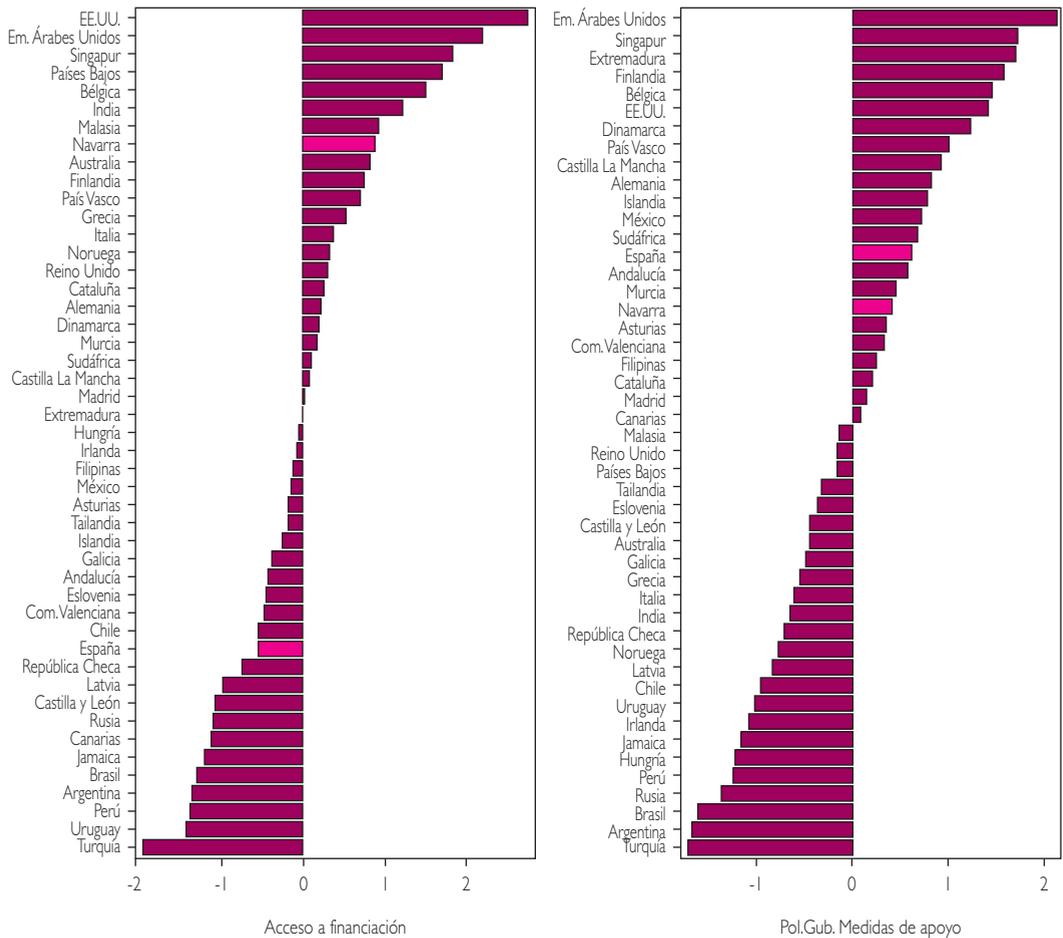
En lo relativo a la **Infraestructura Comercial y de Servicios**, Navarra está mejor posicionada que el total de España y se sitúa en la parte positiva del gráfico, mientras que España cae en la parte negativa y empeora considerablemente es este apartado respecto al año anterior.

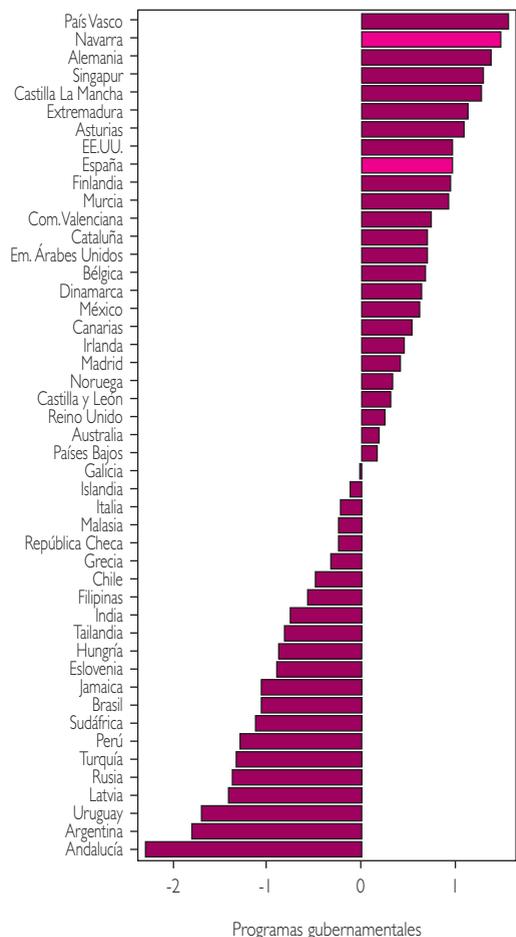
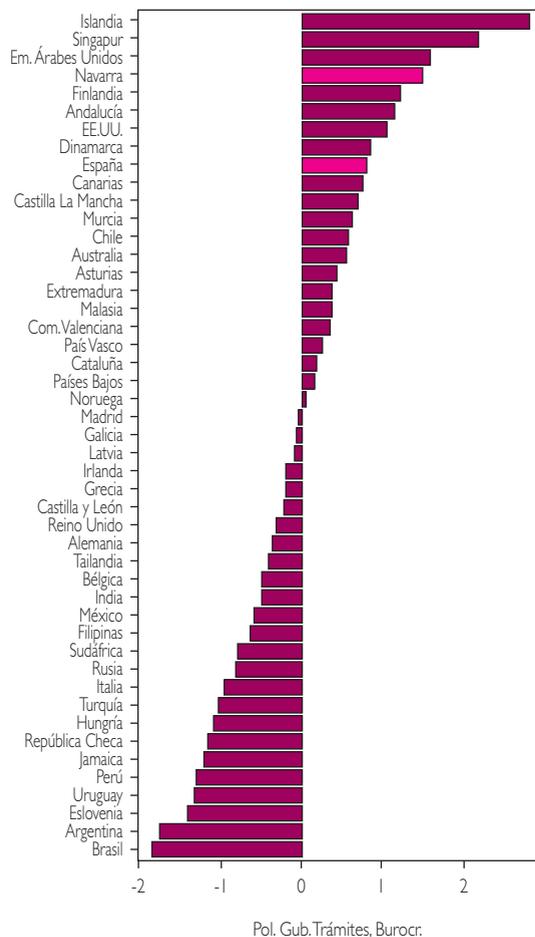
Como ya se ha comentado, las **Normas Sociales y Culturales** en Navarra son entendidas como un freno para la actividad emprendedora, por debajo de la media española y manteniendo una posición muy similar a la del año pasado. A este respecto, Navarra es la quinta CC.AA. peor valorada por sus expertos en este ámbito.

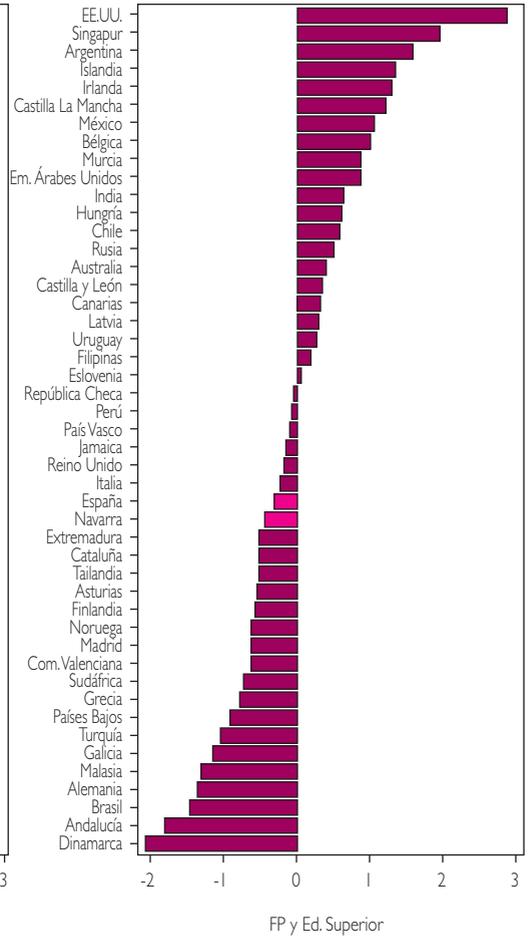
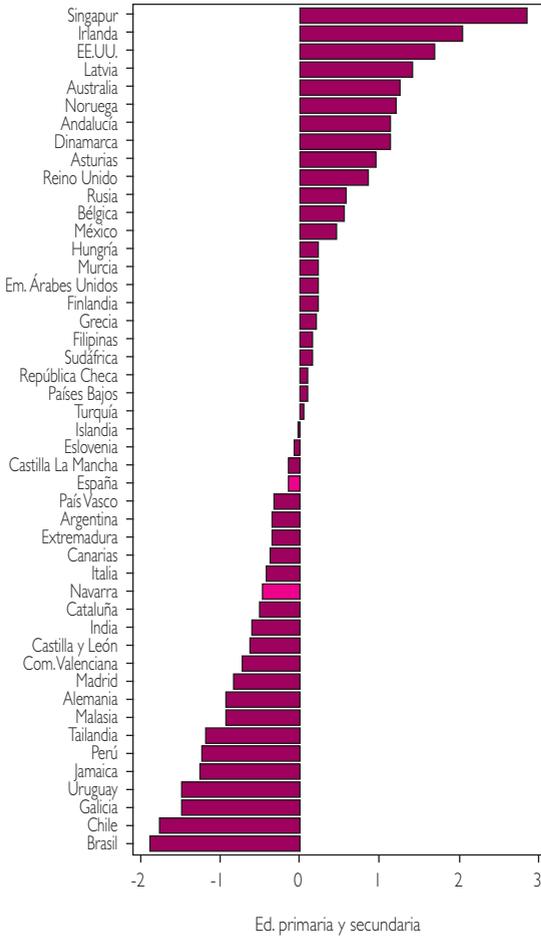
Por otra parte, en lo referente a la **Protección de la Propiedad Intelectual**, Navarra se sitúa en la parte positiva del gráfico, como lo hace en el **Apoyo a la Mujer** y en el **Fomento de Empresas de Alto Crecimiento**, en todos los casos por encima de la media española.

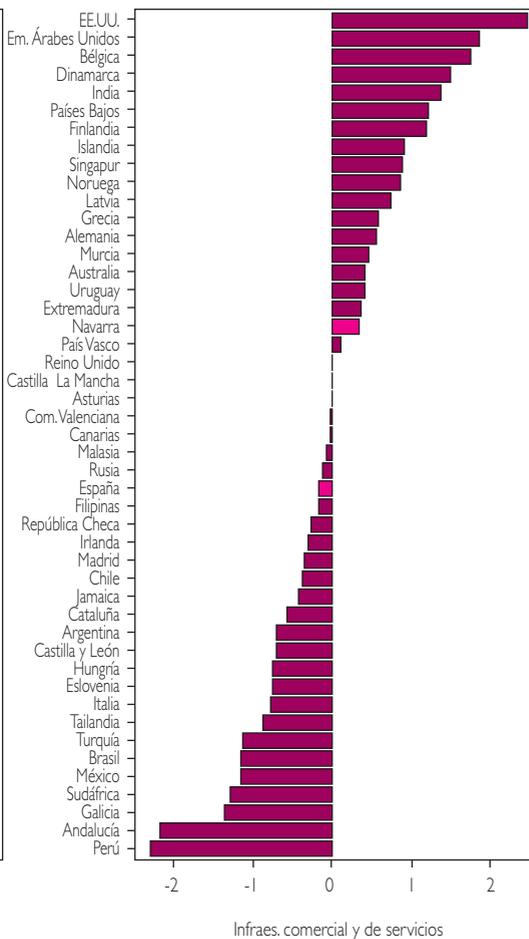
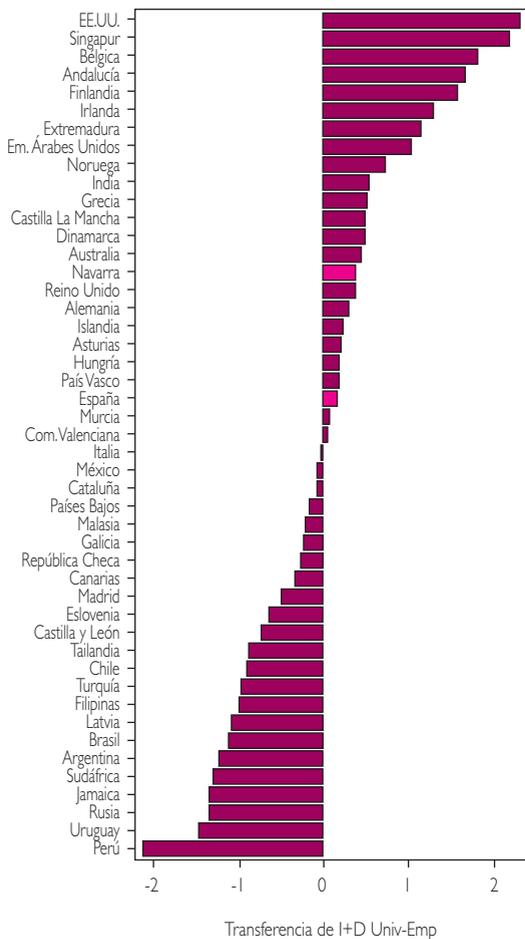
Figura nº 31

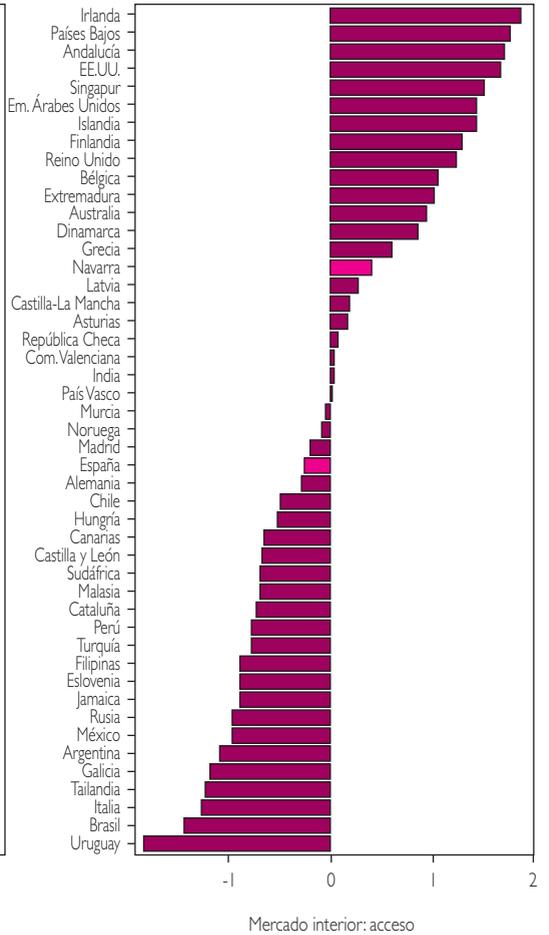
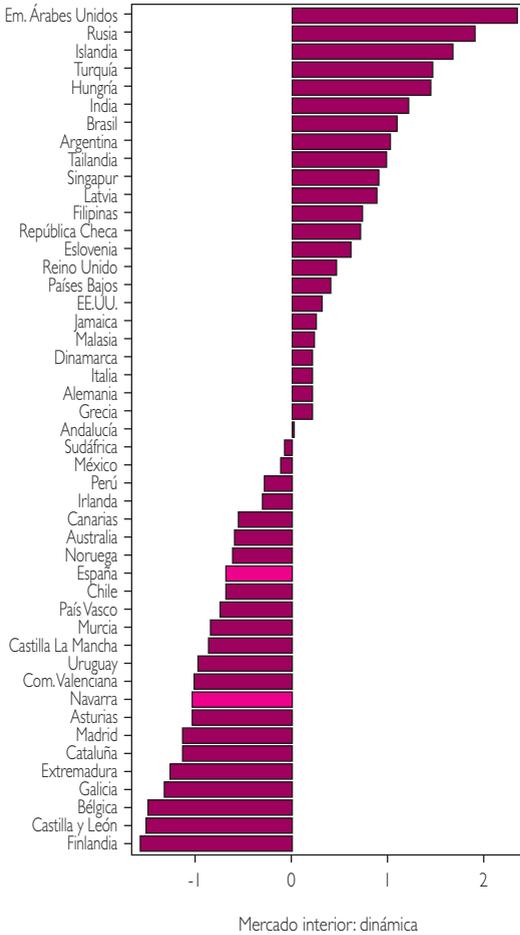
Situación internacional de Navarra respecto a las condiciones de entorno

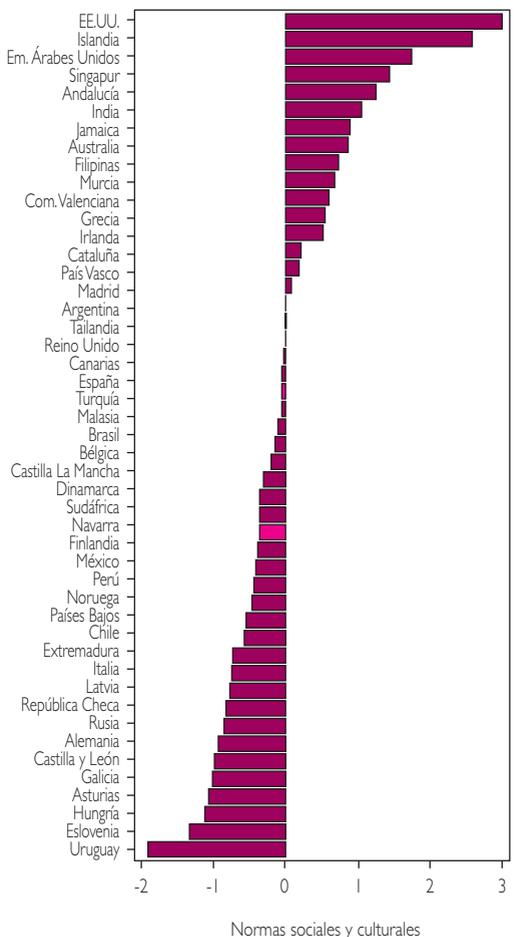
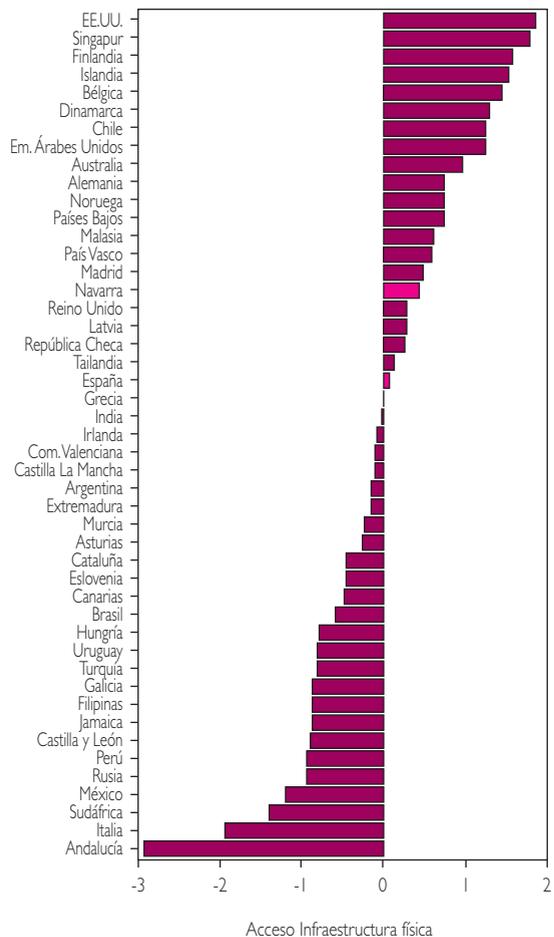


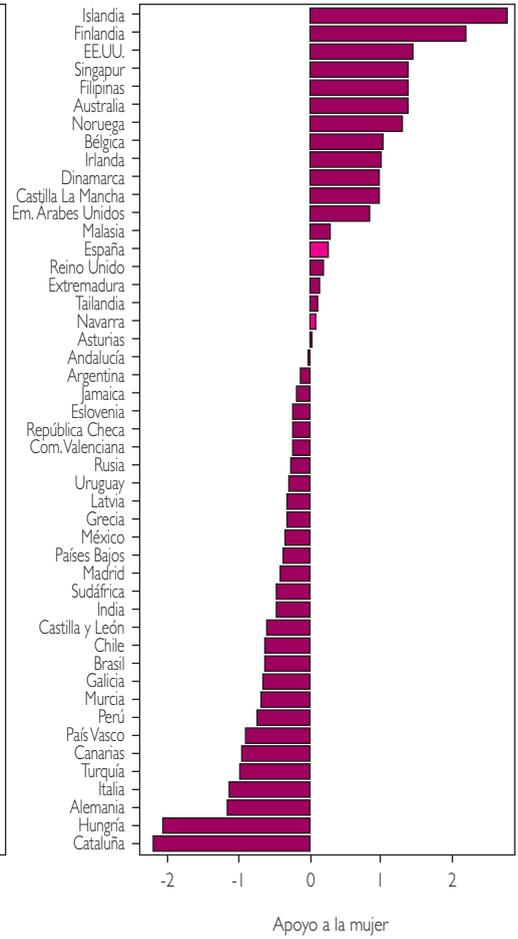
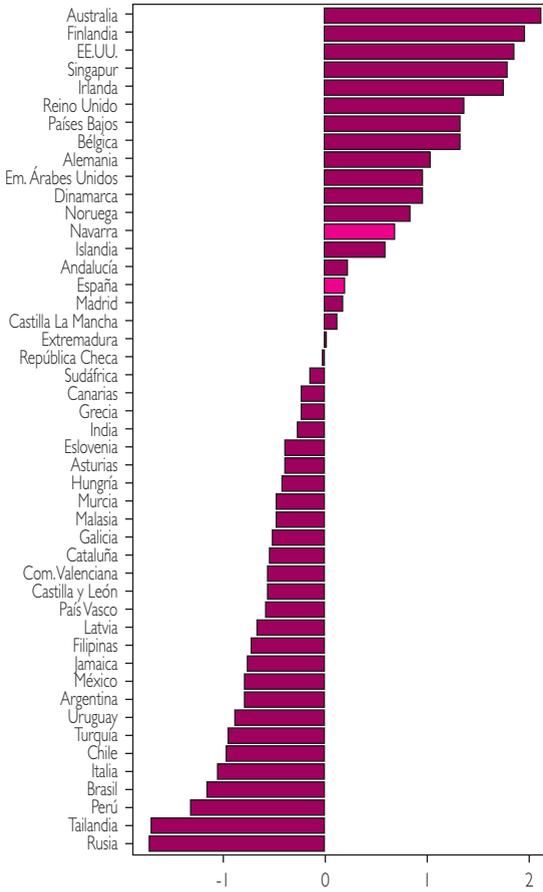


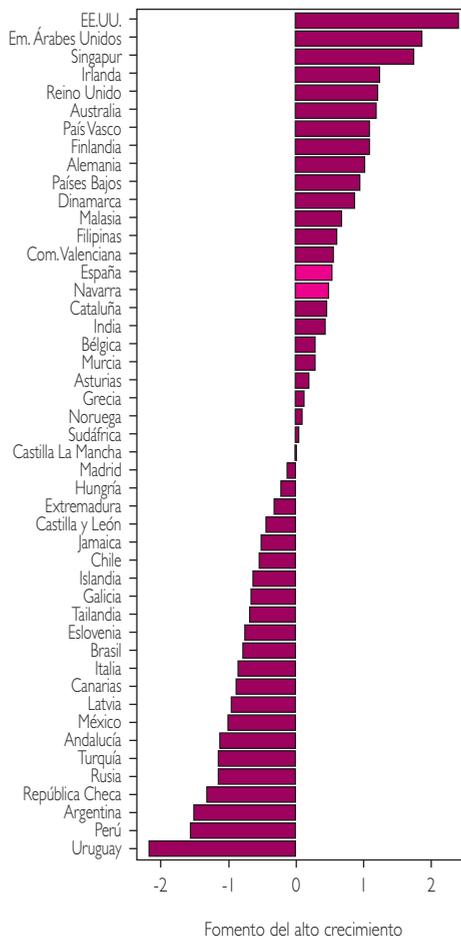












Capítulo 9

Conclusiones

9.1. Emprendimiento en Navarra

Navarra tiene unos indicadores emprendedores que le posicionan dentro de los países y regiones más avanzados de su entorno económico. Durante el año 2006, el principal indicador, el Índice TEA, ha crecido en Navarra respecto al año anterior:

Pese a que el aumento del TEA en Navarra es inferior, en términos absolutos, al del conjunto de España, es importante señalar que mientras en el caso de la Comunidad Foral este aumento de la actividad emprendedora total se debe al emprendimiento de oportunidad, en particular en el segmento de emprendedores nacientes, en el caso de España una parte del mismo viene generada por el aumento del emprendimiento por necesidad. Además del aumento del Índice TEA gracias a iniciativas empresariales basadas en las oportunidades, en Navarra han sido las iniciativas nacientes las que más impulso han aportado al indicador.

Por ello se puede afirmar que, en términos globales, el TEA en Navarra es bueno situándose por encima del de los países del entorno cercano como Reino Unido o Francia. Gracias a ello, el TEA de Navarra se mantiene en la misma zona de influencia respecto a los países y regiones del entorno.

Las empresas consolidadas vuelven a tener un peso importante en el panorama GEM de Navarra. A este respecto, la Comunidad Foral ocupa el tercer puesto, en cuanto a porcentaje de personas que tiene una empresa de más de 42 meses, de todo el estudio, siendo la región española donde más empresas consolidadas hay. En consonancia con lo anterior, también se observa un índice de cierre de negocios relativamente bajo. Prácticamente igual a la media de España y bastante similar a la situación del año anterior 2005.

Por tanto, como fotografía de la situación emprendedora de Navarra durante el año 2006 se puede afirmar que hay un crecimiento del TEA y se mantiene la tasa de emprendedores consolidados y la tasa de cierres y crecen los emprendedores potenciales. Todo indica a que si no se producen cambios de importancia en el entorno, la actividad emprendedora podría seguir aumentando en los próximos años.

9.2. Características de los emprendedores

En cuanto a las características específicas de las personas emprendedoras cabe señalar la mayor incorporación de hombres a la actividad emprendedora, lo que unido a un ligero descenso de la actividad emprendedora femenina ha llevado a que el ratio de emprendimiento femenino (en relación al masculino) haya sufrido un descenso. Junto con la incorporación de más hombres se observa que, en consonancia con países de similar nivel de desarrollo y ca-

racterísticas macroeconómicas, la edad media del emprendedor tiende a descender y su educación a aumentar.

Debido a la distribución de la actividad económica y de población en Navarra, el emprendimiento rural tiene un peso específico importante (más de un tercio de los emprendedores provienen de zonas rurales). Esta situación diferencia a Navarra de la media de España y se repite esta tendencia respecto al año 2005.

9.3. Características de las nuevas iniciativas empresariales

Las nuevas iniciativas son en su gran mayoría microempresas (menos de 10 empleados). Estos datos se mantienen respecto al año 2005, con expectativas de crecimiento a 5 años vista. En lo referente a la innovación, diferentes fuentes externas posicionan a Navarra y, por tanto, a sus empresas dentro de las más innovadoras de España. Por su parte, las empresas analizadas en el estudio presentan mayor innovación en productos y servicios que la media de España. Por el contrario, en aspectos como el nivel de competencia esperada y la disponibilidad de tecnologías, las empresas de la Comunidad Foral tiene un comportamiento muy similar al de la media de España.

Respecto a 2005 se observa un aumento de la inversión inicial necesaria para la puesta en marcha de una empresa. No obstante este desembolso inicial es inferior a la media española. En general las nuevas iniciativas empresariales, y quizá debido a la baja inversión inicial, se financian mayoritariamente con fondos propios. Quizá por esto también se espera recuperar la inversión en un plazo de tiempo muy corto (1 año o menos). Este plazo de tiempo esperado de la inversión es menor que para el conjunto de España. En relación a la financiación se ha detectado también un aumento de la inversión informal que proviene generalmente de personas cercanas al emprendedor (familiares y amigos). Estos inversores esperan en su mayoría recuperar su inversión en un plazo entre 2 y 5 años.

9.4. Perspectivas de la población y de los expertos

Las perspectivas de la población sobre las posibilidades para emprender han sufrido, al igual que en el conjunto de España, un ligero descenso respecto al informe anterior. Esto se viene asociando no tanto a un empeoramiento de las condiciones reales y las oportunidades para emprender como a la existencia de un buen mercado de trabajo por cuenta ajena que reduce el atractivo de la opción de poner en marcha un negocio propio. No obstante, casi un cuarto de la población adulta de Navarra considera que sí hay buenas oportunidades para emprender en Navarra en los próximos 6 meses.

Sin embargo y de forma general, las opiniones de las personas expertas en Navarra son muy similares a las de los expertos entrevistados en 2005 y se muestran más críticos que la media de los expertos de España. Así, los expertos discrepan de la población general pues si

bien estiman que en general sí existen buenas oportunidades para emprender; su visión sobre las oportunidades y la actividad de creación de empresas de rápido crecimiento no es tan positiva. Al mismo tiempo si bien consideran que en Navarra en general existe entre los emprendedores (actuales y potenciales) una buena preparación para la gestión de la empresa, muestran sus reservas en cuanto a las habilidades de la población a la hora de la detección y explotación de las oportunidades de negocio.

Casi la mitad de la población considera que tienen las habilidades y conocimientos para crear y dirigir una pequeña empresa. Este aspecto ha crecido en Navarra un 16% respecto al 2005. Hay que recordar que los expertos estaban de acuerdo con la afirmación de que en Navarra existían más oportunidades para emprender que gente preparada para ello.

9.5. Evaluación de las condiciones para emprender por parte de los expertos

Sobre las condiciones del entorno evaluadas por las personas expertas la principal conclusión es que los resultados ofrecidos varían muy poco respecto del año 2005. De este modo las condiciones del entorno positivas para Navarra son (de mejor evaluadas a peor): El acceso a infraestructuras físicas, los programas gubernamentales, las políticas gubernamentales en lo referente a trámites y ayudas, el apoyo institucional, la infraestructura comercial y de servicios, el apoyo a la mujer, el fomento de alto crecimiento y el acceso a la financiación.

Por el contrario, las negativas (de peor evaluadas a mejor) han sido: Educación Primaria y Secundaria, Mercado interior: Dinámica, Transferencia de I+D Universidad – Empresa, Normas sociales y culturales, FP y Educación Superior, Políticas Gubernamentales en lo relativo a medidas de apoyo y acceso a mercado interior.

De estos resultados se puede deducir que los expertos confirman y valoran que la estructura formal, legal e institucional para la creación de empresas es sólida en Navarra. No obstante, aparecen en el debe dos cuestiones básicas como son las medidas de apoyo de carácter regional y la transferencia de I+D. Unido a esto, los aspectos que más preocupan en Navarra están relacionados con la creación de un buen clima emprendedor; una buena cultura emprendedora y un entorno social favorable hacia emprender. Esta preocupación no es exclusiva de Navarra y también se percibe a nivel de toda España.

Las personas expertas identifican principalmente los siguientes obstáculos para emprender: Apoyo financiero, Normas sociales y culturales, Políticas Gubernamentales, Capacidad Emprendedora y Educación-Formación.

Hay que destacar que el Apoyo Financiero y las Políticas Gubernamentales se entrelazan, debido a que los expertos consideran que la política de ayudas a emprender está mal enfocada. En este sentido se demandan no tanto ayudas al gasto o a la inversión para la puesta en marcha, sino cuestiones como rebajas en los pagos a la Seguridad Social, reducción o aplazamiento de pagos de impuestos, etc. durante los primeros años de vida.

Los apoyos para emprender más relevantes señalados por las personas expertas son: Clima económico, Programas y Políticas Gubernamentales y Apoyo financiero. Se valora mucho el trabajo realizado en Navarra desde el ámbito público para el impulso y apoyo de las personas emprendedoras, pero se echan de menos propuestas más novedosas y más ligadas a las necesidades y realidades de las personas emprendedoras.

Por tanto, las personas expertas recomiendan trabajar en dos líneas prioritarias. Por un lado, en todo aquello relacionado con crear un buen clima hacia el emprender; en concreto en aspectos como la Educación y la incidencia sobre las Normas Sociales y Culturales. Y, por otro, en lo relativo a un apoyo financiero real ligado a los diferentes programas gubernamentales.

A este respecto cabe resaltar que el diagnóstico ofrecido por las personas expertas de Navarra es muy similar al que ofrecen los expertos del total de España en lo relativo a frenos, apoyos y recomendaciones hacia emprender.

ÍNDICE DE FIGURAS

CAPÍTULO I

Figura nº 1.	El proceso emprendedor según el Proyecto GEM	15
Figura nº 2.	Actividad emprendedora incipiente en el contexto de la Unión Europea	20
Figura nº 3.	Actividad emprendedora incipiente en el contexto de la OCDE	21
Figura nº 4.	Actividad emprendedora en países no integrados en la OCDE	22
Figura nº 5.	Empresa consolidada detectada como porcentaje de la población en el contexto de la Unión Europea	23
Figura nº 6.	Empresa consolidada detectada como porcentaje de la población en el contexto de la OCDE	24
Figura nº 7.	Empresa consolidada detectada en la población de todos los países GEM 2006 y regiones REM-España 2006	25
Figura nº 8.	Porcentaje de cese de actividades en la población de los países que participan en GEM 2006 y regiones participantes en REM-España 2006	26
Figura nº 9.	Porcentaje de emprendedores potenciales en la población de todos los países GEM y regiones REM-España 2006	27

CAPÍTULO 2

Figura nº 10.	Actividad emprendedora por oportunidad y necesidad en la UE	32
Figura nº 11.	Actividad emprendedora por oportunidad y necesidad fuera de la UE y en Navarra	32
Figura nº 12.	Relación entre el índice de actividad emprendedora por necesidad y el nivel de desarrollo de los países	34

CAPÍTULO 3

Figura nº 13.	Distribución del sexo de los emprendedores potenciales, "Early stage", consolidados y que han cerrado un negocio en los últimos 12 meses (07-05/07-06) en Navarra	38
Figura nº 14.	Distribuciones de edad de los emprendedores en Navarra según la fase del proceso emprendedor en que se hallan: potencial, "Early stage", consolidada o cierre	40
Figura nº 15.	Nivel de estudios de los emprendedores según la fase en que se hallan del proceso emprendedor: potenciales, "Early stage", consolidados o que han cerrado	41
Figura nº 16.	Distribuciones del nivel de renta mensual de los emprendedores navarros según la fase del proceso emprendedor en que se hallan: potencial, "Early stage", consolidada o cierre	43
Figura nº 17.	Distribución de las iniciativas emprendedoras y cierres en zona rural y urbana según el momento en que se hallan en el proceso emprendedor	44

Figura nº 18. Situación laboral de los emprendedores potenciales y de los emprendedores que han cerrado	46
---	----

CAPÍTULO 4

Figura nº 19. Índice de actividad masculino y femenino de las regiones españolas y países de la UE	48
Figura nº 20. Ratio de actividad femenina sobre masculina	49
Figura nº 21. Actividad emprendedora en función del sexo en el contexto internacional	50

CAPÍTULO 5

Figura nº 22. Tipo de evolución esperada en las distintas iniciativas en cuanto a empleo para los próximos 5 años	57
---	----

CAPÍTULO 6

Figura nº 23. Porcentaje de población adulta que ha actuado como "Business angel"	65
Figura nº 24. Número de operaciones de Capital Riesgo por Comunidad Autónoma	68
Figura nº 25. Volumen de inversión de Capital Riesgo por Comunidades Autónomas	69

CAPÍTULO 7

Figura nº 26. Comparación internacional del porcentaje de población de 18-64 años que ve buenas oportunidades para emprender en su respectivo país	72
Figura nº 27. Opinión media de los expertos acerca de la motivación de la población para emprender en sus respectivos países o regiones	77
Figura nº 28. Clasificación de los países GEM 2006 según la habilidad de la población para emprender	78
Figura nº 29. Opinión media de los expertos internacionales acerca de la posesión de habilidades y conocimientos para emprender por parte de sus respectivas poblaciones	80

CAPÍTULO 8

Figura nº 30. Valoración media del estado de las condiciones de entorno para emprender en Navarra (escalas de 1 = deficiente a 5 = óptimo)	84
Figura nº 31. Situación internacional de Navarra respecto a las condiciones de entorno	100

ÍNDICE DE TABLAS

CAPÍTULO I

Tabla nº 1a. Actividad emprendedora incipiente total registrada en la población adulta navarra de 18 a 64 años de edad en el 2006	16
Tabla nº 1b. Actividad emprendedora incipiente total registrada en la población adulta española de 18 a 64 años de edad en el 2006	17
Tabla nº 2a. Emprendedores incipientes totales registrados en la población adulta navarra (PA) de 18 a 64 años de edad en el 2006	17
Tabla nº 2b. Emprendedores incipientes totales registrados en la población adulta española (PA) de 18 a 64 años de edad en el 2006	17
Tabla nº 3a. Empresas consolidadas en la población adulta navarra 2006	18
Tabla nº 3b. Empresas consolidadas en la población adulta española 2006	18
Tabla nº 4a. Cierre de negocios, empresas o cese de autoempleo en la población adulta navarra 2006	19
Tabla nº 4b. Cierre de negocios, empresas o cese de autoempleo en la población adulta española 2006	19
Tabla nº 5. Emprendedores potenciales en la población adulta navarra y española 2006	26

CAPÍTULO 2

Tabla nº 6a. Tipos de comportamiento emprendedor en Navarra tomando como base el total de la población adulta navarra	29
Tabla nº 6b. Tipos de comportamiento emprendedor en España tomando como base el total de la población adulta española	30
Tabla nº 7a. Evolución del tipo de comportamiento emprendedor "Early stage" en Navarra como porcentaje de la población adulta y como porcentaje de la actividad emprendedora total "Early stage" registrada cada año	31
Tabla nº 7b. Evolución del tipo de comportamiento emprendedor "Early stage" en España como porcentaje de la población adulta y como porcentaje de la actividad emprendedora total "Early stage" registrada cada año	31
Tabla nº 8a. Principal motivación subyacente en el aprovechamiento de oportunidades para emprender en Navarra	35
Tabla nº 8b. Principal motivación subyacente en el aprovechamiento de oportunidades para emprender en España	36

CAPÍTULO 3

Tabla nº 9. Edad media de la persona emprendedora en Navarra según la fase activa en que se encuentra y comparación con España	39
Tabla nº 10. Nivel de estudios según tipología de persona emprendedora. Comparativa entre Navarra y España. Año 2006	42

CAPÍTULO 4

Tabla nº 11. Evolución histórica del TEA femenino en Navarra	51
Tabla nº 12a. Comparación de los factores psico-sociales en función del género en Navarra	52
Tabla nº 12b. Comparación de los factores psico-sociales en función del género en España	53

CAPÍTULO 5

Tabla nº 13. Distribución de las actividades emprendedoras en cada fase por tramo de número actual de empleados en Navarra	55
Tabla nº 14. Tamaño promedio de las plantillas actuales y esperada para dentro de 5 años en las actividades que configuran nuestro proceso emprendedor (incluyen al emprendedor)	56
Tabla nº 15. Principales países a los que Navarra exportó durante 2006	60
Tabla nº 16. Principales países de los que Navarra importó durante 2006	60

CAPÍTULO 6

Tabla nº 17. Características y distribución del capital semilla en el 2006	62
Tabla nº 18. Parte de recuperación de la inversión inicial esperada por el emprendedor	63
Tabla nº 19. Tiempo medio de recuperación de la inversión inicial	63

CAPÍTULO 7

Tabla nº 20. Distribución de los expertos entrevistados en Navarra en el 2006	72
Tabla nº 21. La percepción de oportunidades desde el punto de vista de los expertos en Navarra	73
Tabla nº 22. Resultados de las entrevistas sobre motivación para emprender en la población de Navarra y España	75
Tabla nº 23. Evaluación media de expertos navarros sobre factores que influyen en la motivación para emprender	76
Tabla nº 24. Opinión de los expertos acerca de las habilidades y conocimientos que posee la población adulta de la Comunidad Foral para emprender	79

CAPÍTULO 8

Tabla nº 25. Evolución de las condiciones del entorno y comparativa con el total de España	82
Tabla nº 26. Obstáculos a la creación empresarial en el 2006, según la opinión de los expertos de Navarra	85
Tabla nº 27. Apoyos a la creación empresarial en el 2006, según la opinión de los expertos de Navarra	88
Tabla nº 28. 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	90
Tabla nº 29. Valoración media de los expertos acerca de aspectos particulares de cada condición de entorno	93

