

DIAGNÓSTICO SOBRE EL EMPREDIMIENTO SOCIAL EN NAVARRA

¿QUÉ NECESIDADES Y OPORTUNIDADES
EXISTEN PARA LA IMPLANTACIÓN DE
UNA INCUBADORA DE EMPREDIMIENTO
SOCIAL EN NAVARRA?



DIAGNÓSTICO SOBRE EL EMPRENDIMIENTO SOCIAL EN NAVARRA
¿Qué necesidades y oportunidades existen para la implantación de una incubadora de emprendimiento social en Navarra?

© Fundación Acción contra el Hambre, 2017
www.accioncontraelhambre.org

Autoría y coordinación:

Fundación Acción contra el Hambre

Elaboración técnica:

Natalia Galindo Jarauta y Fundación Acción contra el Hambre

Colabora:

Fundación Caja Navarra

Diseño y maquetación:

Recreando Estudio Creativo S. Coop.



Licencia Creative Commons registrado por Acción contra el Hambre.
Reconocimiento - No Comercial - Sin Obra Derivada (by-nc-nd)

No se permite un uso comercial de la obra original ni la generación de obras derivadas.

ÍNDICE

| | |
|--|----|
| 01. JUSTIFICACIÓN DEL PROYECTO | 06 |
| 02. OBJETIVOS Y METODOLOGÍA | 06 |
| 2.1 OBJETIVOS | 06 |
| 2.2 METODOLOGÍA | 06 |
| 03. CENTRANDO EL OBJETO DE ESTUDIO: DEFINICIÓN DE CONCEPTOS | 07 |
| 04. REALIDAD SOCIO-ECONÓMICA DE NAVARRA | 09 |
| 4.1 POBLACIÓN | 09 |
| 4.2 MERCADO LABORAL | 09 |
| 4.3 EMPRESAS Y EMPRENDIMIENTO | 10 |
| 05. EL EMPRENDIMIENTO SOCIAL EN NAVARRA | 12 |
| 5.1 VALORACIÓN DEL FENÓMENO DEL EMPRENDIMIENTO SOCIAL | 12 |
| 5.2 FACTORES DE ÉXITO Y OBSTÁCULOS PARA SU DESARROLLO | 14 |
| 5.3 LOS EMPRENDEDORES/AS SOCIALES | 15 |
| 06. CREACIÓN DE UNA INCUBADORA DE EMPRENDIMIENTO SOCIAL EN NAVARRA | 16 |
| 6.1 EFECTOS POSITIVOS DE UNA INCUBADORA O VIVERO DE EMPRESAS | 16 |
| 6.2 VALOR AÑADIDO DE UNA INCUBADORA SOCIAL PARA NAVARRA | 18 |
| 6.3 FACTORES DE ÉXITO Y OBSTÁCULOS PARA SU CREACIÓN | 19 |
| 6.4 CARACTERÍSTICAS QUE DEBERÍA REUNIR LA INCUBADORA SOCIAL | 21 |
| 07. CONCLUSIONES | 25 |
| 08. BIBLIOGRAFÍA | 27 |
| 09. ÍNDICE DE GRÁFICOS Y TABLAS | 28 |
| 10. ANEXO | 29 |

JUSTIFICACIÓN DEL PROYECTO

Desde Acción contra el Hambre llevamos muchos años trabajando para favorecer la inclusión de las personas en situación de vulnerabilidad y es en este contexto donde se enmarca nuestra labor de impulso y promoción de proyectos de emprendimiento social con enfoque inclusivo.

A partir de nuestra experiencia en Navarra y puesto que no existen proyectos similares en la comunidad, hemos detectado una posible necesidad por parte de los emprendedores/as sociales de creación de una incubadora de emprendimiento social, dado que este tipo de iniciativas empresariales tiene necesidades específicas presumiblemente no cubiertas por otro tipo de incubadoras de empresas.

Al ser el emprendimiento social un fenómeno poco explorado, se ha revelado la adecuación de profundizar en metodologías innovadoras y propuestas de diseño participativo a través de la colaboración de los diversos actores sociales implicados, que añadan valor al hipotético proceso de gestación de una incubadora de emprendimiento social en la comunidad foral.

Realizado el mapeo de Acción contra el Hambre sobre incubadoras sociales desarrollado a nivel estatal, hemos observado que existen diversas iniciativas con un enfoque equiparable en otras regiones y que son sostenibles, ya que se trata una figura que genera un gran valor a nivel de impacto e imagen corporativa para fundaciones empresariales y empresas. Se configura como un modelo emergente y viable, vinculado en ocasiones a un proyecto público local, otras veces a una gran empresa o que puede estar patrocinada por un grupo y/o asociada a una o varias universidades, entre otras posibilidades de desarrollo.

Asimismo hemos advertido que existen numerosas y muy diferentes vías de diseñar y desarrollar el proyecto; a través de la opinión de diversos expertos/as en la materia así como de personas con proyectos emprendedores

de tipo social, hemos reunido las características que para una iniciativa de este calado, mejor se pueden adaptar a una comunidad como Navarra.

Queriendo por tanto acometer en la medida de lo posible una recogida realista, rica y equilibrada de información, referente a la consecución de un proyecto que se presume exitoso, hemos recabado información de fuentes primarias y secundarias con la participación de diferentes perspectivas: entidades de apoyo al emprendimiento, organizaciones del tercer sector, entidades públicas y emprendedores/as sociales, optimizando así el impacto de este diagnóstico aplicado.

OBJETIVOS Y METODOLOGÍA

2.1 OBJETIVOS

Para un óptimo desarrollo de este diagnóstico hemos planteado el siguiente objetivo general: analizar las oportunidades y posibilidades de instalación de una incubadora de emprendimiento social en Navarra.

Para la consecución de este objetivo general se han establecido los siguientes objetivos específicos:

- Caracterizar el fenómeno del emprendimiento social en Navarra.
- Determinar las potencialidades y oportunidades de la instalación de una incubadora social en Navarra.
- Establecer las características que debería reunir la incubadora social.
- Identificar factores de éxito y posibles obstáculos para el desarrollo del emprendimiento social y el establecimiento de una incubadora social en Navarra.

2.2 METODOLOGÍA

Esta investigación persigue objetivos que corresponden a dos niveles, por un lado ofrecer un diagnóstico sobre el emprendimiento social en Navarra y por otro estable-

cer la pertinencia y oportunidad de instalación de una incubadora social en este territorio. Para la consecución de dichos objetivos se ha optado por la combinación de técnicas y fuentes de datos cualitativos y cuantitativos, que resultan adecuados para recoger el siguiente tipo de información:

- Situación socio-laboral y del emprendimiento en Navarra.
- Creencias y apreciaciones respecto al fenómeno del emprendimiento social.
- Factores de éxito y barreras para el desarrollo del emprendimiento social en Navarra.
- Percepciones y valoraciones respecto a la creación de una incubadora social en Navarra.
- Oportunidades y obstáculos para la implantación de una incubadora de emprendimiento social en la comunidad foral.
- Caracterización de la incubadora de emprendimiento social.

Hemos comenzado con un examen de fuentes documentales para centrar datos y conceptos y repasar aquella literatura que pudiera conferir valor al presente diagnóstico. Se han revisado tanto fuentes estadísticas (encuesta de población activa, directorio central de empresas y datos de los servicios públicos de empleo, entre otros), como informes y estudios de investigación sobre el fenómeno emprendedor en general, emprendimiento social e incubadoras y viveros de empresas, obteniendo bases referenciales muy interesantes.

Para la recogida de información primaria se ha empleado la entrevista y la encuesta tanto a entidades navarras como a personas que han desarrollado o están gestando un proyecto de emprendimiento social en la comunidad foral. La selección de entidades se ha realizado según su experiencia y conocimiento en emprendimiento, emprendimiento social, economía social y/o solidaria, inclusión social y empleo. En relación a los emprendedores/as sociales se han examinado una serie de casos de interés, tomando en cuenta sexo, edad y actividad desarrollada, incluyendo también iniciativas de emprendimiento inclusivo.

En un primer momento se realizaron entrevistas en profundidad a personas expertas en emprendimiento y/o emprendimiento social, para complementar el análisis de fuentes secundarias y reforzar la configuración de ítems a estudiar en este diagnóstico, así como la implementación de las herramientas metodológicas.

Posteriormente se ha llevado a cabo una encuesta online a un abanico más amplio de entidades para captar sus percepciones y valoraciones respecto al emprendimiento social y la posible creación de una incubadora de emprendimiento social en Navarra. Esta técnica de recogida de información a pesar de pertenecer a la metodología cuantitativa, no ha buscado basarse en una muestra representativa, sino que ha perseguido aglutinar una mayor variedad de opiniones respecto a un número importante de cuestiones concretas a las que de otra forma no hubiera sido posible llegar, confiriéndole de esta forma un cierto valor cualitativo.

Por último los emprendedores/as sociales han participado a través de una encuesta online, que se ha complementado a su vez con entrevista telefónica en alguno de los casos.

CENTRANDO EL OBJETO DE ESTUDIO: DEFINICIÓN DE CONCEPTOS

El emprendimiento social es un fenómeno que aunque no es nuevo, si es relativamente reciente su expansión más generalizada, así como su inclusión dentro de las políticas y programas de fomento de emprendimiento, tanto en los países avanzados como en muchas economías emergentes. Por otro lado el emprendimiento social es un fenómeno poco explorado como objeto de estudio, por ello nos encontramos con diversidad de definiciones y falta de consenso entre ellas.

A lo largo de la historia siempre han existido personas innovadoras que se pueden considerar emprendedoras sociales, ya que su preocupación por los problemas de los individuos y la sociedad en la que vivían, se ha ante-

puesto a los intereses económicos que primaban en otro tipo de espacios o actividades. Los movimientos religiosos han canalizado durante mucho tiempo la gestión de las necesidades e inquietudes sociales de la población, relevo que han ido cogiendo paulatinamente las administraciones públicas, las entidades del tercer sector y organizaciones sin ánimo de lucro como las ONGs (organizaciones no gubernamentales). Pero es básico subrayar, que con el emprendimiento social hablamos de un tipo de fenómeno que genera la emergencia de empresas, que aun con el fin principal de una misión social, también persiguen su sostenibilidad económica de una manera primordial.

Encontramos en la literatura sobre emprendimiento social que la visión predominante lo vincula directamente con la economía social y sus formas jurídicas de emprendimiento cooperativo. A partir de esta interpretación, quedan fuera muchas iniciativas que quieren ir más allá en términos sociales y que podrían incluirse dentro del término, teniendo en cuenta que el objetivo principal por el cual se crean es la generación de un impacto social positivo a partir de las actividades que llevan a cabo. Asimismo, la economía social de mercado se ha basado tradicionalmente en la no generación de beneficios, mientras que el emprendimiento social no evita la consecución de los mismos, haciendo hincapié en su aplicación social.

También observamos como el desarrollo de los diferentes ámbitos del emprendimiento social, entendiendo este como aquel que genera un impacto social positivo, queda restringido en ocasiones a una única parcela del mismo como puede ser la diversidad funcional o el medioambiente. Encontramos estudios y documentos técnicos en los que el análisis de impacto social se circunscribe tan solo a factores de inclusión y adaptabilidad de la discapacidad, un análisis demasiado reducido para una realidad mucho más diversa, que conforma todo un ecosistema en el que se pueden desarrollar acciones de fomento del emprendimiento inclusivo tanto en destino como en origen.

Dicho esto nos parece esencial aclarar los conceptos en los que nos hemos basado para recabar la información que aparece en este informe. Es cierto que dependiendo de la perspectiva de quién responde al término de emprendimiento social puede poner más énfasis en el impacto del emprendimiento, en la forma de organizar los recursos o en la discusión sobre el ánimo de lucro. En este material dicho término es empleado haciendo refe-

rencia a la conjunción de todas ellas, dando como resultado un tipo de empresa cuya razón social es en primer lugar satisfacer necesidades de la sociedad en la que se desenvuelve, al mismo tiempo que lo conjuga con su sustentabilidad económica. Entendemos así por emprendimientos sociales aquellos que, a través de una actividad económica, persiguen de un modo u otro transformar la economía, la sociedad y la cultura a través de la generación de impacto social positivo, fomentar el trabajo cooperativo, sostenerse a lo largo del tiempo y multiplicar su modelo. Por tanto consideramos como emprendimiento social a todo aquel que tiene una repercusión en el contexto del crecimiento y el desarrollo social y económico del marco territorial en el que opera.

En este marco tomamos al emprendedor/a social como una persona que identifica un problema social y lo aborda cambiando el sistema que lo provoca, trabaja en colaboración con todas las partes implicadas y difunde las soluciones para que sociedades enteras puedan adoptarlas. Existen habilidades comunes a todos ellos/as, son personas empáticas, que se han puesto manos a la obra para resolver un problema, tienen una solución creativa y saben liderar e influir en la gente que les apoya (ASHOKA, fundación de referencia a nivel mundial de emprendimiento social). Además la experiencia demuestra que la motivación de los emprendedores/as sociales y las personas participantes en dichos proyectos, permite que la propia voluntad de acometerlos pueda convertir en favorables algunos hechos que no lo eran anticipadamente (García Gutiérrez et al., 2006). Una empresa social es por tanto aquella que surge con el objetivo de generar un impacto social, opera en el mercado a través de la producción de bienes y servicios de un modo emprendedor e innovador, utiliza sus excedentes para alcanzar estos objetivos sociales y es gestionada de un modo responsable, democrático y transparente, involucrando a trabajadores/as, clientes y grupos de interés afectados por su actividad.

Un aspecto que consideramos importante a incluir dentro del emprendimiento social es nuestra visión del emprendimiento inclusivo. Este es aquel que trata de fomentar un tipo de emprendimiento que incorpore como promotores y/o como destinatarios a todos aquellos colectivos más desfavorecidos (migrantes, desempleados/as de larga duración, jóvenes, mujeres víctimas de violencia de género, discapacitados/as, personas con patrones de consumos y un largo etcétera) de manera que contribuya a la reducción de la pobreza a través de la inclusión de

personas vulnerables en su cadena de valor y donde el negocio central genera impacto social y ambiental positivo sobre los colectivos en riesgo de exclusión (III Foro inclusivo Acción contra el Hambre, 2015).

Por último y ya que uno de los objetivos principales de este diagnóstico es indagar sobre las oportunidades y posibilidades de instalación de una incubadora de emprendimiento social en la comunidad foral de Navarra, exponemos también el concepto que nos sirve de referencia. El denominador común en torno a la idea de vivero o incubadora de empresas es que se trata de un espacio de trabajo compartido, que ofrece a los integrantes recursos y servicios de asesoramiento, acompañamiento y/o formación empresarial, así como el acceso a una red de contactos y actividades, con el objetivo de reducir costes, minimizar riesgos e incrementar las posibilidades de éxito. Llamamos incubadora de emprendimiento social (o incubadora social) a una tipología dentro de aquellas, que se encuentra orientada específicamente a la creación y desarrollo de iniciativas de emprendimiento social.

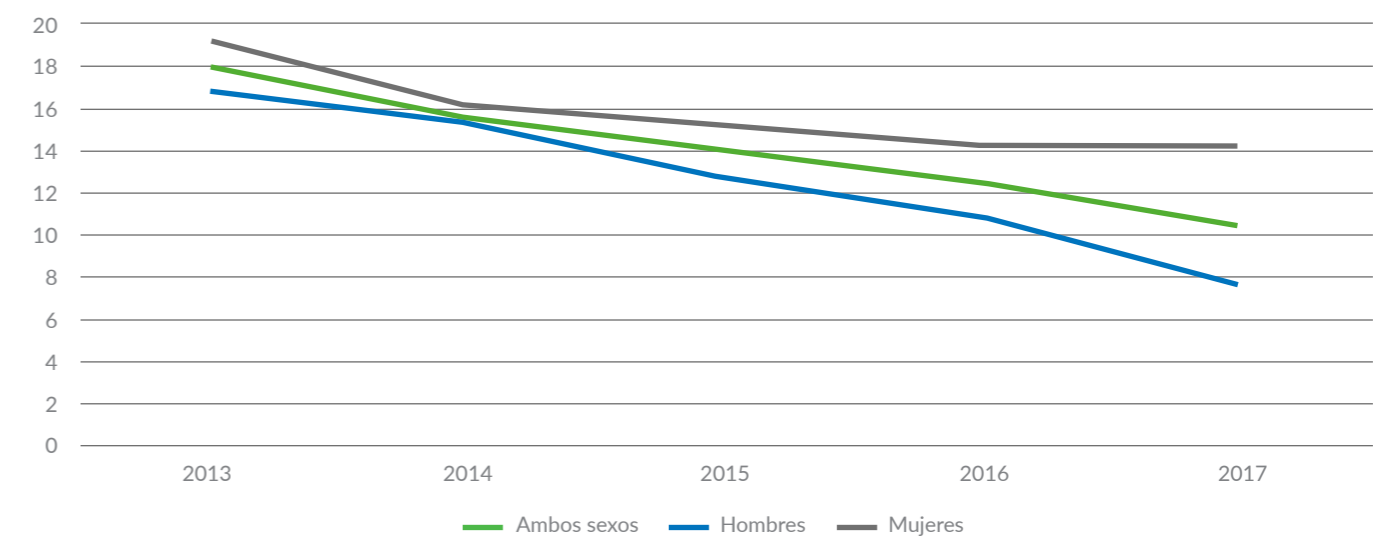
4.1 POBLACIÓN

Navarra es una comunidad autónoma que cuenta con una población de 624.797 habitantes según los datos provisionales del padrón a fecha 1 de enero de 2017. Ha venido sufriendo una disminución poblacional desde 2013 tendencia que parece haber empezado a cambiar en el último año. La edad media de la población navarra es de 43 años y en cuanto al sexo, las mujeres suponen el 50,46% de la misma frente al 49,54% de hombres, superándolos en casi 6.000 personas. Pero la realidad más destacable es la referida al fenómeno de la inmigración. Señalar como dato significativo que la población extranjera ha venido disminuyendo desde 2010, momento en el que representaba el 11,2% de la población total residente en Navarra, mientras que a principios de 2017 apenas alcanzaba el 8% de la misma.

4.2 MERCADO LABORAL

GRÁFICO 01: TASA DE PARO EN NAVARRA POR SEXO (%) 2013-2017

Fuente: elaboración propia a partir de datos EPA (INE)



04.

REALIDAD SOCIO-ECONÓMICA DE NAVARRA

Según datos de la encuesta de población activa, en Navarra existe en la actualidad una tasa de paro del 10,52%. Vemos en el gráfico 1 como dicho valor ha sufrido un descenso progresivo desde el año 2013, aunque se aprecia también claramente como esta caída ha sido más significativa en el caso de los hombres.

Las mujeres cuentan todavía con una tasa de desempleo del 14,05% en 2017, cifra que como se puede observar

claramente, se ha mantenido prácticamente estable desde el pasado año, y que apenas ha bajado dos décimas en los últimos cuatro años.

Si recogemos el dato por zonas, encontramos como la tasa de paro es superior a la media navarra en las zonas de la Ribera de Tudela y la Ribera alta, con cifras del 11,69% y 11,64% respectivamente, siendo la más preocupante la situación de las mujeres del sur de Navarra, donde se alcanzan tasas de paro femenino de casi el 18%.

La tasa de actividad se sitúa en este tercer trimestre de 2017 en el 59,34% un 0,28 menos que el trimestre anterior. Por otra parte, desde la perspectiva de género conviene reiterar la desigual participación en el mercado de trabajo en función del sexo. De esta forma, las mujeres, no sólo soportan, como ya hemos señalado una mayor incidencia del desempleo, sino que además cuentan una tasa de actividad bastante inferior, un 53,15% frente al 65,3% de los hombres. En definitiva, menor volumen de actividad, pero mayor impacto del desempleo para las mujeres.

Por otro lado, si tenemos en cuenta el volumen de personas pertenecientes a colectivos desfavorecidos dentro del total de personas desempleadas, contemplamos a partir de datos del Servicio Público de Empleo Estatal (SISPE) como la distribución queda así (tabla 1):

TABLA 1: DISTRIBUCIÓN DE PERSONAS DESEMPLEADAS PERTENECIENTES A COLECTIVOS DESFAVORECIDOS EN RELACIÓN AL TOTAL DEL DESEMPLEO (%)

Fuente: SISPE

| COLECTIVOS | 2016 | VARIACIÓN 2008-2016 |
|---|-------|---------------------|
| Jóvenes (menores de 30 años) | 18,69 | 52,18 |
| Mayores de 45 años | 44,66 | 121,33 |
| Personas extranjeras | 18,14 | 115,92 |
| Personas con discapacidad | 2,79 | 178,10 |
| Personas desempleadas de larga duración | 40,07 | 181,48 |

Son las personas mayores de 45 años las que sufren el mayor impacto del desempleo, perteneciendo a este colectivo el 44,66% de las personas en paro, seguido por los desempleados/as de larga duración que suponen el 40,07% del desempleo total. El mayor aumento lo han

venido sufriendo junto con estas últimas, las personas con discapacidad, cuya variación ha supuesto un aumento del 178,10%. Una vez más queda patente como son aquellos colectivos que se encuentran en situación de mayor vulnerabilidad, los que sufren en mayor medida las consecuencias negativas del mercado de trabajo, con las consecuencias asociadas que ello genera, al ser el empleo una herramienta fundamental para la inclusión.

4.3 EMPRESAS Y EMPRENDIMIENTO EN NAVARRA

El tejido empresarial navarro, como sucede en el resto de comunidades autónomas, está basado principalmente en la pequeña y mediana empresa, especialmente en la microempresa, dominando el sector industrial. Según datos del instituto nacional de estadística en 2017 existen en la comunidad foral un total de 44.120 empresas de las cuales el 56,10% no tienen personas asalariadas y un 26% cuenta únicamente con uno o dos trabajadores/as. Por otra parte, encontramos que se encuentran afiliadas a Régimen de trabajadores autónomos/as (RETA) un total de 46.985 personas, lo que supone un descenso del 0,3% respecto a finales de 2016 y de casi el 7,5% desde el año 2008.

Cabe destacar en cambio como va en ascenso el número de autónomos extranjeros/as en nuestra comunidad, que contaba en junio de 2017 con una cifra de 3.920 personas extranjeras dados de alta en este régimen. Esto sitúa a Navarra entre las comunidades donde mayor cre-

cimiento ha experimentado este colectivo, con un aumento del 7% en el primer semestre del año según datos de la Asociación de Trabajadores Autónomos (ATA).

Para analizar brevemente la caracterización del emprendimiento en Navarra tomamos como referencia los datos del estudio Global Entrepreneurship Monitor (GEM) un observatorio internacional que con carácter anual analiza el fenómeno emprendedor en países de todo el mundo. Uno de los ítems que analiza es el volumen de la actividad emprendedora, a través de lo que viene a llamar la tasa de actividad emprendedora total (TEA) que recoge aquellas iniciativas entre 0 y 42 meses de vida, diferenciando entre nacientes (de 0 a 3 meses) y nuevas o en fase de consolidación (entre 3 y 42 meses), hablando de actividad emprendedora consolidada cuando superan este ratio de existencia. Nos parece interesante recoger este valor ya que son las empresas de nueva creación las potenciales usuarias de una incubadora o vivero de empresas, en este caso de carácter social.

GRÁFICO 2: EVOLUCIÓN TEA EN NAVARRA (2011-2015) %

Fuente: Elaboración propia a partir de GEM, 2011-2015

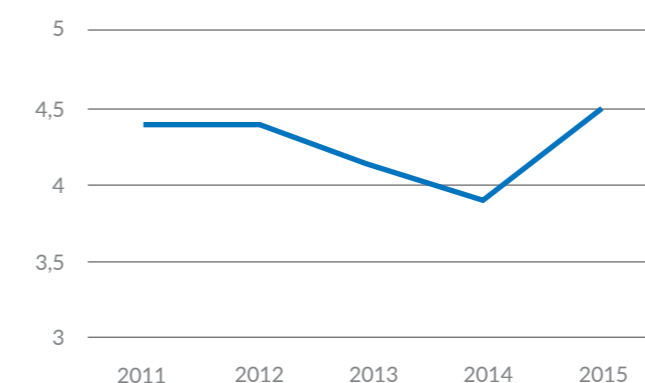


TABLA 2: DISTRIBUCIÓN DE LAS EMPRESAS DE NUEVA CREACIÓN EN NAVARRA EN CUATRO GRANDES SECTORES (%)

Fuente: elaboración propia a partir de datos EPA (INE)

| SECTOR | 2011 | 2012 | 2013 | 2014 | 2015 |
|-----------------------|------|------|------|------|------|
| Extractivo o primario | 5,7 | 5,0 | 4,9 | 5,0 | 6,7 |
| Transformador | 20,6 | 17,6 | 14,8 | 23,2 | 17,8 |
| Servicios a empresas | 24,7 | 24,2 | 22 | 13,2 | 24,5 |
| Orientado al consumo | 49 | 53,2 | 58,4 | 58,6 | 51,1 |

A partir de los resultados del estudio GEM Navarra del 2015, el último con el que contamos a nivel regional, vemos como la actividad emprendedora en esta comunidad (gráfico 2) alcanzó la cifra del 4,5%, representando un 1,2% las empresas nacientes y el 3,3 % las nuevas. Esto supone un pequeño ascenso frente a 2014 donde la TAE se situaba en el 3,9%, momento en el que parece haber cambiado la tendencia decreciente de este valor. En cualquier caso, a pesar de este crecimiento y aunque se van reduciendo las distancias, la tasa de actividad emprendedora en Navarra, sigue estando por debajo de la observada en el conjunto del estado, que radica en el 5,7%.

Señalar también, que la mayoría de las nuevas iniciativas emprendedoras corresponden a microempresas sin empleados, con casi el 50% y el 37,1% se trata de empresas que poseen entre uno y cinco empleados/as. El declive del índice TEA en el periodo 2012-2014 y el estancamiento previo del valor, se debe fundamentalmente al fuerte descenso que se produjo en las iniciativas empresariales nuevas (las que tienen entre 3 y 42 meses de vida) debido especialmente a la incidencia de la crisis económica en la comunidad foral.

En cuanto a los sectores en los que se ha venido produciendo la emergencia de nuevas empresas, destaca el orientado al consumo que aunque ha sufrido un ligero descenso (tabla 2) sigue siendo con diferencia el de mayor incidencia con más del 50% de las empresas.

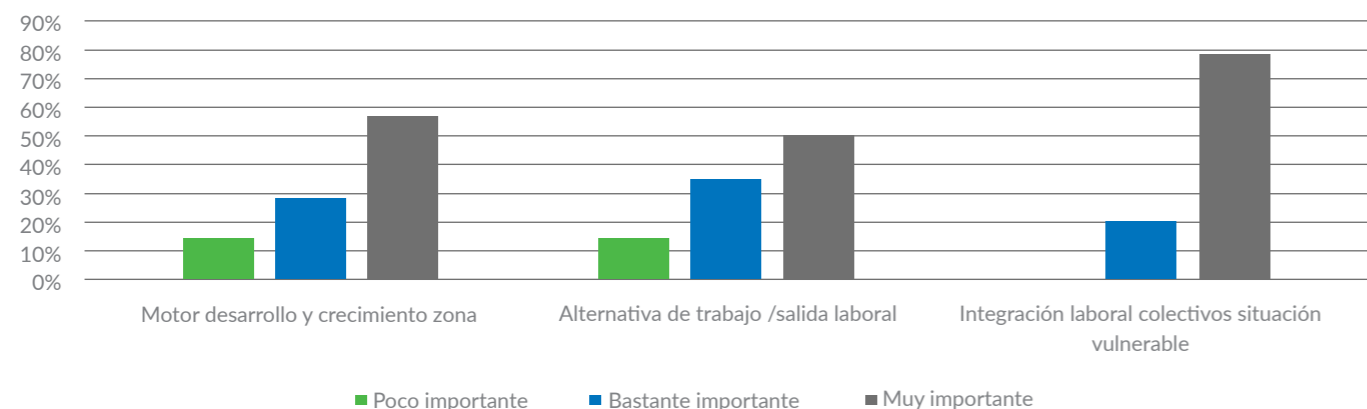
En cualquier caso según los datos del informe GEM, cuando hablamos de actividad emprendedora consolidada (más allá de los 42 meses de existencia), baja la cifra de empresas dedicadas a dicho sector hasta el 34,9%, subiendo el resto de sectores, a excepción de "servicios a empresas" que se mantiene similar.

EMPRENDIMIENTO SOCIAL EN NAVARRA

Tal y como ocurre en el resto del estado, en la comunidad foral de Navarra no tenemos un marco legal específico que regule el emprendimiento social, aunque sí contamos con significativos marcos normativos como el II Plan de emprendimiento de Navarra y el Plan Integral de Economía Social, que de alguna manera asumen las necesidades que pueden existir en este sentido. A este respecto, las entidades con las que hemos consultado para desarrollar este diagnóstico han puntuado con un 2,93 sobre 5 puntos, la inexistencia de un marco jurídico específico como barrera que puede dificultar la puesta en marcha de iniciativas de emprendimiento social, con lo que quizá podría representar una llamada de atención para su valoración por parte de los sujetos sociales y políticos.

Existen por otro lado en nuestra comunidad diversas entidades que promueven estratégicamente el emprendimiento como el Centro Europeo de Empresas de Innovación (CEIN), la Asociación de Empresas de Economía Social de Navarra (ANEL), las Cámaras de Comercio, el Servicio Navarro de Empleo y los Grupos de Acción Local entre otros. Todas realizan en mayor o menor intensidad labores de formación, apoyo, impulso y/o asesoramiento, buscando ayudar a aquellas personas e iniciativas individuales o cooperativas que persiguen embarcarse con éxito en un proceso emprendedor o consolidar su andadura.

GRÁFICO 3: IMPORTANCIA DEL EMPRENDIMIENTO SOCIAL



Si nos centramos en el ámbito social encontramos además otras entidades como Gaztelan, Acción contra el Hambre o Fundación Secretariado Gitano que también desarrollan iniciativas de apoyo al emprendimiento aunque centrados en el emprendimiento social, economía solidaria, y/o en emprendimiento inclusivo en la atención a colectivos en situación más vulnerable. Además de las anteriores que son las nombradas en mayor medida por nuestros expertos/as, también nos han referido otras como la Red de Economía Alternativa y Solidaria (REAS), Traperos de Emaus, Suma con causa, Setem, las empresas de inserción y el proyecto transfronterizo de economía social y solidaria (ETESS) del que forma parte ANEL junto con otras entidades.

5.1 VALORACIÓN DEL FENÓMENO DEL EMPRENDIMIENTO SOCIAL

A partir de las encuestas realizadas a personas expertas de las entidades relacionadas con el emprendimiento, emprendimiento social e inclusión sociolaboral, se han valorado diversas percepciones sobre la influencia y repercusiones del emprendimiento social, obteniendo una valoración bastante positiva en este sentido (gráfico 3). Casi el 60% de las mismas reconocen como muy importante el valor del emprendimiento social como motor de desarrollo y crecimiento económico de la zona donde se desarrolla. Por otro lado la mitad de las entidades consultadas valoran el emprendimiento social como una alternativa de trabajo o salida laboral para las personas que se encuentran en desempleo. La actividad del emprendedor social representa actualmente una opción para enfrentarse al problema del desempleo y evita las tensiones sociales que pueden provocar otro tipo de medidas como la flexibilidad del mercado de trabajo (Galindo, 2009).

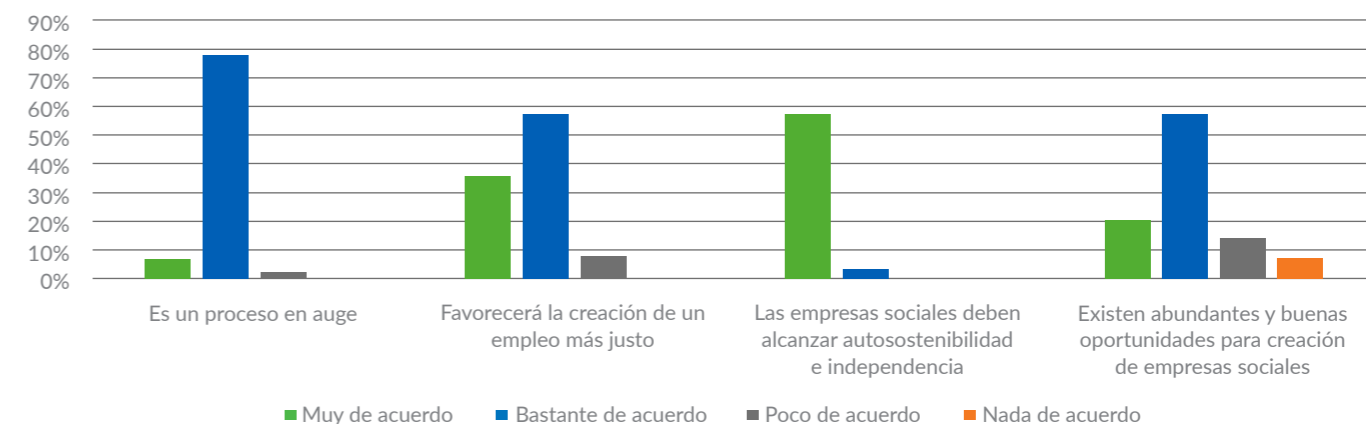
Pero como se puede observar, claramente domina la opinión favorable a que se trata de un instrumento de inclusión para aquellos colectivos en situación más desfavorable, pudiendo esto acontecer en origen y/o en destino. Las personas expertas a las que hemos encuestado coinciden en su totalidad en valorar el emprendimiento social como una herramienta muy o bastante importante de inserción e integración para colectivos en situación de vulnerabilidad, una forma de trabajo para unas personas que de otra forma tienen muy complicado acceder al mercado laboral.

Según MacMillan y Boisot (2004), el trabajo del emprendedor social genera el incremento de la riqueza social, de forma que tanto la empresa como la sociedad se benefician de su actividad. Entre estas consecuencias positivas, se encuentran la creación de empleo, el aumento de la

El emprendimiento social, además de considerarse una posible herramienta de creación de empleo y fomento del desarrollo económico y social, también se observa como una forma de generar un empleo más justo, debido a las características intrínsecas de este tipo de emprendimiento (término actualmente utilizado como la unión de emprendimiento y aprendizaje) y desde las entidades se percibe que esto ocurrirá de igual forma en Navarra. Así opina al menos algo más del 85% de nuestros expertos/as, especialmente aquellas personas que pertenecen a entidades del tercer sector.

Por otro lado, las entidades expresan de forma unánime que las empresas sociales deben alcanzar cierto grado de autosostenibilidad e independencia, que las haga de esta forma más fuertes y menos vulnerables a los agentes externos. Cabe señalar que las entidades del tercer sector,

GRÁFICO 4: EL EMPRENDIMIENTO SOCIAL EN NAVARRA



productividad, la mejora de la competencia y el aumento de la calidad de vida. Pero sus efectos son aún más amplios, ya que además de contribuir a paliar los efectos del desempleo o de la pobreza, también juegan el papel de agentes de cambio en la sociedad.

La realidad del emprendimiento social es que se trata de un proceso emergente que se va extendiendo paulatinamente y una mayoría de expertos/as (78%) está bastante de acuerdo con que es también un fenómeno en progresivo ascenso en nuestra comunidad (gráfico 4). Asimismo un 78% de las entidades se muestra muy o bastante de acuerdo con el hecho de que en Navarra existen numerosas y buenas oportunidades de creación de empresas sociales, por lo que se infiere que confían en la continuidad de ese crecimiento. También encontramos un 21% de entidades que no comparte con dicha afirmación.

aunque también de acuerdo, son menos tajantes en esta afirmación.

En cuanto a las vías de financiación que consideran más adecuadas para iniciativas de emprendimiento social, mencionar como la mayoría opta por la utilización de recursos propios (85,7%), precisamente por esa dificultad que se percibe de forma generalizada para acceder a otro tipo de fondos, aunque también un 87% de los expertos/as considera que deberían existir ayudas públicas que ayuden a los emprendedores/as en esos primeros momentos. En definitiva, lo que hemos detectado es que se apuesta por la combinación de recursos de diferente procedencia, sin olvidar el objetivo de autosostenibilidad antes mencionado.

5.2 FACTORES DE ÉXITO Y OBSTÁCULOS PARA SU DESARROLLO

Durante el tiempo que ha transcurrido tras la popularización del término emprendimiento social, son muchos los proyectos que con mayor o menor éxito se han generado dentro de este ámbito (Curto, 2012). A este respecto, diversos autores han realizado estudios para analizar aquellos elementos comunes que se pueden identificar como factores de éxito para la buena consecución de los mismos. Por su profundidad y adecuación al caso que nos ocupa, hemos seleccionado algunos de los referidos por los teóricos Sharir & Lerner (2006) y preguntado a los expertos/as de las distintas entidades por su valoración al respecto.

A continuación exponemos, en orden de importancia descendente, los diversos factores según su valoración como influyentes en el éxito de la creación de una empresa social:

1. Formación previa en emprendimiento
2. Plena dedicación al proyecto
3. Red social del emprendedor/a
4. Cooperación con otras empresas sociales
5. Experiencia previa por cuenta ajena en el sector en que se emprende
6. Innovación
7. Cooperación con entidades del tercer sector
8. Ubicación en una incubadora social
9. Experiencia en el campo de la dirección
10. Apoyo del sector público

La formación en emprendimiento se percibe como el factor de mayor importancia a la hora de poner en marcha una iniciativa de emprendimiento social, con gran diferencia sobre el resto: un 50% de las entidades encuestadas considera este, el factor más importante a la hora de poner en marcha una empresa social con perspectivas de éxito. El desarrollo de unas capacidades habilidades y competencias así como una serie de conocimientos teórico-prácticos sobre emprendimiento se considera una base previa esencial que facilita la puesta en marcha y el posterior buen desarrollo de una empresa en este caso social. Este aspecto es también valorado de forma muy positiva por los emprendedores/as sociales.

La dedicación intensiva a la empresa es también considerada fundamental especialmente en los primeros años, y así lo ha expresado algo más del 30% de las entida-

des. Los emprendedores/as por su parte han expresado la dureza de estos primeros momentos, donde la falta de correspondencia entre trabajo realizado y recompensa obtenida, generalmente es limitada, y por ello creen absolutamente necesario dedicarse plenamente a la actividad para que esta marche adecuadamente, con todo el esfuerzo eso sí, que ello conlleva.

En cualquier caso se reconoce que estos elementos por sí solos, no son suficientes para lograr la creación de una empresa social estable, por lo que debería estar complementada por el resto de factores que vemos en la tabla, cuya combinación ajustada a las características específicas de cada proyecto, dotaría de mayor probabilidades de éxito a la iniciativa empresarial.

Por otro lado son muchas y diversas las dificultades que pueden poner en peligro la consecución de una iniciativa de emprendimiento social (tabla 3). Entre ellas, el acceso a la financiación parece ser el mayor obstáculo que observan las entidades navarras para su puesta en marcha y posterior desarrollo, siendo valorada por los diferentes expertos/as con una mayor puntuación, concretamente una media de 4 sobre 5. La misma opinión ha sido expresada por casi la totalidad de los emprendedores/as sociales a los que hemos entrevistado, para los/as que el acceso a recursos económicos para poner en marcha su empresa ha sido la principal preocupación y lo que ha ralentizado en mayor medida el comienzo de su actividad. Esto sucede por las condiciones que se requieren para conceder el crédito inicial, unido a falta de agilidad y flexibilidad burocrática (GEM, 2014), lo que a su vez se acentúa por la casi inexistencia de ayudas específicas a la empresa social tal y como la entendemos.

TABLA 3: PROBLEMAS PARA LA CREACIÓN DE EMPRESAS SOCIALES

| OBSTÁCULOS | VALORACIÓN MEDIA |
|--|------------------|
| Acceso financiación adecuada | 4,00 |
| Gestión recursos humanos | 3,79 |
| Falta de visibilidad | 3,71 |
| Inexistencia marco jurídico específico | 2,93 |
| Inexistencia incubadora social | 2,79 |

De igual forma este tipo de empresas tiene más dificultad de acceso al mercado de fondos financieros privados, dado su objetivo social prioritario y que las entidades financieras suelen imponer condiciones menos favorables en lo relativo a tipos de interés y garantías exigidas (González, 2016) al desconfiar de alguna manera de este tipo de proyectos.

La gestión de recursos humanos es considerada también una importante traba, tanto por emprendedores/as como por expertos/as. La falta de experiencia y/o conocimientos previos en gestión dificulta una tarea que aunque en la mayoría de las ocasiones no es necesaria al no contar con personas contratadas, si se convierte en un factor que puede entorpecer la expansión de la empresa en este sentido.

Otro de los grandes problemas con el que se encuentra el emprendimiento social es la falta de visibilidad y gran desconocimiento que existe en torno a esta realidad, tanto en Navarra como en el conjunto del estado. Esto genera, falta de credibilidad y reconocimiento del sector en el mercado (Villajos et al, 2012) lo que a su vez redundará en los problemas ya comentados de acceso a financiación. Directa relación con este hecho tiene la ya referida también carencia de marco jurídico específico para el emprendimiento social, que podría ser una vía para un desarrollo más profundo del mismo. Influye en cuestiones vitales como el acceso a la financiación y una modificación en este sentido posibilitaría la implementación de medidas para potenciar su desarrollo, a la vez que la propia existencia del mismo daría más credibilidad y visibilidad a las empresas sociales. Por último la no existencia de una incubadora social en Navarra, también se observa como un factor que influye negativamente en el desarrollo de este tipo de iniciativas. Aunque se consideró quizá el menor de los obstáculos, se valoró en cualquier caso por encima del punto medio, alcanzado 2,79 puntos sobre 5.

5.3 LOS EMPRENDEDORES/AS SOCIALES

Cuando una persona pone en marcha una empresa, además de generar beneficios económicos, desarrolla indirectamente una labor social a través, por ejemplo del empleo y la riqueza generada. Pero como hemos comentado anteriormente, existe un tipo específico de personas que, deciden crear empresas cuya misión principal es la de solucionar problemas que están generando dificultades a una parte de la sociedad o bien suponen mejoras en la

calidad de vida de colectivos en situación desfavorecida (GEM, 2014).

El emprendedor social persigue así un doble objetivo: por una parte, tiene un propósito social, busca solucionar problemas de la sociedad y por otra parte debe mantener la sostenibilidad de la empresa (Dees, 1998; Curto, 2012).

Las características principales del emprendedor/a social que le diferencian con el emprendedor/a clásico son: su misión social, su objetivo de crear valor social más que riqueza monetaria, así como su capacidad para detectar necesidades sociales. Su recelo al riesgo está por debajo de la media y en general dispone de escasos recursos para llevar a cabo su labor (Curto, 2012) y por supuesto goza de la necesidad de contar con competencias sociales (Iturbe, 2009). Otra de sus características clave es su compromiso hacia las personas y la sociedad en general.

Al igual que el resto de emprendedores/as debe contar con capacidad de gestión, ambición y valentía para desarrollar su negocio, aunque por sus características específicas debe dominar la innovación y la creatividad. Esta innovación puede proceder entre otros, de la propia actividad de la empresa, la introducción en una zona de determinadas ideas desarrolladas en otros contextos, introducción de elementos novedosos en actividades tradicionales o una predisposición a la incorporación continuada de elementos novedosos que puedan facilitar la consecución de la actividad.

Como ya hemos comentado la literatura existente relativa al tema del emprendimiento social no es muy amplia y en cualquier caso se limita sobre todo a concepciones teóricas. Para ofrecer una caracterización de los emprendedores/as sociales en Navarra recurrimos al estudio GEM 2014 donde se presenta un monográfico sobre emprendimiento social. Presentamos aquí una breve descripción por género, edad, nivel de estudios y régimen laboral, de las personas que han abordado iniciativas de este índole en la comunidad foral.

En cuanto al sexo señalar que aunque en resto de comunidades se aprecia una ligera diferencia a favor de los hombres como emprendedores sociales, en Navarra la cifra entre ambos sexos es muy similar, representando en ambos casos un 0,4% de la población activa. Si nos centramos en la edad el mayor porcentaje de población que inicia una actividad de emprendimiento social se sitúa por encima de los 35 años, con bastante diferencia respecto

a edades inferiores. Los emprendedores/as sociales entre 35 y 54 años suponen un 0,6% de la población activa, mientras que los menores de 35 apenas llegan al 0,3%. Esta tendencia, además, se muestra en concordancia con lo que ocurre en el resto del estado. El análisis de los datos por nivel de formación muestra el predominio de los emprendedores/as con estudios medios o de formación profesional, que representan un 0,5% de la población activa. Por último, en cuanto a estatus laboral, el informe señala que la tendencia apunta a que los emprendedores/as sociales sean trabajadores autónomos/as.

Por lo tanto podríamos afirmar que el perfil tipo de un emprendedor/a social en Navarra es de un hombre o una mujer entre 35 y 54 años con estudios medios o formación profesional dado de alta en el RETA.

06.

CREACIÓN DE UNA INCUBADORA DE EMPRENDIMIENTO SOCIAL EN NAVARRA

Cómo ya se ha comentado con anterioridad al comienzo del documento, la experiencia previa de Acción contra el Hambre en el desarrollo de programas de impulso y apoyo al emprendimiento social, ha revelado que las personas que emprenden este tipo de proyectos requieren de un apoyo específico, que no suelen cubrirse por otro tipo de incubadoras desarrolladas para atender iniciativas de emprendimiento general o por programas más puntuales de apoyo a la creación de empresas que, aunque son de una valiosa ayuda, parecen no resultar suficientes para responder a las necesidades concretas del emprendedor/a social.

Durante los últimos años, Navarra se ha visto afectada también por la grave crisis económica que ha sobreveni-

do a nivel mundial y que ha tenido como principal consecuencia el aumento de las tasas de desempleo, especialmente en edades más jóvenes, mujeres y en general aquellos colectivos más desfavorecidos, que precisamente por su condición de vulnerabilidad suelen ser siempre los más afectados por este tipo de fenómenos. De este modo, el desempleo, principal efecto de la crisis económica, ha forzado la creación un marco abierto de búsqueda de soluciones para su moderación. En este contexto se ha activado un despliegue de iniciativas públicas y privadas a favor de la actividad emprendedora por sus consecuencias positivas e importante labor en la creación de empleo (FUNCAS, 2017), planteándose asimismo distintas acciones alternativas para la inserción sociolaboral de los diversos colectivos. Los viveros de empresas ejercen una labor muy importante en esta dirección (Wennekers y Thurik, 1999) ya que como veremos a continuación favorecen entre otras cosas el desarrollo económico y social de la zona donde se ubican, a la vez que pueden ser una opción frente a las subvenciones directas a empresas para fomentar la contratación. Es dentro de este entorno en el que cobra sentido la creación de incubadoras específicas de emprendimiento social.

6.1 EFECTOS POSITIVOS DE UNA INCUBADORA O VIVERO DE EMPRESAS

A través del análisis de fuentes documentales existentes hemos querido estudiar los principales efectos positivos que genera un vivero o incubadora de empresas, recogiendo y destacando aquellos que pueden ser extrapolables a la realidad de una incubadora social.

AUMENTAN LA SUPERVIVENCIA DE LAS EMPRESAS

Las empresas que se crean y desarrollan en viveros o incubadoras empresariales tienen un 50% de posibilidades más de éxito que los proyectos empresariales que no se han forjado en ellos, según el informe desarrollado por la Fundación de Cajas de Ahorros (FUNCAS) en 2016. Según este estudio el 47% de las empresas que se crean se ve forzada a cerrar a los dos o tres años de inicio de su actividad (más del 20% de las empresas creadas desaparecen en su primer año de vida, el 15% en el segundo y aproximadamente un 10% lo hacen en el tercero). Sin embargo entre aquellas que nacen en el marco de un vivero o incubadora de empresas, ese porcentaje disminuye hasta el 20% o incluso al 10%.

Diversas investigaciones de The National Business Incubation (NBIA), así como en el ámbito de la Unión Europea (Comisión Europea, 2002) apuntan en la misma dirección, señalando que las empresas alojadas en incubadoras empresariales tienen una tasa de supervivencia entorno al 80-90% tal y como refería el informe FUNCAS.

En esa misma línea, la Memoria anual de la Asociación Nacional de Centros Europeos de Empresas e Innovación Españoles (ANCES), destaca la elevada tasa de longevidad de las empresas que se alojan en viveros de empresa, bastante superior al resto.

Si nos basamos entonces en el nivel de supervivencia vemos como las incubadoras de empresas tienen un efecto positivo en la creación de nuevas empresas ya que contribuyen a reducir en gran medida las tasas de mortalidad en sus primeros de vida y elevan su tasa de supervivencia como hemos referido hasta niveles del 90% lo que hace que en definitiva haya más empresas estables y duraderas. Parece claro por ello que un apoyo a la mejora de la gestión de este tipo de iniciativas repercutirá directamente en la reducción del índice de mortalidad prematura de las empresas que se constituyan en este marco.

SON UNA HERRAMIENTA DE CREACIÓN DE EMPLEO

Los viveros de empresas, también actúan como herramientas para la creación de empleo. Esta vinculación directa de las incubadoras como instrumentos para el empleo se debe al hecho de que el desarrollo y crecimiento de la nueva empresa estimula la creación de nuevos puestos de trabajo directos a través de dos vías: el autoempleo de las personas que emprenden y los trabajadores/as que a su vez éstos puedan contratar (Al-Mubarak et al. 2011).

Aunque en un contexto diferente al español, la fundación Kauffman (Kansas city, Missouri) que cuenta con un importante programa de emprendimiento, publicaba un estudio en el que se constataba la contribución de las empresas con menos de un año de vida en la creación de empleo en los Estados Unidos. En el periodo 1977-2009 estas empresas habían creado un promedio de tres millones de puestos de trabajo, mientras que las empresas más antiguas destruían cada año una media de un millón de empleos. Otros estudios de la misma entidad corroboraban resultados similares.

OFRECEN UN ENTORNO DE SEGURIDAD Y DE ACCESO A SERVICIOS Y RECURSOS

Las incubadoras o viveros de empresas proporcionan a los emprendedores que allí se alojan un entorno protegido y de estabilidad, debido al hecho de encontrarse bajo una red mayor, y que también les ofrece la posibilidad de una interlocución colectiva frente a distintas entidades. De la misma forma se ha manifestado en el contexto del emprendimiento social la necesidad de impulsar un emprendizaje colectivo, más que individual. Esto es avalado por diferentes estudios, y respecto a la creación de una incubadora social en Navarra también opinan en el mismo sentido el 85,7% de las entidades que hemos consultado, así como gran parte de los emprendedores/as sociales.

En una incubadora, se incluyen además una serie de recursos específicos, tangibles e intangibles que colaboran en el buen desarrollo de los proyectos, siendo quizá el factor más importante la visión de las personas expertas que acompañan y asesoran a las empresas para que accedan al mercado lo más y mejor preparadas posible (FUNCAS, 2017).

Asimismo destaca la importancia de un espacio físico que aunque no en su totalidad suele ser un elemento clave sin el que una gran mayoría de emprendedores/as no hubiese puesto en marcha su empresa. Las empresas aprovechan de esta forma su situación de incubadas para fomentar las relaciones con el entorno, aumentar sus contactos, aunar esfuerzos y objetivos comunes y mejorar el aprovechamiento de los recursos con los que cuentan. En general, las empresas conseguirán favorecerse de las oportunidades que les brindan esa conjunción empresarial en un espacio definido.

MEJORAN LOS RESULTADOS DE LAS EMPRESAS Y EL ACCESO A FINANCIACIÓN

Según la NBIA las empresas alojadas en los viveros de empresas experimentan un fuerte crecimiento, y obtienen mejores resultados que empresas con las mismas características que se establecieron fuera del vivero.

Vemos también a partir de un estudio desarrollado entre empresas sociales en Andalucía que la media de crecimiento en tres años de las empresas ubicadas en una incubadora social (3,82%) es muy superior a la media de las empresas que no lo están (0,31%). No es un resultado

que sea extrapolable directamente al caso navarro, pero sí marca una tendencia digna de ser tomada en cuenta.

Contar con el respaldo de este tipo de iniciativas, produce que las empresas sean percibidas como más sólidas, seguras y con más opciones de implantarse con éxito en el mercado. La consecuencia es que aquellas empresas que se han gestado y/o desarrollado en un vivero empresarial tendrán más posibilidades de acceder a la financiación que requieren, al contar con un mayor índice de reconocimiento y credibilidad frente a las que no se encuentran en este tipo de programas, que como ya hemos señalado es uno de los principales obstáculos para el desarrollo del emprendimiento social. Asimismo muchos de los emprendedores/as ubicados en una incubadora percibe que este hecho les ha ayudado de forma directa a la hora de obtener incentivos o subvenciones (de Pablo, Uribe, 2009).

Por consiguiente, los viveros se conforman como un instrumento básico en el proceso de incubación y fortalecimiento de las empresas de nueva creación. A través de los viveros, las empresas en sus etapas iniciales se benefician de distintos recursos como formación, asesoramiento, ayuda financiera, etc., a la par que estos espacios pueden contribuir a un mayor desarrollo de empresas innovadoras con una elevada capacidad tanto de crecimiento como de creación de empleo.

No obstante, aunque las empresas de nueva creación suponen un impacto positivo en las economías, son frágiles y su tasa de mortalidad es elevada (Peña, 2004), por ello se percibe como necesario generar un espacio que les proporcione seguridad y estabilidad, especialmente en esos primeros momentos de gestación y puesta en marcha y que les dirija igualmente hacia la consolidación a través de sus diferentes recursos.

Las empresas sociales por su objetivo de crear valor social antepuesto al de generación de plusvalía como tal, tienen más complicado si cabe su desarrollo y afianzamiento por lo que se ven necesitadas de este tipo de iniciativas de incubación. Por ello entendemos que, aunque hemos referido las consecuencias positivas que tiene una incubadora o vivero empresarial a nivel principalmente general, consideramos que muchas de ellas son extrapolables a una incubadora social.

Por ello podemos concluir que una incubadora emprendimiento social:

- Mejorará la supervivencia de las empresas sociales, creando así empresas y empleo más duraderos.

- Supondrá un gran instrumento de apoyo al facilitar un espacio y unos recursos; y lo más importante, un acompañamiento, especialmente humano y motivacional, algo esencial en este tipo de emprendimientos.

- Mejorará el acceso a la financiación de las nuevas empresas sociales al hacerlas más visibles y reconocidas por el mercado.

- Contribuirá a la generación de empleo tanto en forma de autoempleo como por cuenta ajena, ya que se facilitará la detección de necesidades en la zona con el propósito de emprender proyectos potencialmente exitosos.

- Supondrá un beneficio para el tejido empresarial de la zona ya que, después del periodo de incubación, generalmente se produce una reubicación de las empresas cerca del vivero.

6.2 VALOR AÑADIDO DE UNA INCUBADORA SOCIAL PARA NAVARRA

Como hemos comentado al comienzo de este informe, Navarra, aunque sí cuenta con viveros de empresas y programas de ayuda e impulso a este tipo de iniciativas, no dispone de una incubadora dirigida específicamente al desarrollo de emprendimientos sociales.

Preguntadas en relación a la necesidad de creación de una incubadora social en la comunidad foral, para favorecer el impulso del emprendimiento social, la mayoría de las personas consultadas ofreció una valoración de 8 sobre una escala de 10. Así mismo valoraron con una media de 7,57 sobre 10 la utilidad de una incubadora de emprendimiento social para mejorar el funcionamiento y consolidación de las empresas sociales de nueva creación, concediendo de esta forma una gran trascendencia a este proyecto. Esta opinión ha sido compartida por entidades y emprendedores/as, mostrándose estos últimos/as más partidarios si cabe a la iniciativa. Los emprendedores/as sociales se muestran de esta forma mayoritariamente partidarios a participar en una posible incubadora social que surgiera en Navarra, incluso aunque ello les pudiera conllevar algún coste, ya que la consideran una herramienta de gran valía para la buena marcha de proyectos como los suyos.

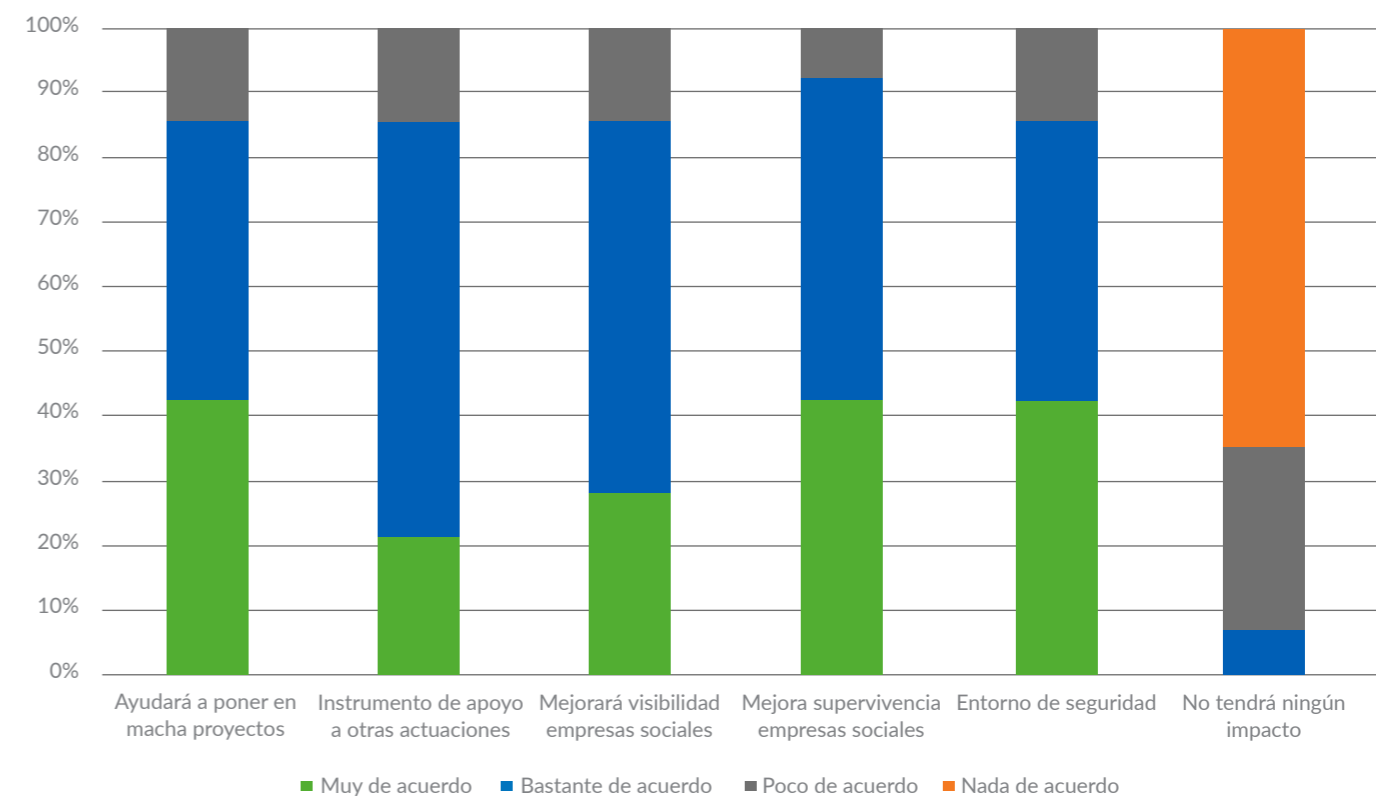
Se considera por otro lado, que una incubadora de emprendimiento social podría atender necesidades específicas del emprendimiento social como son, la inserción de colectivos desfavorecidos en el proceso de creación de valor de los emprendimientos, el hipotético acompañamiento a los mismos en sus intentos de emprendizaje, el apoyo motivacional tan importante en este tipo de iniciativas, la inclusión de factores ambientales más allá de la Responsabilidad Social Corporativa (RSC), la tan necesaria puesta en red con otras iniciativas de emprendimiento social, o el acercamiento a la demanda potencial específica, entre otras, cuestiones que por lo general no se ofrecen en las incubadoras de empresas al uso. En definitiva, requerirá la creación de una atmósfera adecuada y adaptada al ámbito social, que de forma transversal fomente las relaciones económicas sostenibles, social y ambientalmente e impulse un trabajo conjunto de colaboración continua, potenciando lo social como marca.

secución a causa de las dificultades nombrados anteriormente, aumentaría la supervivencia de las empresas sociales y les proporcionaría un entorno seguro y protegido mientras se consolidan como empresas, ya que por sus características concretas, resultan más vulnerables al devenir de los mercados. También se muestran de acuerdo en su mayoría en que resultaría un gran instrumento de apoyo a las actuaciones de ayuda al emprendimiento social existentes en el ámbito público y privado

6.3 FACTORES DE ÉXITO Y OBSTÁCULOS PARA SU CREACIÓN

Una vez determinada la adecuación y necesidad de crear una incubadora de emprendimiento social en Navarra, nos parece de gran importancia para continuar con el

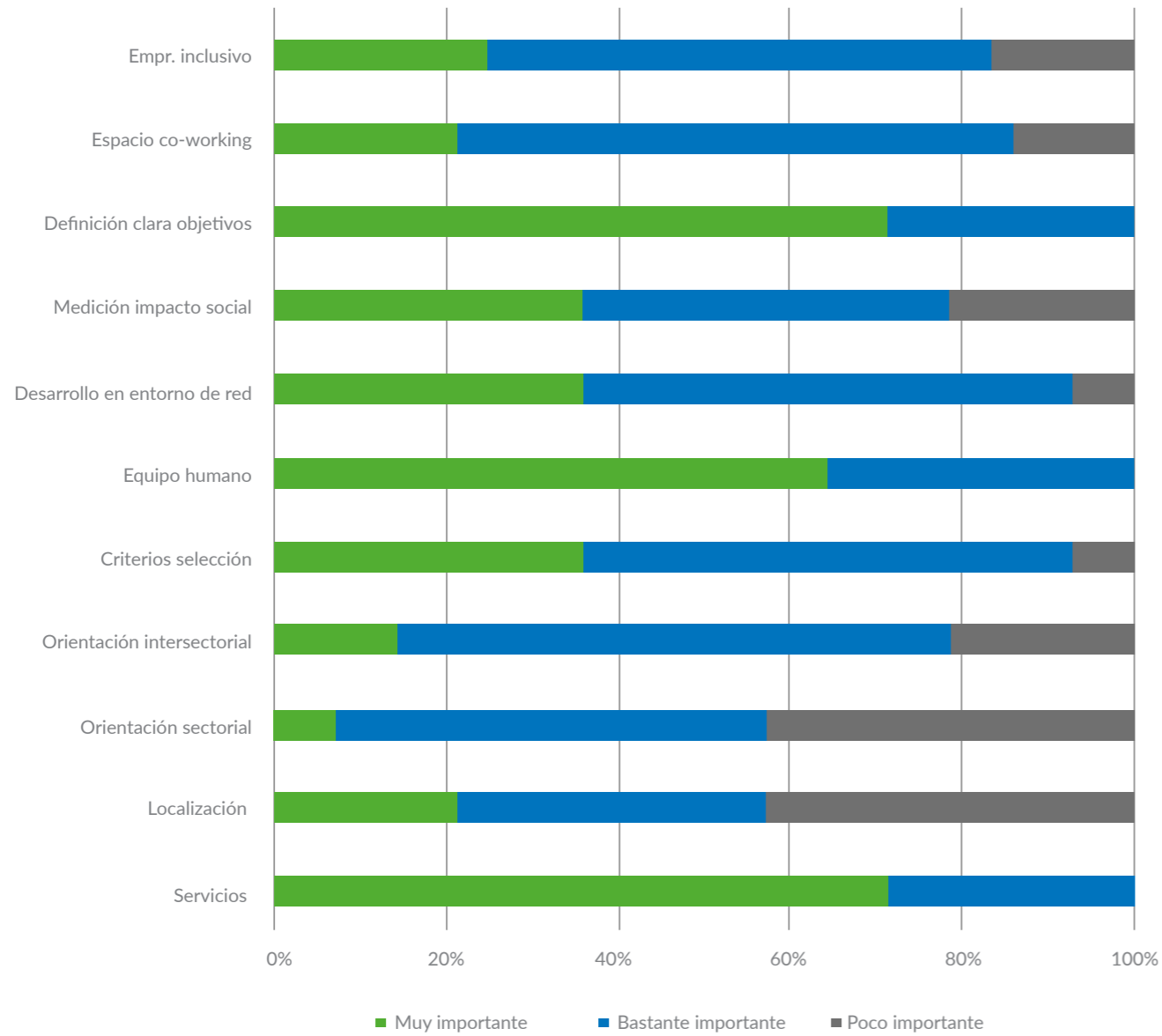
GRÁFICO 5: CONSECUENCIAS DE LA CREACIÓN DE UNA INCUBADORA SOCIAL EN NAVARRA



Observamos en el gráfico 5, como en opinión de los expertos navarros/as, la incubadora de emprendimiento social ayudaría en gran medida a poner en marcha proyectos que de otro modo no hubieran encontrado con-

análisis, establecer cuáles son aquellos elementos que presumiblemente más influirían en el éxito y buena marcha de la incubadora social (gráfico 6), así como las posibles dificultades o barreras que podrían entorpecer dicho proceso.

GRÁFICO 6: FACTORES DE ÉXITO DE LA INCUBADORA SOCIAL



A partir de las respuestas de los encuestados/as, los factores que consideramos como de mayor influencia para el éxito del proyecto de incubadora social son los servicios con los que cuente, el equipo humano que lo componga y la realización de una definición clara de propósitos. Las personas expertas ven determinante que de manera previa a la puesta en marcha de una incubadora social, queden establecidos de forma clara cuales son los objetivos que se busca cubrir, para facilitar de esta forma tanto la consecución de los mismos, como la evaluación de su impacto. Igualmente señalan la importancia de elegir bien a las personas que allí trabajen como base para de un adecuado acampamiento técnico y especialmente humano que requieren las iniciativas de emprendimiento social, así como unos servicios adaptados a las necesidades específicas de los mismos.

Por otra parte entre los problemas que con mayor fuerza resuenan como obstáculos para la puesta en marcha de la incubadora social en Navarra, son la financiación y apoyo económico (42,6% de los expertos/as coincide en este aspecto), seguida por otro elemento relacionado como es la autosuficiencia y sostenibilidad del proyecto (28,4%) a lo largo del tiempo.

También se han nombrado cuestiones como la falta de motivación y participación de los colectivos implicados así como la ausencia de seguimiento de la buena marcha del proyecto. Se infiere necesario la implicación y colaboración de todos/as creando una red de agentes, entidades y emprendedores/as sociales, que pueda canalizar y gestionar las necesidades concretas que requiere esta iniciativa.

6.4 CARACTERÍSTICAS QUE DEBERÍA REUNIR LA INCUBADORA SOCIAL

Para terminar de darle forma a este análisis, nos parece esencial determinar cuáles son las características principales que debería reunir la hipotética incubadora de emprendimiento social en caso de constituirse este espacio en Navarra.

ENTIDADES PROMOTORAS Y FINANCIADORAS

Hemos preguntado a las distintas entidades cuales son, en su opinión, los agentes que más se adecuan para intervenir en los procesos de creación y financiación de la incubadora social. En cuanto a las entidades que deberían participar en la gestación y puesta en marcha, vemos en el gráfico 7 como hay diversidad de opiniones entre los expertos/as. Encontramos una cifra similar de personas que coloca a entidades públicas y privadas en un papel principal, mientras que la cifra baja ligeramente si analizamos el papel que le ofrecen a las entidades del tercer sector como impulsor principal. Por otro lado, existe un mayor número de expertos/as que relegan a las entidades públicas a un segundo plano. Lo que deducimos aquí es que podría crearse una red de agentes que desde diferentes ámbitos y perspectivas colaboren para la creación de este proyecto. Aparecen en este sentido entidades concretas como Ayuntamiento de Pamplona o Gobierno de Navarra, Unidad de Innovación Social, sindicatos, y entidades como REAS y ANEL.

Si analizamos quien debería financiar una incubadora de emprendimiento social (gráfico 8) aparecen también respuestas diversas. Destacan en igual medida las entidades que consideran que la mayoría de la financiación debería ser pública frente a aquellas que apuntan que debe ocupar un papel secundario. En relación a las entidades privadas, aunque casi un 40% de los expertos/as le otorga un papel principal a nivel económico, casi un tercio opina que no deberían intervenir. Las entidades del tercer sector en este caso no cuentan con un papel observado tan importante. Por todo ello, percibimos también la adecuación de una combinación de fuentes económicas para la creación de este servicio de interés general, con una intervención requerida ligeramente superior de las administraciones públicas. En este sentido las entidades hacían referencia como posibles financiadores a Gobierno de Navarra, Ministerio de Empleo y Seguridad Social, Ayuntamiento de Pamplona y otros ayuntamientos, Fundación Caja Navarra, la Unidad de Innovación Social, así como fondos europeos. También nombraban a donantes privados así como empresas a través de la RSC.

GRÁFICO 7: POTENCIALES PROMOTORES

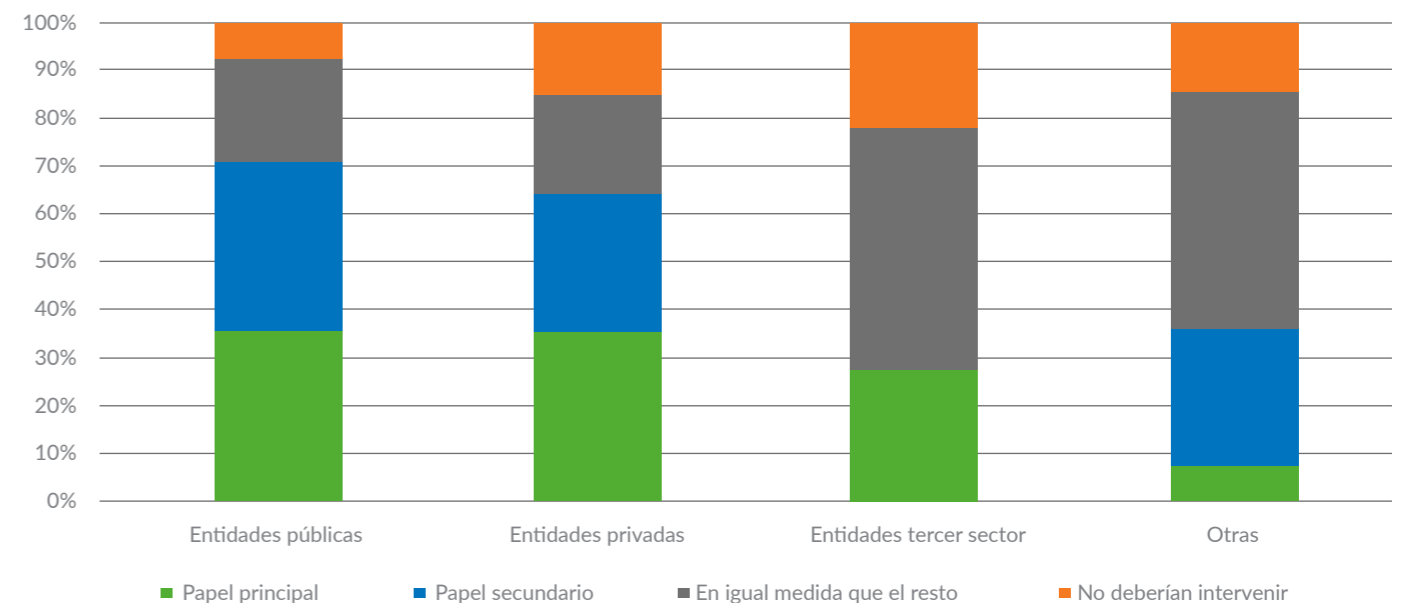
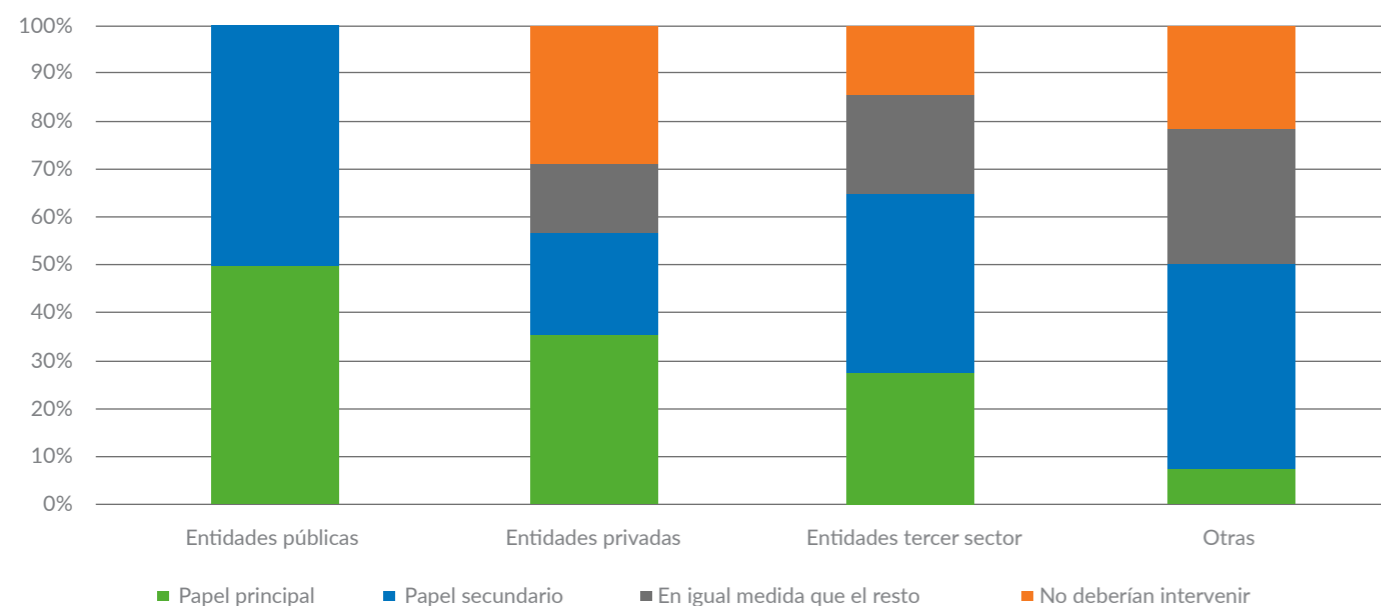


GRÁFICO 8: POTENCIALES FINANCIADORES



En el contexto europeo, los principales financiadores de este tipo de iniciativas son generalmente los promotores públicos, mientras que en Estados Unidos, una gran parte de las incubadoras están financiadas por capitales privados. En cualquier caso, la combinación capital público-privado suele ser la realidad más frecuente (Comisión Europea, 2002).

FASES QUE DEBERÍA INCLUIR

Una incubadora recoge una serie de fases durante las que alberga y apoya a las empresas que se alojan en ella. Podemos observar a este respecto en la tabla 4 como existe prácticamente unanimidad entre las entidades al indicar que este proyecto debería cubrir la fase de pre-incubación de la empresa social (hasta los 12 meses) e incubación (entre 1 y 3 años). Son también mayoría las que ven adecuado un apoyo para concebir y centrar la idea de negocio e incluirían asimismo una acción de aceleración, es decir un impulso puntual y concentrado en el tiempo. Sin embargo, solamente algo más de un tercio de los encuestados/as incluiría la fase de post-incubación (más de allá de los 3 años de vida), ya que consideran que en ese momento la empresa se encuentra lo suficientemente consolidada como para poder continuar por sí misma

TABLA 4: FASES QUE DEBERÍA INCLUIR LA INCUBADORA SOCIAL

| FASES | % |
|-----------------|------|
| Idea de negocio | 78,6 |
| Pre-incubación | 92,9 |
| Incubación | 92,9 |
| Post-incubación | 35,7 |
| Aceleración | 71,4 |

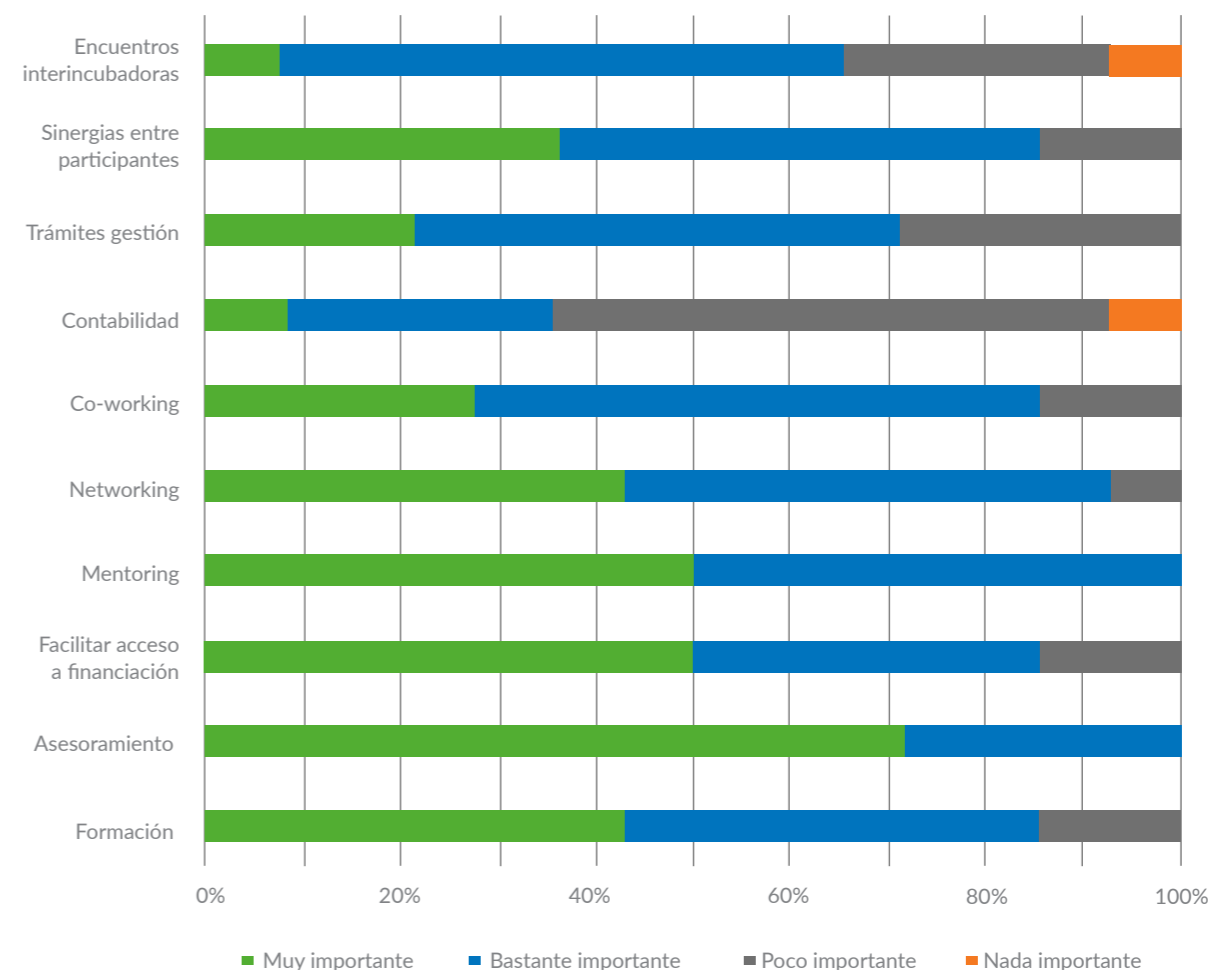
SERVICIOS QUE DEBERÍA OFERTAR

Una incubadora o vivero de empresas cuenta con una serie de recursos y/o servicios que ofrece a las empresas que se establecen en ella y cuya adecuación marcará en gran medida el futuro de las mismas. En cuanto a los servicios que debería proporcionar la incubadora de emprendimiento social (gráfico 8) las entidades destacan sobre los demás el asesoramiento y el mentoring (acompañamiento), siendo en este sentido los menos valorados los encuentros inter-incubadoras y la ayuda en temas de contabilidad. Por otra parte, las personas con proyectos de emprendimiento social con las que hemos hablado, han dotado de mayor valor e importancia a los servicios de asesoramiento, la ayuda prestada para la búsqueda de financiación, así como la posibilidad para conseguir contactos como forma de localizar potenciales clientes.

Hemos ya señalado como en el emprendimiento social se valoran de forma más acuciante cuestiones como el acompañamiento social, tener a una persona cerca comprometida con el proyecto que comprenda y conozca las características especiales de este tipo de iniciativas, la red necesaria de colaboradores/as, los potenciales consumidores/as o las estrategias de comunicación adaptadas.

badora social navarra no se pretende limitada a un único sector, sino que muy al contrario se apuesta por un sistema de emprendimiento social intersectorial, apoyado esto también por los emprendedores/as sociales entrevistados/as.

GRÁFICO 9: SERVICIOS QUE DEBERÍA OFRECER LA INCUBADORA SOCIAL



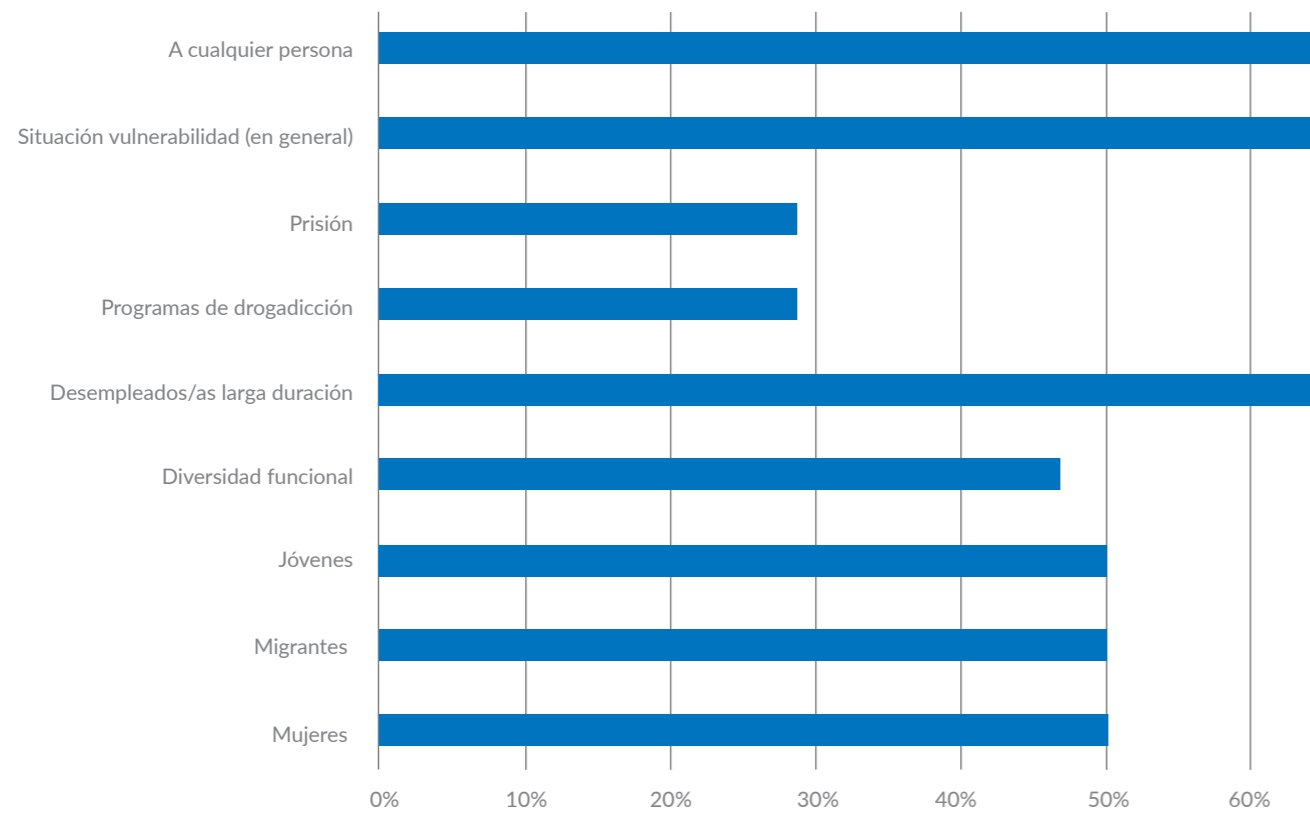
SECTORES A LOS QUE DEBERÍA ESTAR DIRIGIDA

Existen incubadoras centradas en uno o varios sectores de actividad y otras que por el contrario abarcan cualquier sector de forma transversal. Preguntadas las entidades navarras por los sectores con mayor potencialidad de desarrollo en una hipotética incubadora social navarra, destaca sobre los demás el de los servicios sociales, como el de mayores posibilidades, quizá por la connotación social de este proyecto, seguido a continuación por el agroalimentario, dada su importancia en la economía navarra. En cualquier caso podemos concluir que la incu-

COLECTIVOS A LOS QUE DEBERÍA ESTAR ENFOCADA DE FORMA PRIORITARIA

Otro punto importante en relación a la creación de la incubadora social en Navarra, son los colectivos a los que debería estar dirigida la incubadora social de forma prioritaria. Vemos en este sentido (gráfico 9) como destacan las opciones de personas desempleadas de larga duración, personas en situación de vulnerabilidad en general, así como la opinión de que en el fondo debería estar dirigida a cualquier persona que tenga un proyecto de emprendimiento social, sin tener en cuenta otro tipo de criterios.

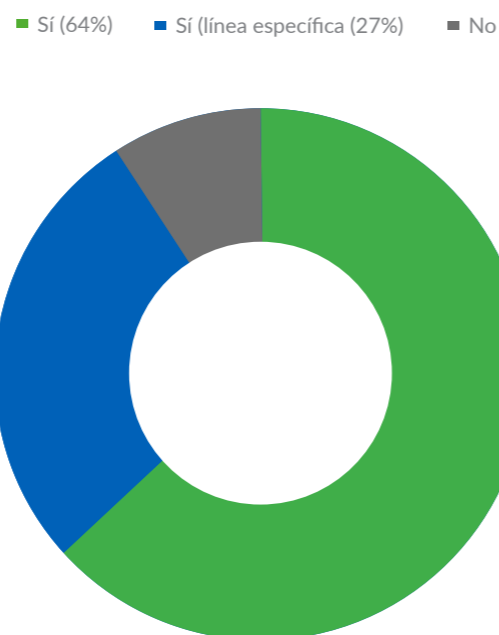
GRÁFICO 10 : COLECTIVOS A LOS QUE DEBERÍA ESTAR DIRIGIDA LA INCUBADORA SOCIAL



Se preguntó también a los diferentes expertos/as si creían adecuado que una incubadora social se enfocase hacia iniciativas de emprendimiento inclusivo, es decir acciones dirigidas a impulsar el emprendimiento de colectivos en situación de vulnerabilidad. Vemos claramente en el gráfico 10 como la mayoría de las personas encuestadas se ha mostrado favorable a este hecho, dado las características especiales de estos colectivos que requieren de una especial atención y acompañamiento, e incluso un 27,3% ha señalado que debería abordarse a través de una línea de trabajo específica y diferenciada dentro de las actividades generales de la incubadora social. Creemos conveniente añadir al respecto que podría tratarse de una de las líneas de trabajo a implementar, pero lógicamente no la única.

En esta misma línea, ya se ha visto en el gráfico 6, como este elemento se considera un factor de éxito importante para el buen funcionamiento de una incubadora de emprendimiento social. Por otro lado, el 9,1% de entidades que se muestra contraria a incluir este enfoque, valora que existen otro tipo de marcos más adecuados para el desarrollo de este tipo de acciones.

GRÁFICO 11: EMPRENDIMIENTO INCLUSIVO DENTRO DE LA INCUBADORA SOCIAL

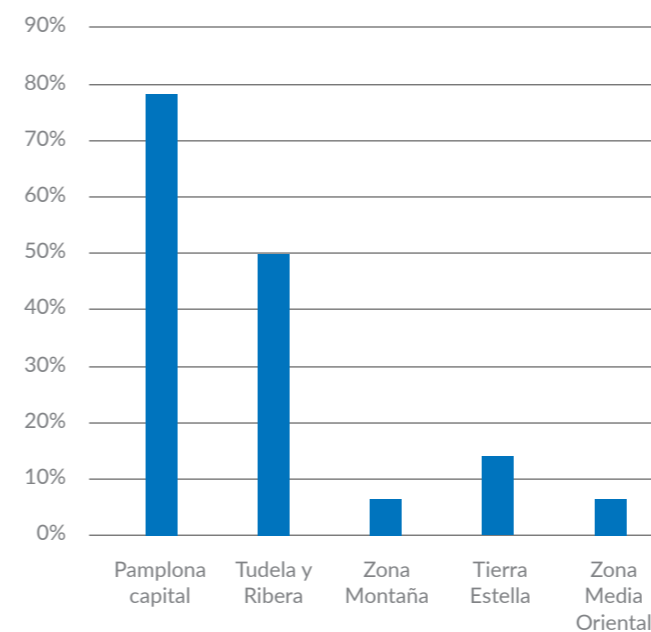


LOCALIZACIÓN MÁS ADECUADA

Por último vemos que en relación a la posible localización considerada más apropiada para implantar la incubadora social (gráfico 11), prácticamente el 80% de las entidades encuestadas se muestra favorable a su ubicación en Pamplona, ya que entienden que al encontrarse en esta zona un mayor número de la población navarra, el público objetivo al que pudiera alcanzar, sería también superior. Le sigue, aunque ya distanciado, un 50% de entidades que opina que podría situarse en la zona de la ribera tudelana por tener esta una mayor tasa de desempleo y tratar equilibrar de esta forma el desarrollo económico de Navarra. En cualquier caso los datos recogidos demuestran que la implantación de una incubadora social podría tener sentido en más de una localización.

En relación a espacios concretos donde podría ubicarse la incubadora social y/o algunos de sus servicios, los expertos/as hacían referencia principalmente a espacios municipales en un 35,7% de los casos. También se nombraban lugares pertenecientes a los Grupos de Acción Local o entidades como ANEL, así como naves ubicadas en polígonos industriales comunicados por transporte público. Y siendo todavía más específicos/as, referían ubicaciones de Pamplona como Condestable, Plazara, Geltoki y el antiguo Unzu en la calle Mercaderes.

GRÁFICO 12: LOCALIZACIÓN MÁS ADECUADA PARA LA INCUBADORA SOCIAL (% ENTIDADES)



Los emprendedores/as por su parte mostraban su preferencia según el lugar de ubicación de su empresa y/o residencia, aunque sí coincidían en que debería tratarse de una zona de fácil acceso. Como lugar concreto señalaban algunas naves situadas en la calle Marcelo Celayeta también en Pamplona, así como el casco viejo de la ciudad pamplonesa con el objeto de revitalizar dichos espacios.

07. CONCLUSIONES

A lo largo de este diagnóstico se ha intentado dar respuesta a los objetivos principales que se plantearon en el diseño del mismo. Por un lado, caracterizar el fenómeno del emprendimiento social en Navarra y por otro y como objetivo principal, analizar la necesidad de crear una incubadora social en la comunidad foral así como enmarcar sus especificidades concretas. En estas conclusiones se sintetizan los principales resultados de la investigación.

Nos encontramos que Navarra es una comunidad donde domina la microempresa sin personas asalariadas y que cuenta con un importante volumen de trabajadores autónomos/as. Es además una de las comunidades autónomas donde emprenden más personas extranjeras, dentro de una tasa de actividad emprendedora total que continúa el ascenso comenzado en el año 2014.

El emprendimiento social es percibido como motor de crecimiento y desarrollo de la zona donde se establece la actividad y contemplado también como una salida o alternativa laboral para personas en desempleo o que desean cambiar su ocupación, pero sobre todo se advierte como una herramienta de integración e inserción laboral de aquellos colectivos en situación más vulnerable. Se observa además como un fenómeno en auge en Navarra que favorece la creación de un empleo más justo.

Se ha establecido que el perfil tipo del emprendedor/a social en Navarra es un hombre o una mujer, mayor de 35 años con estudios medios o formación profesional, que está dado de alta en el régimen de trabajadores autónomos/as.

La formación previa en emprendimiento es considerada como el factor de éxito más importante a la hora de crear una iniciativa de emprendimiento social y los problemas de acceso a una financiación adecuada se vislumbran como la barrera principal.

En cuanto a la creación de una incubadora social en Navarra la valoración ha sido muy positiva tanto por su necesidad como fuente de impulso del emprendimiento social en la comunidad, como por su utilidad para la puesta en marcha y consolidación de las nuevas empresas sociales. En este sentido ayudaría a poner en marcha iniciativas que probablemente no hubieran podido desarrollarse de otra forma, proporcionando un espacio y entorno seguro a las mismas. De forma paralela, mejoraría su tasa de supervivencia, dando lugar a empresas más estables y duraderas, lo que a su vez redundaría en una mejora del empleo y desarrollo económico de la zona.

En relación a las características concretas que debería tener la incubadora social, destacamos las siguientes: en primer lugar se presume una combinación de agentes para la gestión y puesta en marcha de la incubadora so-

cial, así como para su financiación; se aconseja que recoja las fases de idea de negocio, pre-incubación, incubación y aceleración; debería ofertar los servicios habituales que se desarrollan en otras incubadoras, aunque introduciendo un enfoque más social, haciendo especial énfasis en el asesoramiento; debería estar dirigida a cualquier persona con un proyecto de emprendimiento social aunque admitiría una línea de trabajo específica de acompañamiento al emprendimiento de personas en situación de vulnerabilidad; se vislumbra asimismo la adecuación de que se trate de una incubadora intersectorial, que cuente con acciones de emprendimiento inclusivo en su seno. Por último, para su localización se prefiere la capital navarra por estar accesible a un mayor número de personas.

En resumen, una incubadora social en Navarra aumentaría las posibilidades de creación de empresas sociales y empleo en este ámbito, más duraderos, daría forma a proyectos empresariales que de otra forma no podrían ponerse en marcha y ayudaría especialmente a aquellos colectivos más desfavorecidos a hacerse un hueco en el mercado laboral. Asimismo dotaría de mayor visibilidad y reconocimiento a este tipo de empresas.

08. BIBLIOGRAFÍA

Acción contra el Hambre (2017). Guía sobre incubadoras de emprendimiento social. Innovación social al servicio de las personas.

Alcázar, J. (2015). Políticas de emprendimiento innovador e incubadoras de empresas.

Baltza, B. (2009). Características de una persona emprendedora. Seminario sobre innovación social en el ámbito de los Servicios Sociales. Fundación EDE.

Blanco, F.J et. Al (2017). Los servicios que prestan los viveros de empresas en España. Ranking 2016-2017. FUNCAS.

Curto, M. (2012). Los emprendedores sociales: innovación al servicio del cambio social. Cuadernos de la Cátedra La Caixa de Responsabilidad social de la empresa y gobierno corporativo, 13.

De Pablo, J. Uribe, P. (2009). Emprendimiento de la economía social y desarrollo local: la promoción de incubadoras de empresas de economía social en Andalucía.

Dees, J.G., Anderson, B.B. y J. Wei-Skillern (2004). Scaling Social Impact», Stanford Social Innovation Review 1(4).

European Commission (2002). Benchmarking of Business Incubators, Center for Strategy and Evaluation Services. Fernández, P. et. al. (2011). El papel de los viveros de empresas en la creación de empleo.

GEM España (2014, 2016). Global entrepreneurship Monitor España.

GEM Navarra (2014, 2015). Informes GEM Navarra.

MacMillan, I. y Boisot, M. (2004): "Crossing Epistemological Boundaries: Managerial and Entrepreneurial Approaches to Knowledge Management" Long Range Planning Volume 37.

Pareja, B. (2013). El emprendimiento social: una introducción a los conceptos, dimensiones y teorías. Servicios Sociales y Política Social, 102.

Peña, I. (2004). Business Incubation Centers and New Firm Growth in the Basque Country. Small Business Economics, 22.

Rodríguez, C. (2016). El emprendimiento social en España.

Sentana et. Al (2017). The social profitability of business incubators: A measurement proposal.

Tena, M. (2016). Un recorrido por el emprendimiento social.

Fuentes estadísticas:

Instituto Nacional de Estadística (INE).

Instituto de Estadística de Navarra (IEN).

Sistema de Información de los Servicios Públicos de Empleo (SISPE).

9. ÍNDICE DE GRÁFICOS Y TABLAS

| | |
|--|----|
| TABLA 1. Distribución de personas desempleadas de colectivos desfavorecidos en relación al desempleo | 10 |
| TABLA 2. Distribución de las empresas de nueva creación en Navarra en cuatro grandes sectores | 11 |
| TABLA 3. Problemas para la creación de empresas sociales | 14 |
| TABLA 4. Fases que debería incluir la incubadora social | 22 |
| GRÁFICO 1. Tasa de paro en Navarra por sexo (2013-2017) | 9 |
| GRÁFICO 2. Evolución TEA en Navarra (2011-2015) | 11 |
| GRÁFICO 3. Importancia del emprendimiento social | 12 |
| GRÁFICO 4. El emprendimiento social en Navarra | 13 |
| GRÁFICO 5. Consecuencias de la creación de una incubadora social en Navarra | 19 |
| GRÁFICO 6. Factores de éxito de la incubadora social | 20 |
| GRÁFICO 7. Potenciales promotores | 21 |
| GRÁFICO 8. Potenciales financiadores | 22 |
| GRÁFICO 9. Servicios que debería ofrecer la incubadora social | 23 |
| GRÁFICO 10. Colectivos a los que debería estar dirigido la incubadora social | 24 |
| GRÁFICO 11. Emprendimiento inclusivo dentro de la incubadora social | 24 |
| GRÁFICO 12. Localización más adecuada para la incubadora social | 25 |

10. ANEXO

LISTADO DE ENTIDADES Y EMPRESAS SOCIALES QUE HAN COLABORADO

| |
|---|
| ACCIÓN CONTRA EL HAMBRE |
| ASOCIACIÓN DE EMPRESAS DE ECONOMÍA SOCIAL DE NAVARRA (ANEL) |
| ARTERRA BIZIMODU |
| AYUNTAMIENTO DE PAMPLONA |
| CÁMARA NAVARRA |
| CEDERNA |
| CENTRO EUROPEO DE EMPRESAS E INNOVACIÓN DE NAVARRA (CEIN) |
| COMITÉ DE ENTIDADES REPRESENTANTES DE PERSONAS CON DISCAPACIDAD DE NAVARRA (CERMIN) |
| CONSORCIO EDER |
| DEPARTAMENTO DE EDUCACIÓN |
| FUNDACIÓN ARPA |
| FUNDACIÓN SECRETARIADO GITANO |
| GAZTELAN |
| HEGOAK |
| ITXAROPEN GUNE |
| MINDFULNESS AHORA |
| RECREAR |
| REDLUZ |
| SERVICIO NAVARRO DE EMPLEO |
| TEDER |
| TIERRA LIMPIEZAS ECOLÓGICAS |
| TOP-ACUAMAR |
| TXIMISTA |
| UNIDAD DE INNOVACIÓN SOCIAL |

DIAGNÓSTICO SOBRE EL EMPRESARIADO SOCIAL EN NAVARRA

¿QUÉ NECESIDADES Y OPORTUNIDADES EXISTEN
PARA LA IMPLANTACIÓN DE UNA INCUBADORA
DE EMPRESARIADO SOCIAL EN NAVARRA?

Un proyecto de:



Con la colaboración de:

